

การสื่อสารดิจิทัลเพื่อการส่งเสริมการรับรู้เชิงวัฒนธรรม:

กรณีศึกษาประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่น

Digital Communication for Promoting Cultural Awareness:

Case Study of the Bun Kum Khao Yai Tradition Khon Kaen Province

ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล*

Trairath Pluempitichaikul*

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

School of Communication Arts, Sripatum University

*Corresponding author's email: Trirath.pl@spu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

27 กุมภาพันธ์ 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

11 พฤษภาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

12 พฤษภาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งศึกษาความเปลี่ยนแปลงทางด้านการสื่อสาร ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารในยุคปัจจุบัน ซึ่งพฤติกรรมในการเข้าถึงสื่อสอดคล้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น จะพบว่าช่องทางของสื่อดิจิทัลมีความหลากหลายและตอบสนองต่อการใช้งานที่แตกต่างกัน ในแง่แล้ว การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในเชิงวัฒนธรรมผ่านช่องทางในสื่อดิจิทัลยังมีความซับซ้อน ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำกรณีของประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่น มาใช้ศึกษาปรากฏการณ์ เนื่องจากเป็นประเพณีท้องถิ่นที่มีการสืบทอดอย่างยาวนานและได้รับการยอมรับจากสังคม งานศึกษานี้ต้องการแสวงหาแนวทางการใช้สื่อดิจิทัลที่สามารถสร้างผลลัพธ์ต่อการส่งเสริมการรับรู้ของสาธารณชน โดยความสำคัญของสื่อดิจิทัลที่มีพลังในการส่งเสริมการเรียนรู้ ตลอดจนการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลที่รวดเร็วอันมีผลให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในทางสังคม จากการศึกษาพบว่ามีความหลากหลายในการส่งเสริมการรับรู้สื่อดิจิทัลผ่านการเรียนรู้และพัฒนาการใช้งานสื่อดิจิทัลอย่างตระหนักถึงคุณค่า อีกทั้งเพิ่มทักษะในการพิจารณาของบุคคลผู้รับสาร

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล, การรับรู้เชิงวัฒนธรรม

ABSTRACT

This academic article aimed to study the changes in communication affecting the perception of information of the recipients in the present era. The behavior of accessing media was consistent with the development of technology and innovation. It was found that the channels of digital media were diverse and respond to different usage. In this aspect,

communication to create cultural understanding through digital media channels was even more complex. The researcher has used the case of the Big Rice Festival in Khon Kaen province to study the phenomenon because it was a local tradition that has been passed down for a long time and was accepted by society. This study aimed to find a way to use digital media that can create results in promoting wider public awareness. Due to the importance of digital media that had the power to promote learning as well as rapid communication and dissemination of information, which resulted in the participation of the recipients in society. The study was found that there were guidelines for promoting digital media awareness through learning and developing the use of digital media with awareness of its value, as well as increasing the judgment skills of the recipients of the message

Keywords: Digital Media, Cultural Awareness.

บทนำ

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์นอกเหนือจากปัจจัย 4 ขั้นพื้นฐาน มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม ทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น เป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอด พัฒนาเรียนรู้และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ นอกจากนี้การสื่อสารยังเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชนและสังคมในทุกด้าน (เบญจมาศ ขำสกุล, 2558)

มนุษย์จึงเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ต้องมีการสื่อสารข้อมูลถึงกันและกัน ซึ่งในสมัยโบราณมนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่น ปากเปล่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์วิทยุจากนั้นเมื่อเข้าสู่ยุคที่มีเครือข่าย คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อ ที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chat Programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Web Board) จวบจนถึงปัจจุบัน มนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันถึงกันและกันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554)

ด้วยเหตุนี้พัฒนาการของการสื่อสารดิจิทัลในปัจจุบันส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงในทุกด้านของการขับเคลื่อนสังคม นวัตกรรมทางเทคโนโลยีจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคน ไม่เพียงแต่ช่วยให้การดำเนินชีวิตสะดวกขึ้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลส่งผลให้หลายภาคส่วนต้องปรับตัว เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในประเทศไทย อีกทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ

และการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของภาครัฐและเอกชน พร้อมทั้งยังเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาประเทศ (ธรินทร์ เลิศสุชีเกษม, 2565) นอกจากนี้เทคโนโลยีช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลและบริการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย (Smith et al., 2022)

จะเห็นว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Services: SNS) ว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการออนไลน์ที่เน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นความสนใจ ร่วมกันเกี่ยวกับกิจกรรม เหตุการณ์เรื่องราว ภาพเพื่อสร้างเครือข่ายสังคม (Social Networks) หรือความสัมพันธ์ในสังคม (Social Relation) ระหว่างกลุ่มบุคคล แหล่งบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นบริการสารสนเทศบนเว็บ ที่อนุญาตให้แต่ละคนสร้างโปรไฟล์ของตนเอง สร้างรายชื่อของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อสร้างชุมชนออนไลน์ที่เชื่อมโยงกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันภายในระบบ ตัวอย่างบริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น Email, Google, Facebook, Web Blog, Twitter, LinkedIn, Instagram และอื่น ๆ ดังนั้นสังคมปัจจุบันจึงมีเครือข่ายสังคมที่เชื่อมโยงข้อมูลกันในสังคมเครือข่าย โดยมีบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือทางเทคโนโลยี (น้ำทิพย์ วิภาวิ, 2015)

อีกทั้งจะพบว่า การเปิดรับสื่อดิจิทัลผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีแนวโน้มที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลและการสื่อสารของผู้บริโภค มีแนวโน้มที่จะเปิดรับข้อมูลจากแหล่งออนไลน์ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น โซเชียลมีเดีย (Social Media), บล็อก (Blog), และพอดแคสต์ (Podcast) โดยเฉพาะอย่างยิ่งแพลตฟอร์มที่เสนอเนื้อหาที่ปรับแต่งตามความสนใจของผู้ใช้ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของแหล่งข้อมูลมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่ต้องการรับสารผ่านสื่อดิจิทัลอย่างสอดคล้องกับพฤติกรรมของตน ตลอดจนการมีส่วนร่วมในเนื้อหาที่สร้างขึ้นโดยผู้ใช้อีกก็เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (Smith et al., 2022) ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของการใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบวิดีโอและการสตรีมมิ่งที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความสะดวกในการเข้าถึงและความหลากหลายของเนื้อหาการศึกษาแสดงให้เห็นว่าแพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ (Video Online) เช่น ยูทูบ (YouTube) และ เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) ได้กลายเป็นแหล่งข้อมูลหลักสำหรับการบริโภคเนื้อหาและการสร้างประสบการณ์การรับชมที่เป็นส่วนตัว

การมีส่วนร่วมในสื่อดิจิทัลได้ส่งผลต่อพฤติกรรม的开รับสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น การติดตามผู้สร้างเนื้อหาที่มีชื่อเสียงและการเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง (Martínez and García 2023) ด้วยเหตุนี้การเปิดรับข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดการตัดสินใจของมนุษย์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะเมื่อเกิดความไม่แน่นอนหรือเกิดปัญหากับตนเอง ชานนท์ ศิริธร (อ้างใน กรกมล แจ่มเจริญยิ่ง, 2564) กล่าวถึงการเปิดรับสื่อว่าสามารถพิจารณาได้จากระยะเวลาหรือช่วงเวลา ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารและจำนวนสื่อที่จะใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าสื่อดิจิทัลเป็นส่วนสำคัญในการสร้าง

ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งการส่งเสริมความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของผู้รับสาร เช่นเดียวกันกับ ประเด็นของการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรมทั้งในระดับประเทศชาติ และระดับท้องถิ่น

โดยงานศึกษานี้จะมุ่งพิจารณาการใช้สื่อดิจิทัลในการส่งเสริมการรับรู้ในประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นประเพณีทำบุญที่ชาวนาเก็บเกี่ยวข้าวแล้วจะนำมานวดที่ลานนวดข้าว ก่อนนำข้าวไปเก็บในยุ้งฉาง เรียกว่า บุญคูณลาน โดยเชิญญาติพี่น้องมาร่วมทำบุญเพื่อร่วมบูชาแม่โพสพ โดยนิมนต์พระสงฆ์ มาเจริญพระพุทธมนต์โยงด้ายสายสิญจน์รอบกองข้าวบุญกุ่มข้าวใหญ่หรือบุญคูณลาน เป็นประเพณีทำบุญที่ ชาวนาเก็บเกี่ยวข้าวแล้วจะนำมานวดที่ลานนวดข้าว ก่อนนำข้าวไปเก็บในยุ้งฉาง เรียกว่า บุญคูณลาน โดยเชิญ ญาติพี่น้องมาร่วมทำบุญเพื่อร่วมบูชาแม่โพสพ โดยนิมนต์พระสงฆ์มาเจริญพระพุทธมนต์ โยงด้ายสายสิญจน์ รอบกองข้าว ถวายอาหารบิณฑบาต เลี้ยงญาติมิตร พระสงฆ์อนุโมทนาประพรมน้ำพระพุทธมนต์ผู้ร่วมพิธี ตลอดจนประพรมลานข้าว วั ว ควาย เจ้าของนา เพื่อเป็นสิริมงคลจะเห็นว่าพฤติกรรมทางจริยธรรมผูก จิตวิญญาณของคนไว้กับข้าว จนเกิดเป็นวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวกับการผลิตการเพาะปลูกข้าว จึงมีพิธีกรรมสำคัญในทุก ๆ ขั้นตอนการเพาะปลูกเพื่อให้ผลผลิตข้าวอุดมสมบูรณ์ (ทองแถม นาถจำนง, 2559) ทั้งนี้ จังหวัดขอนแก่นโดยอำเภอบ้านไผ่ ได้สืบสานประเพณีดังกล่าวโดยกำหนดจัดงานแห่ปราสาทข้าวหรือ บุญกุ่มข้าวใหญ่ ในเดือนมกราคมของทุกปี (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น, 2566) โดยเป็นประเพณี ที่ถูกยกย่องเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่

โดยปัญหาสำคัญคือ การเข้าถึงข้อมูลและคนในสังคมต่างหลงลืมคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่น จนกลายเป็นสิ่งที่ดูห่างไกลกับวิถีชีวิต ซึ่งหากเราส่งเสริมก็จะมีผลต่อการสืบสานและอนุรักษ์เผยแพร่ ศิลปะวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ตลอดจนสร้างรายได้ผ่านกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัลมาใช้ในการสร้างและส่งเสริมการรับรู้ให้เกิดการเปิดรับในประเพณีเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยการสื่อสารข้อมูลที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาบูรณาการกับรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่ หลากหลาย เช่น มีการนำเอาข้อความ ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือวีดิทัศน์มาเรียบเรียงผสมผสาน เข้าด้วยกันจนเกิดเป็นสื่อที่มีความหลากหลายและเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ซึ่งการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลจึงนับได้ว่าเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากเหตุผล หลายประการ เช่น จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ลักษณะของผู้รับสารหรือผู้ชมที่เกิดขึ้นมาใน ยุคการสื่อสารสื่อดิจิทัล (บุหงา ชัยสุวรรณ, 2558) ก็จะสามารถสนับสนุนให้เกิดความเข้าใจและตระหนักถึง คุณค่าของประเพณีในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สื่อดิจิทัลเพื่อการส่งเสริมการรับรู้ประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่น

ในปัจจุบันประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่หรือบุญคูณลานนั้นยังเป็นประเพณีที่สืบทอดและปฏิบัติ ต่อกันมา เป็นบุญประเพณีของชาวอีสานที่แสดงให้เห็นจิตวิญญาณของชุมชนที่ดำรงอยู่ด้วยวิถีเกษตรกรรม มาช้านาน ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของแผ่นดิน ด้วยจิตสำนึกในบุญคุณของข้าวที่หล่อเลี้ยงชีวิตทุกคน นอกจากนี้ยังเป็นการแสดงออกถึงพลังแห่งความร่วมมือร่วมใจของชุมชน เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวจึงได้มีการทำพิธี

บูชาแม่พระโพสพ ซึ่งทำกันเมื่อเกี่ยวข้าวเสร็จแล้วโดยนำข้าวมากองไว้กลางลานนวด แล้วทำพิธีบายศรีข้าว หรือเมื่อนวดข้าวเสร็จจะได้ข้าวเปลือกกองใหญ่กลางลานนวด ชาวอีสานได้เรียกกองข้าวเปลือกใหญ่ว่า “กุ่มข้าวใหญ่” และจะทำพิธี “รับขวัญข้าว” เพราะถือคติความเชื่อว่าขณะที่เรานำเกี่ยวข้าวและนวดข้าว เราใช้เท้าเหยียบย่ำข้าวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องร่วมทำพิธีบูชา เพื่อขอขมาพระแม่โพสพจะได้เป็นสิริมงคลต่อตนเองและครอบครัวให้มีแต่ความผาสุก (ทรงคุณ จันทจร และคณะ, 2561) แต่นับวันการรับรู้ในวัฒนธรรมนี้เริ่มอยู่ในความสนใจผ่านสื่อแบบดั้งเดิมน้อยลงไป เนื่องด้วยการสื่อสารในสื่อเก่าประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และอื่น ๆ อีกทั้งมีลักษณะการสื่อสารเป็นแบบทิศทางเดียว (One-Way Communication) ซึ่งผู้รับสารไม่อาจโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างทันทีทันใดไม่อาจสร้างความน่าสนใจเท่าสื่อดิจิทัลที่มีความรวดเร็วและตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่อาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้

เมื่อพิจารณาการใช้สื่อดิจิทัลในการสร้างการรับรู้จะพบว่าในเครื่องมือ เช่น สมาร์ทโฟน และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นไปอย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), เอ็กซ์ (X), อินสตาแกรม (Instagram) และติกต็อก (TikTok) ทำให้ผู้คนสามารถแบ่งปันข้อมูลและปฏิสัมพันธ์กันได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้เทคโนโลยีการประชุมทางไกลผ่านระบบออนไลน์ต่าง ๆ ยังช่วยให้การทำงานแบบระยะไกลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลกระทบของเทคโนโลยีต่อการเชื่อมต่อและการสื่อสารในสังคม การศึกษาแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีสื่อสาร เช่น สื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันการส่งข้อความ ได้มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงบุคคลและกลุ่มคนจากหลากหลายภูมิภาค ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้ยังแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในวิธีการสื่อสารที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์สื่อสังคมใหม่ ๆ และการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมการสื่อสาร (Kim and Park, 2023)

ในแง่แล้วการใช้ช่องทางผ่านสื่อดิจิทัลจะเป็นตัวผลักดันสำคัญให้เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสารและสามารถอาศัยคุณลักษณะของสื่อใหม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดโครงสร้างทางความรู้สึกของคนในสังคมอย่างเป็นเนื้อเดียวกัน (McQuail, 2010) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ส่งเสริมเนื้อหาและสื่อความหมายไปยังกลุ่มเป้าหมายในฐานะผู้รับสารได้ในทุกช่วงวัย เป็นการเพิ่มคุณค่าในเชิงสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งพลังของสื่อดิจิทัลนี้เองจะทำให้ผู้คนในสังคมรับรู้ข้อมูลของประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ ในจังหวัดขอนแก่นมากขึ้น โดยเฉพาะหากนำสารไปบูรณาการและประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของสถานการณ์ทางสังคม เช่น กระแสหรือประเด็นทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ทั้งนี้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลทั้งในแง่ดีและไม่ดีต่อประเด็นจึงต้องระมัดระวังในการสื่อสารเพราะอาจส่งผลกระทบทางลบที่อยู่เหนือการควบคุมได้

จะเห็นว่าสื่อดิจิทัลมีผลต่อการส่งเสริมการรับรู้ของประชาชนในวงกว้างและส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนเชิงวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการส่งสารผ่านเนื้อหาที่น่าสนใจในช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์จะสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ทุกช่วงวัยและทุกระดับในทางสังคม

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการสร้างการรับรู้ประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่นในอนาคต

ในประเด็นของการพัฒนาการใช้สื่อดิจิทัลในอนาคตยังมีแนวโน้มเอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านระบบเครือข่ายและมีศักยภาพแบบสื่อประสม (Multimedia) (พรจิต สมบัติพานิช, 2547) ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สามารถส่งเสริมการรับรู้เนื้อหาของข้อมูลผ่านการแลกเปลี่ยนในช่องทางออนไลน์ต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อีกทั้งหากอาศัยกรอบคิดของ Kent Wertime and Lan Fenwick (อ้างใน ญัฐนรี เจนจิต, 2557) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัลประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” ได้แก่

1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่าง ๆ ตามเวลาที่กำหนด ซึ่งประเด็นนี้เป็นจุดแข็งสำคัญในการออกแบบเนื้อหาที่สามารถสื่อสารประเด็นทางประเพณีวัฒนธรรมได้ตลอดเวลา โดยหากสารมีการประยุกต์ให้สอดคล้องกับสังคมก็จะเกิดการเผยแพร่สารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้แล้วแต่ความต้องการของแต่ละบุคคล โดยการสื่อสารประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่น อาจขยายพื้นที่การรับรู้ในระดับสากลหรือนานาชาติได้ เพราะเป็นความเกี่ยวข้องกับ ความเชื่อและความสวยงามทางวัฒนธรรม ซึ่งในปัจจุบันชาวต่างชาติจำนวนมากให้ความสนใจในท้องที่ใหม่ที่แปลกใหม่และท้าทายประสบการณ์ นั้นหมายถึงการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการใช้สื่อดิจิทัลอย่างไร้พรมแดน

3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อ หรือขยายขนาด/เครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงได้

4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบหรือลักษณะตายตัวแบบสื่อดั้งเดิม โดยรูปแบบทางการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์สามารถออกแบบแนวทางทางการสื่อสารให้ตอบโต้พฤติกรรมของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารได้อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งประเทศไทยมีนโยบายสำคัญในการสร้างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมและประเพณี ทั้งนี้ประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่นก็เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารที่ส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนประเด็นทางด้านวัฒนธรรมของสังคมไทย

5. อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหา มาสู่ยุคนักบริโภคเริ่มสร้างและควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล

ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือ คลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งก็ได้ เป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว โดยผู้บริโภค สารในยุคสื่อดิจิทัลอาจสร้างการรับรู้แบบส่งต่อสารเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างกว้างขวาง

ในแง่หนึ่งแล้วการใช้สื่อดิจิทัลอย่างเข้าใจต่อการสื่อสารประเด็นเนื้อหาในทางประเพณีและวัฒนธรรม ตลอดจนแก่นของคุณลักษณะของสื่อดิจิทัล ก็จะช่วยสร้างการรับรู้ต่อผู้รับสารในฐานะประชาชนในทั่วไป เชื่อมโยงไปจนถึงระดับนานาชาติที่จะเกิดการเห็นคุณค่าทางประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งก็จะส่งผลกระทบเชิงบวกที่พัฒนาสังคม เศรษฐกิจได้ในอนาคตอย่างยั่งยืน

อีกทั้งการพัฒนาสื่อดิจิทัลยังเป็นการเพิ่มคุณภาพและศักยภาพในการสื่อสารไปยังสังคม ให้เกิด การรับรู้ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิด ทักษะและพฤติกรรม หากแต่ต้องวางแผนการและแนวทาง เชิงกลยุทธ์ ตลอดจนจัดลำดับขั้นตอนอย่างเป็นระบบ ก็จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนภารกิจทางการสื่อสารให้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สรุปการศึกษา

จากการศึกษาจะเห็นว่า การใช้สื่อดิจิทัลเป็นส่วนสำคัญต่อการวางแผนทางการเพิ่มช่องทาง ในการรับสารผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ให้ตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในฐานะเป้าหมายสำคัญทางการสื่อสาร อีกทั้ง การสร้างการรับรู้และปรับบุรณการเข้ากับประเด็นทางสังคมก็จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจ ซึ่งก่อให้เกิด การส่งต่อและแพร่กระจายข้อมูลของวัฒนธรรมประเพณีในวงกว้าง ตลอดจนการสร้างพื้นที่ในการสื่อสาร อย่างเปิดกว้างและสร้างเวทีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันก็จะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านประเพณี วัฒนธรรมในอนาคต อีกทั้งความสำคัญของสื่อดิจิทัลที่มีพลังในการส่งเสริมการเรียนรู้ ตลอดจนการสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลที่รวดเร็วอันมีผลให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในทางสังคม จากการศึกษาพบว่ามีแนวทาง ในการส่งเสริมการรับรู้สื่อดิจิทัลผ่านการเรียนรู้และพัฒนาการใช้งานสื่อดิจิทัลอย่างตระหนักถึงคุณค่า อีกทั้ง เพิ่มทักษะในการพิจารณาของบุคคลผู้รับสาร

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิชาการเรื่องนี้ได้รับการสนับสนุนเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ จากมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

เอกสารอ้างอิง

กรกมล แจ่มเจริญยิ่ง. (2564). *การเปิดรับ ทักษะคิด พฤติกรรมและแนวโน้มการรับมือต่อสถานการณ์การถูก กลั่นแกล้งบนสื่อสังคม (cyberbullying) ของกลุ่ม generation Z ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก* [วิทยานิพนธ์ ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ณัฐนรี เจนจัด. (2557). การศึกษา "ความเป็นไทย" ในสื่อใหม่ กรณีศึกษาโฆษณาของธุรกิจสายการบิน [การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทรงคุณ จันทจร และคณะ. (2561). บุญกุ่มข้าวใหญ่: ความสัมพันธ์ของความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรมต่อความมั่นคงทางสังคม และเศรษฐกิจชุมชนอีสาน. *วารสารช่อพะยอม*, 29(1), 421-429.
- ทองแถม นาถจำนง. (2559). *วัฒนธรรมข้าวไทย*. ภาพพิมพ์.
- ธรินทร์ เลิศสุภิเกษม. (2565). การปรับตัวขององค์การภาครัฐสู่รัฐบาลดิจิทัล: ศึกษากรณีการปรับตัวของกระทรวงการต่างประเทศสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลตามกรอบของแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย ปีพ.ศ. 2563 - 2565 [วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2015). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย. *TLA Research Journal*, 8(2), 119-127.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. (2558). การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคม: ภาพรวมและกรอบแนวความคิด. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิเทศ*, 2(1), 173-198.
- เบญจมาศ ขำสกุล. (2558). ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. <https://sites.google.com/site/thaicommunication83/bth-thi-1-kar-suxsar>
- พรจิต สมบัติพานิช. (2547). โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010: การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. (Social Media: Future Media). *Executive Journal*, 99.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น. (2566). *งานประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ จังหวัดขอนแก่น*. <https://khonkaen.prd.go.th/th/content/page/index/id/165994>
- Kim, H., and Park, J. (2023). The Impact of Communication Technologies on Social Connections and Cultural Practices. *New Media & Society*, 25(3), 541-558.
- Martínez, J., and García, M. (2023). The Rise of Video and Streaming Platforms: Shifts in Digital Media Consumption Patterns. *International Journal of Media Management*, 25(3), 210-225.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publication.
- Smith, A., et al. (2022). Trends in Digital Media Consumption: Shifting Preferences and Credibility. *Journal of Communication Research*, 48(4), 321-339.