

บทบรรณาธิการ

“ข้ามพื้นที่...ข้ามวัฒนธรรม...และข้ามอื่นๆ อีกมากมาย”

การศึกษาค้นคว้าและเข้าสู่ปัญหาวิจัยด้าน “การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม” (cross-cultural communication) ดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องในแวดวงวิชาการวารสารศาสตร์และสื่อสารศึกษามายาวนานแล้ว และกระบวนทัศน์ที่ใช้ตั้งคำถามต่อการสื่อสารที่ข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมเอง ก็มีจุดยืนที่แตกต่างหลากหลายด้วยเช่นกัน

บ้างก็เชื่อว่า ทุกครั้งที่วัฒนธรรมที่ต่างกันข้ามพื้นที่และวงโคจรมาสื่อสารปฏิสัมพันธ์กัน ก็เกิดการปรับตัว สร้างสรรค์ และนำไปสู่วัฒนธรรมใหม่ที่มั่นคง รุ่มรวยยิ่งขึ้น เจกเช่นขนมเค้กของฝรั่งที่มาเจอกับใบเตยพื้นบ้านของไทย ก็สร้างสรรค์ ก่อกลายเป็นขนมเค้กใบเตยได้อย่างลงตัว แต่ในเวลาเดียวกัน นักวิชาการบางคนกลับเห็นว่า หากมีการข้ามพากฟ้าทางวัฒนธรรมมาเจอกันแล้ว จักรวรรดินิยมวัฒนธรรมที่เข้มแข็งกว่าก็จะกลืนกินและทำลายวัฒนธรรมเล็กๆ ย่อยๆ ลงไปในท้ายที่สุด แบบเดียวกับวิธีมองที่ว่า แม้ใบเตยกับเค้กจะผสมผสานกันได้ก็จริง แต่ก็ยังถูกเรียกว่าเป็นเค้กอยู่วันยังค่ำนั่นแล

อย่างไรก็ดี ต่อมาในระยะหลัง ทักษะต่อการสื่อสารข้ามพื้นที่และวัฒนธรรมจะเริ่มหันมาสนใจมิติ “ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ” (power relations) ที่เข้มข้นขึ้น และเห็นว่า ไม่มีการประสานกันหรือครอบงำกันแบบเบ็ดเสร็จสมบูรณ์ หากแต่บางยกบางจังหวะนั้น วัฒนธรรมที่เข้มแข็งกว่าก็จะครอบงำ แต่ในบางเงื่อนไขก็จะมีการตอบโต้จากวัฒนธรรมที่รองบ่อนกว่า รวมทั้งในบางช่วงเวลาก็อาจจะมีการสั่นไหวแปรผันไปแบบไม่สิ้นสุด เหมือนกับรสชาติของเค้กใบเตยที่ได้ชิมแล้ว บางครั้งก็จะได้รสชาติของเนื้อเค้ก แต่บางทีก็จะได้กลิ่นอวลละมุนของใบเตย และในเวลาเดียวกัน เราก็คงอาจผสมผสานวัตถุดิบใหม่ๆ ลงไปในการปรุงแต่งความเป็นเค้กใบเตยได้แบบไม่สิ้นสุดเช่นกัน

มุมมองที่ตั้งคำถามหลายหลากต่อประเด็น “การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม” เช่นนี้เอง กลายมาเป็นหัวข้อหลักของวารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์* ฉบับ “ข้ามพื้นที่...ข้ามวัฒนธรรม...และข้ามอื่นๆ อีกมากมาย” ที่ได้คัดสรรบทความที่ตอบโจทย์ต่างกันไปในการทำความเข้าใจการสื่อสาร ที่ทั้ง “ข้ามพื้นที่” ทั้ง “ข้ามวัฒนธรรม” และยัง “ข้ามอื่นๆ อีกมากมาย”

เริ่มต้นด้วยงานเขียนของ รุจน์ โกมลบุตร และคณะ ที่เลือกศึกษาช่องทางการสื่อสารในพื้นที่และวัฒนธรรมระดับ “ท้องถิ่น” (locality) อย่างหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดลำปาง และชี้ให้เห็นว่า ในขณะที่พื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยกำลังขยายตัว และถูก “ข้าม” รุกคืบให้กลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจของชาติ บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อย่างไร

ถัดมา เมื่อ “ความเป็นท้องถิ่น” มีการปะทะกับทั้ง “ความเป็นภูมิภาค” (regionality) และ “ความเป็นโลก” (globality) บทความอีกสองเรื่องก็สนใจตอบคำถามต่อปรากฏการณ์ดังกล่าว โดยในบทความเรื่องแรกของกลุ่มนี้ สรรตน์ จีรวารวิสุทธิ ได้สร้างสรรคงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ปฏิกิริยาของผู้ชมชาวจีนที่มีต่อการเสฟละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งมีเรตติ้งติดลมบนของปี 2561 อย่างเรื่อง *บุพเพสันนิวาส* ผู้เขียนได้ค้นพบว่า ภายใต้การ “ข้าม” พื้นที่ทางวัฒนธรรมดังกล่าว ผู้ชมชาวจีนไม่เพียงบังเกิดสุนทรียทัศน์เชิงบวก หากแต่พลังแห่งโลกจินตตัวยังสร้างพฤติกรรมเลียนแบบ และตามรอยละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าวอีกด้วย ในขณะที่ในอีกบทความนั้น ประไพพิศ มุขิตาเจริญ ได้พินิจวิเคราะห์กรณีศึกษาของตัวมาสคอตหมีดำแถมแดงอย่าง “คุเมะมง” ที่อาศัยการรังสรรค์กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องเล่า (storytelling) ซึ่งผลักดันให้จังหวัดคุมาโมโตะ “ข้าม” มากลายเป็นที่รู้จักไม่เพียงแคในหมู่ชนชาวญี่ปุ่น แต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้อย่างสร้างสรรค์และสัมฤทธิ์ผล

และเมื่อย้อนกลับมาดูอีกด้านที่ “ความเป็นโลก” ได้ “ข้าม” ไหลย้อนกลับมาปะทะกับ “ความเป็นท้องถิ่น” ในถ้วนทั่วทุกภูมิภาคด้วยแล้ว พิทยา พละพลีวัลย์ ได้เลือกกรณีศึกษาเรื่องวัฒนธรรมบริโภคนิยม (culture of consumerism) ระดับโลก มาเผยให้เห็นว่า แม้มนุษย์ต้องมีการเสฟ การกิน การจับจ่ายใช้สอย และการบริโภคเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิต แต่ทุกวันนี้เป็นเพราะการสื่อสารนั่นเอง ที่ทำให้กิจกรรมบริโภคอันเรียบง่ายแห่งชีวิตประจำวัน กลายเป็นสังคมโลกที่มนุษย์อาศัยการบริโภคเป็นศูนย์กลาง เพื่อบ่งชี้เกียรติภูมิ เกียรติยศ และตำแหน่งแห่งที่แห่งอัตลักษณ์ตัวตนของคนรุ่นใหม่

ในขณะเดียวกัน เรื่องของเพศ ความมีชื่อเสียง และความรู้ ดูจะเป็นสามประเด็นที่การสื่อสารมี “อำนาจ” เข้าไปกำหนดความเป็นจริงและความเป็นไปอยู่ไม่มากนักน้อย บทความอีกสามเรื่องสุดท้ายจึงสนใจอธิบายว่า การสื่อสารที่ “ข้าม”

อาณาบริเวณในเชิงวัฒนธรรม (cultural boundaries) ดังกล่าว จะมีหน้าตาและ
ท่วงทำนองอย่างไรกันบ้าง

พงษ์พันธุ์ กिरติวสิน และพนม คลีนายา ใช้กรณีศึกษาเมื่อผู้หญิงได้ “ข้าม”
พรมแดนมาอยู่ในพื้นที่การสื่อสารของพุทธศาสนา อันมีสลักแห่งอำนาจทางเพศฝัง
ตรึงเอาไว้ ผู้เขียนจึงย้อนกลับไปวิเคราะห์ปรากฏการณ์ของวาทกรรมและการปิดกั้น
การรื้อฟื้นภิกษุณีบริษัทในห้วงเวลาทางประวัติศาสตร์สังคมไทย ซึ่งท้ายที่สุดทำให้
เราเข้าใจถึงอำนาจต่างๆ ที่ปะทะประสานกันโดยมีการสื่อสารเป็นสนามต่อสู้ต่อกร
ดังกล่าว

ตามมาด้วยบทความของ ญาณิศา บุญประสิทธิ์ ซึ่งวิเคราะห์กรณีของสื่อ
ออนไลน์ที่เล่นบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนให้ “คนธรรมดา” ได้ “ข้าม” อาณาบริเวณ
มาสู่ “บุคคลที่มีชื่อเสียง” โดยตัวตนที่ถูกสร้างและตีความใหม่ดังกล่าวนี้เอง ก็มี
ผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจสังคมแฝงฝังอยู่นั่นเอง ก่อนจะมาปิดท้ายกับ รัตติกาล เจนจิต
และคณะ ที่เห็นว่า ทุกวันนี้มีโครงการวิจัยท้องถิ่นที่ถูกผลิตขึ้นเป็นล่ำเป็นสันมากมาย
แต่ปัญหาก็คืองานวิจัยเหล่านั้นไม่เคยส่งต่อไปถึงมือของผู้ใช้ประโยชน์จริงๆ ในท้องถิ่น
คณะวิจัยจึงออกแบบโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory
action research) ที่จะสร้างให้บุคคลธรรมดาอย่างนักศึกษาในสถาบันการศึกษา
ท้องถิ่น ได้ก้าว “ข้าม” มาเป็นผู้มีความรู้ในการแปลงสารจากงานวิจัยที่อ่านยากหรือ
ซับซ้อน (knowledge translators) และเป็นผู้เผยแพร่ความรู้ดังกล่าว (knowledge
distributors) ส่งผ่านกลับคืนสู่บ้านเกิดและท้องถิ่น

เพราะการสื่อสารเป็นเวทีของปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ผู้คนกับ
สังคม และสังคมหนึ่งๆ กับสังคมอื่นๆ จึงไม่แปลกที่ปัญหาเรื่องการสื่อสารที่ “ข้าม
พื้นที่...ข้ามวัฒนธรรม...และข้ามอื่นๆ อีกมากมาย” จังยังคงอยู่เป็นหัวข้อที่โลก
วิชาการจะขานรับให้กลายเป็นข้อคำถามต่อการค้นคว้า และข้อถกเถียงที่เปิดปริณทล
แห่งความรู้ด้านวารสารศาสตร์และสื่อสารศึกษาได้ต่อไปไม่สิ้นไม่สุด

สมสุข หินวิมาน

บรรณาธิการ