

บทบรรณาธิการ

“การเดินทางของฉันและเธอคือการเรียนรู้”

มนุษย์เรา “เดินทาง” เพราะต้องการสัมผัสโลกที่กว้างออกไปจาก ปริณทลที่ตนคุ้นเคยอยู่ทุกวี่วัน การออกไปพบเจอประสบการณ์ที่ต่างจากชีวิต ประจำวันปกติถือเป็นมรรควิธีของการขยายขยาย “เส้นขอบฟ้าแห่งความรู้” (horizon of knowledge) ให้กว้างไกลไปจากต้นทุนที่เรามีอยู่มาก่อนแล้วแต่ตั้งแต่เดิม

ฉันใดก็ฉันนั้น “การเดินทางไปในโลกแห่งความรู้ทางวิชาการ” (journey to the academic world of knowledge) ก็มีลักษณะการไม่แตกต่างกัน เมื่อนักวิจัยหรือนักวิชาการเดินทางท่องเที่ยวไปเก็บเกี่ยวความรู้ในโลก วิชาการ ก็ทำให้ “เส้นขอบฟ้าแห่งความรู้” ของศาสตร์สาขานั้นๆ ได้เปิดกว้าง และขยายต่อยอดของทุนความรู้และวัฒนธรรมที่ผ่านการสั่งสมมาก่อน ด้วยเหตุ ดังกล่าว เมื่อนักสื่อสารศึกษาของไทยได้ออกเดินทางสร้างสรรค์ผลงานความรู้ ทางวิชาการ ทั้งจากการตั้งใจสืบค้นแนวคิดทฤษฎี จากการประมวลและทบทวน วรรณกรรม จากการตั้งข้อสังเกตและขบคิดวิเคราะห์ และจากการทำวิจัยที่ ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยอันลุ่มลึกต่อสื่อและการสื่อสาร นับเป็นส่วนสำคัญของ วงจรการผลิตและสั่งสมองค์ความรู้ในศาสตร์การสื่อสารที่ก่อตัวขึ้นมาเกินกว่า กึ่งศตวรรษ

และในวาระที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ก่อตั้งมาครบรอบ 90 ปี พร้อมๆ กับวาระที่คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ได้เดินทางก้าวอย่างเข้าสู่ปีที่ 70 วารสารวิชาการ *วารสารศาสตร์ ฉบับเล่ม “การเดินทางของฉันและ เธอคือการเรียนรู้”* จึงขอเชิญชวนผู้อ่านทุกท่านเดินทางท่องโลกแห่งความรู้ใน ศาสตร์สาขาวารสารศาสตร์และสื่อสารศึกษา เพื่อที่เราจะได้เห็นถึง “หลักกิโล” (milestones) แห่งศาสตร์วิชาว่า ก้าวล่วงเดินทางมาถึงตำแหน่งแห่งที่หรือ จุดหมายอันใดกันแล้ว และจะมีเส้นทางเดินทางต่อไปในอนาคตกันในทิศทางใด ได้บ้าง

เริ่มต้นด้วยงานเขียนชิ้นแรกเป็นบทความวิจัยของ วิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพรกับการเหลียวหลังแลหน้าเพื่อทบทวนเส้นทางการเดินทางของพัฒนาการศาสตร์ด้านสื่อสารศึกษาของไทย จากบริบทยุคสงครามเย็นและมีผู้เล่นหลักคือองค์กรข้ามชาติอย่าง UNESCO มาสู่ยุคของการ “ตั้งไข่” ที่อิทธิพลจากชาติตะวันตกมีผลต่อสื่อสารศึกษาบ้านเรา จนถึงยุคปัจจุบันที่สาขาสื่อสารศึกษาอยู่ในบริบทการแข่งขันของธุรกิจการศึกษาและกระแสโลกาภิวัตน์อย่างเข้มข้น

จากนั้น อีกสองบทความถัดมา เป็นบทความวิชาการและบทความวิจัยในกลุ่มสาขาที่เจาะจงท่องไปในเชิงจิตวิทยาการสื่อสาร (psychology of communication) และการสื่อสารทางการตลาด (marketing communication) โดยในบทความเรื่องแรกของ กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์ ได้ทบทวนวรรณกรรมอันว่าด้วยโฆษณาแฝง หรือที่รู้จักกันในชื่อของ “product placement” อันเป็นกระบวนการฝังแฝงการโฆษณาโปรโมตสินค้าและบริการต่างๆ เอาไว้ในเนื้อหารายการเด็ก แม้ว่าแต่เดิมนักการตลาดจะมองว่า กลยุทธ์ดังกล่าวตอบโจทย์อันเป็นปกติของการส่งเสริมการขาย หากผู้เขียนกลับเห็นว่า กลวิธีสร้างความกลมกลืนของการวางสินค้าและบริการในคอนเทนต์สำหรับเด็กมีผลกระทบและขัดต่อ “ความเป็นธรรมชาติ” ต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็น “กลุ่มเปราะบาง” ได้เช่นกัน ในขณะที่บทความของ สรรค์ โรจนทัฬพะ และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล ก็ได้เลือกศึกษาอีกกลยุทธ์หนึ่งของการสื่อสารการตลาด ซึ่งใช้ชื่อศิลปินและดีดแฮชแท็กอยู่ในพื้นที่ของทวีตเตอร์ หรือที่ขนานนามใหม่ในทุกวันนี้ว่า “X” และจากการตรวจสอบวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคคนนั้น แม้ผู้รับสารจะตระหนักรู้ว่า นี่เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขายทางการตลาดก็ตาม หากแต่การใช้ชื่อศิลปินเช่นนี้ก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้ตราสินค้าและการตัดสินใจซื้อไม่มากนักน้อย

สำหรับสองบทความต่อมา ได้เขยิบจากมิติทางจิตวิทยามาสู่มุมมองการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์และความหมาย (signs and meanings) อันเป็นมิติทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเรื่องแรกเป็นผลงานบทความวิจัยของ กำจร หลุยยะพงศ์ กับการวิเคราะห์ภาพตัวแทน (representation) ของความตายในภาพยนตร์แนวผีของไทยในทศวรรษที่ 2550-ต้นทศวรรษที่ 2560 แม้ในอดีตความตายได้เคยถูก

ทำให้ออกห่างและกลายเป็นความเกลียดความกลัวของมนุษย์ แต่ทว่าจากการวิเคราะห์ภาพยนตร์ผีจำนวน 12 เรื่อง ผู้เขียนกลับพบว่า แม้จะมีหนังผีที่ตอกย้ำภาพเดิมๆ ของความตายที่น่ากลัว เจ็บปวด เป็นการพลัดพราก หรือแม้แต่นำไปสู่การล้างแค้นทวงคืนของวิญญาณผีผู้ถูกรกระทำ แต่ก็มีภาพยนตร์อีกกลุ่มหนึ่งที่กลับมองความตายเชิงบวก เป็นการเสียสละ หรือเป็นส่วนหนึ่งในความจริงแห่งชีวิตมนุษย์ซึ่งต้องมี “เกิดแก่เจ็บตาย” รวมถึงเป็นแม่แต่สี่ส้นในชีวิตที่มนุษย์เราจะได้พบเจอโลกใบใหม่ โดยทั้งหมดของกระบวนการสร้างความหมายดังกล่าวถือเป็นสนามแห่งการปะทะประสานกันของอุดมการณ์หลายชุด ทั้งอุดมการณ์ศาสนา/ความเชื่อ อุดมการณ์ปัจเจกชนนิยม อุดมการณ์เชิงสังคม และตัวแปรของความเป็นตระกูล (genre) แห่งภาพยนตร์แนวผี

ในขณะเดียวกัน รุ่งลติศ จตุรไพศาล ได้ลงมือศึกษาสัญญาและการเล่าเรื่องผ่านวิดีโอเกมแนวทางเลือกอย่าง *Detroit: Become Human* ด้วยการวิเคราะห์แนว Ludology ผสานกับทฤษฎีสัญญาวิทยาเชิงวิพากษ์ (critical semiology) แม้วิดีโอเกมชุดนี้จะกำหนดกรอบเอาไว้ให้ผู้เล่น แต่ในเวลาเดียวกันเรื่องเล่าของเกมก็ได้ออกแบบให้ผู้เล่นรู้สึกประหนึ่งเป็นอิสระในการกำหนดความหมายส่วนตัวผ่านตัวเลือกต่างๆ อันสัมพันธ์กับการผลิตซ้ำอุดมการณ์แนวเสรีนิยมและการต่อสู้ด้วยสันติวิธี ที่เป็นขั้วตรงข้ามกับระบอบศักดินานิยมและการใช้ความรุนแรงกดขี่ต่อชนชั้นล่างให้ตกอยู่ในอาณัติและอำนาจ

ในส่วนของการศึกษาการสื่อสารกับประเด็นกลุ่มคน งานเขียนของพรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์ ได้เลือกสำรวจงานวิจัยและงานวิชาการว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลกับสังคมผู้สูงอายุของไทย ผู้เขียนได้เผยให้เห็นว่า ในขณะที่โทรทัศน์ยังเป็นสื่อหลักที่ผู้สูงอายุไทยใช้มากที่สุด แต่ปริมาณรายการที่ผลิตเพื่อผู้ชมกลุ่มนี้กลับมีน้อยลงเป็นภาพแบบผกผัน ในขณะเดียวกัน ชุดความรู้/เนื้อหาที่ผู้สูงวัยยังต้องการผ่านสื่อโทรทัศน์หมายรวมถึงแต่เรื่องการดูแลและป้องกันสุขภาพ การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาของผู้สูงอายุ ศาสนาและหลักคำสอนในการกลม่อเมลาจิตใจ การเท่าทันเทคโนโลยีเพื่อป้องกันอาชญากรรมและกลโกงดิจิทัล และการจัดการทางเศรษฐกิจหรือการออมและลงทุนในช่วงบั้นปลายชีวิต

เมื่อโลกยุคดิจิทัลเรียกร้องพลังแห่งการสร้างสรรค์คอนเทนต์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเข้มข้น วารสารฉบับนี้ได้เลือกปิดท้ายด้วยบทความของ ดวงทอง สรประเสริฐ และณัฐนันท์ เทียมเมฆ ซึ่งลงมือทำวิจัยเพื่อสำรวจความต้องการและการออกแบบเนื้อหาวิทยากรสร้างสรรค์เนื้อหาที่สนองความสนใจของผู้เรียนผ่านระบบการเรียนรู้แบบเปิดด้วยตนเอง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของนิสิต นักศึกษา คนทำงาน และผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยเนื้อหาของรายวิชาที่จะตอบโจทย์โลกการทำงานในศตวรรษที่ 21 นี้ ควรมีลักษณะการผสมกันของหลักการคิดสร้างสรรค์ หลักการผลิตสื่อ และหลักการบริหารจัดการสื่อ อันจะนำไปสู่การต่อยอดการทำงานในทุกแวดวงวิชาชีพในยุคปัจจุบัน

กับ “การเดินทางท่องโลกความรู้สื่อสารศึกษา” ของเขาและเธอที่ได้ร่วมกันสรรค์สร้างงานเขียนบทความทั้ง 7 เรื่องราวในวารสารวิชาการวารสารศาสตร์ ฉบับนี้ น่าจะยืนยันธีมของเล่ม “การเดินทางของฉันและเธอคือการเรียนรู้” ที่อย่างน้อยก็เชิญชวนเราๆ ในฐานะผู้อ่านได้เห็นตัวอย่างเส้นทางเดินทางเกือบศตวรรษขององค์ความรู้สื่อสารศึกษาของไทย ทั้งในมิติการผลิตองค์ความรู้ผ่านสถาบันการศึกษาด้านสื่อสารศึกษา มิติจิตวิทยาและการสื่อสารทางการตลาด มิติการสื่อสารความหมายและวัฒนธรรม มิติการสื่อสารในประเด็นกลุ่มคน และมิติการสื่อสารกับการสร้างสรรค์เนื้อหา อันสามารถนำไปต่อยอดให้เกิด “การเดินทาง” เพื่อขยาย “เส้นขอบฟ้า” ทางประสบการณ์และความรู้ของศาสตร์สาขาวิชาออกไปอีกอย่างกว้างขวางและมากมาย

สมสุข หินวิมาน

บรรณาธิการ