

บทบรรณาธิการ “เชื่อในสิ่งที่เห็น เห็นในสิ่งที่เชื่อ”

ทุกวันนี้ คำว่า “การประกอบสร้าง” (construction) ได้กลายมาเป็นหนึ่งในแนวคิดและแนวทางการศึกษาที่สำคัญของการแสวงหาความรู้ในศาสตร์ด้าน “สื่อสารศึกษา” (communication studies) แห่งศตวรรษที่ 21 เพราะสื่อไม่ได้ถูกมองว่าทำหน้าที่เพียงแค่ “สะท้อน” (reflect) ความเป็นจริงที่มีอยู่รอบตัวคนเราเท่านั้น หากแต่การสื่อสารยังเป็นช่องทางที่มีอำนาจในการ “ประกอบสร้าง/รื้อถอน/รื้อสร้าง” (construct/deconstruct/reconstruct) บรรดาคุณค่า ความหมาย และความเป็นจริงต่างๆ ไปในเวลาเดียวกัน

เพราะฉะนั้น เมื่อสื่อได้เล่นบทบาทกำหนดความเป็นจริงรอบตัวเช่นนี้ คำถามสำคัญจึงอยู่ที่ว่า ภาพความเป็นจริงที่ถูกผลิตและผลิตซ้ำให้ “เห็น” ผ่านสื่อใหญ่น้อย จะเป็นภาพที่มนุษย์เรา “เชื่อ” อยู่ได้ต่อไปหรือไม่ อย่างไร อันเป็นที่มาของแก่นคำถามหลักในวารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์ ฉบับ “เชื่อในสิ่งที่เห็น เห็นในสิ่งที่เชื่อ”* เล่มนี้ที่จะตรวจสอบให้เข้าใจว่า ภาพที่เรากำลัง “เชื่อ” และ “เห็น” อยู่ นั้น สะท้อนพลังอำนาจในการ “ประกอบสร้าง” ของการสื่อสารได้มากน้อยเพียงไร

เริ่มต้นจากบทความแรกของ อรุพงศ์ รักษาสัตย์ นักวิชาการที่ย้ายบทบาทจากผู้กำกับและผลิตภาพยนตร์ มาเปิดเผยให้เห็นเบื้องหลังการเข้ารหัสและประกอบสร้างภาษาภาพและเสียงที่อยู่ในสุนทรียภาพแห่งหนึ่งสารคดี *เพลงของข้าว* ที่กวาดรางวัลมาแล้วมากมายจากหลากหลายเวที ตามมาด้วยบทความวิจัยของ ชจิตชวิน กิจวิศาละ ที่วิเคราะห์ให้เห็นว่า ร้านอาหารไทยชั้นนำไม่ใช่แค่เพียงพื้นที่ที่มนุษย์เราเข้าไปดื่มด่ำกับดินเนอร์อันเลิศหรู หากแต่ยังเป็นพื้นที่ที่ประกอบสร้างและปรุงรสชาติแห่งสัญลักษณ์ความเป็นไทยแบบใหม่เอาไว้อย่างวิจิตรบรรจง และแม้แต่กับการสื่อสารความหมายในเรื่องเล่าที่เป็นจริง พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์ ได้เลือกสำรวจตรวจสอบว่า เมื่อเทคโนโลยีการผลิตสื่อก้าวหน้าขึ้น การประกอบสร้างความเป็นจริงให้กับความจริงในข่าวโทรทัศน์ก็มีความซับซ้อนและพิถีพิถันมากขึ้นเป็นประจักษ์ชัดแจ้ง

หากเราเชื่อในคำขวัญสโลแกนที่ว่า “โฆษณาสมัยนี้เนรมิตอะไรก็ได้” แอนนา จุมพลเสถียร ได้ย้อนรอยกลับไปดูพัฒนาการของอุตสาหกรรมโฆษณาไทย จากยุคที่นำเสนอข่าวสารโดยตรงของสินค้า มาสู่ยุคที่พลังแห่งสัญลักษณ์ของโฆษณากำลังประกอบสร้าง “ความจริงกึ่งหนึ่ง” (half truth) หรือการเล่าเรื่องของ “ความจริงแต่ไม่จริงทั้งหมด”

ในกลุ่มงานเขียนที่หันมาทบทวนศักยภาพของผู้รับสารในวังวนแห่งการสร้างภาพตัวแทนความเป็นจริงเหล่านี้ ประไพพิศ มุทิตาเจริญ ได้วิเคราะห์ให้เห็นบทบาทของสื่อบุคคลอย่างครูในฐานะของ “ผู้นำทางความคิดเห็น” (opinion leader) ที่จะยกระดับเยาวชนนักเรียนให้กลายเป็นผู้รับสารที่ทั้งตามคัมและแยกค้ายในการเท่าทันสื่อ ในขณะที่ นันทิยา ดวงภุมเมศ และสิรินทร พิบูลภานุวัธน์ ได้ทำวิจัยพัฒนาตัวชี้วัดสื่อโทรทัศน์สาธารณะที่จะสนองต่อการเรียนรู้ทางสังคมของผู้ชมให้รอบด้านขึ้น และปิดท้ายด้วย นงนุช ใจชื่น ที่แม้จะเชื่อมั่นในศักยภาพของเด็กที่จะเท่าทันสื่อก็ตาม แต่ก็เห็นว่า ศักยภาพดังกล่าวกำลังต้องปะทะต่อกรกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมอาหารและขนมขบเคี้ยว ที่คุกคามตาโถมเข้าสู่พื้นที่ของโรงเรียนและสถาบันการศึกษาทั่วราชอาณาจักร

ด้วยพลังอำนาจและสุนทรียศาสตร์ของการสื่อสารในการประกอบสร้างความ เป็นจริงให้กับทั้งเรื่องแต่ง เรื่องจริง ชีวิตประจำวัน และโลกรอบตัวเรา ที่นับวันจะลุ่มลึก และแยบยลยิ่งขึ้นเช่นนี้เอง วารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ ฉบับสีม่วงอ่อนสดใสเล่มนี้ จึงอยากจะชวนทั้งทายคำถามกับคุณผู้อ่านว่า แล้วเราจะยัง “เชื่อในสิ่งที่เห็น และเห็นในสิ่งที่เชื่อ” หรือจะว่าเป็นสำเนียงอีสานคลาสสิกว่า “เชื่อในสิ่งที่เฮ็ด เฮ็ดในสิ่งที่เชื่อ” กันต่อไปได้เพียงใด

สมสุข หินวิมาน
บรรณาธิการ