

บทบรรณาธิการ “อกเกือบหักแอบรักงานวิจัย”

นับเป็นเวลาหลายศตวรรษแล้วที่องค์ความรู้แห่งสาขาวิชาด้านสื่อสารศึกษา (communication studies) มีพัฒนาการต่อยอดกันมาอย่างต่อเนื่อง อันเป็นภาพที่ฉายสะท้อนให้เห็นว่า องค์ความรู้แขนงนี้หาใช่จะเป็นความจริงที่ “อากาลิโก” หรือหยุดนิ่งอยู่ในกาลเวลาไม่ และที่แน่นอน กระบวนการสำคัญที่ทำให้ศาสตร์แห่งสื่อสารศึกษาได้วิวัฒนามาจนจบปัจจุบันก็คือ “การวิจัย” (research)

แล้ว “การวิจัยคืออะไร?” คำตอบพื้นฐานที่สุดอธิบายได้ว่า การวิจัยหมายถึงกระบวนการแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งจะ (truth-seeking) ด้วยวิธีการแบบวิทยาศาสตร์ (scientific method) โดยองค์ความรู้ที่สรรค์สร้างขึ้นจักต้องมีทั้งตรรกะเหตุผลอันมีน้ำหนัก และหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับความจริงแห่งสิ่งจะดังกล่าว ทั้งนี้คุณป้าข้างบ้านที่เคาะพริกเคยกล่าวกับผู้เขียนว่า หากการวิจัยเพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ดำเนินไปได้ไม่สิ้นไม่สุด พันธกิจของนักวิจัยก็ไม่ต่างจากการค้นหา “เหลี่ยมมุมที่อยู่ในผลส้ม” อันอุปมาอุปไมยได้ว่า นักวิจัยไม่เพียงแต่จะเลือกศึกษา “ส้มผลใหม่” หรือประเด็นใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกของการสื่อสารแห่งมนุษย์เท่านั้น หากทว่าแม้แต่ในเรื่องเดิมๆ หรือ “ผลส้มใบเดิม” นักวิจัยก็ต้องมีเลนส์ตาหรือแนวคิดทฤษฎีอันเฉียบคมเพียงพอที่จะมองเห็น “เหลี่ยมมุม” ใหม่ๆ ให้มาพัฒนาต่อยอดการสังส่ององค์ความรู้ขึ้นไปจากเดิม ด้วยเหตุดังกล่าว วารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับ “อกเกือบหักแอบรักงานวิจัย” จึงสนใจขยับขยาย “เหลี่ยมมุม” ของจิตวิทยาสื่อสารศึกษาที่ซับซ้อนและหลากหลายออกไปเพื่อให้เห็นเส้นทางความก้าวหน้าของการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่แห่งวารสารศาสตร์และนิเทศศาสตร์

เริ่มต้นจากการหยิบหัวข้อเดิมๆ ที่เราคุ่นเคยกันในจักรวาลแห่งสื่อสารศึกษา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของข่าว ภาพยนตร์ หรือโฆษณา โดยบทความเรื่องแรกของ ดวงแก้ว เจริญสวัสดิ์กิจ ได้หยิบยกกรณีของข่าวและองค์กรข่าวมาตั้งคำถามกันใหม่ ในขณะที่มุมมองเดิมมักมองวิชาชีพวารสารศาสตร์ในฐานะ “ฐานันดรที่สี่” (the fourth estate) ที่ผลิตเนื้อหาข่าวซึ่งเป็นวัตถุวิสัย (objectivity) บุคลากรคนข่าวจึงต้องวางตัวสมดุลเป็นกลางและไม่พึงฝักใฝ่ในฝ่ายใด (balance and impartiality) แต่ผู้เขียนได้เสนอกรอบแนวคิดที่แตกต่างออกไปในชื่อ “สังคมวิทยาแห่งวารสารศาสตร์” (sociology of

journalism) ด้วยกรอบวิธีคิดแบบนี้ ชาวจึงเป็นแหล่งผลิตและรักษาโครงสร้างอำนาจในการสถาปนาสังคมเพื่อป้อนสู่สาธารณชน และที่สำคัญ คนข่าวและผลผลิตข่าวอาจไม่ได้ทำหน้าที่เป็น “กระจกสะท้อนสังคม” เพียงอย่างเดียว หากแต่ยังเป็น “กระจก” ที่เลือกสะท้อนบางแง่มุมของสังคม เป็นไปตามเจตนารมณ์บางอย่างของผู้ผลิต หรือแม้แต่ประกอบสร้างและรื้อสร้างความจริงบางชุดขึ้นมาด้วยเช่นกัน

ถัดจากนั้น บทความของ Senjo Nakai ได้เลือกวัตถุบอยอย่างสื่อภาพยนตร์มาวิเคราะห์ศึกษา ในขณะที่การวิจัยเนื้อหาสารแห่งโลกเซลลูลอยด์ที่ผ่านมามีแนวโน้มจะเชื่อว่า ภาพยนตร์ก็คือ “กระจกสะท้อน” บริบททางสังคมในห้วงยุคที่ผู้สร้างดำรงชีวิตอยู่ แต่ผู้เขียนเลือกปรับวิโฟนเดอร์ของโจทย์การศึกษาเสียใหม่ โดยเล็งเห็นว่า กลวิธีทางภาษาของภาพยนตร์มีทั้งประกอบสร้างและสะท้อนประสบการณ์ทางอารมณ์ความรู้สึกของสังคมไปในเวลาเดียวกัน ทั้งนี้จากการพินิจพิเคราะห์ภาพยนตร์เรื่อง *Tony Takitani* ของ Jun Ichikawa ผู้เขียนได้เผยให้เห็นว่า ภาษาภาพและเสียงของหนังได้ชุดลึกเอาความรู้สึกทรมานแห่งการสูญเสียในช่วงเวลาแห่งความไม่มั่นคงหลังสงครามของประเทศญี่ปุ่น มาสร้างเป็นโศกนาฏกรรมเรื่องเล่าจากดินแดนอาทิตยอุทัย

ในส่วนของการวิจัยโฆษณานั้น ที่ผ่านมามักถูกครอบงำด้วยวิธีวิทยาแบบปฏิฐานนิยม (positivism) และใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านจิตวิทยาและพฤติกรรมของผู้บริโภคกับองค์ประกอบของการโฆษณา แต่ทว่า จารุณี เจริญรส และณัฐวิภา สินสุวรรณ์ ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ทุกวันนี้กับความเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยีการโฆษณาที่สื่อสารข้อมูลและภาพลักษณ์ของสินค้า เพื่อสร้างความประทับใจและผูกพันระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภคนั้น หนึ่งในเครื่องมือวิจัยที่กำลังเป็นที่นิยมก็คือ การวิจัยเชิงทดลอง (experimental research) ซึ่งผู้เขียนไม่เพียงแต่ทบทวนแนวคิดและแนวทางการประยุกต์ใช้การทดลองในงานวิจัยด้านโฆษณาเท่านั้น หากยังอภิปรายถึงความท้าทายและข้อจำกัดของการใช้เครื่องมือดังกล่าวในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ด้านโฆษณา

สำหรับชุดของบทความวิจัยในกลุ่มถัดมา เมื่อบริบทความเป็นจริงในโลกของสื่อและการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย ความเปลี่ยนแปลงในโลกความเป็นจริงก็ถูกขานรับและนำไปสู่การสร้างสรรค์โจทย์การวิจัยใหม่ๆ ในการแสวงหาความรู้ด้านสื่อสารศึกษา และเพราะสื่ออินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตปัจจุบันของผู้คนร่วมสมัย แต่ปัญหาใหม่ๆ ที่ผู้รับสารไม่อาจ

แยกแยะได้ว่า อะไรคือข้อเท็จจริง (fact) และอะไรคือข่าวปลอม (fake) ก็ได้กลายมาเป็นหัวข้อวิจัยที่ สุนันทา แยมทัฬห และอรัญญา ศิริผล ได้ร่วมกันตรวจสอบ พร้อมทั้งให้เห็นว่า เบื้องลึกที่สุดของปัญหาการก่อกำเนิดเป็นข่าวปลอมๆ ก็คือ การไม่นำเสนอข้อเท็จจริงอย่างถึงที่สุด และการหลอกลวงมวลชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของผู้สร้างข่าวปลอม

เช่นเดียวกัน นับจากราวทศวรรษที่ผ่านมาที่ถือกำเนิดองค์กรซึ่งกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของไทย หรือที่รู้จักกันในแวดวงสื่อในชื่อของ “กสทช.” แต่ดูเหมือนการย้อนกลับไปทบทวนกำกับและติดตามประเมินผลองค์กรดังกล่าวเองบ้าง ดูจะยังไม่ค่อยได้รับความสำคัญเท่าใดนัก วิไลวรรณ จงวิไลเกษม และคณะ จึงออกแบบการวิจัยด้วยการใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม (focus group) กับบรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เพื่อกันหาคำตอบและข้อเสนอแนะในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของ กสทช. ในฐานะองค์กรอิสระของรัฐ

และในขณะที่การศึกษาสื่อเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคม (social movements) เป็นอีกหัวข้อที่นักวิจัยสื่อสารศึกษาร่วมสมัยให้ความสนใจในปัจจุบัน แต่ดูเหมือนว่าประเด็นวิจัยที่หลงลืมและหล่นหายไปก็คือ วาระเรื่อง “ข้าว” อาหารหลักในฐานะหนึ่งในปัจจัยสี่ที่ทำให้กำเนิดสรรพชีวิตในสังคมไทย เมทยา ปริยานนท์ จึงได้เลือกศึกษาทบทวนบทบาทการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านนวัตกรรมสื่อออนไลน์ ที่เล่นบทบาทตัวกลางและตัวแสดงหลักในการขับเคลื่อน รวมทั้งเป็นพลังผลักดันเล็กๆ ที่ต่อสู้ต่อกรกับโครงสร้างอำนาจที่กดทับ “กระดุกสันหลังของชาติ” อย่างชวาณาไทย

หากการวิจัยเพื่อแสวงหาความรู้ด้านสื่อสารศึกษาหาได้จำกัดวงขอบของผู้ศึกษา หรืออีกนัยหนึ่ง ใครก็ได้หากรักในสังคมและความจริงแล้ว คนผู้นั้นก็สามารถเริ่มต้นสวมบทบาทเป็นนักวิจัยสื่อสารได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้ ในบทความสุดท้ายของ อรไพลิน วณิชยธนโอฬาร และชิตินันท์ ดันติเมธ ที่แม้จะกำลังศึกษาเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แต่ก็แสดงศักยภาพในฐานะนักวิจัย ภายใต้ประเด็นหัวข้อที่เกี่ยวกับสื่อดิจิทัลกับจิตวิทยาวัยรุ่น ซึ่งนักวิจัยรุ่นเยาว์ทั้งสองคนไม่เพียงแต่วิเคราะห์ประสบการณ์ของวัยรุ่นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ในแง่มุมที่ข้องเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพจิตและการป้องกันโรคซึมเศร้าเท่านั้น หากยังแสวงหาแนวทางการออกแบบแอปพลิเคชันแชทบอต (chatbot) เพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบในการจัดการลดความเสี่ยงปัญหาสุขภาพจิตของเยาวชนวัยรุ่นด้วย

เพราะ “การวิจัย” เป็นเครื่องมือให้ได้มาซึ่งสัจจะความจริง และยังเป็นเงื่อนไขหลักที่ทำให้องค์ความรู้สื่อสารศึกษาได้ก้าวหน้า และตอบโจทย์ความเปลี่ยนแปลงในโลกความเป็นจริงของสื่อและการสื่อสาร การวิจัยไม่ได้จำกัดขอบเขตตัวนักวิจัยว่าต้องเป็นใคร ไม่ได้จำกัดขอบข่ายหัวข้อหรือประเด็นที่จะศึกษา และไม่ได้จำกัดเงื่อนไข “เหลื่อมมุมในผลส้ม” ที่จะบุกเบิกองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับศาสตร์วิชา ดังนั้น วารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับนี้ จึงเลือกที่จะบอกกับผู้อ่านว่า “อกเกือบหักแอบรักงานวิจัย” เพื่อสื่อสารเป็นนัยด้วยว่า หากเราจะ “แอบรัก” ใน “งานวิจัย” แล้วไซ้ร้ ก็ไม่มีใครที่จะ “อกหัก” ได้จริงๆ หรอก

สมสุข หินวิมาน

บรรณาธิการ