

สรุปผลการจัดการความรู้ (Knowledge Management)
คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประจำปีการศึกษา 2559
ประเด็นความรู้ด้านการวิจัย : การกำหนดหัวข้อวิจัยด้านการสื่อสาร

เรื่อง

คิดอยากจะทำ “วิจัย” สักเรื่อง
ควรจะเริ่มต้นอย่างไรดี ???

รองศาสตราจารย์วาริศา พลายนัว
รองศาสตราจารย์จุฬาปะนะ วงษ์สาธิตศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พັນ นิลพินธุ์ จัตรีไชยยันต์ และ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริมา สิมอภิชาติ

คณะผู้จัดทำ

คิดอยากจะทำ ‘วิจัย’ สักเรื่อง

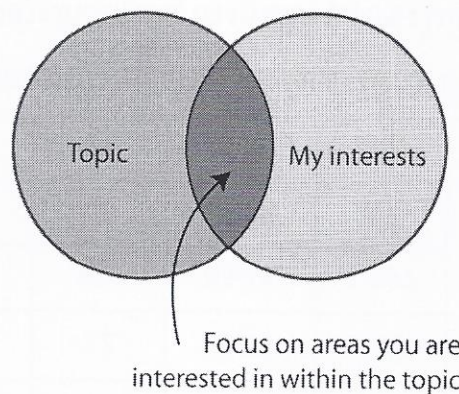
ควรจะเริ่มต้นอย่างไรดี ???

“งานวิจัยด้านการสื่อสาร” คือ การค้นคว้าหา “องค์ความรู้ใหม่” ด้านการสื่อสาร ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ โดยการนำความรู้ แนวคิด หลักการ ทฤษฎี และการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร มาประยุกต์ใช้ เพื่อได้ข้อค้นพบในประเด็นต่างๆ ที่จะประโยชน์ในการต่อยอดองค์ความรู้ศาสตร์ด้านการสื่อสารให้กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทางวิชาชีพ การวิจัยด้านการสื่อสารยังไม่ว่าจำกัดขอบเขตเพียงแต่กรอบของศาสตร์ด้านการสื่อสาร เพราะผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้และบูรณาการร่วมกับศาสตร์อื่นๆ ได้อีกด้วย

หัวข้อวิจัยมาจากไหนได้บ้าง?

- 1) มาจาก ความสนใจ ประสบการณ์ ภูมิหลัง ของผู้วิจัย
- 2) มาจากการศึกษา ค้นคว้า แนวคิดหรือทฤษฎีที่สนใจแล้วต้องการทดสอบ แนวคิด หรือทฤษฎีเหล่านั้น
- 3) มาจากคำชี้แนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้รู้ หรือผู้ที่มีประสบการณ์
- 4) มาจากประเด็นทางสังคมวัฒนธรรม/เศรษฐกิจ/การเมือง ที่ปรากฏผ่านสื่อต่าง ๆ
- 5) มาจากแหล่งทุน และ/หรือ มาจากหน่วยงานที่สังกัด

เริ่มต้นจาก ‘ความสนใจ’



เริ่มต้นจากสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจ ความชอบ ความถนัด ที่มาจากภูมิหลัง ความรู้ และทักษะที่ผู้วิจัยมี เพราะถือเป็นต้นทุนความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่จะศึกษา นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะต้องอยู่กับวิจัยนี้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน จึงควรเป็นเรื่องที่ผู้วิจัยมี “ฉันทะ” ในหัวข้อนั้น

หมั่นเป็นคนช่างสงสัย

ตั้งคำถามกับเรื่องราวรอบตัว ข้อสงสัยใหม่ๆ จะนำไปสู่คำตอบใหม่ๆ ในที่สุด เริ่มต้นข้อสงสัยจากสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจไปสู่ทฤษฎี

**“สิ่งที่ผู้วิจัยจะตั้งคำถามจะสะท้อนให้เห็น
มุมมองวิธีคิดและความสุขุมลึกซึ้งของผู้วิจัย”**

การกำหนดประเด็นการศึกษา

หัวข้อวิจัยหนึ่งๆ ควรมีความชัดเจน มีประเด็นหลักเพียงประเด็นเดียว เนื่องจากการวิจัยคือการค้นคว้าหาความรู้ใหม่ในประเด็นนั้นๆ การจะโตมาซึ่งความรู้ใหม่ ผู้วิจัยจะต้องศึกษาอย่างลึกซึ้ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องกำหนดประเด็นปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัยและตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยให้ชัดเจนและ strong !!

ผู้วิจัยอาจลองตั้งคำถามต่างๆเกี่ยวกับหัวข้อวิจัยว่า หัวข้อวิจัยที่จะทำนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไร (When) ทำไม (Why) และ อย่างไร (How) เมื่อสามารถตอบคำถามทุกข้อได้ และวิเคราะห์ให้ถือว่าเป็นคำตอบที่ดูมีเหตุผล มีความเชื่อมโยงกัน สามารถจะมั่นใจได้ว่าเป็นหัวข้อวิจัยที่ดีในระดับหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัยด้านการสื่อสาร

- 1) **เพื่อบรรยาย** หมายถึง การตอบคำถามว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร และอย่างไร
- 2) **เพื่ออธิบาย** หมายถึง การตอบคำถามประเภท “ทำไม” คำตอบที่ได้จากคำถามประเภท “อธิบาย” เป็นสาระสำคัญของศาสตร์ทั้งปวง
- 3) **เพื่อทำนาย** หมายถึง การตอบคำถามประเภท “อะไรจะเกิดขึ้นในอนาคต”

ขอบข่ายการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสาร

ในการเลือกสรรหัวข้อวิจัย ผู้วิจัยอาจอาศัย “ขอบข่ายการศึกษเป็นแนวทางการศึกษานิเทศศาสตร์” เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจ ดังนี้

1) การศึกษาโดยทฤษฎีการสื่อสารและที่เกี่ยวข้อง

ใช้เนื้อหาสาระของทฤษฎีการสื่อสารเป็นแนวทางในการศึกษา ผู้วิจัยอาจจะเลือกใช้ 1 ทฤษฎี หรือมากกว่า 1 ทฤษฎีเป็นแนวทางในการศึกษาการสื่อสาร การศึกษาเน้นการให้ความสนใจแนวคิด หรือทฤษฎี สาระสำคัญ แบบจำลอง สมมติฐานของทฤษฎี และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจ อธิบาย บรรยาย หรือ ทำนาย กับประเด็นปัญหาหรือหัวข้อที่ตนเองสนใจ

2) การศึกษากระบวนการการสื่อสาร

ในการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสาร สามารถศึกษาแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสาร หรือทั้งกระบวนการสื่อสาร ได้ดังนี้

2.1 การศึกษาแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร เป็นการศึกษาดตามองค์ประกอบของการสื่อสารได้แก่ การศึกษาผู้ส่งสาร การศึกษาสาร การศึกษาสื่อ การศึกษาผู้รับสาร การศึกษาพลย้อนกลับของการสื่อสาร หรือสภาพแวดล้อมของการสื่อสาร

2.2 การศึกษาทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร เป็นการศึกษาในคราวเดียวกับทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร เช่น การศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจะเป็นการศึกษาทั้งผู้ส่งสารคือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศึกษาเนื้อหาสาระของสาร ศึกษาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ศึกษาคุณลักษณะของผู้รับสาร ศึกษาพลย้อนกลับของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และศึกษาสภาพแวดล้อมของการสื่อสาร

3) การศึกษางานในวิชาชีพด้านการสื่อสาร

เป็นการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารเป็นแนวทางทางการศึกษา เช่น งานโฆษณา งานประชาสัมพันธ์ งานวิทยุกระจายเสียง งานวิทยุโทรทัศน์ งานหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ งานภาพยนตร์ งานศิลปะการแสดง งานวารสารวิทยา งานเทคโนโลยีการผลิตสื่อต่างๆ และงานที่เกี่ยวข้องอื่น ธรรมชาติการทำงานด้านการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับการทำงานในเรื่องการผลิตสื่อในแต่ละประเภท และในงานผลิตสื่อจะมีปฏิบัติการงานในแต่ละขั้นตอนของการผลิตสื่ออยู่ด้วย การศึกษางานในวิชาชีพนี้ศาสตร์ยังสามารแบ่งแยกการศึกษาออกตามกระบวนการผลิตสื่อ เป็นขั้นก่อนการผลิตสื่อ ขั้นการผลิตสื่อ ขั้นหลังการผลิตสื่อ ได้อีกด้วย ซึ่งแต่ละขั้นตอน ก็มีประเด็นที่น่าสนใจที่เหมาะสมแก่การนำมากำหนดเป็นหัวข้อการวิจัยได้

4) การศึกษาวิจัยการประยุกต์ใช้การสื่อสาร

เป็นการแนวทางการศึกษาวิจัยเนื้อหาวิชาของวิชาชีพด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ร่วมกับงานหรือศาสตร์อื่นๆ เพียงงานเดียวหรือศาสตร์เดียว

แนวคิดสำคัญของการประยุกต์ใช้การสื่อสาร คือ การสื่อสารเป็นเครื่องมือของสื่อความหมาย สายใยที่เชื่อมโยงศาสตร์กับศาสตร์กับศาสตร์อื่นๆ เพื่อที่จะให้อุปกรณ์ข่าวสาร ให้การศึกษา ใ้มนำใจ และเพื่อความบันเทิง ตัวอย่างของการประยุกต์ใช้การสื่อสาร เช่น การสื่อสารการตลาด การสื่อสารการเมือง การสื่อสารสาธารณสุข การสื่อสารการศึกษา การสื่อสารการกีฬา การสื่อสารจิตวิทยา การสื่อสารเทคโนโลยี การสื่อสารการแพทย์ การสื่อสารองค์การ การสื่อสารธุรกิจ ฯลฯ

กลุ่มทฤษฎีสาขาวิชาศาสตร์ที่อาจนำมาใช้ในการตั้งหัวข้อวิจัย

ผู้วิจัยต้องมองปรากฏการณ์ที่สนใจศึกษาในเชิงทฤษฎี เพื่อให้เห็นมิติของสิ่งที่ต้องการศึกษาอย่างรอบด้าน เพื่อต่อยอดหรือหักล้างข้อค้นพบที่ผ่านมา ทฤษฎีนั้นเป็นเครื่องมือสำคัญในการมองปรากฏการณ์ โดยเฉพาะสาขาวิชาศาสตร์ที่มีลักษณะเป็นสหวิทยาการ อาจแบ่งกลุ่มทฤษฎีที่นำมาใช้เหล่า

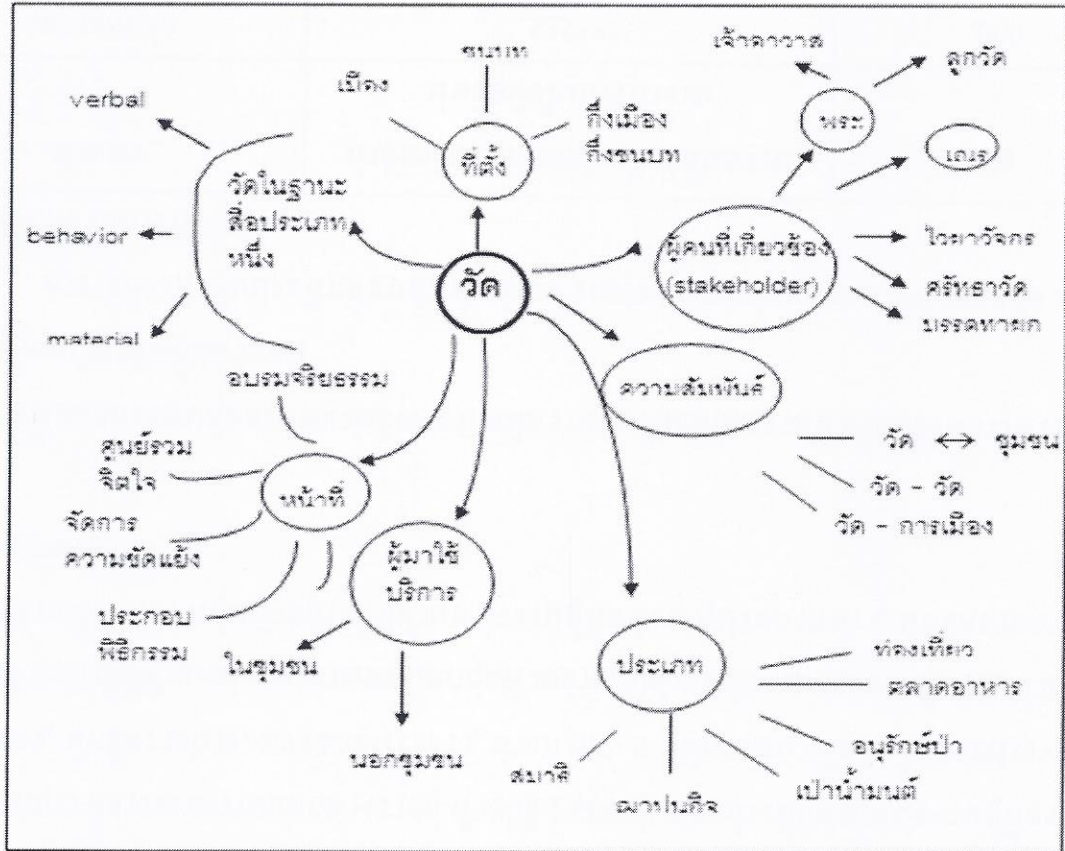
ประเด็นให้แหลมคม ดังนี้

กลุ่ม	ทฤษฎี
<ul style="list-style-type: none"> • กลุ่ม Media-Centric Theory 	<ul style="list-style-type: none"> • Effect/impact theory • Social Learning Theory • Toronto School
<ul style="list-style-type: none"> • กลุ่ม Society-Centric Theory 	<ul style="list-style-type: none"> • Reflection Theory • Social Functionalism of Media • Use & Gratifications Approach • Normative Theory • Political Economy of Media
<ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มโปรระบุตัวแปรต้น-* ตาม 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultural Studies

มองประเด็นให้เห็นองค์ประกอบของตัวแปรด้วย “การวิเคราะห์คุณลักษณะ”

แนวทางสำคัญที่จะช่วยยกระดับความเข้าใจประเด็นวิจัยให้เห็นเป็นตัวแปรที่มีองค์ประกอบซ่อนตัว คือ การวิเคราะห์คุณลักษณะ ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยเห็น ส่วนประกอบ / องค์ประกอบ/คุณสมบัติ/ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้น ๆ โดยวิธีการคล้ายกับการทำ Mind map เริ่มต้นด้วยการเขียนประเด็นที่สนใจไว้ที่ใจกลางกระดาษ จากนั้นผู้วิจัยค่อยๆ ระบุสิ่งที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับประเด็นนั้นๆ ยิ่งระบุสิ่งที่เกี่ยวข้องกับประเด็นได้มากเท่าไร ย่อมสะท้อนให้เห็นว่าผู้วิจัยมีความรู้เกี่ยวกับประเด็นเหล่านั้นเป็นอย่างดี และจะนำไปสู่แนวทางการกำหนดตัวแปร และองค์ประกอบของตัวแปรในการวิจัยต่อไป ทว่าหากผู้วิจัยเขียนดีสิ่งที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาได้น้อยย่อมเป็นเครื่องเตือนใจนักวิจัยว่า ต้นทุนความเข้าใจในประเด็นที่จะศึกษามีน้อย ควรเร่งทบทวนวรรณ

ตัวอย่างง่ายๆ ของการวิเคราะห์คุณลักษณะ เช่น ถ้าเราจะศึกษา “วัด” ในแง่มุมของการสื่อสาร ถ้าเราตั้งคำถามว่า มีอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับวัด เราก็อาจจะวาดรูปคุณลักษณะของ “วัด” ออกมาเป็นรูปแผนที่ความคิด (mind map)



ภาพที่ 10: คุณลักษณะของ "วัด"

กาญจนา แก้วเทพ. (2549). การวิจัย: จากจุดเริ่มต้น จนถึงจุดสุดท้าย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือฟ้าฟ้า.

การกำหนดวิธีการศึกษา

ในการกำหนดหัวข้อวิจัย ผู้วิจัยต้องคิดถึงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ตอบใจหายหรือคำถามที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยควรพิจารณาความเป็นไปได้ในแง่ของ วิธีการเก็บข้อมูล การเข้าถึงแหล่งที่มาของข้อมูล การลงพื้นที่วิจัย และประชากร กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูล ต้องพิจารณาว่าเป็นหัวข้อที่มีข้อมูลสนับสนุนเพียงพอ และข้อมูลต่างๆ สามารถเผยแพร่สู่สาธารณะได้ โดยไม่ลืมนำข้อดีหลักจริยธรรมในการทำวิจัย

ประเด็นวิจัยกับการนำไปใช้ประโยชน์

การคำนึงถึงการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ จะเป็นเส้นเชื่อมโยงสำคัญที่ทำให้ทวิษการไม่ลอยห่างออกจากสังคม ผลการวิจัยจะสามารถเคลื่อนจากหิ้งหนังสือไปสู่ห้องใต้ สอดคล้องกับตงเกณฑ์การนำไปใช้ประโยชน์ของ สกว. ดังนี้

1) **ด้านพาณิชย์** : การศึกษาการสื่อสารเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้ไปสู่การผลิตในเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และลดต้นทุนการผลิต รวมถึงการสร้างอาชีพและทางเลือกให้กับผู้ประกอบการ

- 2) **ตำนานนโยบาย** : การนำความรู้ไปใช้ในกระบวนการกำหนดนโยบายการสื่อสาร ซึ่งหมายถึงหลักการ แนวทาง กลยุทธ์ ในการดำเนินการสื่อสารให้บรรลุวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการ โดยอาจเป็นนโยบายระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด ระดับท้องถิ่น หรือระดับหน่วยงาน
- 3) **ตำนานสาธารณะ** : การนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมการสื่อสารไปใช้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เกิดความตระหนักรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนวิถีคิด พฤติกรรม เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน สร้างสังคมคุณภาพ และส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- 4) **ตำนานชุมชนและพื้นที่** : การนำกระบวนการ วิธีการ องค์ความรู้ และการเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลกระทบที่เกิดจากการวิจัย พัฒนาชุมชน ท้องถิ่น และพื้นที่หนึ่งไปขยายผลให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน ท้องถิ่นและสังคมอื่น
- 5) **ตำนานวิชาการ** : การนำองค์ความรู้จากผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น วารสารระดับนานาชาติ ระดับชาติ หนังสือ ตำรา บทเรียน ไปเป็นประโยชน์ในด้านวิชาการ การเรียนการสอน รวมถึงนำไปต่อยอดในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ

ข้อคิดที่ท้าทาย (ในการกำหนดหัวข้อวิจัย)

1. กำหนดเวลา "เส้นตาย"

การกำหนดระยะเวลาในการทำวิจัยเป็นสิ่งที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับสัญญาการรับทุนการวิจัยที่ผู้วิจัยตกลงไว้กับหน่วยงานผู้ให้ทุนว่า จะทำงานวิจัยชิ้นนั้นให้แล้วเสร็จในระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้นผู้วิจัยจะต้องคำนึงถึงหัวข้อวิจัยที่ไม่ยิ่งใหญ่จนเกินไป ควรเลือกหัวข้อวิจัยที่พอเหมาะพอดี กับระยะเวลาที่มี เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถทำงานวิจัยได้แล้วเสร็จตามแผนการทำวิจัยที่วางไว้

2. อย่า "บ่น"

การเลือกจะทำหัวข้อวิจัยอะไรดีนั้น การคิดเอา นึกเอาเองอาจไม่ทำให้สามารถคิดออกได้ ผู้วิจัยอาจเริ่มต้นด้วยการสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิด/ทฤษฎี หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผู้เคยทำมาก่อน เพื่อให้ได้มาซึ่ง "ไอเดีย" ที่จะสามารถต่อยอดเป็นหัวข้อวิจัยที่เหมาะสมได้ หากผู้วิจัยอ่านวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ลึกซึ้งเพียงพอ จะช่วยให้สามารถระบุจุด ดึงประเด็นสำคัญ ตัวแปรในการวิจัย รวมถึงข้อบกพร่องต่างๆ ที่งานวิจัยในอดีตยังไม่ได้ทำ เพื่อเป็นที่มา ในการระบุจุดดึงประเด็นหัวข้อที่ผู้วิจัยจะทำต่อไป

3. ความสำคัญของ "คำศัพท์สำคัญ"

ในบางครั้ง การคิดหัวข้อวิจัยอาจเริ่มต้นจาก "คำศัพท์สำคัญ" (keyword) เพียงคำเดียว ดังนั้นหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมมาระยหนึ่งแล้ว หากผู้วิจัยสามารถระบุคำศัพท์ที่สนใจ ลองศึกษาคำๆ นั้นให้ต้องแท้ในเชิงลึก การที่ผู้วิจัยสามารถอธิบายความหมายของคำศัพท์นั้นๆ หรือนิยามคำๆ นั้นได้อย่างลึกซึ้ง จะทำให้ผู้วิจัยสามารถตั้งประเด็นคำถามในการวิจัยได้อย่างตรงจุดและเหมาะสมมากขึ้น

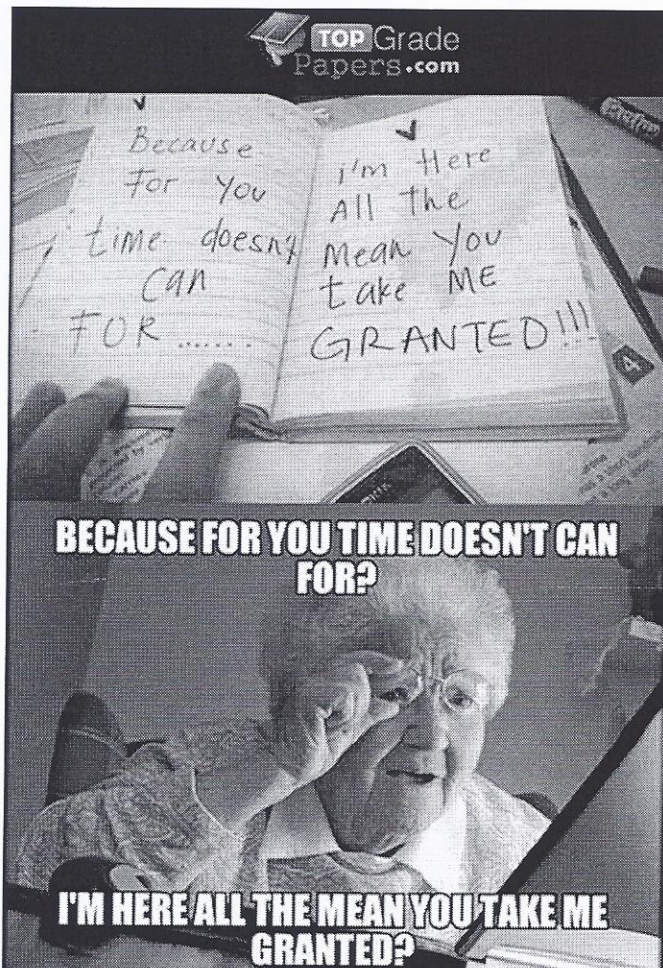
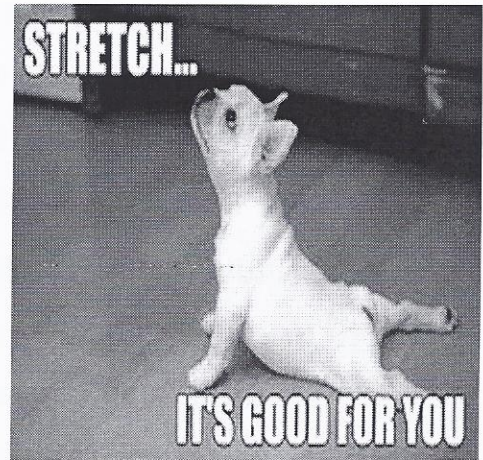
4. กบนอก "กะลา"

ในบางครั้ง หัวข้อวิจัยอาจมาจาก "โลกภายนอก" ของผู้วิจัย เช่น การติดตามข่าวสาร ปรากฏการณ์

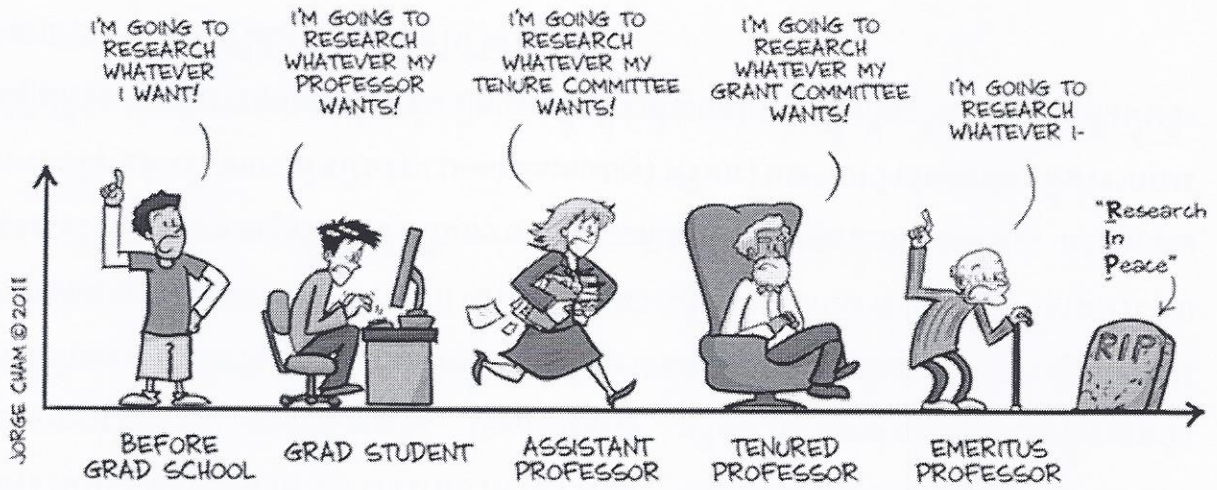
ต่างๆที่อาจเป็นปัญหาของสังคม ในแขนงต่างๆ ที่สามารถนำมาตั้งคำถามวิจัยได้ ดังนั้น การติดตามข่าวสารภายนอก ที่นอกเหนือจากข้อมูลเอกสารความก้าวหน้าทางวิชาการในสาขานั้นๆ อยู่เสมอเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเป็นนักวิจัย เพราะจะทำให้ผู้วิจัยมีความทันสมัย กับเหตุการณ์อยู่เสมอ

5. ยืดหยุ่น กับตัวเอง

หัวข้อวิจัยตลอดจนวิธีการวิจัยที่ผู้วิจัยได้คิดและวางแผนไว้ในเบื้องต้น อาจไม่ใช่หัวข้อวิจัยที่จะนำพามาซึ่งความสำเร็จของงานวิจัยชิ้นนั้นในตอนท้าย ผู้วิจัยต้องเตรียมพร้อมกับการปรับเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้เสมอ เนื่องจากการวิจัยเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้วิจัยต้องพร้อมที่จะปรับหัวข้อเพื่อรับกับสถานการณ์ เหตุและปัจจัยที่ผันแปรได้เสมอ ผู้วิจัยต้องมีความยืดหยุ่นเพียงพอ และไม่ยึดติดกับหัวข้อวิจัยที่คิดไว้จนเกินไป แต่ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมตามแต่สถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงและไม่มีอะไรแน่นอน



THE EVOLUTION OF INTELLECTUAL FREEDOM



WWW.PHDCOMICS.COM