



**กระบวนการสื่อสารที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในงานประเพณีสงกรานต์  
และการเล่นสบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ  
COMMUNICATION PROCESS TO PROMOTE CULTURAL TOURISM AND SABA  
TOSSING GAME (LEN SABA TRADITIONAL GAME) IN THE SONGKRAN  
FESTIVAL OF MON PEOPLE IN PHRA PRADAENG DISTRICT  
SAMUT PRAKARN PROVINCE**

ภาวิชัยกัณฐพร มงคลชาติ

Pavitguntaporn Mongkolchart

สุภาภรณ์ ศรีดี

Supaporn Sridee

กาน บุญศิริ

Karn Boonsiri

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Sukhothai Thammathirat Open University

Email : nuao9898@gmail.com

Received August 11, 2021; Revised September 9, 2021; Accepted November 1, 2021

### บทคัดย่อ

กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการเล่นสบ้าในงานประเพณีสงกรานต์ของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการนั้น สามารถจำแนกได้เป็น 2 ช่วง คือ การสื่อสารในช่วงเตรียมงาน และการสื่อสารในช่วงเทศกาล การสื่อสารในช่วงเตรียมงาน โดยคณะกรรมการจัดงานเทศกาลสงกรานต์พระประแดง เป็นการสื่อสารเพื่อการจัดการรายได้เพื่อนำมาใช้จ่ายในการจัดงาน และกำหนดรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ มีการสื่อสารระหว่างชุมชนและหน่วยงานราชการเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน โดยมีอำเภอพระประแดง ทำหน้าที่หลักในการดูแลรับผิดชอบในส่วนพิธีกรรม การสื่อสารในช่วงนี้มีทั้งการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวสงกรานต์พระประแดงและการสื่อสารเพื่อเตรียมการจัดงานของคณะทำงานที่มีการประชุมหารือวางแผนจัดกิจกรรมตามประเพณี การสื่อสารในช่วงเทศกาลแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารผ่านพิธีกรรม และการสื่อสารผ่านการละเล่น โดยการสื่อสารผ่านพิธีกรรมในวันสงกรานต์เป็นการสื่อสารเพื่อร่วมพิธีทำบุญตักบาตร การเข้าร่วมพิธีกรรมและการละเล่นต่าง ๆ การสรงน้ำพระ การรดน้ำของหนุ่มสาว และการละเล่นสบ้า ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้สัมผัสกิจกรรมการละเล่นงานสงกรานต์พระประแดงที่มีความสนุกสนาน และอนุรักษ์ประเพณีสงกรานต์ชาวมอญให้สืบทอดแก่คนรุ่นหลังต่อไป



**คำสำคัญ:** การเล่นส่ำบ้ำ, การสื่อสารผ่านพิธีกรรม, การสื่อสารผ่านการละเล่น, สงกรานต์พระประแดง

## Abstract

Communication process to promote cultural tourism and Saba playing in the Songkran Festival of Mon people, Phra Pradaeng District, Samut Prakan Province, can be classified into 2 phases: communication during the preparatory work, and communication during the festival. Communication during the preparatory work, by the Phra Pradaeng Songkran Festival Organizing Committee, is a communication for raising income. Indeed, the income is for event management and for spending on the process of defining various forms of activities. There is communication between communities and government agencies to facilitate operations. Phra Pradaeng District is responsible for the ritual parts of the event. Communications during this period include communication to publicize tourism news of Phra Pradaeng Songkran Festival and communication during the preparatory work of the Organizing Committee. The committee has meetings where activities planning based on tradition is discussed in detail. Communication during the festival can be divided into two types: communication through rituals and communication through play. Communication through rituals on Songkran day is a communication that aims to persuade people to join the merit-making ceremony and participate in various rituals and plays, such as sprinkling water onto the Buddha images, pouring and splashing water among the youth, and playing Saba. This is a communication that allows participants to experience enjoyable activities of the Phra Pradaeng Songkran Festival and preserve the Songkran tradition of the Mon people to be passed on to the next generation.

**Keywords:** Playing Saba, Communication Through Rituals, Communication Through Play, Songkran Phra Pradaeng

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย การกำหนดนโยบายรัฐบาลนั้นให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คือ “การสื่อสาร” (Communication) เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปยังบุคคลผู้เกี่ยวข้องทั้ง



ภายในและภายนอกองค์กร เป็นตัวการขับเคลื่อนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นจนสำเร็จลุล่วง อีกทั้งยังทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย (ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2552)

อำเภอพระประแดง เดิมเป็นเมืองชื่อ เมืองนครเขื่อนขันธ์ เป็นเมืองหน้าด่านของปากแม่น้ำเจ้าพระยา สร้างโดยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 เพื่อป้องกันการรุกรานของข้าศึกที่ยกมาทางทะเล ชาวพื้นเมืองเดิมของเมืองนครเขื่อนขันธ์หรือพระประแดง เป็นชาวมอญหรือมอญที่อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารในแผ่นดินไทยเป็นเวลากว่าร้อยปีมาแล้ว กล่าวได้ว่าประเพณีและวัฒนธรรมมอญ จึงฝังรากลึกแน่นแฟ้นในเมืองพระประแดงถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้ได้กลายเป็นคนไทย แต่ยังคงรักษาประเพณีเดิมไว้เป็นอย่างดีทางจังหวัดสมุทรปราการและชาวอำเภอพระประแดง จึงได้ร่วมกันจัดงานสงกรานต์พระประแดงขึ้น เพื่อเป็นการต้อนรับปีใหม่ของไทย และเพื่ออนุรักษ์ประเพณีของชาวมอญเอาไว้ เช่น ประเพณีการปล่อยนกปล่อยปลา การเล่นสละบ้า เป็นต้น โดยจัดร่วมกับงานสงกรานต์ทุกปี กำหนดงานหลังช่วงเทศกาลสงกรานต์ ประมาณ 1 สัปดาห์ ณ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ศึกษาที่มีความสนใจที่จะศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในงานประเพณีสงกรานต์ การเล่นสละบ้าของชาวมอญ รูปแบบการสื่อสารและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีสงกรานต์ของชาวมอญมีลักษณะอย่างไร มีการใช้สื่ออะไรอย่างไรบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีสงกรานต์ของชาวมอญ ให้มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หรือพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

### แนวคิดเกี่ยวกับสื่อพิธีกรรม

ผู้เขียนได้นำแนวคิดเกี่ยวกับพิธีกรรมเป็นแนวคิดหลักในการศึกษาด้านความเชื่อและพฤติกรรม ซึ่งความสัมพันธ์ของทั้งสองสิ่งนี้มักจะถูกเชื่อมโยงกันด้วยหน้าที่ที่สถาบันหนึ่งพึงมีต่อบุคคลและสังคม ภายใต้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ นับจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีนักมานุษยวิทยา และนักจิตวิทยาจำนวนมากให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจและการวิเคราะห์พิจารณาความหมายที่ปรากฏและซ่อนอยู่ในพิธีกรรม ซึ่งแต่ละสาขาก็มีรูปแบบและมุมมองที่แตกต่างกันออกไปดังนี้

อีริค โรธเนเบอร์เลอร์ (Eric W. Rothenbuhler, 1998; อ้างใน ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2552) ซึ่งกล่าวว่า พิธีกรรมประกอบไปด้วยรูปแบบของการกระทำและกระบวนการความคิด พิธีกรรมจึงเป็นสิ่งที่ผู้คนปฏิบัติและแสดงพฤติกรรมนั้นออกมาเช่นเดียวกับที่ตนคิด ขณะที่ข้อมูลจากประวัติศาสตร์และการสังเกตแสดงว่ารูปแบบที่แสดงให้เห็นมีความหลากหลายและไม่คงที่ในบางส่วนของกระบวนการความคิดและพิธีกรรม สำหรับผู้ที่เข้าร่วมพิธีกรรมบ่อยครั้งแล้วก็เกิดความเข้าใจในพิธีกรรมแตกต่างกันไปนั้น จะขึ้นอยู่กับชุดความรู้และการกระทำที่ผ่านประสบการณ์ของแต่ละคน และเมื่อกล่าวถึงบทบาทของ



พิธีกรรมแล้วพบว่า พิธีกรรมไม่ได้หมายถึงการกระทำของปัจเจกบุคคลเท่านั้น หากแต่มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างทางสังคมซึ่งประกอบด้วยภาษาและระบบสัญลักษณ์ ประเพณีรวมถึงศีลธรรมในด้านต่าง ๆ ด้วย

วิกเตอร์ เทอร์เนอร์ (Victor Turner, 1982; อ้างถึงใน สุชาดา กิตติตระกูลกาล, 2550) ให้คำจำกัดความของพิธีกรรมว่าเป็นฉาก ๆ หนึ่งของเหตุการณ์หรือพฤติกรรมการแสดงท่าทางคำพูด รวมถึงวัตถุ/สัญลักษณ์ (Symbols) ที่ถูกนำมาใช้ในพื้นที่เฉพาะ และแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสิ่งซึ่งมีอยู่จริงที่ศีลธรรมตาหรือถูกบังคับให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของพิธี

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2554) ได้ให้มุมมองสำหรับนักนิเทศศาสตร์ในเรื่องของสื่อพิธีกรรมคือ การประกอบพิธีกรรมนั้นเป็นเรื่องของการสื่อสารมีองค์ประกอบของการสื่อสารร่วมด้วยเสมอ กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553) ได้ให้ข้อสังเกตด้านลักษณะร่วมและลักษณะที่แตกต่างระหว่างสื่อพิธีกรรมและสื่อสารมวลชนว่าในขณะที่สื่อสารมวลชนเกิดขึ้นในโลกยุคสมัยใหม่สื่อพิธีกรรมกลับมีกำเนิดตั้งแต่โลกยุคเก่าและในขณะที่พิธีกรรมมีการปรับเปลี่ยนแต่ก็มีการคงรักษาไว้ซึ่งความเก่าแก่ เช่น การเปลี่ยนวัสดุในการประกอบพิธีกรรมจากวัสดุธรรมชาติเป็นวัสดุจากพลาสติค เป็นต้น นอกจากนั้นยังเป็นพฤติกรรมที่มีรูปแบบตามที่กำหนดไว้ สามารถเชื่อมโยงไปสู่ความเชื่อเรื่องอำนาจและการกระทำที่ลึกลับหรือมีความหมายซ่อนอยู่ โดยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางการแสดงเชิงพฤติกรรม (Ritual performance) เป็นการแสดงทางสังคมนรูปแบบหนึ่งที่สะท้อนภาพสังคมได้ทั้งในสังคมชนเผ่า (Tribal society) และในสังคมสมัยใหม่ (Modern Society)

ผู้เขียนได้นำแนวคิดเกี่ยวกับพิธีกรรมเป็นแนวคิดหลักในการศึกษาด้านความเชื่อและพฤติกรรมซึ่งความสัมพันธ์ของทั้งสองสิ่งนี้ ซึ่งมีการแสดงออกอย่างชัดเจนในการสื่อสารผ่านพิธีกรรม ที่มีการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ในงานประเพณีสงกรานต์ข้าวมอญในอำเภอพระประแดง เช่น กระบวนการพิธีการกวาดลานแม่ ข้าวเหนียวแดง พิธีการทำบุญตักบาตร การทำบุญเลี้ยงพระเพลหรือมีการจับสลากภัตถวายอาหารแด่พระสงฆ์ เป็นต้น

### แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม

ผู้เขียนได้นำแนวคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams, 1961; อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554) เป็นนักวิชาการชาวอังกฤษคนสำคัญผู้บุกเบิกทางรากฐานการศึกษาสื่อและวัฒนธรรมร่วมสมัยให้กับสำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham School) แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ สืบทอดมาจากแนวคิดของมาร์กซิลต์ สายวัฒนธรรมนิยม (Culturalism) ที่เน้นเรื่องส่วนรวมทั้งหมด (Totality) เขาเห็นว่า วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตทั้งหมด (Whole Way of Life) ไม่ว่าจะเป็ชีวิตทางวัตถุ ทางปัญญา หรือทางจิตวิญญาณจากคำนิยามนี้เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ ได้ทำการสำรวจประวัติศาสตร์พัฒนาการของมนุษย์และพบว่า วัฒนธรรมมีลักษณะ 2 ด้าน ด้านหนึ่งวัฒนธรรมจะบรรจุค่านิยมที่สนับสนุนให้ความชอบธรรมแก่โครงสร้างอุดมการณ์ที่มีอยู่ แต่ในอีกด้านหนึ่งวัฒนธรรมก็เป็น



ผลลัพธ์ของความพยายามร่วมกันของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ และในหนังสือ *The Long Revolution* (Raymond Williams, 1961; อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554) เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ ได้ประมวลความหมายของวัฒนธรรมที่ใช้ในวงการวิชาการว่ามี 3 ความหมาย คือ วัฒนธรรมหมายถึงสถานะที่สมบูรณ์ของมนุษย์ อันมีลักษณะเป็นสากลทั่วไป เช่น คุณค่าต่าง ๆ ในศาสนา หรือความงามทางศิลปะอันเป็นอมตะ เป็นต้น การวิเคราะห์วัฒนธรรมจะเพื่อกันค้ำหาความเป็นสากลเหล่านี้ และวัฒนธรรมในความหมายของสิ่งที่บันทึกเอาไว้อย่างเป็นทางการเอกสารลายลักษณ์อักษร (Documentary Record) ได้แก่ งานวรรณกรรมต่าง ๆ การวิเคราะห์วัฒนธรรมในความหมายนี้ก็เพื่อการวิพากษ์วิจารณ์ในแง่มุมต่าง ๆ เช่น สุนทรียะหรือหน้าที่ของวรรณกรรมต่อสังคม เป็นต้น ตลอดจนวัฒนธรรมในความหมายทางสังคม (Social Definition of Culture) เป็นความหมายของกลุ่มนักมานุษยวิทยาที่พิจารณาว่า วัฒนธรรมคือ วิถีชีวิตทั้งหมดของมนุษย์ที่ได้แสดงออกมาเป็นค่านิยมต่าง ๆ เช่น การถือเอาสุขภาพดีเป็นเป้าหมายชีวิตของคนรุ่นใหม่ การวิเคราะห์วัฒนธรรมตามความหมายนี้จึงต้องค้นหาความหมายและค่านิยมที่แฝงอยู่ทั้งในและนอกวิถีชีวิตของประชาชนเพื่อนำมาประกอบสร้างใหม่ (Reconstruction) เป็นต้น

สำหรับแนวคิดเรื่องการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ อธิบายว่าวัฒนธรรมต่าง ๆ ล้วนถูกผลิตขึ้นอยู่ตลอดเวลาในทุกสถานที่ เช่น การเกิดความคิดใหม่ ๆ การสร้างคำใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา หรือมีเครื่องแต่งกายแปลก ๆ ปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมที่ถือกำเนิดขึ้นมาใหม่นี้ หากไม่ได้รับการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดในครั้งต่อไป วัฒนธรรมใหม่นั้นก็จะมีอายุเพียงสั้น ๆ แล้วสูญหายไป แม้แต่วัฒนธรรมเก่าแก่ดั้งเดิมก็ต้องเป็นไปตามหลักการนี้เช่นกัน ดังนั้นกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมจึงนับว่าเป็นกระบวนการที่รองรับความยั่งยืนของวัฒนธรรมหนึ่งๆ นั่นเอง นอกจากนี้เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ยังอธิบายอีกว่าในกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction) ไม่ว่าจะเป็วัฒนธรรมแบบรูปธรรม (สิ่งที่จับต้องได้ เช่น สิ่งของ เครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น) หรือวัฒนธรรมแบบนามธรรม (สิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความคิด ทศนคติ ค่านิยม เป็นต้น) ล้วนแล้วแต่ต้องการองค์ประกอบหรือปัจจัยเช่นเดียวกับการผลิตโดยทั่วไป

ผู้เขียนได้นำแนวคิดการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม มาแสดงให้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารที่มีการสืบทอดทางวัฒนธรรม ขั้นตอน พิธีกรรมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นรูปธรรม เช่น กิจกรรมการกวนกาละแม ข้าวเหนียวแดง พิธีการทำบุญตักบาตร กิจกรรมสรงน้ำพระ เป็นต้น และที่เป็นนามธรรม เช่น ความคิด ค่านิยม ความเชื่อ ความศรัทธา ความสามัคคี เป็นต้น ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ งานสงกรานต์ ขวามอญอำเภอลำปาง

### แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารและกระบวนการสื่อสาร

การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร รูปแบบของการสื่อสารมี 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารที่เป็นทางการ และการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเพื่อให้ประสบ



ผลสำเร็จในการดำเนินงานนั้น ผู้บริหารจะต้องสื่อสารทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ สิ่งแวดล้อมและต้องเหมาะสมกับสิ่งที่จะสื่อสารและบุคคลที่จะสื่อสารด้วย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสารตามที่ต้องการ นอกจากนี้การสื่อสารที่ผิดพลาดอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรได้ ดังนั้นการสร้างระบบและกลยุทธ์การสื่อสารที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็น “หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารทุกองค์กร คือ การจัดระบบการสื่อสารตลอดจนการไหลของข้อมูลข่าวสารทั้งในและนอกองค์กรและลดความผิดพลาดหรืออุปสรรคในการสื่อสาร” นอกจากนี้ในการทำการประชาสัมพันธ์ ส่วนหนึ่งต้องอาศัยกลวิธีในการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารคล้อยตาม ซึ่งการโน้มน้าวใจ คือ ความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศคติ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคคลอื่น ด้วยกลวิธีที่เหมาะสม ให้มีผลกระทบต่อใจผู้นั้นจนเกิดการยอมรับและเปลี่ยนตาม ผู้โน้มน้าวใจต้องการ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อชักนำหรือโน้มน้าวให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา กระตุ้นหรือเร้าใจให้เห็นความสำคัญของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ปลุกใจให้เกิดความสำนึกและปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง และเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ มีความเห็นคล้อยตามและนำไปปฏิบัติ (ศักดา ปั่นเหง่งเพ็ชร์, 2556)

กระบวนการสื่อสาร (Communication Process) โดยทั่วไปเริ่มต้นจากผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ทำหน้าที่เก็บรวบรวมแนวความคิดหรือข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เมื่อต้องการส่งข่าวไปยังผู้รับข่าวสาร ก็จะแปลงแนวความคิดหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกมาเป็น ตัวอักษร น้ำเสียง สี การเคลื่อนไหว ฯลฯ ซึ่งเรียกว่าข่าวสาร (Message) จะได้รับการใส่รหัส (Encoding) แล้วส่งไปยังผู้รับข่าวสาร (Receivers) ผ่านสื่อกลาง (Media) ในช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) ประเภทต่าง ๆ หรืออาจจะถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรงก็ได้ ผู้รับข่าวสาร เมื่อได้รับข่าวสารแล้วจะถอดรหัส (Decoding) ตามความเข้าใจและประสบการณ์ในอดีต หรือสภาพแวดล้อมในขณะนั้น และมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับไปยังผู้ส่งข่าวสารซึ่งอยู่ในรูปของความรู้ ความเข้าใจ การตอบรับการปฏิเสธหรือการนิ่งเงียบก็เป็นได้ ทั้งนี้ข่าวสารที่ถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสารอาจจะไม่ถึงผู้รับข่าวสารทั้งหมดก็เป็นได้ หรือข่าวสารอาจถูกบิดเบือนไป เพราะในกระบวนการสื่อสาร ย่อมมีโอกาสเกิดสิ่งรบกวน หรือตัวแทรกแซงได้ (Noise or Interferes) ทุกขั้นตอนของการสื่อสาร

กระบวนการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่ง (Sender) หมายถึง ผู้พูด ผู้เขียน ผู้แสดงมีข่าวสาร ความคิดเห็น หรือความหมายที่ต้องการส่งไป การใส่รหัส (Encoding) ผู้ส่งพยายามเรียบเรียงความคิดนั้น ๆ ออกมาเป็นคำพูด สัญลักษณ์ การแสดง ซึ่งการใส่รหัสเป็นสิ่งจำเป็น เพราะข่าวสารจะส่งผ่านไปถึงผู้อื่นได้ด้วยการมีสื่อ ถ้าผู้ส่งสารใช้สื่อได้ถูกต้อง และง่ายก็จะสะดวกต่อผู้รับสารข่าวสาร (Message) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ข่าวสารที่เป็นคำพูด และข่าวสารโดยไม่ใช่คำพูด ได้แก่การใช้สัญลักษณ์เป็นสื่อ ช่องทางการสื่อสาร (Channel) เป็นการถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง ซึ่งการติดต่อสื่อสารจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น ต้องมีช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับข่าวสารที่ส่งไป ผู้รับ (Receiver) ผู้รับข่าวสารได้ดี ต้องสอดคล้องกับสื่อ ถ้าสื่อด้วยคำพูด ผู้รับต้องเป็นผู้ฟังที่ดี ถ้าสื่อด้วยการเขียน ผู้รับต้องอ่านและจับใจความให้ได้ การถอดรหัส (Decoding)



เป็นกระบวนการตีความหมายของผู้รับ ซึ่งมีผลขึ้นกับประสบการณ์และการประเมินผลของผู้รับ สิ่งรบกวน (Noise) เป็นสิ่งที่จะทำให้การส่งสารเกิดความผิดพลาด เข้าใจผิด และตีความหมายผิดไป อาจหมายถึงอุปสรรคต่าง ๆ เช่น ความไม่ตั้งใจฟัง สื่อที่ขาดประสิทธิภาพ เสียงไม่ชัดเจน เป็นต้น ซึ่งมักจะเกิดขึ้นในช่วงของการใส่รหัส และถอดรหัส ข้อมูลป้อนกลับ (feedback) เป็นการย้อนกลับของกระบวนการติดต่อสื่อสารถึงความรู้สึกของผู้รับสาร และผู้รับสารจะกลายเป็นผู้ส่งสารตามกระบวนการเช่นเดิมต่อไป

ผู้เขียนได้นำทฤษฎีเรื่องกระบวนการสื่อสาร ที่องค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร เพื่อนำมาอธิบายกระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับเรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายมอญผ่านเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในการศึกษาครั้งนี้จำแนกกระบวนการสื่อสารได้เป็น 2 ช่วงคือ การสื่อสารในช่วงเตรียมงาน และการสื่อสารในช่วงเทศกาล ดังนี้

### **กระบวนการสื่อสารในเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**

ผู้เขียนขอแนะนำเสนอบทความวิชาการตามกรอบการทบทวนทฤษฎีเรื่องกระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับเรื่อง การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายมอญผ่านเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยพบว่า กระบวนการสื่อสารในเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ช่วง คือ การสื่อสารในช่วงเตรียมงาน และการสื่อสารในช่วงเทศกาล

#### **กระบวนการสื่อสารในช่วงเตรียมงาน**

การสื่อสารในช่วงเตรียมงานของเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ จะเกิดขึ้นจากคณะบุคคลที่จัดตั้ง และคัดเลือกขึ้นมาเป็นกรณีพิเศษ คือ คณะกรรมการจัดงานเทศกาลสงกรานต์พระประแดง ซึ่งมีหน้าที่หลักในการจัดการรายได้เพื่อนำมาใช้จ่ายในการจัดงาน และกำหนดรูปแบบ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะแสดงในปีที่ตนรับผิดชอบ โดยจะต้องประสานงานกับหน่วยงานระดับตำบล อำเภอพระประแดง และจังหวัดสมุทรปราการซึ่งมีหน้าที่ในการให้คำปรึกษาและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน โดยมีอำเภอพระประแดง ทำหน้าที่หลักดูแลรับผิดชอบในส่วนพิธีกรรม

คณะกรรมการทั้ง 3 กลุ่ม ประกอบด้วยฝ่ายอำนวยการ ฝ่ายอาคารสถานที่ และฝ่ายพิธีกรรม ซึ่งฝ่ายพิธีกรรมนี้ถือเป็นแกนนำในการจัดงานเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีเป้าหมายในการสื่อสาร เพื่อแจ้งหรือบอกกล่าวไปยังสมาชิกในกลุ่ม ถึงความสำคัญของงานสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ พระประแดง ตลอดจนสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่ออนุรักษ์และสืบสานประเพณีอันดีงาม ของจังหวัด ซึ่งรูปแบบการสื่อสารส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นทางการ (Formal Communication) เพราะเป็นการพูดคุยกันในที่



ประชุม แต่การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) ก็ยังมีให้เห็นในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของสมาชิกกับสมาชิกที่อยู่ในสายงานเดียวกัน

สำหรับทิศทางในการสื่อสารเป็นแบบสองทาง (Two way Communication) โดยมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ระหว่างคณะกรรมการกลุ่มต่าง ๆ และมีทิศทางไหลของการสื่อสารมี 3 ลักษณะ คือ จากบนลงล่าง (Top-down Communication) ในกรณีที่ประธานชี้แจงถึงหน้าที่หลักที่คณะกรรมการจะต้องดำเนินการให้แก่สมาชิก ส่วนทิศทางไหลของการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up Communication) เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ต่อประธานในที่ประชุม และการไหลของการสื่อสารใน ระดับเดียวกัน (Horizontal Communication) เกิดขึ้นในกรณีที่สมาชิก มีข้อสงสัย ข้อโต้แย้งก็สามารถสอบถามได้ นอกจากนี้การสื่อสารในช่วงเตรียมงานของกลุ่มผู้นำกับสมาชิก และสมาชิกด้วยกันนั้น ใช้ทั้งวัจนภาษา (Verbal Communication) และอวัจนภาษา (Nonverbal Communication) ควบคู่กัน แต่วัจนภาษา (Verbal Communication) มีสัดส่วนการใช้มากกว่าอวัจนภาษา (Nonverbal Communication) เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการประชุมทั้งกลุ่มย่อย และกลุ่มใหญ่ (กาญจนา แก้วเทพ, 2554)

ในช่วงเตรียมงานสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มผู้นำยังได้ทำการสื่อสารกับ ประชาชนทั่วไป หน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ แจกกำหนดการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะดำเนินการ ตลอดจนขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานภาครัฐ เอกชน เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในขบวนแห่ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการโดยมีการใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น

### กระบวนการสื่อสารในช่วงเทศกาล

การสื่อสารในช่วงเทศกาลเกิดขึ้นหลังจากที่คณะกรรมการกลุ่มต่าง ๆ ได้จัดเตรียมงานเป็นที่เรียบร้อย และพร้อมที่จะเปิดเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยสาระสำคัญของการสื่อสารในช่วง เทศกาลแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารผ่านพิธีกรรม และการสื่อสารผ่านการละเล่น

การสื่อสารผ่านพิธีกรรม เป็นการสื่อสารผ่านการประกอบพิธีกรรม ก่อนวันสงกรานต์จะมาถึง โดยชาวบ้านจะเตรียมบ้านเรือนให้สะอาด นำเงินที่เก็บหอมรอมริบไว้มาใช้จ่าย เพื่อการรื่นเริงในวันสงกรานต์ เริ่มจากกิจกรรมกวนกาละแม ข้าวเหนียวแดง เพื่อทำบุญตักบาตรหรือแจกจ่ายญาติพี่น้อง ผู้ที่คุ้นเคยและเคารพนับถือ การกวนกาละแม เป็นเรื่องความสนุกสนานของหนุ่ม ๆ สาว ๆ โดยบ้านใดกวนกาละแม ก็จะไปบอกเพื่อบ้านใกล้เคียงให้มาช่วยกัน เพราะกาละแมกระทะหนึ่ง ต้องใช้เวลากวนถึง 6 ชั่วโมง จึงได้ที่โดยใน 1 วัน จะกวนได้ 2 กระทะเท่านั้น หนุ่ม ๆ ทำหน้าที่กวน และการกวนกาละแมจะหยุดไม่ได้ เพราะจะทำให้ไหม้ จึงต้องกวนอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นยังมีการเลี้ยงสุรอาหารและคุยกันระหว่างหนุ่ม ๆ สาว ๆ นอกจากการส่งข้าวสงกรานต์แล้ว ยังมีการสงฆ์น้ำพระสงฆ์อีกด้วย โดยกำหนดวันที่จะไปสงฆ์น้ำพระสงฆ์ให้เจ้าอาวาสทราบ ต่อจากนั้นจะสร้างซุ้มกันเป็นห้องน้ำ





ด้วยทางมะพร้าว ปูพื้นด้วยแผ่นกระดานสำหรับให้พระเข้าไปสรงน้ำ ราน้ำที่ต่อเข้าไปในซุ้มยาวพอสมควร ทั้งนี้เพื่อให้ชาวบ้านได้สรงน้ำพระกันอย่างทั่วถึง โดยจัดตั้งโถงน้ำไว้เป็นระยะ เพื่อให้ชาวบ้านใช้น้ำในโถงนี้สรงน้ำพระซึ่งจัดขึ้นในเวลาประมาณบ่าย 2 โมง หลังจากทำบุญเลี้ยงพระเพลหรือมีการจับสลากภัตถวายอาหารแด่พระสงฆ์แล้ว โดยนิมนต์พระสงฆ์ที่มีอาวุโสสูงลงสรงก่อน ชาวบ้านจะใช้ขันของตนตักน้ำในโถงเทลงไปใ้ราง น้ำจะไหลตามรางเข้าไปในซุ้มที่พระสรง ในระหว่างนี้จะมีคนคอยตะโกนบอกชาวบ้านให้หยุดหน้า ทั้งนี้เพื่อให้พระได้ดูเหยื่อโคลและชาวบ้านผู้ชายจะเข้าไปช่วยดูเหยื่อโคลพระด้วยก็ได้ เมื่อพระสงฆ์องค์หนึ่งสรงน้ำเสร็จก็นิมนต์พระองค์ต่อ ๆ ไป ในการสรงน้ำพระ ชาวบ้านจะเอาน้ำอบหอมเทปนลงไปกับน้ำในรางด้วยก็ได้ การสรงน้ำพระถือเป็นการขอพรและการกุศลทำให้อยู่เย็นเป็นสุข (ธวัชชัย บุญอุ้ม, 2554)

ระบำบ่อน ในวันสงกรานต์จะเห็นสาว ๆ ชาวบ้านตามหมู่บ้านต่าง ๆ รวมกลุ่มกันตั้งบ่อนสะบ้าส่วนมากอยู่ตามใต้ถุนเรือนชั้นเดียว และมีสาวงามอยู่ประจำทุกบ่อน ก่อนเล่นต้องปรับดินให้เรียบเสียก่อนโดยใช้น้ำรดหมาด ๆ แล้วเอาตะลุมพุกสำหรับตำข้าวทุบดินให้แน่น ต่อจากนั้นใช้ขวิดกลิ้งให้เรียบความกว้างยาวของบ่อนขึ้นอยู่กับเนื้อที่ของใต้ถุนบ้าน ด้านหัวบ่อนใช้กระดานหนา ๆ มาตั้งโดยเอาสันลงด้านหลังกระดานนี้มีม้ายาวตั้งอยู่หลายตัวเป็นที่นั่งของผู้เล่น กระดานนี้มีหน้าที่รับลูกสะบ้าที่ผู้เล่นอีกฝ่ายทยอยมากระทบไว้มิให้ลูกสะบ้ากระเด็นไป และป้องกันเท้าของผู้นั่งมิให้ถูกสะบ้าที่ทยอยมา มีการประดับประดากระดาษสายรุ้งสีต่าง ๆ และปักธงเสาเรือนรอบๆ บ่อนสะบานั้น ทุกบ่อนมีผู้หญิงสูงอายุเป็นหัวหน้าบ่อน และดูแลเป็นพี่เลี้ยงสาว ๆ ประจำบ่อน บ่อนสะบ้าเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีผู้เล่นทั้งฝ่ายชายและหญิงประมาณ 8 คน อย่างมากไม่เกิน 15 คน หญิงสาวแต่งตัวแบบสมัยโบราณอย่างสวยงาม วิธีเล่นสะบ้า ฝ่ายหญิงเป็นผู้ตั้งลูกสะบ้า เรียกว่า "จู" ให้ฝ่ายชายเริ่มเล่นก่อน ฝ่ายชายนั่งที่ม้า นั่งตรงข้ามกับฝ่ายหญิง หัวหน้าฝ่ายชายเริ่มเล่นก่อน โดยเล่นทำไหน คนต่อ ๆ ไปเล่นทำเดียวกันนั้นจนครบทุกคน กติกาการเล่นสะบ้าแตกต่างกันไปบ้างแล้วแต่หมู่บ้าน แต่ละทำต้องเล่นให้ถูกคู่ของตน หากลูกสะบ้าที่ไม่ใช่คู่ของตนถือว่าเสีย "อูย" ต้องเปลี่ยนให้ฝ่ายตั้งรับกลับมาเล่นบ้าง ช่วงนี้ฝ่ายชายและหญิงจะได้คุยกัน การเล่นสะบ้าอาจจะเล่นไปจนสว่างหรือค่อนข้างมืด แต่ต้องได้รับอนุญาตจากผู้ควบคุมบ่อน ฝ่ายแพ้จะถูกปรับหรือรำให้ดู ทำเล่นประกอบด้วยชื่อต่าง ๆ คือ ทินเต็ง เป็นท่าแรก ผู้เล่นนำลูกสะบ้าวางบนหลังเท้าแล้วโยนไปข้างหน้า แล้วตีลูกสะบ้าไปถูกคู่ของตน ทำต่อไป ได้แก่ จิ้งฮะอยู่ อีเร็ด ฮะเนิดเบา ฮะเนิดป้อย อีโซ อีเกน อีมายมับ ตองแก้ม มายฮะเกร็น มายโล่น อะลองเต็ง เป็นต้น ทั้งหมดมีประมาณ 12-20 บท (ธวัชชัย บุญอุ้ม, 2554)

ในช่วงของเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ซึ่งจะปรากฏในพิธีกรรมประเพณีสงกรานต์ วันสงกรานต์พระประแดง เป็นวันสงกรานต์ของชาวมอญที่สนุกสนานมากและเป็นที่ยึดถือของประชาชนชาวไทยทั่วไปทุกที่ จะมีผู้มาร่วมเล่นน้ำในวันสงกรานต์พระประแดงเป็นจำนวนมาก เนื่องจากจัดภายหลังจากสงกรานต์อื่น ๆ (ถัดจากวันสงกรานต์ไทยไปหนึ่งอาทิตย์)



จุดเด่นอีกประการหนึ่งคือ การมีขบวนแห่นางสงกรานต์ พร้อมด้วยขบวนแห่ก-แห่ปลา ที่ยิ่งใหญ่ สวยงามตระการตาที่หลายหน่วยงานและหมู่บ้านร่วมกันจัดขึ้น สงกรานต์พระประแดงนั้น เป็นที่ สนุกสนาน ยิ่งนักเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วประเทศ ถึงความยิ่งใหญ่และความสวยงามตระการตาของ ขบวนแห่นางสงกรานต์ ขบวนรถบุปผาชาติ ขบวนสาวรามัญ-หนุ่มลอยชาย ที่ยังคงรักษาประเพณีเก่า ๆ ไว้อย่างมั่นคงตลอดถึงเอกลักษณ์การแต่งกายด้วยชุดไทยรามัญและชุดลอยชาย และขณะแสดงใน ขบวนแห่โดยที่มีทิศทางไหลของการสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down Communication) เพราะรูปแบบการจัดงานและการละเล่นต่าง ๆ ได้มีการกำหนดไว้ชัดเจนแล้ว จะเปลี่ยนแปลงอีกไม่ได้ การเล่นสบ้าในเกมการละเล่นเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ไม่เป็นทางการ การละเล่นจะใช้ทั้ง วจน ภาษา (Verbal Communication) และอวจน ภาษา (Nonverbal Communication) โดยวจน ภาษา (Verbal Communication) สื่อความหมายผ่านเกมการละเล่น ฝ่ายหญิงเป็นผู้ตั้ง ลูกสบ้า เรียกว่า "จู" ให้ฝ่ายชายเริ่มเล่นก่อน ฝ่ายชายนั่งที่ม้านั่งตรงข้ามกับฝ่ายหญิง หัวหน้าฝ่ายชาย เริ่มเล่นก่อน โดยเล่นท่าไหน คนต่อ ๆ ไปเล่นท่าเดียวกันนั้นจนครบทุกคน กติกาการเล่นสบ้าแตกต่างกันไปบ้างแล้วแต่หมู่บ้าน แต่ละท่าต้องเล่นให้ถูกคู่ของตนหากถูกสบ้าที่ไม่ใช่คู่ของตนถือว่าเสีย "อูย" ต้องเปลี่ยนให้ฝ่ายตั้งรับกลับมาเล่นบ้าง ช่วงนี้ฝ่ายชายและหญิงจะได้คุยกันโดยตรง ระหว่างคู่เล่นฝ่าย ตรงข้าม

ส่วนรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏในช่วงเทศกาล จะมี 2 แบบ คือ แบบเป็นทางการ (Formal Communication) และแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) โดยส่วนการแสดงในขบวน แห่จะมีรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการ (Formal Communication) เพราะแต่ละขบวนแห่จะมีการ วางระบบแบบแผนในการแสดงไว้ล่วงหน้า ส่วนการสื่อสารผ่านพิธีกรรมจะมีรูปแบบการสื่อสาร ที่ไม่ เป็นทางการ (Informal Communication) เนื่องจากในขณะประกอบพิธีกรรม ร่างทรงเจ้าพ่อ- เจ้าแม่ จะใช้การพูดคุย สั่งการโดยที่ไม่มีการกำหนดหรือวางแผนไว้ล่วงหน้า

นอกจากนี้การสื่อสารทั้งส่วนพิธีกรรมและการละเล่น จะใช้ทั้งวจน ภาษา (Verbal Communication) และอวจน ภาษา (Nonverbal Communication) โดยวจน ภาษา (Verbal Communication) จะใช้ในการสั่งงาน หรือแนะนำ ส่วนอวจน ภาษา (Nonverbal Communication) ซึ่งแสดงออกในลักษณะการแสดงสัญลักษณ์หรือภาษาท่าทางซึ่งจะถูกใช้มากกว่าวจน ภาษา (Verbal Communication) เพราะในขณะประกอบพิธีกรรมและขณะแสดงในขบวนแห่ จะมีเสียงรบกวน ที่ดังมาก ซึ่งเป็นอุปสรรคในการสื่อสารดังนั้นการสื่อสารด้วยอวจน ภาษา (Nonverbal Communication) จึงมีส่วนสร้างความเข้าใจในการสื่อสารได้

กลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวการเล่นสบ้าในงานประเพณีสงกรานต์ของชาวมอญ อำเภอบางขัน จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นในช่วงเตรียมงานจะเกิดขึ้นในกลุ่มที่ มีการคัดเลือกและจัดตั้งขึ้นมาเป็นกรณีพิเศษ การสื่อสารที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้นำส่วนใหญ่เป็นการสื่อสาร แบบเป็นทางการเพราะเป็นการพูดคุยในที่ประชุม ทิศทางการสื่อสารเป็นแบบสองทาง และการไหลของ



การสื่อสารมีทั้งบนลงล่างและในระดับเดียวกัน เนื่องจากในที่ประชุมจะมีการแสดงความคิดเห็นหรือสอบถามข้อสงสัยตลอดเวลา

นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการซึ่งเกิดขึ้นระหว่างสมาชิกกับสมาชิกที่มีความคุ้นเคยกันเป็นชาวตลาดพระประแดงเหมือนกัน การสื่อสารที่เกิดขึ้นจึงมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการและเป็นการสื่อสารสองทาง จึงทำให้สมาชิกกล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น ซึ่งเป็นตามแนวคิดของอิธนันท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2534) ที่ว่าบรรยากาศความเป็นกันเองในกลุ่มมีส่วนช่วยลดหรือขจัดความกังวลใจ ความไม่สบายใจ ความประหม่า อาย และตึงเครียด

กลุ่มผู้นำในการจัดงานเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ นับว่าเป็นกลุ่มที่มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานเป็นอย่างมาก คณะกรรมการทุกคนมีความเชื่อและศรัทธาพิธีกรรมต่าง ๆ ในวันสงกรานต์ ซึ่งผลสะท้อนออกมาที่ความยิ่งใหญ่อลังการ โดยพบว่า สาเหตุที่ทำให้เทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ยังคงยืนหยัดอยู่ได้และแรงศรัทธาต่อพิธีกรรมต่าง ๆ ที่ไม่เสื่อมคลายลงไปตามกาลเวลา เนื่องมาจากผู้นำและสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ เป็นกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากลักษณะของกลุ่มที่มีประสิทธิภาพและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันของสมาชิกแล้ว สิ่งที่ทำให้เทศกาลสงกรานต์ ประสบความสำเร็จนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จากการศึกษาพบว่า ในช่วงเตรียมงาน ก่อนถึงเทศกาล สิ่งที่คณะกรรมการหรือกลุ่มผู้นำต้องดำเนินการ มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่สร้างการรับรู้ต่อประชาชนทั่วไปถึงเทศกาลสงกรานต์และสร้างความตระหนักและตื่นตัวต่อบทบาทหน้าที่ของสมาชิกที่มีส่วนร่วมในการจัดงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2554) ที่ว่า สื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปยัง กลุ่มเป้าหมายได้

ในช่วงของการเตรียมงาน นอกจากสื่อกิจกรรมพิเศษ ที่คณะกรรมการจัดงานเลือกใช้เพื่อสื่อสารกับประชาชนแล้ว ยังมีสื่อบุคคลในลักษณะของการร่วมประชุมเพื่อ ระดมความคิดเห็นจากสมาชิก ในการประชุมประจำเดือน ในขณะที่ประชุมสมาชิกจะแสดงความคิดเห็น ชักถาม และโต้ตอบอย่างอิสระ คู่สื่อสารจะทำการสื่อสารโดยใช้ทั้งวัจนภาษา และอวัจนภาษาในการโต้ตอบ การแสดงออกซึ่งสีหน้าและท่าทางและน้ำเสียง ทำให้คู่สนทนา ทราบถึงความพอใจหรือไม่ พอใจของอีกฝ่ายได้ดีกว่า สื่อสารด้วยวัจนภาษาเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2554) ที่ว่าการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวที่ถ่ายทอดผ่านวัจนภาษามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การสื่อสารแบบสองทาง ในที่ประชุมยังเป็นเครื่องมือที่จะทำให้สมาชิก เกิดความเข้าใจและปฏิบัติกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง จากการโต้ตอบ และชักถาม ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของเบอร์โล (อ้างใน ศิรดา พงษ์ภมร, 2547) ที่กล่าวเกี่ยวกับการสื่อสารสองทางว่า เป็นการสื่อสารที่ทำให้ผู้ส่งสาร ทราบผลของการสื่อสารว่า บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารหรือไม่ นอกจากนี้ในช่วงของการเตรียมงาน หากมองย้อนกลับไปตั้งแต่คณะกรรมการจัดงานที่ได้รับมอบหมายนั้น คณะกรรมการจัดงานมีภารกิจ



ที่ต้องทำงานร่วมกันก่อนถึงเทศกาล สงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ ก่อนวันสงกรานต์จะมาถึง โดยชาวบ้านจะเตรียมบ้านเรือนให้สะอาด นำเงินที่เก็บหอมรอมริบไว้มาใช้จ่ายเพื่อการรื่นเริงในวันสงกรานต์ มีการกวนกาละแม ข้าวเหนียวแดง เพื่อทำบุญตักบาตรหรือแจกจ่ายญาติพี่น้อง ผู้ที่คุ้นเคยและเคารพนับถือ การกวนกาละแมเป็นเรื่องความสนุกสนานของหนุ่ม ๆ สาว ๆ โดยบ้านใดกวนกาละแมก็จะไปบอกเพื่อนบ้านใกล้เคียงให้มาช่วยกัน เพราะกาละแมกระทะหนึ่งต้องใช้เวลากวนถึง 6 ชั่วโมง จึงได้ทีโดยใน 1 วัน จะกวนได้ 2 กระทะเท่านั้น หนุ่ม ๆ ทำหน้าที่กวน และการกวนกาละแมจะหยุดไม่ได้ เพราะจะทำให้ไหม้ จึงต้องกวนอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นยังมีการเลี้ยงสุรอาหารและคุยกันระหว่างหนุ่ม ๆ สาว ๆ มีโอกาสในการสื่อสารกันมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Berlo (อ้างใน ศิรดา พงษ์ภมร, 2547) ที่ว่า ความถี่ (Frequency) ในการสื่อสารมีผลอย่างมากในการเรียนรู้และโน้มน้าวต่าง ๆ โดยต้องมีปริมาณที่เหมาะสม

เทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานสืบสานรุ่นต่อรุ่นจนปัจจุบันจัด ว่าเป็นวัฒนธรรมของจังหวัด ซึ่งกว่าจะดำเนินมาถึงจุดนี้ได้ต้องผ่านการผสมผสานทางวัฒนธรรม ระหว่างคนไทยและไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ซึ่งมีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันในหลายมิติ สอดคล้องกับแนวคิดของ Samovar and Porter (อ้างใน จิราพร บุตรสันติ, 2559) ที่กล่าวว่า มนุษย์จะมองโลกผ่านกรอบประสบการณ์ การรับรู้และวัฒนธรรม ความเหมือนกันทางวัฒนธรรมจะทำให้เกิด ความเข้าใจทางความหมายทางวัฒนธรรมร่วมกัน ลักษณะเด่นที่ทำให้เทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการยิ่งใหญ่ คือการได้รับการสนับสนุนจาก หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา ในการให้การสนับสนุนงบประมาณและเข้าร่วมในขบวนแห่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ รัตนานนท์ (อ้างใน นงเยาว์ ปิฎกฤษต์, 2554) ที่ว่า การส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้านจำเป็นต้องมีองค์กรภาคเอกชน มูลนิธิ ชมรม สมาคม หรือวัดในท้องถิ่นนั้นเป็นองค์กรหลักในการช่วยอนุรักษ์ ส่วนทางราชการก็ต้องให้การสนับสนุน เชิดชู ให้ กำลังใจ วัฒนธรรมพื้นบ้านจึงจะดำรงอยู่ได้ สำหรับการเข้ามาให้การสนับสนุนและเข้าร่วมในขบวนแห่ของหน่วยงานต่าง ๆ สำหรับการละเล่นของไทยเชื้อสายมอญที่แสดงในขบวนแห่ในเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ การถ่ายทอดทางวัฒนธรรมและผลของพิธีกรรมทำให้เห็นภาพสะท้อนในด้านต่าง ๆ เช่น ภาพสะท้อนที่มีต่อสังคม เป็นต้น เมื่อมีผู้มาท่องเที่ยวมาก ก็จะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นผลด้านเศรษฐกิจให้ดีขึ้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ประชาชนได้รับข่าวสารในเทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสะบ้าของชาวมอญมากเป็น อันดับ 3 รองจากสื่อบุคคลและป้ายโฆษณาเท่านั้น ซึ่งสามารถสะท้อนได้ว่าในอนาคตการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ รวมทั้งสื่อออนไลน์โซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นต้น ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและช่วยลดต้นทุนประชาสัมพันธ์ในการจัดงานได้อย่างมาก

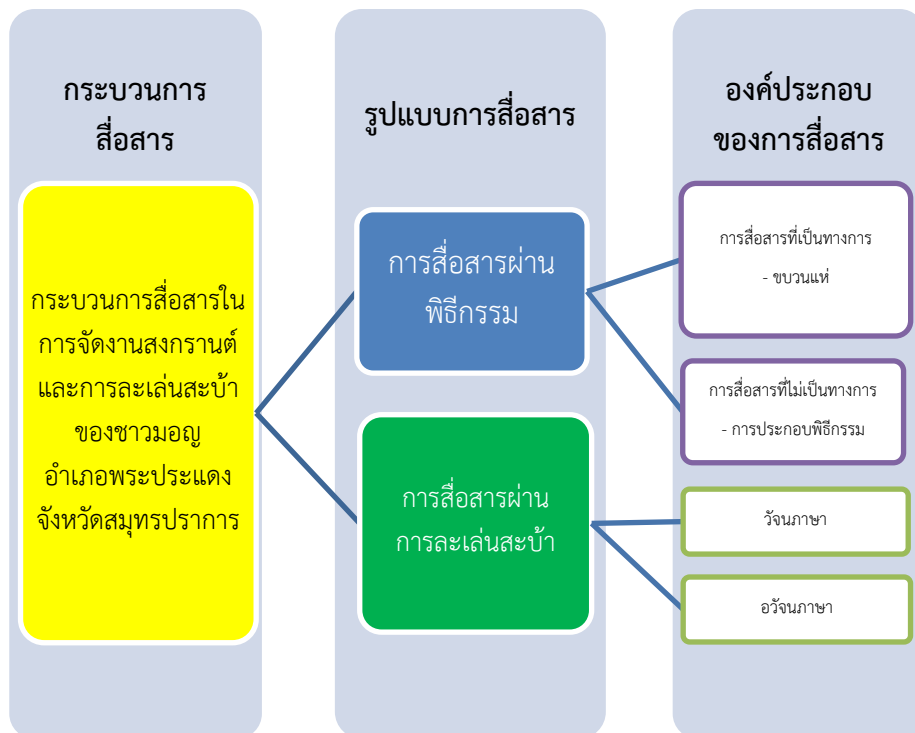


## สรุป

กระบวนการสื่อสารในการจัดงานสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นถึงการกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำในการจัดการสงกรานต์และการละเล่นสละบ้า รวมทั้งความสามารถในการสื่อสารและการจัดการในการแบ่งงานที่เหมาะสมของหน่วยงานภายในและภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าและประชาชนในพื้นที่ให้ความสำคัญกับประเพณีสงกรานต์และละเล่นสละบ้า รู้สึกภาคภูมิใจเห็นคุณค่าในตัวประเพณี อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นภาพลักษณ์เชิงคุณค่าของไทยสู่จิตใจนักท่องเที่ยวด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทยและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าการท่องเที่ยว โดยให้สื่อมวลชนนำเสนอประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกและนักท่องเที่ยวได้รับรู้และอนุรักษ์ประเพณีสงกรานต์และการละเล่นสละบ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ให้สืบทอดต่อไป

## องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

สรุปองค์ความรู้เป็นกระบวนการสื่อสารในการจัดงานสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกระบวนการสื่อสารในการจัดงานสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ



จากการศึกษากระบวนการสื่อสารข้างต้น นำมาซึ่งข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการจัดงาน สงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยควรมี การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมในการจัดงานสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยการสื่อสารผ่านความคิดของคณะกรรมการจัดงาน เป็นหลักเพราะคณะกรรมการจัดงานเป็นผู้จัดการรายได้ กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารควรมุ่งไปที่ การสื่อสารกับกลุ่มเยาวชน และกลุ่มชาวบ้าน เพื่อเพิ่มโอกาสในการมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายจากความคิดของสมาชิกที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานมี ประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาการจัดงานเทศกาลสงกรานต์และ การละเล่นสละบ้าของชาวมอญ และงานประเพณีอื่น ๆ ได้ โดยในการสื่อสารด้านพิธีกรรมและการจัด กิจกรรมการแสดงบนเวที ในอดีตจะเป็นการแสดงของลูกหลานอำเภอพระประแดงเท่านั้น แต่ปัจจุบัน คณะกรรมการจะใช้วิธีจ้างบริษัทที่รับออกแบบและจัดงาน (Organizer) เป็นผู้วางแผนและนำเสนอ คณะกรรมการเพื่อตัดสินใจ ซึ่งอาจทำให้การมีส่วนร่วมของ ประชาชนในลดน้อยลง ควรเปิดโอกาสให้ ประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มชาติพันธุ์ชาวมอญในเขตพื้นที่อื่นได้เข้ามามีบทบาทมีส่วนร่วมในกิจกรรม ประกอบกับการเลือกใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ เทศกาลสงกรานต์และการละเล่นสละบ้าของชาวมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ คณะกรรมการควรให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของผู้รับสาร ที่เปลี่ยนแปลงไป ในอดีตเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ทั้งนี้การสื่อสารออนไลน์อาจเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ปัจจุบันผู้รับสารมีพฤติกรรมใน การรับสารจากสื่อ อินเทอร์เน็ต ทั้งเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย มากขึ้น ดังนั้นก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการควรศึกษาถึงพฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสารของประชาชนก่อนทุกครั้ง นอกจากนี้ควรเพิ่ม กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารโดยให้มีการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว โดยเน้นที่นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยให้เทศกาลสงกรานต์พระประแดงเป็นที่รู้จักมากขึ้นและจะเป็น ช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ให้กับประเพณีอื่น ๆ ได้ และควรสนับสนุนให้มีการประเมินผลในประเด็น ของการสื่อสาร ตั้งแต่ช่วงก่อนเทศกาล ในช่วงเทศกาล และหลังเทศกาล เพื่อวัดผลว่าการสื่อสาร ในแต่ละช่วงมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดนอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสในการทำการสื่อสารในครั้งต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2554). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: เอดิชั่นเพรส โปรดักส์.



- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ, สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, และทิพย์ธู กฤษสุนทร. (2554). *สื่อพื้นบ้านศึกษาในสายตา นิเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราพร บุตรสันต์. (2559). *ลักษณะและปัญหาในการสื่อสารต่างวัฒนธรรมระหว่างชาวเลกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน: กรณีศึกษาโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตชาวเลในตำบลราไวย์ อำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2534). *การสื่อสารในกลุ่ม*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธวัชชัย บุญอ้อม. (2554). *ทัศนคติของชาวมอญพระประแดงในการเล่นส่บ้าทอย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นงเยาว์ ปิฎกฤษต์. (2554). *บทบาทของพระสงฆ์ในการส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้าน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสารมิตร.
- ลัดดา จิตตคุตตานนท์. (2552). *การวิเคราะห์การสื่อสารเชิงวัฒนธรรมเพื่อการดำรงอยู่และสืบทอดประเพณีบูชาอินทิล*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศักดา ปั้นเหน่งเพชร. (2556). *บุคลิกภาพและมารยาท*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริดา พงษ์ภมร. (2547). *กระบวนการสื่อสารเพื่อการดำรงรักษางานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2554). *กลยุทธ์การตลาด วางแผนการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ดวงกลมสมัย