

บทบรรณาธิการ

“สร้างการสื่อสารคืองานของเธอหรือเปล่า...?”

ตามพื้นฐานแนวคิดทฤษฎีด้านสื่อสารศึกษา (communication studies) อธิบายว่า กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทั้ง 4 มิติของผู้ส่งสาร เนื้อหา/สาร ช่องทาง/สื่อ และผู้รับสาร ได้โคจรมาบรรจบพบเจอกัน เป็นสูตร “S-M-C-R” และที่สำคัญ มนุษย์ทุกผู้ทุกนามก็สามารถจะทำการสื่อสารได้เป็นเรื่องปกติ เพียงแค่อาศัยสื่อและสารเชื่อมร้อยตัวเรากับคนอื่นให้ครบองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านข้างต้น จนก่อเกิดเป็นความหมายหรือความเข้าใจร่วมกัน

แต่อย่างไรก็ดี มีคำถามที่ชวนสงสัยว่า ถึงแม้คนเราจะสื่อสารกันได้ในฐานะพื้นฐานแห่งการดำเนินชีวิตเช่นนี้แล้วก็ตาม แต่ในความเป็นภาคปฏิบัติทางสังคม (social practices) นั้น แค่ “สื่อสารได้” อาจจะไม่เพียงพอเท่ากับการ “สื่อสารเป็น” หรืออีกนัยหนึ่ง ยิ่งหากมนุษย์ต้องการบรรลุเป้าหมายบางอย่างที่กำหนดไว้ทั้งต่อปัจเจกบุคคลหรือสังคมด้วยแล้ว เราก็ยังต้องทำความเข้าใจวิธีการสื่อสารและออกแบบการสื่อสารอย่างมีกลยุทธ์ ตั้งแต่การมีความรู้ ทักษะ การวางแผน การกำหนดเป้าหมาย การเข้าใจผู้รับสารปลายทาง การรู้จักชั้นเชิงการทำงาน และอื่นๆ อันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ของการสื่อสารที่จะเกิดประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลได้สูงสุด

ด้วยเหตุดังกล่าว วารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์ ฉบับปริทัศน์* เล่มที่ “สร้างการสื่อสารคืองานของเธอหรือเปล่า...?” จึงได้ประมวลบทความวิชาการ 7 เรื่อง ที่จะมาเชิญชวนตั้งคำถามถึงกรณีศึกษาที่หลากหลาย และฉายแสงถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อตอบโจทย์ของปัจเจกบุคคลและสังคมอันแตกต่างกันไป

เริ่มต้นจากบทความสามเรื่องในกลุ่มแรกที่จับประเด็นว่าด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในมิติสุขภาวะจากหลากหลายแง่มุม โดยในบทความแรกนั้น กมลมาศ ชาญวิเศษ และอรรรคพล วงศ์กอบลาภ ได้เลือกศึกษาวิจัยกลยุทธ์การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในกรณีของกลุ่มที่อ่อนไหวเพราะบางอย่างวัยรุ่นที่อยู่ในสถานะซึมเศร้า (depression) จากการวิเคราะห์พื้นที่สื่อสารของทวิตเตอร์

ผู้เขียนทั้งคู่พบว่า ภาวะซึมเศร้าอาจมิใช่แค่ปัญหาเชิงจิตวิทยาระดับปัจเจกบุคคลเท่านั้น หากแต่เป็นสภาวะการณ์ที่เกิดเนื่องแต่ความกดดันทางสังคมและการขูดรีดของระบอบทุนนิยมที่ยังรากลึกอยู่ในโครงสร้างสังคมด้วยเช่นกัน ดังนั้น โลกที่วัยรุ่นเรียกแกล้งเล่นว่า “ทวิตภพ” จึงเป็นประหนึ่งเวทีแห่งการร้องขอความช่วยเหลือ (calling for help) ของเธอและเขาที่เผชิญหน้าอยู่กับภาวะซึมเศร้าในทุกช่วงระยะ โดยมีตัวแปรเรื่องชนชั้นทางสังคม (social classes) ร้อยรัดอยู่ในจักรวาลแห่งสนามการสื่อสารดังกล่าว

กับสถานการณ์การสื่อสารสุขภาพในบริบทแห่งการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ช่วงปี 2562 เป็นต้นมานั้น บทความอีกสองเรื่องได้เลือกหยิบแง่มุมการสื่อสารที่แตกต่างกันมาศึกษาวิจัย โดย สาวิตรี พรหมสิทธิ์ ได้เลือกสรุปบทเรียนกลยุทธ์การทำงานพัฒนาเยาวชนนักศึกษาให้เป็น “ผู้นำทางความคิดเห็น” (opinion leader) ในกระบวนการคิดเชิงออกแบบสื่อรณรงค์ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อกลุ่มชาติพันธุ์ ที่ต้องอาศัยเทคนิคสามประสานระหว่างความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ในขณะที่ นิธิตา แสงสิงแก้ว และคณะ เลือกถอดบทเรียนกลยุทธ์การสื่อสารความเสี่ยงในภาวะวิกฤติโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และค้นพบข้อเสนอแนะต่อการทำงานของกรมควบคุมโรค ที่ควรปรับกระบวนการสื่อสาร โดยยกระดับการทำงานจากหลักการสื่อสารความเสี่ยงสู่การสื่อสารในภาวะวิกฤติ ซึ่งจำเป็นต้องจัดการปัญหาเฉพาะหน้าที่เร่งด่วนในกรณีของโรคอุบัติใหม่ ที่มีทั้งความไม่แน่นอนและความไม่ชัดเจนของสารสนเทศและข้อมูลข่าวสารต่างๆ

จากบริบทด้านสุขภาพมาสู่บริบททางการเมือง ในขณะที่ผู้คนมักมีภาพจำว่า วัยรุ่นเป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (passive receivers) ต่อประเด็นต่างๆ ทางสังคมการเมือง วิไลวรรณ จงวิไลเกษม และคณะ ได้ออกแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ และให้ข้อสรุปต่อการสร้างเยาวชนให้เป็น “พลเมืองเชิงรุก” (active citizens) ผู้ตื่นรู้และเท่าทันสื่อ อันเป็น “หน่ออ่อน” แห่งเมล็ดพันธุ์ในการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองแห่งการรู้เท่าทันชาวปโลม เพื่อจะก้าวเป็นสื่อบุคคลเพื่อการพัฒนาระบบประชาธิปไตยในอนาคต

และจากบริบททางการเมืองระดับชาติสู่การเมืองเชิงสัญลักษณ์ อุดมการณ์ และความหมาย กับอีกสามบทความสุดท้ายในเล่มนั้น เรื่องแรกเป็นงานเขียนของ ภัทริยา ศรีสุข กับบทความวิจัยสัมพันธ์ (intertextuality) และการผสมข้ามสายพันธุ์ทางวัฒนธรรม (cultural hybridisation) ของตัวละคร ทศกัณฐ์ในบริบทแห่งวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ของไทย แม้ในฐานะ ตัวบทปฐมภูมิ (primary text) ทศกัณฐ์จะเป็นตัวละครในวัฒนธรรมชั้นสูงที่อยู่ในวรรณคดีเรื่องรามเกียรติ์ แต่เมื่อมีการถ่ายโยงข้ามมาสู่ตัวบททุติยภูมิ (secondary text) ผู้เขียนได้เผยให้เห็นเส้นทางของกลยุทธ์ทางภาษาและการสื่อสาร เพื่อ สืบทอดและผลิตซ้ำทศกัณฐ์ในฐานะสินค้าทางวัฒนธรรม (cultural commodities) ซึ่งมีทั้งด้านของการรักษาขนบคงเดิม ตัดทอน และดัดแปลง อันจะนำไปสู่การเมืองของอำนาจละมุน (soft power) แห่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้อย่างลงตัว

ส่วน อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์ และวิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ ได้ศึกษาการเมืองแห่งภาพลักษณ์ อันว่าด้วยกระบวนการสั่งสมทุน แปลงทุน และขยาย ทุนของดาราดูมีชื่อเสียงในอุตสาหกรรมบันเทิง ที่จะก่อกลายเป็น “ดารานักวิ่งมาราธอน” ในแวดวงกีฬา และด้วยเหตุที่ศิลปินดารามีทุนวัฒนธรรมการสื่อสาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์เป็น “หน้าตัก” ที่มีอยู่เดิม บัจเจกบุคคลกลุ่มนี้จึงสามารถใช้ ทั้งสื่อ สาร และกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และดำรงอยู่ในฐานะ “ดารานักวิ่งมาราธอน” เป็นมูลค่าเพิ่มเชิงสัญลักษณ์ได้อย่างต่อเนื่อง

ปิดท้ายกับบทความของ อรวรรณ ศิริสวัสดิ์ อภิษยกุล กับการศึกษา วิจัยการปรับตัวในการทำงานของนักข่าวภัยพิบัติ (disaster journalists) เมื่อเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลเข้ามาเขย่าความเปลี่ยนแปลงในแวดวงวิชาชีพวารสารศาสตร์ แม้ว่าเทคโนโลยีอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักเพียงอย่างเดียวที่มีผลกระทบต่อวงการสื่อตามจุดยืนที่นักวิชาการสำนักโตรอนโต (Toronto School) เคยเน้นย้ำเอาไว้ก็ตาม แต่ในสถานการณ์การตลาดสื่อที่มีการแข่งขันกันอย่างสูงมาก เทคโนโลยีดิจิทัลเองก็มีบทบาทสำคัญต่อความเปลี่ยนแปลงในแนวปฏิบัติของผู้สื่อข่าวภัยพิบัติไทย

ในสนามแห่งการแข่งขันกีฬานั้น “มวยวัด” กับ “มวยโอลิมปิก” อาจเหมือนกันในแง่ของการมีนักชกขึ้นแข่งขันกันบนสังเวียน แต่ความแตกต่างก็คือ “มวยวัด” อาจออกกลดลายชกไปแบบตาดีได้ตำร้ายเสียกันตามยถากรรม หากทว่าเป็น “มวยโอลิมปิก” แล้ว ต้องอาศัยชั้นเชิง รู้จักและเข้าใจคู่แข่ง มีเป้าหมายชัดเจน เคลื่อนไหวอยู่บนกฎกติกา มีการออกแบบวางแผนทั้งก่อนขึ้นชกบนผืนผ้าใบ รวมทั้งปรับกลยุทธ์และกลอุบายไปตามสถานการณ์ของแต่ละยก ฉันทได้ก็ฉันทนั้น ในสังเวียนแห่งการสื่อสารภายใต้บริบทสังคมการเมืองที่หลากหลาย หากเราเข้าใจถึงหลักแห่ง “การสื่อสารแบบมีกลยุทธ์” (strategic communication) ที่ต้องอาศัยทั้งความรู้ ทักษะ และสมรรถนะในการสื่อสารด้วยแล้ว เราก็อาจจะเปลี่ยนวิธีการสื่อสารประหนึ่ง “มวยวัด” หรือ “สื่อสารได้” ให้เป็นแบบ “มวยโอลิมปิก” หรือ “สื่อสารเป็น” ที่มีชั้นเชิง เข้าใจคุณลักษณะของผู้รับสารเป้าหมาย สื่อสารได้ตรงเป้าประสงค์ ออกแบบสื่อและสารได้อย่างมีสัมฤทธิ์ผล รวมทั้งกำกับทิศทางการสื่อสารอย่างมีกลยุทธ์และกุศโลบาย แจกเช่นเดียวกับที่บทความหลากหลายเรื่องรสนในวารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์ ฉบับ “สร้างการสื่อสารคืองานของเธอหรือเปล่า...?”* ได้สาธิตตัวอย่างกลยุทธ์การทำงานสื่อสารที่มีเป้าหมายตั้งแต่ระดับจุลภาค (micro-level) ของปัจเจกบุคคล ไปจนถึงระดับมหภาค (macro-level) ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และสถาบันสังคมในหลากหลายแง่มุม และอาจจะเป็นอีกบางตัวอย่างที่นำร่องเปิดแง่มุมในการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในมิติต่างๆ ต่อไป

สมสุข หินวิมาน
บรรณาธิการ