

การสื่อสารเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรม “ขนมจีนประโดก” จังหวัดนครราชสีมา

วิยะดา ธงภักดิ์
พจนนา รูปแก้ว

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดกในยุคอดีตและยุคปัจจุบัน 2) ศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดกในยุคอดีตและยุคปัจจุบัน และ 3) ศึกษาการสื่อสารเพื่อธำรงรักษาเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชนจากวัฒนธรรมขนมจีนประโดกในยุคอดีตและยุคปัจจุบัน โดยใช้แนวคิดเรื่องสื่อวัตถุ การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ การสื่อสารชุมชน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการเข้าถึงองค์ความรู้ พร้อมทั้งใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสำรวจเอกสาร การเข้าถึงเหตุการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยศึกษาจาก 3 กระบวนการ คือ การผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภค ผลการวิจัยสรุปการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดกจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้ดังนี้ ในขั้นของการผลิต ชาวชุมชนขนมจีนประโดกใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการสื่อสารระหว่างบุคคลขณะที่ถ่ายทอดวิธีทำขนมจีนและลงมือปฏิบัติ ส่วนการแพร่กระจายวัฒนธรรมขนมจีนประโดกเป็นขั้นที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับสังคมภายนอกอยู่ตลอดเวลา โดยมีสองจุดมุ่งหมาย คือ 1) เพื่อการจำหน่าย และ 2) เพื่อการเผยแพร่วัฒนธรรม โดยใช้การสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การบอกกันแบบปากต่อปาก การสื่อสารมวลชน การสื่อสารผ่านเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต ตลอดจนการสื่อสารจากงานบุญประเพณีและการสื่อสารจากงานเทศกาลขนมจีนประจำปีที่มีกิจกรรมและการสื่อสารอย่างหลากหลาย ส่วนขั้นการบริโภคเป็นช่วงที่ผู้บริโภคได้สัมผัสกับอัตลักษณ์ของขนมจีน

วิยะดา ธงภักดิ์ (ว.ม.(สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2556) และพจนนา รูปแก้ว ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำกลุ่มวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดก จังหวัดนครราชสีมา” ของ วิยะดา ธงภักดิ์ โดยมี ผศ.ดร.พจนนา รูปแก้ว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนวิจัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีงบประมาณ 2556

ประโดกในทุกมิติ จนก่อให้เกิดการตีความนัยของความชำนาญและความเป็นมืออาชีพในการทำขนมจีน นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารระหว่างบุคคลเกิดขึ้นในขณะรับประทานขนมจีนร่วมกันอีกด้วย

ในขั้นของการผลิต แพร่กระจาย และการบริโภคของวัฒนธรรมขนมจีนประโดก มีรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทั้งการสื่อสารแบบอวัจนภาษาและวัจนภาษาซึ่งนอกจากการสื่อสารจะถูกใช้เพื่อถ่ายทอดความคิดและวิชาการทำขนมจีนจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารแล้ว การสื่อสารยังถูกใช้เป็นเครื่องมือในการจำหน่ายและเผยแพร่วัฒนธรรมขนมจีนประโดก รวมทั้งทำหน้าที่เชื่อมความสัมพันธ์ของคนทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคม ส่งผลให้วัฒนธรรมขนมจีนประโดก มีบทบาทในการสื่อสารเพื่อธำรงรักษาเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชนได้อย่างมีหน้าที่ คุณค่า และความหมายนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

คำสำคัญ : การสื่อสาร การสืบทอดวัฒนธรรม ขนมจีนประโดก จังหวัดนครราชสีมา

Abstract

The research was conducted using qualitative methods to study 1) cultural transmission of the traditional Thai Food known as “Khanomjeen Pradok” (Thai rice noodles or vermicelli) in the past and the present periods; 2) communication for cultural succession of Khanomjeen Pradok in the past and the present periods; and 3) culture and communication of Khanomjeen Pradok for preserving the cultural economy of communities in the past and the present periods. The study was based on traditional object media, reproduction for cultural succession, identity and community communication concepts, including reviewed of related documents. The data was collected and analyzed via documents survey, participatory and non-participatory observations, as well as in-depth interviews. Data collection was focused on the production, distribution and consumption of Khanomjeen Pradok Culture.

It could be summarized from the study that communication in production procedure was a form of participatory and interpersonal communication by transferring know-how of making Khanomjeen. On the other hand, the distribution was a step which required an interaction from the society outside. The communication characteristics during distribution consisted of selling and dissemination Khanomjeen Pradok via two-way communication, participatory communication, mass communication, word-of-mouth communication with acquaintances or souvenir purchasing, new media communication through the Internet, as well as traditional and religious ceremonies, together with variety forms of communication and activity via the Khanomjeen annual festival. For consumption, consumers perceived the identity of Khanomjeen Pradok in every dimension. They were acknowledged from eating and senses of the proficiency and professionalism of Khanomjeen making. In addition, interpersonal communication has been occurred within consumers group during eating Khanomjeen together.

Many forms of communication appeared in the procedure of production, distribution and consumption, both verbal and non-verbal. These communication forms were used as transmission of thoughts and the expertise of from senders to receivers. They were also used as a tool for selling and publicizing Khanomjeen Pradok Culture and Identity. Besides, they were used to maintain relationships among people in family, community, and society. Therefore, Khanomjeen Pradok Culture have communicated with functions, values, and meanings to preserve the cultural economy of community from the past to the present that were entirely made, used and owned by Pradok villagers.

Keywords : communication, cultural transmission, Khanomjeen Pradok, Nakhon Ratchasima Province

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ขนมจีนไม่ใช่อาหารของชาวจีนแต่คำว่า “จีน” สันนิษฐานว่ามาจากภาษามอญซึ่งเรียกขนมจีนว่า “คนอมจีน” หมายถึง สุกสองครั้ง คือ การทำเส้นขนมจีนนั้น ต้องผ่านกระบวนการต้มแป้งพอก่อน แล้วนำมาโรยเส้นให้สุกอีกครั้งหนึ่ง คนไทยเรียกเสียงยาวจึงกลายเป็น “ขนมจีน” โดย พิศาล บุญปลูก ชาวไทยเชื้อสายรามัญผู้สนใจศึกษาอาหารและวัฒนธรรมมอญกล่าวว่า “จริงๆ แล้ว ขนมจีนเป็นอาหารของคนมอญหรือรามัญ ซึ่งคนมอญเรียกว่า “คนอมจีน” โดย “คนอม” หมายความว่า จับกินเป็นกลุ่มเป็นก้อน “จีน” แปลว่า ทำให้สุก” (วิกิพีเดีย, 2556)

สำหรับประวัติความเป็นมาของขนมจีนในประเทศไทย พออนุมานได้ว่า ขนมจีนมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี จากชื่อ “คลองขนมจีน” และ “คลองน้ำยา” จนกระทั่งถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ในแผ่นดินสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ขนมจีนก็ยังเป็นที่นิยมในงานบุญประเพณี ดังปรากฏตามหลักฐานในงานทำบุญฉลองวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ด้วยการทำขนมจีนเลี้ยงพระสงฆ์นักบวชรูป ผู้ทำน้ำยาขนมจีน คือ “เจ้าจอมแว่น” มีฉายาว่า “คุณเสือ” (ทวีศักดิ์ เกษปทุม, 2546: 14) ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีรับสั่งว่า “ขนมจีนมีชื่อเป็นจีนเท่านั้น แต่มีชื่อเป็นของชาวจีน” จึงทำให้แน่ใจว่าขนมจีนเป็นอาหารที่คนไทยทำขึ้น การบันทึกเรื่องราวของขนมจีนจึงมีขึ้นมาตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น (ลาวัญย์ ไกรเดช, 2549: 84)

ทางภาคเหนือของไทยที่เรียกขนมจีนว่า “เข้าหนมเส้น” หรือ “ขนมเส้น” คนไทยภาคใต้เรียกขนมจีนว่า “หน้มจีน” ส่วนในแถบจังหวัดสตูลเรียก “ละสา” ในภาคอีสานของไทยเรียกขนมจีนว่า “เข้าปุ้น/ข้าวปุ้น” สำหรับคนไทยภาคกลางเรียกว่า “ขนมจีน” (ประทวนศักดิ์ ตระกูลหาร, 2545: 2) คำเรียกขนมจีนต่างๆ ที่กระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศไทยแสดงให้เห็นว่าขนมจีนเป็นวัฒนธรรมการกินที่ได้รับการสืบทอดต่อกันมาอย่างช้านานและเป็นอาหารจานด่วนที่คนไทยนิยมรับประทาน โดยมีวัตถุดิบที่สำคัญ คือ ข้าวเจ้า นอกจากนี้

ขนมจีนยังมีบทบาทในพิธีกรรมทางศาสนา งานบุญประเพณี และงานมงคลต่างๆ โดยเฉพาะในประเพณีงานหมั้นหรืองานแต่งงาน ที่มีความเชื่อว่า เส้นที่ยืดยาวจะทำให้ชีวิตอยู่ยืนนาน

เอกลักษณ์ของขนมจีนในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ ในหลายพื้นที่ก็ยังนิยมทำขนมจีนเป็นอาหารรับประทานภายในครอบครัวหรือชุมชน ทั้งเพื่อแบ่งปันกันกินและขายนอกพื้นที่ จนกลายเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย นับตั้งแต่เป็นธุรกิจเล็กๆ จนถึงระดับอุตสาหกรรม

ขนมจีนแป้งหมักที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก คือ ขนมจีนประโดก ของชุมชนขนมจีนประโดก ตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา (ลาวัญย์ ไกรเดช, 2549: 85) ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีการทำขนมจีนอย่างยาวนานกว่า 100 ปี ชาวบ้านประโดกแทบทุกหลังคาเรือนมีอาชีพทำนาเป็นอาชีพหลัก และหาบขนมจีนขายเป็นอาชีพรอง มักทำ “เส้นขนมจีน แป้งหมัก” และ “น้ำยาปลากระเทียม” เป็นหลัก มีอุปกรณ์สำคัญประจำบ้าน คือ “ครกกระเดื่อง” ซึ่งนอกจากใช้สำหรับตำข้าวไว้รับประทานแล้ว ยังใช้ตำและนวดแป้งทำเส้นขนมจีนด้วย การตำข้าวด้วยครกกระเดื่องตำข้าว โดยทั่วไปจะตำกันเป็นกลุ่มอย่างน้อย 2-3 คน เมื่อตำข้าวจนกลายเป็นแป้งแล้ว ก็นำแป้งมานวดก่อนนำมาโรยเส้น เส้นขนมจีนจะถูกจับเป็นหัวเรียงซ้อนกันเป็น “หาบกระเชอ” ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ชาวบ้านประโดกใช้ใส่เส้นและหมอน้ำยาขนมจีนออกหาบไปขายในหมู่บ้านละแวกใกล้เคียง ดังนั้น นอกจาก “ครกกระเดื่อง” ที่มีแทบทุกบ้านแล้ว ยังมี “กระเชอ” ที่แทบทุกครัวเรือนใช้ปั่นภาชนะใส่ขนมจับหาบขายอีกด้วย เมื่อมีงานบุญประเพณี ชาวบ้านก็จะทำขนมจีนถวายพระและเลี้ยงแขกที่มาร่วมงานอยู่เสมอ ขนมจีนประโดกจึงเริ่มเป็นที่รู้จักของคนต่างถิ่น หากหมดฤดูทำนาที่ทำหาบขนมจีนหาบขายเป็นประจำแทบทุกหลังคาเรือน อาชีพขายขนมจีนจึงแพร่กระจายจากหมู่บ้านประโดกไปยังหมู่บ้านใกล้เคียง คือ หมู่บ้านโคกไผ่หนึ่ง/สอง และหมู่บ้านโนนตาสุก ซึ่งผู้วิจัยเรียกว่า “ชุมชนขนมจีนประโดก” อันเป็นชุมชนที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาในครั้งนี้

เมื่อประมาณปีพ.ศ. 2535 การผลิตและจำหน่าย

ชนมจีนประโดกได้เกิดเปลี่ยนแปลงขึ้นอย่างชัดเจน เนื่องจากระบบการขนส่งและคมนาคมที่พัฒนาขึ้นอย่างมาก ทำให้พื้นที่ตำบลหมื่นไวยซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองโคราช มากนักสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ การก่อตั้งสถานที่ราชการในบริเวณใกล้เคียงทำให้มีประชาชนจากต่างถิ่นอพยพเข้ามาศึกษาและทำงานในพื้นที่มากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารต่างๆ เข้ามามีบทบาทกับการดำรงชีวิตของชุมชนนี้อย่างรวดเร็ว ที่ดินที่เคยเป็นที่ทำไร่ของชาวบ้านถูกขายให้แก่นายทุนเพื่อทำหอพัก อาคารพาณิชย์ โรงงาน ฯลฯ ส่งผลให้ชาวบ้านที่เคยทำนาเป็นอาชีพหลักหันไปประกอบอาชีพรับจ้างอื่นๆ และเลิกทำชนมจีน อย่างไรก็ตาม ยังมีบางส่วนที่หันมาขายชนมจีนเป็นอาชีพหลัก ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้วัฒนธรรมชนมจีนประโดกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมหลายประการ ทั้งในด้านการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภค อย่างไรก็ตาม แม้ชุมชนเริ่มติดต่อกับโลกภายนอกมากขึ้น อีกทั้งสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แต่ “ชนมจีนประโดก” ก็ยังถูกผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชาวชุมชนชนมจีนประโดกมาจนถึงปัจจุบัน

ผู้วิจัยเห็นว่า การสื่อสารน่าจะมีบทบาทและความสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดก ตามแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ ที่ว่า “กลไกหนึ่งที่จะช่วยรักษาชุมชนท้องถิ่นเอาไว้คือ การสื่อสาร นั่นคือ การสื่อสารเป็นกลไกทางวัฒนธรรมในอันที่จะสร้างความจริงของสังคม ล้อมรอบตัวปัจเจกบุคคลเอาไว้ เพราะฉะนั้นการสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะเสริมสร้างพลัง (Empowerment) ของผู้คนแต่ละกลุ่มสังคม” (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2555: 15) ทั้งนี้ “ชนมจีนประโดก” เป็นอาหารที่เลี้ยงดูชาวบ้านให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ และเป็นขนบธรรมประเพณีของชาวชุมชนชนมจีนประโดกมากกว่าร้อยปี แม้ไม่ได้ถูกกำหนดให้เป็นเครื่องมือสื่อสารอย่างจริงจังจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารและไม่ได้มีความเป็นสื่อมาตั้งแต่เกิด แต่ชนมจีนประโดกก็สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางถ่ายทอดสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารได้เพราะ “สื่อ” ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เฉพาะ “สื่อ” ที่มีคุณสมบัติ

แต่เกิดเท่านั้น

การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม

Smith ซึ่งเป็นนักมานุษยวิทยา (1966 อ้างถึงใน จุฬาพรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต, 2550: 39) กล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่า “เมื่อไหร่ก็ตามที่ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์กัน เขาจะสื่อสารกัน ทั้งนี้ คนเราต้องสื่อสารกันเพื่อที่จะอาศัยอยู่ในสังคมและดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมของตนเอง” ด้าน Stuart Hall (1990 อ้างถึงใน จุฬาพรธ, อ้างแล้ว) นักทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา สำนักเบอร์มิงแฮม กล่าวว่า “วัฒนธรรมคือการสื่อสาร และการสื่อสาร คือวัฒนธรรม” แสดงให้เห็นว่าสองสิ่งนี้ ยากที่จะแยกออกจากกันโดยสิ้นเชิง Hall สรุปว่า “ไม่มีแง่มุมใดๆ ในชีวิตมนุษย์ที่จะได้รับการสัมผัสและเปลี่ยนแปลงโดยชาววัฒนธรรม ทั้งนี้ แต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันตามแต่ละระดับของการยอมรับและการปฏิบัติตามแบบแผนของวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดโดยสัญลักษณ์ผ่านภาษา เพราะภาษาทำให้คนเราสื่อสาร อันเป็นพื้นฐานของการปฏิสัมพันธ์ในสังคมได้ เช่น คำพูด การเขียน หรือ การกระทำในฐานะสัญลักษณ์สื่อความหมาย” (อ้างแล้ว)

นอกจากนี้ ขอบเขตและประเภทของ “สื่อ” ที่เรานึกถึงมักจะจำกัดอยู่เพียงแค่ สื่อมวลชนสมัยใหม่ แต่ความจริงแล้วสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้นเพิ่งถือกำเนิดมาได้ราว 2 ศตวรรษเท่านั้น หากทว่ามนุษย์ในยุคอดีตได้มีสื่อประเภทอื่นๆ มาก่อนหน้านั้น อาศัยงานค้นคว้าวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ของ H. Innis (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2555: 15-17) ทำให้ทราบว่า บรรดานักพิราบสื่อสาร ล้อเลียนของเกวียน แผ่นหิน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่ประจักษ์สื่อมวลชนในยุคปัจจุบัน การขยายนิยาม “ความเป็นสื่อ” ในความหมายของคนทั่วไป ก็จะคิดถึงสื่อมวลชนรูปแบบต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งสื่อเหล่านี้มีจำนวนไม่มากนักและเป็นสื่อที่จัดว่า “มีความเป็นสื่อมาตั้งแต่เกิด” เป็นสื่อโดยสภาวะที่ถูกมอบหมายบทบาทหน้าที่ให้ (Function Assignment) (อ้างแล้ว)

การสื่อสารเพื่อธำรงรักษาเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชน

ประเวศ วะสี (2474) เห็นว่า การพัฒนาประเทศที่แท้จริงต้องเป็นการพัฒนาระบบที่ใหญ่ที่สุด นั่นคือ ระบบชุมชน และเรียกระบบนี้ว่า “เศรษฐกิจวัฒนธรรม” คือเศรษฐกิจที่ไม่คำนึงถึงผลกำไร แต่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ในครอบครัว ชุมชน วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมไปด้วยกัน เป็นเศรษฐกิจแบบบูรณาการเชื่อมโยงชีวิตจิตใจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน ส่วนฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2544) อธิบายแนวคิดเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชนว่า ประเทศไทยประกอบด้วยระบบทุนสองระบบ คือ ระบบเศรษฐกิจทุนและระบบเศรษฐกิจชุมชน ระบบเศรษฐกิจทุนเป็นระบบที่ดำเนินไปตามกลไกของราคา ขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อหวังผลกำไร และมีภาวะการแข่งขันสูงเพื่อให้อยู่รอด ส่วนเศรษฐกิจชุมชนนั้นมีขนาดใหญ่ เป็นระบบที่ดำรงอยู่เพื่อการทำมาหากินของคนไทยอันเป็นคนส่วนใหญ่ที่มีอยู่ในทุกภาคของประเทศ โดยเฉพาะในชนบท ลักษณะของเศรษฐกิจชุมชน คือ ครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยการผลิต เป้าหมายของการผลิต คือ การดำรงอยู่ของครอบครัวและชุมชน เพื่อสามารถเลี้ยงตัวเอง โดยผลิตใช้ในครอบครัวและชุมชนได้ การผลิตมีลักษณะการบริโภคในครัวเรือน หากผลิตเพื่อขายก็ให้ได้เงินมาซื้อสินค้าเพื่อดำรงชีวิตอยู่ มากกว่าที่จะคิดขยายการผลิตที่ใหญ่โตมีกำไรสูง ร่ำรวย เหมือนระบบเศรษฐกิจทุน

ทั้งนี้ วัฒนธรรมชนมเงินประโดกก่อตัวขึ้นมาเป็นเวลานาน จนกลายเป็นชื่อเสียงและอัตลักษณ์ของหมู่บ้านและชุมชน ในปัจจุบัน ชนมเงินมีปริมาณการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น มีการขยายช่องทางการจำหน่ายและเผยแพร่อย่างหลากหลายและมีการบริโภคชนมเงินอยู่เสมอ ทำให้วัฒนธรรมชนมเงินประโดกยังคงเป็นอาชีพที่สร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวของชาวชุมชนชนมเงินประโดกได้เป็นอย่างดีต่อมาบัดนี้ ไวยจึงคัดเลือกชนมเงินประโดกให้เป็นอัตลักษณ์ประจำตำบล เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นมาจับรับประทานชนมเงินใน

ชุมชน ทำให้มีเงินสะพัดหมุนเวียนเข้ามาในชุมชนอย่างต่อเนื่อง สร้างความกึกกักให้แก่เศรษฐกิจในชุมชนโดยมีวัฒนธรรมเป็นรากฐาน เหล่านี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมชนมเงินประโดกได้มีบทบาทในการธำรงรักษาเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชนไว้

ผู้วิจัยเห็นว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดวัฒนธรรมชนมเงินประโดกจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารอยู่ตลอดเวลา โดยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อมีการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภค ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกส่วนของวัฒนธรรมเช่นนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่า การสื่อสารมีบทบาทและความสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมชนมเงินประโดกอย่างไร และมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสืบทอดวัฒนธรรมชนมเงินประโดกในยุคอดีตและปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมชนมเงินประโดกในยุคอดีตและปัจจุบัน
3. เพื่อศึกษาการสื่อสารและวัฒนธรรมชนมเงินประโดกในการธำรงรักษาเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชนในยุคอดีตและปัจจุบัน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมของ Raymond Williams (1921-1988 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551: 662-665) เป็นแนวคิดที่ศึกษาวัฒนธรรมอย่างเป็นกระบวนการ โดย Williams เสนอเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของวัฒนธรรมเป็น 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ (Lived Culture) หมายถึงวัฒนธรรมที่ดำเนินไป และวัฒนธรรมที่ถูกผลิตซ้ำและได้รับการบันทึกไว้นั้น (Recorded Culture) กล่าวคือในชีวิตประจำวัน เราอาจเห็นชนมเงินประโดกในบทบาทความเป็นอาหารและอาชีพว่าเป็นวัฒนธรรมที่มีชีวิต

อยู่ (Lived Culture) และการผลิตซ้ำชนมจีนประโดก เพื่อบริโภคและจำหน่ายเป็นประจำทุกวันอย่างต่อเนื่อง ก็เป็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction) ดังนั้น ชนมจีนประโดกจึงยังคงอยู่และได้รับการบันทึกไว้จนถึงปัจจุบัน (Recorded Culture)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมของ Williams มาใช้ตั้งต้นในการศึกษาการสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดกทั้ง 2 ยุค คือ ยุคอดีตและปัจจุบัน จากการผลิต แพร่กระจาย และการบริโภควัฒนธรรมชนมจีนประโดก ว่ามีการผลิตขึ้นมาอย่างไร ใครผลิต ทำไมจึงผลิต อะไรคงอยู่ และอะไรเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องสื่อวัฒนธรรมศึกษา วัฒนธรรมชนมจีนประโดก โดยวิเคราะห์การทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสาร (Channel) และเนื้อหาสาร (Message) ภายใต้อารมณ์ของการเป็นวัตถุสิ่งของที่มนุษย์สร้างขึ้นนั้น ว่ามีเนื้อหา คุณค่า และความหมายอย่างไร เมื่อยุคสมัยผ่านไปเนื้อหา คุณค่า และความหมายนั้น ยังคงอยู่ดั้งเดิมหรือไม่ เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

ส่วนแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์กระบวนทัศน์ใหม่ ผู้วิจัยนำมาศึกษาปรากฏการณ์การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดก แทนกระบวนทัศน์เดิมที่มักมองว่า อัตลักษณ์มีหนึ่งเดียว แต่กระบวนทัศน์ใหม่กลับชี้ให้เห็นว่า อัตลักษณ์มีหลายโฉมหน้า (Multi-Faces) และมีความลื่นไหลไปตามกาลเวลา/เทศะ หรือกระบวนทัศน์ใหม่จะชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารในการใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบสร้าง ธารงรักษา และการต่อรองอัตลักษณ์ ที่มีการบริหารจัดการอัตลักษณ์จาก 4 กรอบคำถามที่ว่า

1. เรารู้ตัวไหมว่าเราเป็นใคร (personal)
2. เราจะบอกคนอื่นได้อย่างไรว่าเราเป็นใคร (enacted)
3. แล้วคนอื่นเขามองว่าเราเป็นใคร (relational)
4. คนในกลุ่มเดียวกันมองพวกเรากันเองว่าเป็นใคร (communal)

สำหรับแนวคิดเรื่องการสื่อสารชุมชนนั้น ผู้วิจัยนำมาใช้ศึกษาลักษณะของการสื่อสารของชุมชนชนมจีนประโดก จากคุณลักษณะสำคัญของ

การสื่อสารชุมชน และรูปแบบของการสื่อสารชุมชน อันประกอบด้วย

1. การสื่อสารของกลุ่มและผู้นำกลุ่ม
2. แนวคิดเรื่องผู้นำกลุ่ม
3. การสื่อสารระหว่างบุคคล
4. การสื่อสารในครอบครัว และ
5. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ในการศึกษาผู้วิจัยได้นำงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มงานวิจัยการสืบทอดเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชน และการธำรงรักษาวัฒนธรรม มาใช้ศึกษาแง่มุมของการสื่อสารและการสืบทอดวัฒนธรรมว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างจากการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีน ประโดกอย่างไร

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) โดยลงมือทำเส้นและน้ำยาชนมจีนร่วมกับชาวชุมชนชนมจีนประโดกและการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participatory Observation) โดยสังเกตกิจกรรมการผลิต การจำหน่าย จากร้านขายชนมจีนรูปแบบต่างๆ การเผยแพร่ชนมจีนผ่านงานบุญประเพณี เทศกาลชนมจีนประจำปี ฯลฯ รวมถึงพฤติกรรมบริการของผู้บริโภค จึงนำมาสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดกในยุคอดีตและยุคปัจจุบัน ผ่านกระบวนการผลิต แพร่กระจาย และการบริโภค ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดก

จากการศึกษาการสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดกในยุคอดีตและปัจจุบัน ผ่านการผลิต แพร่กระจาย และการบริโภคพบว่า ในยุคอดีตชาวบ้านประโดกทำชนมจีน

เองแบบครัวเรือนใครครัวเรือนมัน แล้วเกิดการเรียนรู้วิชาทำขนมจีนภายในครอบครัวจากการมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ โดยเพศหญิงที่มีอาชีพหาบขนมจีนขาย (อาทิ แม่ยาย ย่า ป้า ฯลฯ) เป็นผู้ที่มียุทธศาสตร์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ลูกหลานที่เป็นสมาชิกในครอบครัว ด้วยการช่วยหยิบจับเป็นบางอย่างตามที่คนพอทำได้ นับตั้งแต่ช่วยงานครัว อาทิ ตำข้าว จับเส้น จ่ายตลาด ล้างผัก แกะหอม/กระเทียม ฯลฯ ไปจนถึงเดินตามแม่ออกไปหาบขายช่วงปิดเทอม จนสามารถทำและหาบขนมจีนออกไปขายด้วยตัวเองได้ แต่หากมีการทำขนมจีนเลี้ยงแขกหรือที่มาทำบุญที่วัดบ้านประโดก อาทิ งานเทศน์มหาชาติ การบุญกฐิน ผ้าป่า ฯลฯ พระจะนำข้าวสารมาแจกให้ชาวบ้านประโดกทำเส้นขนมจีนมาจากบ้านเพื่อนำมาทำบุญ เมื่อว่างเว้นจากภารกิจการงานก็มาร่วมลงแรงกันทำน้ำยาขนมจีนที่วัด ส่วนงานบุญที่จัดขึ้นที่บ้าน อาทิ งานมงคล งานขึ้นบ้านใหม่ ฯลฯ ชาวบ้านญาติมิตรก็จะมาช่วยกันทำขนมจีนที่บ้านเจ้าภาพ

วัฒนธรรมขนมจีนประโดกในส่วนของการผลิตในปัจจุบันแตกต่างจากอดีต เมื่อเพศชายได้เข้ามามีบทบาทในด้านการผลิตมากกว่าแต่ก่อน โดยพัฒนาการผลิตเส้นขนมจีนด้วยการนำเครื่องจักรเข้ามาช่วยทุ่นแรงและเพิ่มปริมาณการผลิต เริ่มจากมีผู้เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ว่ามีการทำเส้นขนมจีนด้วยเครื่องจักรจึงนำมาใช้และบอกต่อ เมื่อมีผู้นำในการผลิตเส้นขนมจีนด้วยการนำเครื่องจักรมาใช้อย่างจริงจัง ก็เริ่มแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งผลิตเส้นขนมจีนด้วยเครื่องจักรจากแหล่ง ด้วยความกระตือรือร้นในการประกอบอาชีพเมื่อพบปัญหาอันเนื่องมาจากความไม่คุ้นเคยในการใช้เครื่องจักรในช่วงแรกก็ไมย่อท้อ แต่ยังรู้จักปรับประยุกต์และแก้ไขจนสามารถใช้เครื่องจักรได้อย่างมีประสิทธิภาพจนสามารถผลิตเส้นขนมจีนอย่างเพียงพอกับความต้องการของคนในหมู่บ้าน ทำให้ชาวบ้านประโดกในยุคปัจจุบันไม่ต้องทำเส้นขนมจีนเองเหมือนแต่ก่อน เพียงทำแต่น้ำยาขนมจีน แล้วซื้อเส้นจากผู้ผลิตในหมู่บ้าน ก็สามารถนำออกจำหน่ายได้ต่อมาอาชีพหาบขนมจีนก็ได้แพร่กระจาย

ไปยังหมู่บ้านใกล้เคียงในตำบลหมื่นไวย จนกลายเป็น “ชุมชนขนมจีนประโดก” และเริ่มมีร้านขนมจีนที่เปิดขายในชุมชน มีการผลิตขนมจีนเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนขนาดเล็กโดยการจ้างแรงงานการผลิตซึ่งเป็นญาติ พี่น้อง หรือคนรู้จักในชุมชน

ด้วยเหตุที่ชาวชุมชนขนมจีนประโดกนิยมทำขนมจีนเลี้ยงแขกในงานบุญประเพณีนับจากยุคอดีตจนถึงปัจจุบัน แม้รูปแบบการผลิตเปลี่ยนแปลงไปแต่กิจกรรมการรวมกลุ่มกันทำขนมจีนในงานบุญก็ยังมีบทบาทสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดกอยู่เสมอ การมีส่วนร่วมในการผลิตทำให้มีการสื่อสารเกิดขึ้น โดยที่ผู้ร่วมกันผลิตอาจเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทั้งนี้ มีขนมจีนประโดกเป็นวัตถุสื่อสารทำหน้าที่เป็นทั้งสื่อและสาร (จะกล่าวรายละเอียดของการสื่อสารในข้อ 2)

การแพร่กระจายวัฒนธรรมขนมจีนประโดกในอดีตมี 2 ช่องทาง คือ การหาบเร่ขายขนมจีนและการเผยแพร่จากงานบุญประเพณี แต่ก่อนชาวบ้านประโดกหาบขนมจีนขายกันแทบทุกหลังคาเรือน เมื่อชาวโคราชเห็นแม่ค้าหาบขนมจีนผ่านมาก็ได้ทันที่ว่าเป็นขนมจีนของชาวบ้านประโดก อันเป็นที่มาของชื่อเรียก “ขนมจีนประโดก” ความโดดเด่นของขนมจีนประโดกในสมัยนั้น คือ “น้ำยาปลากระเทียม” ที่ทำจากเนื้อปลาช่อน ซึ่งต่างจากอาหารอีสานทั่วไปที่ไม่มีส่วนผสมของกะทิ มีกลิ่นหอมเครื่องแกงพริกน้ำยา รับประทานกับเส้นขนมจีน แป้งหมักเข้ากันดี มีรสชาติถูกปากและคนโคราชนิยมรับประทาน ชาวบ้านประโดกจึงทำขนมจีนหาบขายเรื่อยมา “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” จึงเริ่มก่อตัวขึ้นและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับท้องถิ่น ส่วนการเผยแพร่ขนมจีนอีกช่องทางหนึ่ง คือ การเผยแพร่ผ่านงานบุญประเพณีที่มีความเข้มข้นกว่าในปัจจุบันมาก เนื่องจากในอดีต บ้านกับวัดมีความใกล้ชิดสัมพันธ์กัน วัดจึงมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” ให้คนต่างถิ่นรู้จัก ผ่านงานบุญประเพณี อาทิ งานเทศน์มหาชาติ งานทอดกฐินผ้าป่า ฯลฯ โดยชาวบ้านจะร่วมแรงร่วมใจกันทำขนมจีนเพื่อทำบุญเลี้ยงพระ

และเป็นอาหารเลี้ยงแขกหรือที่มาร่วมงาน ด้วยการทำให้เส้นขนมจีนแห้งหมักกับ “น้ำยากะทิปลาช่อน” นอกจากนี้ขนมจีนยังมีบทบาทอยู่เสมอหากมีงานบุญ งานมงคลที่จัดขึ้นที่บ้านเจ้าภาพ เมื่อ “อัครลักษณ์ขนมจีนประโดก” ก่อตัวและถูกประกอบสร้างขึ้น และมีบทบาทหน้าที่เป็นประจําอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่รู้จักและยอมรับขนมจีนประโดกจึงถูกเลือกให้ผลิตซ้ำเรื่อยมา จนกลายเป็นชื่อเสียงของหมู่บ้าน

ต่อมาเมื่อประมาณ พ.ศ. 2535 รูปแบบการผลิตเส้นขนมจีนเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมในชุมชน จากเดิมที่มีแต่ขนมจีนที่ชาวบ้านประโดกหาขายก็มีอาหารอื่นๆ จำหน่ายหลากหลายมากขึ้น ในขณะเดียวกันขนมจีนประโดกก็ถูกแพร่กระจายจากหลายช่องทาง คือ การจำหน่ายเฉพาะเส้นขนมจีนและการจำหน่ายขนมจีนพร้อมรับประทานจากร้านขายขนมจีน 3 รูปแบบ คือ ร้านขายขนมจีนในชุมชน ร้านขายขนมจีนนอกชุมชน และร้านขายขนมจีนจากรถยนต์เร่ นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่วัฒนธรรมขนมจีนประโดกในช่องทางอื่นๆ อาทิ งานเทศกาลขนมจีนประจำปี งานบุญประเพณี สื่อสารมวลชน สื่อออนไลน์ ฯลฯ นอกจากการปรับตัวในด้านการผลิตและการแพร่กระจายแล้ว การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการธำรงรักษา “อัครลักษณ์ขนมจีนประโดก” ท่ามกลางกระแสการบริโภคนิยมโดย “อัครลักษณ์ขนมจีนประโดก” เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากผู้ส่งสาร (ผู้จำหน่าย/เผยแพร่) ไปยังผู้รับสาร (ผู้บริโภค) และเป็นวัตถุสื่อสารที่ถ่ายทอดอัครลักษณ์และวัฒนธรรมผ่านงานบุญประเพณี งานเทศกาลขนมจีน ฯลฯ ไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย

การบริโภคขนมจีนในยุคอดีต มี 2 ช่องทาง คือ การบริโภคขนมจีนในงานบุญและการบริโภคขนมจีนจากหาบเร่ของชาวบ้านประโดก ในสมัยนั้นหากมีงานบุญงานมงคลที่จัดขึ้นที่วัดหรือที่บ้านเจ้าภาพ ชาวบ้านประโดกจะร่วมลงแรงทำขนมจีนเป็นอาหารเลี้ยงผู้มาทำบุญเสมอ ผู้บริโภคทั้งในและนอกท้องถิ่น จึงมีโอกาสรับประทานขนมจีนจากงานบุญประเพณีนี้ด้วยเอกลักษณ์ขนมจีนประโดก คือ การทำเส้นขนมจีนแห้งหมักกับ

น้ำยากะทิปลาช่อนที่มีความหอมของเครื่องแกงจากพริกน้ำยาและมิรสาติดูกปาก ขนมจีนประโดกจึงเป็นอาหารท้องถิ่นที่ภูมิใจให้คนทั้งในและนอกชุมชนอยากมาทำบุญที่วัดบ้านประโดก เพราะเมื่อมาทำบุญคราใดก็จะได้รับประทานขนมจีนที่ชาวบ้านประโดกทำเลี้ยง ต่อมาเมื่อมีการปรับตัวในด้านการผลิตและการแพร่กระจายทำให้ขนมจีนประโดกสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้หลากหลายมากขึ้น ในยุคปัจจุบัน จึงมีกลุ่มผู้บริโภคขนมจีนจากร้านขายขนมจีน 3 รูปแบบ คือ ร้านขายขนมจีนในชุมชน ร้านขายขนมจีนนอกชุมชน และร้านขายขนมจีนในรถยนต์เร่ นอกจากนี้ยังมีการบริโภคจากงานบุญและการบริโภคขนมจีนจากการเผยแพร่ในรูปแบบอื่นๆ อาทิ งานเทศกาลขนมจีนประจำปี การรับประทานขนมจีนที่ญาติมิตรเพื่อนฝูงซื้อมาฝาก หรือขนมจีนที่จัดให้รับประทานในงานเลี้ยงต่างๆ ของบริษัท ฯลฯ ทำให้กลุ่มผู้บริโภคในยุคปัจจุบันขยายวงกว้างและมีความหลากหลายกว่าผู้บริโภคในยุคอดีตมาก

จึงเห็นได้ว่า การสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดกนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งในขั้นของการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภค ต่างมีความเกี่ยวข้องและกระทบถึงกันอยู่เสมอ ไม่สามารถตัดขาดเพียงขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง ทำให้สืบทอดวัฒนธรรมอย่างยาวนานได้ แม้ในขั้นของการแพร่กระจายที่โดนแรงปะทะจากอารยธรรมภายนอก อันเกิดจากรูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ยังส่งผลให้การผลิตต้องปรับตัวตามเพื่อรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในขั้นของการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภคนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

2. การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดก

การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดก ใน 2 ยุคนั้น เกิดขึ้นหลายรูปแบบ โดยนำมาอธิบายผ่าน 3 กระบวนการ คือ การผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภค จาก 4 องค์ประกอบย่อยของการสื่อสาร (S-M-C-R) อันประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) เนื้อหาสาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ดังนี้

ในช่วงของการผลิต สถานภาพของผู้ส่งสาร คือ ผู้ผลิตขนมจีนซึ่งเป็นชาวชุมชนขนมจีนประโคน ในยุคอดีต ผู้ผลิตขนมจีนมักเป็นผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ต้นๆ แต่ปัจจุบันผู้ชายได้เข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในการผลิตและจำหน่าย ซึ่งส่วนใหญ่ยังอยู่ในวัยกลางคน อายุ 45 ปีขึ้นไป ในยุคปัจจุบันผู้ส่งสารจึงเป็นผู้ผลิตทั้งผู้ชายและผู้หญิงซึ่งอยู่ในวัยกลางคน ส่วนช่องทางการสื่อสาร คือ กิจกรรมการผลิตเส้นและน้ำยาขนมจีนที่เกิดขึ้นทุกวัน โดยเนื้อหาสาระ คือ วิธีและขั้นตอนการผลิตขนมจีนอันเป็นอาหารและอาชีพของชุมชน สำหรับผู้รับสารนั้น ในยุคอดีตส่วนใหญ่ คือ ลูกหลานซึ่งเป็นเยาวชนชาวชุมชนขนมจีนประโคนเรียนรู้การทำขนมจีนช่วยแม่หรือคนในครอบครัวที่หาบขนมจีนขาย แต่ปัจจุบันผู้รับสารเป็นคนทุกเพศทุกวัยที่มีส่วนร่วมในการผลิตโดยการสื่อสารในขั้นของการผลิตเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสนทนาเรื่องทั่วๆ ไป ระหว่างกิจกรรมการทำขนมจีน ขณะเดียวกันก็มีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมโดยการถ่ายทอดวิธีทำขนมจีนด้วยการลงมือปฏิบัติ

ในขั้นของการแพร่กระจายวัฒนธรรมขนมจีนประโคน มี 2 ลักษณะ คือ การจำหน่ายและเผยแพร่ ซึ่งเป็นขั้นที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับสังคมภายนอกอยู่ตลอดเวลา ในยุคอดีต ผู้ส่งสาร คือชาวบ้านประโคนที่ทำขนมจีนออกหาบขายให้แก่ผู้รับสารซึ่งเป็นผู้บริโภคในท้องถิ่น และเมื่อมีงานบุญประเพณี วัดจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารซึ่งเป็นแขกที่มาร่วมงานบุญซึ่งไม่จำกัดเพียงแค่แขกในท้องถิ่นเท่านั้น แต่เป็นแขกที่มาจากต่างถิ่นด้วย ซึ่งมีโอกาสรับประทานขนมจีนที่ชาวบ้านประโคนลงแรงร่วมกันทำ ในปัจจุบันสถานภาพผู้ส่งสารเป็นผู้ผลิตที่ขายขนมจีนด้วยเช่นกัน แต่อาศัยช่องทางการสื่อสารด้วยการขายหลากหลายรูปแบบ อาทิ การขายเส้นขนมจีนทั้งปลีกและส่ง การขายขนมจีนพร้อมรับประทานแบบจัดชุดสำหรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน งานมงคลต่างๆ เป็นต้น และมีการขายขนมจีนพร้อมรับประทานด้วยการเปิดร้านขายขนมจีน 3 รูปแบบ คือ ร้านขายขนมจีนใน/นอกชุมชน และร้านขายขนมจีน

จารกรถยนต์เร่ นอกจากนี้ ชาวชุมชนขนมจีนประโคนที่เป็นเจ้าภาพงานบุญและผู้ที่มีส่วนร่วมในงานบุญประเพณีทุกคน ตลอดจนผู้ให้การสนับสนุนเผยแพร่เอกลักษณ์ขนมจีนประโคนทั้งภาครัฐและเอกชนผ่านงานเทศกาลขนมจีนประจำปี รวมทั้งสื่อมวลชนและผู้ที่พักชวนหรือซื้อเป็นของฝากแก่ญาติมิตรเพื่อนฝูง หรือการแนะนำผ่านทางเว็บไซต์ ยังทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารอีกด้วย ด้วยเนื้อหาสาระ คือ รูปลักษณ์รสชาติบทบาทหน้าที่และเอกลักษณ์ของขนมจีนประโคน ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ อย่างหลากหลาย ไปยังผู้รับสาร อันได้แก่ผู้บริโภคทุกคนและทุกเพศทุกวัย การสื่อสารในช่วงของการแพร่กระจายจึงเป็นทั้งการจำหน่ายและเผยแพร่เอกลักษณ์ขนมจีนประโคน ทั้งนี้ ก็เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมและรักษาสถานภาพทางอาชีพของตนไว้ พบรูปแบบของการสื่อสาร คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นแบบสองทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมการสื่อสารมวลชนเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต การสื่อสารแบบ 2 จังหวะ อันเกิดจากการที่ลูกค้ามีการชักชวนครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จักให้มารับประทานด้วยการบอกกันแบบปากต่อปาก หรือการซื้อเป็นของฝาก ตลอดจนการสื่อสารจากงานบุญประเพณี และการสื่อสารจากงานเทศกาลขนมจีนประจำปี ที่นำการสื่อสารรูปแบบต่างๆ มาใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่อย่างหลากหลาย

ในช่วงของการบริโภคนั้น เป็นช่วงขั้นที่ผู้บริโภคได้สัมผัสกับเอกลักษณ์ของขนมจีนประโคนในทุกมิติผ่านอายตนะทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ โดยสถานภาพของผู้ส่งสารในช่วงของการบริโภคนี้เป็นทั้งผู้จำหน่ายและผู้เผยแพร่ขนมจีนประโคนออกไปในรูปแบบต่างๆ ด้วยช่องทางการสื่อสาร คือ ขนมจีนประโคนอันประกอบด้วยเส้นและน้ำยาขนมจีน และผักต่างๆ ภาชนะที่ใช้ ฯลฯ ด้วยเนื้อหาสาระ คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัสของขนมจีนอันเป็นส่วนที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ทั้งจากการรับประทานและการรับรู้ในมิติอื่นๆ อาจรวมไปถึงการรับรู้ถึงความชำนาญและความเป็นมืออาชีพในการทำขนมจีนด้วย นอกจากนี้ ในระหว่างการรับประทานขนมจีนร่วมกันก็มีการสนทนาเกิดขึ้น ทั้งระหว่างกลุ่มผู้บริโภคขนมจีนงานบุญ

ประเพณี หรือการสนทนาระหว่างแม่ค้ากับลูกค้าผู้บริโภค ขนมหินจากหาวแร่ที่เกิดขึ้นในยุคอดีต และการสนทนา ระหว่างแม่ค้ากับลูกค้าที่มารับประทานขนมหินจากร้าน ขายขนมหินนอกชุมชนที่พบในยุคปัจจุบัน นับจากอดีต จนถึงปัจจุบัน กระบวนการสื่อสารในขั้นของการบริโภค จึงมีการสื่อสารเกิดขึ้นจากหลากหลายกิจกรรม ที่เป็น ทั้งการสื่อสารแบบอวัจนภาษาและวัจนภาษา

3. การสื่อสารเพื่อธำรงรักษาเศรษฐกิจวัฒนธรรม ชุมชนของวัฒนธรรมขนมหินประโดก

จากการศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม ขนมหินประโดกในยุคอดีตและยุคปัจจุบันผ่านการผลิต แพร่กระจาย และบริโภค นำมาวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อ ธำรงรักษาเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชนของวัฒนธรรม ขนมหินประโดกจากแนวคิดการมองวัตถุให้เป็นสื่อ การมองวัตถุให้เป็นสัญลักษณ์ และการมองวัตถุที่มากกว่า สำนึกทั่วไป อันประกอบด้วยคุณลักษณะที่มีหน้าที่ คุณค่า และความหมาย ด้วยการนำเอาแนวคิด “บทบาท หน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน” ที่ต้องคำนึงถึงมิติของเวลา (บทบาท ต่อเนื่อง สูญหาย คลี่คลาย และเพิ่มใหม่) และประเภท ของบทบาทหน้าที่ในเชิงประเมินคุณค่า (บทบาทต่อเนื่อง สูญหายและเพิ่มใหม่นั้นมีความสำคัญต่อชุมชนมากน้อย เพียงใด) การดำรงอยู่ของบทบาทต่างๆ เหล่านั้น เกี่ยวข้อง กับปัจจัยเงื่อนไขอะไรบ้างตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้ ดังนี้

ก. การสื่อสารอย่างมีหน้าที่ โดยแบ่งเกณฑ์การวิเคราะห์ ผ่านมิติของเวลาได้ 4 รูปแบบ คือ บทบาทต่อเนื่อง สูญหาย คลี่คลาย และเพิ่มใหม่ ดังนี้

1. หน้าที่สืบเนื่อง เป็นบทบาทหน้าที่ที่ยังคงสืบเนื่อง จากอดีตที่ยอมรับและเห็นได้ชัด แม้สังคมเปลี่ยน บทบาท หน้าที่นี้ยังคงทำเช่นเดิม

1.1 ชาวชุมชนขนมหินประโดกยังคงสืบทอด ภูมิปัญญาการแปรรูปข้าวท่อนหรือข้าวหักให้เป็นเส้น ขนมหินแป้งหมักด้วยกระบวนการเดิม กับการทำน้ำยา ปลากะทิจำหน่ายด้วยสูตรดั้งเดิมเพื่อจำหน่ายเป็นอาหาร

ท้องถิ่น ที่ชาวโคราชนิยมรับประทานและเป็นอาชีพ ที่สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

1.2 แต่ก่อนหากมีงานบุญประเพณี ชาวบ้าน ประโดกจะทำเส้นขนมหินมาจากบ้าน แล้วมาร่วมลงแรง ช่วยกันทำน้ำยาขนมหินที่วัดหรือที่บ้านเจ้าภาพ แต่ในปัจจุบันหากมีงานบุญประเพณี ชาวชุมชนขนมหิน ประโดกสามารถสั่งซื้อเส้นขนมหินจากผู้ผลิตได้ และอาจ สั่งซื้อน้ำยาขนมหินจากผู้จำหน่ายในหมู่บ้าน หรืออาจ มีการร่วมลงแรงกันทำขนมหินเองเหมือนแต่ก่อนบ้าง แม้กิจกรรมการร่วมลงแรงทำขนมหินจะมีความเข้มข้น น้อยกว่าในอดีต แต่ขนมหินประโดกก็ยังมียุทธศาสตร์ในงาน บุญประเพณีต่างๆ อยู่เสมอ นับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

1.3 นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชาวชุมชนขนมหิน ประโดกยังคงสืบทอดความเชื่อเกี่ยวกับวัฒนธรรมขนมหิน ประโดกกับงานบุญประเพณีเช่นเดิม กล่าวคือ ขนมหินยังมี บทบาทในงานบุญมงคลต่างๆ โดยเฉพาะงานแต่งงาน โดยเชื่อว่าหากทำขนมหินเลี้ยงแขกในงานแต่ง ชีวิตคู่ก็จะ ยืดยาวเหมือนเส้นของขนมหิน และยังคงความเชื่อว่า ขนมหินไม่เหมาะสำหรับทำเลี้ยงในงานศพ เพราะ เส้นสายที่ยืดยาวของขนมหินอาจทำให้นักตายผูกพัน กับคนเป็น ดังที่ชาวชุมชนกล่าวว่า “งานบุญเค้าก็มีแต่ ขนมหินนั่นแหละบ้านประโดก เลี้ยงแขกเลี้ยงคน อย่างงานบวช งานแต่ง เค้าไม่เลี้ยงแต่งงานศพ มันยาว” (แม่จิน ทับหมื่นไวย อายุ 72 ปี, สัมภาษณ์, 22 กรกฎาคม 2556)

2. หน้าที่ที่สูญหายไป เป็นหน้าที่เก่าที่เคยมี ซึ่ง ในปัจจุบันไม่มีบทบาทหน้าที่นั้นๆ อีกแล้ว เห็นได้ชัด ทั้งจากรูปแบบการผลิต การจำหน่ายและการบริโภค

2.1 ผู้ผลิตเส้นและน้ำยาขนมหินเลือกใช้ อุปกรณ์การผลิตตามปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ที่มากขึ้นกว่าแต่ก่อน โดยนำเครื่องจักรไฟฟ้าที่ช่วย พั่นแรงและเพิ่มปริมาณการผลิตมาใช้แทน ด้วยเหตุนี้ เครื่องมือแบบเดิมที่ต้องใช้แรงงานคนมากกว่าและ ได้ปริมาณที่น้อยกว่าจึงไม่ได้ถูกนำกลับมาใช้อีก และสูญหายไปทีละจุด

2.2 เมื่อผู้ผลิตเส้นขนมจีนในชุมชนนำเครื่องจักรไฟฟ้ามาใช้ ทำให้สามารถผลิตเส้นขนมจีนได้เพียงพอกับความต้องการของผู้ประกอบอาชีพขายขนมจีนในชุมชน ชาวชุมชนขนมจีนประโดจึงหันมาซื้อเส้นขนมจีนจากผู้ผลิตในชุมชนแทน ดังนั้น รูปแบบการผลิตเส้นขนมจีนเองในครัวเรือนจึงสูญหายไป

2.3 เมื่อสภาพสังคมและแวดล้อมต่างๆ เปลี่ยนไปจากที่แต่ก่อนยังไม่มีถนนหนทาง ชาวชุมชนขนมจีนประโดสามารถหาบขนมจีนขายได้สะดวก เมื่อปัจจุบันมีถนนหนทางรุดราสัญจรไปมามากขึ้น จึงไม่สะดวกที่จะใช้วิธีการหาบเร่แบบเดิม ทั้งค่านิยมของคนในปัจจุบันที่คำนึงถึงสุขอนามัยมากขึ้น จึงไม่นิยมนั่งรับประทานข้างทาง ประกอบกับแม่ค้าชาวชุมชนขนมจีนประโดมีที่นั่งขายเป็นหลักแหล่งส่งผลให้รูปแบบการหาบเร่ และรับประทานขนมจีนตามข้างทางแบบเดิมสูญหายไปตามกาลเวลา

3. หน้าที่ที่คลี่คลาย เป็นหน้าที่ที่คลายตัวหรือขยับออกไป ไม่เหมือนเดิมทั้งหมดเป็นการปรับประยุกต์ตนเองแต่ยังมีลักษณะบางอย่างอิงกับบทบาทเดิม

3.1 ในอดีตชาวชุมชนขนมจีนประโดมีอาชีพทำนาปลูกข้าวเป็นหลัก และมีอาชีพขายขนมจีนเป็นอาชีพรอง โดยแปรรูปข้าวที่ปลูกเองทำเป็นเส้นขนมจีนหาบขาย แต่ในปัจจุบันชาวชุมชนขนมจีนประโดไม่มีอาชีพทำนาปลูกข้าวเป็นหลักเหมือนในสมัยก่อน เนื่องจากที่ดินทำกินถูกนายทุนซื้อทำอพาร์ทเมนต์ โรงงาน หอพัก ฯลฯ เมื่อไม่มีที่ไร่นาชาวบ้านส่วนหนึ่งก็หันมาประกอบอาชีพขายขนมจีนเป็นหลัก โดยสั่งซื้อข้าวที่แต่ก่อนเคยปลูกเองได้จากโรงสีแทน

3.2 แม้ผู้ผลิตชาวชุมชนขนมจีนประโดจะใช้อุปกรณ์การผลิตเส้นและน้ำยาขนมจีนที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพื่อเพิ่มปริมาณ ทุนแรงและเวลาในการผลิต ทำให้ได้ปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของผู้จำหน่ายและผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน แต่ผู้ผลิตชาวชุมชนขนมจีน

ประโดยังคงรักษาขั้นตอนการผลิตเส้นขนมจีน แป้งหมักและน้ำยาปลากะทิ น้ำยาปลาป้า และน้ำยาน้ำพริกหรือน้ำยาหวานแบบเดิมไว้ โดยทำน้ำยาปลากะทิจำหน่ายด้วยเสมอ

4. หน้าที่ที่เพิ่มใหม่เป็นหน้าที่ที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองปัญหาใหม่ๆ ของสังคม อาจพัฒนามาจากบทบาทแบบแฝงในอดีตแล้วพลิกขึ้นมาเป็นหน้าที่หลักในปัจจุบัน หรืออาจจะยังคงเป็นหน้าที่แฝงเร้นต่อไปได้

4.1 ปัจจุบันทางเลือกในการรับประทานอาหารของผู้บริโภคหลากหลายมากขึ้น ชาวชุมชนขนมจีนประโดจึงทำน้ำยาขนมจีนเพิ่มขึ้นจากเดิม 1-3 ชนิด คือ น้ำยาแกงไก่ น้ำยาหมู และน้ำยาเผ็ดชาดิส ทำหน้าที่เพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคในการรับประทานขนมจีน

4.2 ในยุคอดีตชาวบ้านประโดหาบขนมจีนเร่ขายในเมืองโคราช แต่ในยุคปัจจุบันด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป รุดราสัญจรไปมามากขึ้น ทำให้ไม่เหมาะแก่การหาบเร่ขายตามข้างทาง ชาวชุมชนขนมจีนประโดต้องปรับตัวในด้านการจำหน่ายให้เหมาะสมกับยุคสมัยทำให้มีรูปแบบการจำหน่ายขนมจีน 3 ช่องทาง คือ

1) ชาวชุมชนขนมจีนประโดส่วนหนึ่งต้องการตั้งหลักเปิดร้านขายขนมจีนในชุมชนเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมขนมจีนประโดและให้คนทั้งในและนอกท้องถิ่นสามารถหารับประทานได้ ปัจจุบันมีร้านขายขนมจีนในชุมชน 8 ร้าน คือ ร้านแม่พลอย ร้านครูยอด ร้านหม้อดิน ร้านครูเอก ร้านมะละกอ ร้านพีนาง ร้านแม่สมบุญ ร้านครูแขก ซึ่งเรียกว่า “ร้านขายขนมจีนในชุมชน” ทั้งนี้ ความเข้มข้นในการจำหน่ายและเผยแพร่ ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและความเก่าแก่ของร้าน อย่างไรก็ตาม “ร้านขายขนมจีนในชุมชน” ก็พยายามปรับประยุกต์วิธีจำหน่ายด้วยการนำอาหารอื่นๆ มาจำหน่ายร่วมด้วยอย่างหลากหลาย อาทิ ส้มตำผัดหมี่ อาหารคาวหวานอื่นๆ ฯลฯ ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกรับประทานอาหารอย่างอื่นนอกจากขนมจีนเพียงอย่างเดียว

2) ชาวชุมชนขนมจีนประโดอีกส่วนหนึ่ง

ที่หาบขนมจีนขายมานาน จนรู้จักที่ทางขายในเมืองโคราช ประกอบกับเทศกิจไม่อนุญาตให้แม่ค้าหาบเร่ขายของข้างทาง ชาวชุมชนขนมจีนประโดกจึงต้องมีที่นั่งขายประจำเป็นหลักแหล่ง อาทิ นั่งขายในตลาด ข้างโรงงาน หรือห้างสรรพสินค้า ฯลฯ อันเป็นที่มาของ “ร้านขนมจีนนอกชุมชน” เนื่องจากต้องนำขนมจีนที่ทำจากบ้านออกมาขายในเมืองนั่นเอง แม้รูปแบบการขายนี้ มีความคล้ายคลึงกับการขายในอดีตมากกว่า อาทิ การนั่งขายๆ รับประทานขนมจีนกับแม่ค้า ภาชนะที่ใช้ใส่ขนมจีนก็ยังคงเป็นถ้วยสังกะสีเคลือบใบเล็กเหมือนแต่ก่อน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของ “ร้านขนมจีนนอกชุมชน” อาจจะสูญหายไปได้ในอนาคต เนื่องจากผู้บริโภคเชื่อว่าขนมจีนประโดกแท้ๆ คือ ขนมจีนที่ขายในชุมชนขนมจีนประโดก ขนมจีนที่ชาวชุมชนขนมจีนประโดกนำออกมาขายในตลาดจึงเป็นขนมจีนทั่วๆ ไปที่รับประทานรองท้อง เป็นอาหารที่หารับประทานยากกว่าอาหารชนิดอื่น หรือ เป็นอาหารที่บังเอิญเดินผ่านแล้วเห็นก็แวะรับประทาน “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” จึงมีบทบาทน้อยมากสำหรับรูปแบบการจำหน่ายนี้

3) ชาวชุมชนขนมจีนประโดกที่เดิมมีรถยนต์เป็นของตัวเอง ก็มีความคิดริเริ่มเร่ขายขนมจีนด้วยรถยนต์ เนื่องจากสามารถขับออกขายในระยะทางที่ไกลออกไปได้ สามารถไปต่างตำบล หรือต่างอำเภอได้ อันเป็นที่มาของ “ร้านขนมจีนใส่รถยนต์เร่ขาย” ถือเป็นหน้าที่การขายแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตามรูปแบบการเร่ขายก็ไม่เหมาะกับผู้ชายหากมีอายุมากขึ้น จากการสัมภาษณ์พูดคุยพอได้ความว่าถึงแม้จะไม่มีคู่แข่ง แต่เมื่ออายุมากขึ้นก็ต้องการเปิดร้านขนมจีนเป็นหลักแหล่งมากกว่าการเร่ขาย

4.3 ในอดีตการผลิตและจำหน่ายขนมจีนจะทำครัวเรือนใครครัวเรือนมัน โดยเพศหญิง (แม่ ย่า ยาย ป้า น้ำ อา ฯลฯ) เป็นผู้มืบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้ตลอดทั้งเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย โดยมีลูกหลานที่เป็นสมาชิกในครอบครัวคอยช่วยเหลือ แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป มีผู้บริโภคหลากหลายกลุ่มทำให้ปริมาณการบริโภคมากขึ้น ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจึงต้องปรับ

ประยุกต์การผลิตและจำหน่ายตามปริมาณการบริโภคที่มากขึ้น โดยในขั้นของการผลิตได้มีการจ้างแรงงานเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ ส่วนการจำหน่ายก็มีการจ้างแรงงานเพื่อการจำหน่ายและบริการลูกค้าในร้านเช่นกัน แรงงานส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนขนมจีนประโดกทุกเพศทุกวัย มีตั้งแต่วัยรุ่นถึงวัยชรา ทั้งเพศหญิงและชาย ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบของแต่ละบุคคล อาทิ ผู้ที่มีอายุห้าสิบหรือหกสิบปีขึ้นไปสามารถคว่ถ้วยดิน/พริกแห้ง หรือแกะเนื้อปลา ฯลฯ อันเป็นส่วนผสมของน้ำยาน้ำพริกที่อยู่ที่บ้าน ได้รับค่าแรงเดือนละ 3,000 บาท เป็นต้น “รูปแบบการจ้างแรงงาน” จึงเป็นหน้าที่ใหม่ที่ปรากฏให้เห็นในยุคปัจจุบัน

4.4 ในอดีตเมื่อหมดหน้านา เพศหญิง (แม่ ย่า ยาย ป้า น้ำ อา ฯลฯ) เป็นผู้ทำขนมจีนแล้วออกหาบขายเป็นอาชีพรอง แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป ชาวชุมชนขนมจีนประโดกส่วนใหญ่ขายที่ไร่นา ส่งผลให้อาชีพทำนาเริ่มสูญหายไป จากที่เพศชายเคยทำนาเป็นหลักก็หันไปทำงานรับจ้างอย่างอื่น ส่วนหนึ่งก็กลับมารื้อฟื้นการทำขนมจีนที่เคยเป็นอาชีพของบรรพบุรุษอย่างจริงจัง ทำให้ในยุคปัจจุบัน เพศชายได้เข้ามามีบทบาททั้งในด้านการผลิตและจำหน่ายขนมจีนมากขึ้นกว่าเดิม

4.5 ในอดีตชาวชุมชนขนมจีนประโดกหาบเร่ขายขนมจีนกันแทบทุกหลังคาเรือน และเมื่อมีงานบุญประเพณีชาวชุมชนขนมจีนประโดกก็ทำขนมจีนเลี้ยงพระและแขกที่มาร่วมงานอยู่เสมอ จนอาชีพหาบเร่ขายขนมจีนและขนมจีนในงานบุญกลายเป็นสัญลักษณ์ของชาวชุมชนขนมจีนประโดกที่คนในท้องถิ่นรู้จัก เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2550) ขนมจีนประโดกจึงถูกบรรจุให้เป็นอัตลักษณ์ประจำตำบลหมื่นไวยอย่างเป็นทางการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในชุมชน ด้วยการเชิญชวนให้มารับประทานขนมจีนประโดกในชุมชน แม้ “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” จะก่อตัวขึ้นมาเป็นเวลานานมากแล้ว แต่การทำหน้าที่เป็นอัตลักษณ์ประจำตำบลหมื่นไวยอย่างเป็นทางการ ก็เป็นหน้าที่ใหม่ที่ปรากฏในยุคปัจจุบัน

ข. การสื่อสารอย่างมีคุณค่า โดยการวิเคราะห์ในเชิงประเมินคุณค่าว่ามีบทบาทต่อเนื่อง สูญหาย และ

เพิ่มใหม่นั้นมีความสำคัญต่อชุมชนมากน้อยเพียงใด

“ขนมจีนประโดก” เป็นอาหารท้องถิ่นที่มีบทบาทในงานบุญประเพณี และเป็นอาชีพที่สร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวมาเป็นเวลานานเกินกว่า 100 ปี จนกลายเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดำรงอยู่กับชาวชุมชนขนมจีนประโดกจนถึงปัจจุบัน ทั้งการทำขนมจีนเพื่องานบุญประเพณีและเพื่อเป็นอาชีพที่สร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวนั้น เปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม ทำให้แต่ละคนมีเวลาอยู่ร่วมกัน พุดคุยกันอย่างใกล้ชิด สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” จึงมีบทบาทในเชิงคุณค่าที่เชื่อมร้อยความรู้ดีร่วมกันตั้งแต่ในระดับครอบครัวจนถึงระดับชุมชนและสังคม

“ขนมจีนประโดก” เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าของชาวชุมชนขนมจีนประโดก เป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษที่มีความผูกพันใกล้ชิดมาตั้งแต่เด็ก ด้วยความที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมเช่นนี้ ทำให้ชาวชุมชนขนมจีนประโดกรู้จักวัฒนธรรมลึกซึ้งกว่าแค่การมีความรู้และทำขนมจีนได้เท่านั้น ประกอบกับขนมจีนประโดกมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับหนึ่ง ทำให้มีตลาดรองรับที่มั่นคง ทั้งคนโคราชก็นิยมรับประทานขนมจีนอยู่แล้ว หากผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมรู้จักนำมาปรับประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยก็สามารถทำเป็นอาชีพหลักเพื่อสร้างรายได้อย่างยั่งยืนได้ นอกจากนี้การทำขนมจีนยังเป็นวิชาความรู้ที่สามารถถ่ายทอดให้แก่คนรุ่นต่อไปทั้งในและนอกชุมชนอีกด้วย

ก. การสื่อสารอย่างมีความหมาย โดยวิเคราะห์ในเชิงความหมายของความเป็นอาหาร อาชีพและวัฒนธรรมท้องถิ่นของขนมจีนประโดกตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สามารถแบ่งความหมายออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ความหมายอันเกิดจากคุณลักษณะของขนมจีนประโดกที่จับต้องได้และวัดได้ กับความหมายอันเกิดจากการตีความของผู้บริโภค ดังนี้

1. ความหมายที่วัดได้

1.1 “การมีคุณค่าทางโภชนาการที่ทำหน้าที่หล่อเลี้ยงร่างกาย” เป็นความหมายที่สามารถวัดคุณค่าทางอาหารโดย

เปรียบเทียบกับอาหารอย่างอื่นได้ตามหลักวิทยาศาสตร์ ทั้งยังมีเส้นใยอาหารที่ได้จากผักสดที่รับประทานกับขนมจีนทำให้ขนมจีนมีคุณลักษณะของ “การรักษาสุขภาพและป้องกันโรคได้” อีกทั้งน้ำยาขนมจีนที่ “เครื่องแกงทำพริกน้ำยามีส่วนผสมของสมุนไพร อาทิ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด กระชาย หัวหอมแห้ง พริก ฯลฯ” ที่มีคุณลักษณะรักษาโรคได้ ที่มาดังกล่าวจึงมีความสอดคล้องกับคำเรียกว่า “น้ำยาขนมจีน”

1.2 ขนมจีนเป็นอาหารที่ชาวบ้านสามารถทำเองได้และในสมัยก่อนชาวชุมชนขนมจีนประโดกมีอาชีพทำนาปลูกข้าวเป็นหลักทำให้มีวัตถุดิบในการทำขนมจีนที่ทำได้ ประกอบกับแต่ก่อนอาหารการกินไม่ได้มีหลากหลายเหมือนทุกวันนี้ ขนมจีนจึงเป็นอาหารในท้องถิ่นที่คนโคราชนิยมบริโภค และเนื่องจากวัดมีความใกล้ชิดกับบ้านมากกว่าในยุคปัจจุบัน เมื่อมีงานบุญประเพณีต่างๆ วัดก็จะให้ชาวบ้านทำขนมจีนมาเลี้ยงแขกหรืออยู่เสมอ ทำให้ “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” มีบทบาทในการสื่อสารถึง “การเป็นอาหารของคนในท้องถิ่นและมีบทบาทในงานบุญประเพณี” ได้อย่างมีความชัดเจนมากกว่าในยุคปัจจุบัน

2. ความหมายอันเกิดจากการตีความของผู้บริโภค

2.1 ในยุคอดีต “การหาบเร่ขายขนมจีน” เป็นสัญลักษณ์ของชาวชุมชนขนมจีนประโดกที่หาบขนมจีนขาย ในยุคปัจจุบันการหาบเร่ขายขนมจีนหายสาบสูญไป “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” จึงถูกมอบความหมายใหม่ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ เมื่อขนมจีนประโดกถูกมอบความหมายให้กลายเป็นอัตลักษณ์ประจำตำบลหมื่นไวยอย่างเป็นทางการ “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” จึงสื่อสารในเชิงสัญลักษณ์ว่าเป็นอาหารในท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง เป็นขนมจีนที่อร่อยที่สุดในประเทศ ฯลฯ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้คนต่างถิ่นหรือนักท่องเที่ยวแวะมารับประทานขนมจีนที่ตำบลหมื่นไวย

2.2 “การมีรสชาติอร่อยถูกปาก” หรือไม่ว่าจะขึ้นอยู่กับความชอบของผู้บริโภคแต่ละคน อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภควัยกลางคนที่เคยรับประทาน

ขนมจีนในยุคอดีต ก็พูดในลักษณะที่ว่า “แต่ก่อนขนมจีน มีรสชาติอร่อยมากไม่หวนเครื่อง เพราะของราคาไม่แพง เท่าสมัยนี้ ทำให้สามารถใส่ส่วนผสมต่างๆ ได้อย่างเต็มที่ อาทิ เนื้อปลา พริกน้ำยา และกะทิมะพร้าวที่เข้มข้น” เป็นเหตุผลที่ทำให้ขนมจีนในสมัยนั้นมีรสชาติอร่อย สำหรับในปัจจุบันมีการผลิตและจำหน่ายขนมจีนเป็นประจำทุกวัน ผู้บริโภคอาจตีความความอร่อยของขนมจีนประโลกว่า “การใช้วัตถุดิบสดใหม่ทำให้มีรสชาติอร่อยถูกปาก” หรือความเป็น “ขนมจีนดั้งเดิม” มีอายุมากกว่า 100 ปี มีชื่อเสียงในเชิงที่ว่า เป็นขนมจีนที่อร่อยที่สุด ผลิตและจำหน่ายโดยคนในท้องถิ่นที่มีความชำนาญจึงทำให้เกิดความมั่นใจในความอร่อยของขนมจีน นอกจากความอร่อยโดยรสชาติของขนมจีนเอง ทั้งขนมจีนยังมีนัยของ “การเป็นอาหารพื้นบ้านที่ไม่แพร่หลายและมีความแตกต่างจากอาหารจานด่วนชนิดอื่นๆ” ด้วยคุณลักษณะของขนมจีนเช่นนี้ ทำให้ผู้ผลิตยังคงผลิตและจำหน่ายขนมจีนได้อย่างมีความสอดคล้องกับความต้องการรับประทานของผู้บริโภค

อภิปรายผล

ผลการศึกษา “การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโลกในยุคอดีตและยุคปัจจุบัน” จากกระบวนการผลิต แพร่กระจาย และการบริโภค นำมาอภิปรายเกี่ยวกับการสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโลกได้ดังนี้

ผู้ที่เลือกให้ขนมจีนประโลกเป็นอาชีพจนถึงปัจจุบัน คือ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค เนื่องจากขนมจีนเป็นอาหารท้องถิ่นมานานกว่า 100 ปี และคนโคราชนิยมรับประทาน ต่อมา เมื่อชุมชนขยายตัวและขนมจีนเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ทำให้คนทั้งในและนอกชุมชนรับประทานขนมจีนมากขึ้น ผู้ผลิตจึงปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตเพื่อรองรับความต้องการในการจำหน่ายและบริโภค ด้วยการนำเครื่องจักรเข้ามาใช้แทนอุปกรณ์การผลิตแบบเดิมๆ เพื่อทุ่นแรงและเพิ่มปริมาณการผลิตให้เพียงพอต่อการจำหน่ายและบริโภค อุปกรณ์ในการผลิตและจำหน่ายในยุคอดีตบางอย่างสูญหายไปถูกแทนที่ด้วยอุปกรณ์ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสังคมในปัจจุบัน

แต่สิ่งที่ผู้ผลิตเส้นและน้ำยาขนมจีนยังคงรักษาไว้ดังเดิม คือ การเลือกใช้วัตถุดิบและการคงกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมไว้ ทำให้อัตลักษณ์ขนมจีนประโลกยังคงอยู่ ประกอบกับมีตลาดรองรับและปรับประยุกต์วิธีการจำหน่ายให้เหมาะสมกับสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การตั้งหลักเปิดร้านจำหน่ายขนมจีนในชุมชนให้เป็นหลักแหล่งแทนการหาบเร่ การนำอาหารอื่นๆ อาทิ ส้มตำ ไอศกรีม ขนมไทย มาจำหน่ายร่วมด้วยอย่างหลากหลาย เป็นต้น นอกจากนี้ การให้การสนับสนุนส่งเสริมการเผยแพร่อัตลักษณ์ขนมจีนประโลกของ อบต.หมื่นไวย และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ททท. สำนักงานคณะกรรมการวิจัย ฯลฯ ตลอดจนบทบาทของขนมจีนประโลกที่เป็นอาหารเลี้ยงพระและแขกเหรื่อที่มาร่วมงานบุญประเพณีต่างๆ ได้แทบทุกงานที่สืบทอดมาตั้งแต่ในอดีต ทำให้ขนมจีนประโลกเป็นอาหารท้องถิ่นที่มีให้รับประทานอยู่เสมอ จึงสรุปได้ว่า ขนมจีนประโลกเป็นแหล่งสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่ชาวชุมชน เป็นวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีความสำคัญในการสร้างความสามัคคีและสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นให้แก่ชุมชน ทั้งยังเป็นอัตลักษณ์ของตำบลหมื่นไวยที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนขนมจีนประโลกในปัจจุบันอีกด้วย

ทั้งนี้ ในการศึกษาการสืบทอดวัฒนธรรม กาญจนา แก้วเทพ เสนอว่าต้องมีลักษณะ “ครบเครื่องเรื่องการผลิต” กล่าวคือ ไม่ได้ผลิตเพียงเพื่อให้ได้ผลผลิตเท่านั้น หากแต่ว่า “เป็นการผลิตที่มีแนวคิดบางประการ” กำกับไว้อยู่เบื้องหลัง ด้วยการวิเคราะห์จากแนวคิด “ต้นไม้แห่งคุณค่าในแนวคิดและแนวนอน” โดยเปรียบเทียบการสืบทอดวัฒนธรรมเป็นต้นไม้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2554: 53-54) ดังนั้น ในการศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโลกใน 2 ยุค จึงใช้หลักการวิเคราะห์จากต้นไม้แห่งคุณค่าในแนวคิด เพื่อพิจารณาเรื่องการสืบทอดจากส่วนที่มองเห็น โดยไม่หลงลืมที่จะศึกษาส่วนมองไม่เห็นด้วย คือ เนื้อหา คุณค่า และความหมายของขนมจีนประโลก และการวิเคราะห์จากแนวคิดต้นไม้แห่งคุณค่าในแนวนอน

อันหมายถึงการผ่าเฉพาะลำต้นออกมาดู ให้เห็นเปลือก/ กระพี้/ แก่นของต้นไม้ (สมสุข หินวิมาน, 2553: 559) โดยเปรียบเทียบกับการศึกษาเพื่อให้เข้าใจการสืบทอด และปรับตัวของวัฒนธรรมชนมจีนประโดกว่า ถ้าเป็นส่วนเปลือก (หรือแม้แต่กระพี้) จะปรับเปลี่ยนได้ แต่ถ้าเป็นส่วนของแก่นแล้ว ทุกครั้งที่มีการปรับประยุกต์ ชาวชุมชนชนมจีนประโดจะต้องพยายามรักษาส่วนนี้ไว้เสมอ ผลการวิเคราะห์การสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดด้วยแนวคิดต้นไม้แห่งคุณค่า มีดังนี้

1. การวิเคราะห์การสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดจากแนวคิดต้นไม้แห่งคุณค่าในแนวดิ่ง

รากที่ติดอยู่กับดิน คือ ส่วนที่มองไม่เห็นและมีความสำคัญที่สุด อยู่ในขั้นของการผลิตอันได้แก่

ก. ความเป็นอาชีพที่สร้างรายได้เลี้ยงครอบครัว อันเกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ตกทอดมาถึงลูกหลานชาวชุมชนชนมจีนประโดในปัจจุบัน

ข. ความเป็นอาหารที่นิยมรับประทานในท้องถิ่น

ค. ความมีอัตลักษณ์ศักดิ์ศรีและความภาคภูมิใจ ในการพึ่งพาตนเองจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดต่อกันมาหลายรุ่นเป็นระยะเวลายาวนาน

ง. ความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ และความ เป็นมืออาชีพในการทำงานของชาวชุมชนชนมจีนประโด

จ. การทำหน้าที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างคน ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคม

ฉ. การรู้จักปรับประยุกต์รูปแบบการผลิตและ จำหน่ายให้เหมาะสมกับยุคสมัยและพฤติกรรมผู้บริโภค

ส่วนที่มองเห็นของต้นไม้ คือ ต้น ใบ ผล และดอก ลำต้นถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ต้นไม้ยืนอยู่ได้ เปรียบได้กับผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย วัตถุดิบ กระบวนการผลิต อุปกรณ์ในการผลิตและจำหน่าย และรูปแบบการจำหน่าย ที่ล้วนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอาชีพขายของชนมจีนให้ดำเนินต่อไปทุกวันอย่างต่อเนื่อง อยู่ในขั้นของการแพร่กระจาย ซึ่งคาบเกี่ยวในขั้นของการผลิตด้วย

ส่วนใบที่ปกคลุมต้นไม้อันเป็นส่วนที่ผลัดเปลี่ยน

ร่วงหล่นไปตามกาลเวลา ดังเช่น ผู้บริโภคและผู้ให้ การสนับสนุนที่มีการหมุนเวียนเข้ามาอุดหนุนและ ชักชวนญาติมิตรให้มารับประทาน ส่วนผลที่ได้รับในส่วนของผู้ผลิตและจำหน่ายก็คือ รายได้และการพึ่งพาตัวเองได้ ในส่วนของผู้บริโภคผลที่ได้จากการรับประทานชนมจีน ประโดแบบดั้งเดิม ดอกของต้นไม้ซึ่งนอกจากจะมีความ สวยงามแล้ว ยังส่งกลิ่นหอมขจรกระจายไปไกล เปรียบดัง อัตลักษณ์ของชนมจีนประโดที่สร้างชื่อเสียงและศักดิ์ศรี ในการพึ่งพาตนเองของชาวชุมชนชนมจีนประโดอีกด้วย

2. การวิเคราะห์การสืบทอดวัฒนธรรมชนมจีนประโดจากแนวคิดต้นไม้แห่งคุณค่าในแนวนอน

การวิเคราะห์ต้นไม้ในแนวนอนอันหมายถึง การผ่าเฉพาะลำต้นออกมาดู ให้เห็นแก่น กระพี้และเปลือก ของต้นไม้ ในส่วนของลำต้นเปรียบได้กับการผลิตและ แพร่กระจายชนมจีนประโด โดยสามารถนำแนวคิดนี้ มาวิเคราะห์ได้ว่า “แก่น” คือ ส่วนที่แข็งแรงที่สุดเป็นส่วน เปลี่ยนแปลงน้อยมาก แก่นของชนมจีนประโด จึงหมายถึง ส่วนที่ยังคงคุณลักษณะเดิมไว้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่เปลี่ยนแปลง หรือถูกปรับเปลี่ยนน้อยมากเป็นส่วนสำคัญ ที่ทำให้อัตลักษณ์ของชนมจีนประโดคงอยู่ อันได้แก่ การผลิต “เส้นชนมจีนแป้งหมัก” ที่เหนียวนุ่มเข้ากับน้ำยา ชนมจีนและการทำ “น้ำยาปลากระต๊อ” ที่ยังคงความเข้มข้น มีสีเหลืองนวลมารับประทานด้วยวัตถุดิบหลักที่ใช้ อาทิ ข้าวหักทำเส้นชนมจีน, เครื่องแกงทำพริกน้ำยา ฯลฯ จากสูตรและขั้นตอนการผลิตแบบดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลง หรือปรับเปลี่ยนน้อยมาก และยังคงรสชาติและความ สดใหม่ของการผลิตแบบวันต่อวัน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ ชาวชุมชนชนมจีนประโดเห็นว่าดีแล้ว เคยเปลี่ยนเป็น อย่างอื่นแล้ว แต่ไม่เท่าเดิมจึงยังคงเก็บรักษาไว้ดังเดิม

ส่วน “กระพี้และเปลือก” หมายถึง สิ่งที่แปรเปลี่ยน ไปตามกาลเวลา หากมีการผลัดเปลี่ยนทิ้งไปจะทำให้ต้นไม้ เจริญเติบโตและแข็งแรงขึ้น เปรียบได้กับอุปกรณ์ที่ใช้ ในการผลิต จากเดิมที่เคยเป็นครกกระเดื่อง กระต่ายขูด มะพร้าว ต่อมาจึงมีการนำเครื่องจักรมาใช้แทนทำให้ได้ปริมาณ การผลิตมากขึ้นแต่ใช้แรงงานน้อยลง รูปแบบการจำหน่าย

ที่แต่ก่อนเคยหาบขนมจีนขาย ก็เปลี่ยนมาเป็นการเปิดร้าน หรือการมีหลักแหล่งขายที่แน่นอน ฯลฯ อุปกรณ์การจำหน่ายเช่น จาน ชาม ช้อน ฯลฯ ที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและค่านิยม ต่อมาเมื่อทางเลือกในการรับประทานอาหารของลูกค้ายิ่งมากขึ้น จากที่เคยทำน้ำยาขนมจีน 2 อย่าง คือ น้ำยาปลากะทิกับ น้ำยาน้ำพริก จึงมีการสร้างสรรค์น้ำยาสูตรอื่นๆ อีกกว่า 3-5 ชนิด การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็นการเปลี่ยนแปลงภายใต้เงื่อนไขของความเหนื่อยยากในการผลิตและความยากลำบากในการออกจำหน่ายแบบเดิมๆ ปริมาณการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้จำหน่ายและผู้บริโภค อันเนื่องมาจากข้อเสียซึ่งเป็นที่รู้จักของลูกค้าในวงกว้างมากขึ้น ทำให้ความต้องการในการบริโภคมากขึ้น และการคำนึงถึงเรื่องสุขลักษณะอนามัยและความสะอาดของผู้บริโภค ทำให้ปรับเปลี่ยนสถานะในการขาย จากเดิมใช้จานช้อน สังกะสีก็เปลี่ยนเป็นเมลามีน กระเบื้อง ฯลฯ ที่หาได้ในแต่ละยุคสมัย นอกจากนี้ ค่านิยมในการบริโภคของคนในสังคม เช่น ความไม่นิยมบริโภคตามข้างทาง ทำให้ชาวชุมชนเลิกหาบขนมจีนขายและมีที่ขายเป็นหลักแหล่ง รวมทั้งการที่ผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคอาหารมากขึ้น ทำให้ชาวชุมชนทำน้ำยาขนมจีนแบบอื่นๆ เพิ่ม หรือการมีสินค้าอย่างอื่นมาเสริม เช่น ส้มตำ ผัดหมี่ ไก่ทอด ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ไม่ได้ทำลายอัตลักษณ์ของขนมจีนประโดกแต่เป็นสิ่งที่อยู่ร่วมกันได้อย่างหลากหลาย

ผลการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดก จังหวัดนครราชสีมา” ยังสอดคล้องกับกลุ่มการสืบทอดเศรษฐกิจวัฒนธรรมหลายประการ อาทิ ปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ของเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ วัฒนธรรมและความเชื่อ ความสามารถในการจัดการทรัพยากรภายในชุมชน ผู้นำชุมชน ความเข้มแข็งขององค์กรทางเศรษฐกิจ และสังคมภายในชุมชน พฤติกรรมการผลิตและบริโภคของชุมชน การใช้อำนาจรัฐและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ จากภายนอกชุมชน และการได้รับข้อมูลข่าวสาร ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ การขาดงบประมาณ ผู้นำการประชาสัมพันธ์ และการให้ความร่วมมือของประชาชน เป็นต้น และ

กลุ่มการสืบทอดวัฒนธรรมนั้น ต่างสนใจศึกษาปัจจัยในการสืบทอดวัฒนธรรม และต่างเป็นกังวลว่าวัฒนธรรมดั้งเดิมจะสูญหายและขาดผู้สืบทอด นอกจากนี้ การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดกข้างต้น ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของการวิจัยในกลุ่มการธำรงรักษาวัฒนธรรมที่ว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการธำรงรักษาอัตลักษณ์ไว้ อาทิ การจัดทำหนังสือ แผ่นพับ การจัดแสดงโชว์ การจัดนิทรรศการ ฯลฯ และสื่อบุคคลที่สำคัญคือ ผู้เฒ่าผู้แก่ กลุ่มชาวบ้าน พระสงฆ์ ส่วนอัตลักษณ์จะคงอยู่ได้หรือไม่ ปัจจัยสำคัญ คือ การรับรู้ถึงความเนื้อหาสาระนั้นจากมุมมองของคนอีกด้วย

นอกจากนี้ จากการศึกษาที่ได้จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า วัฒนธรรมการสื่อสารและอัตลักษณ์ขนมจีนประโดกมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Stuart Hall (1990 อ้างถึงใน จุฬาพรธรร (งามจรี) ผดุงชีวิต, 2550: 39) ที่กล่าวว่า “วัฒนธรรมคือการสื่อสารและการสื่อสาร คือ วัฒนธรรม” และ จุฬาพรธรร (2550) กล่าวว่า “วัฒนธรรมอัตลักษณ์ และการสื่อสารนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้” ดังนี้

- 1) วัฒนธรรมขนมจีนประโดกมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการสื่อสาร
- 2) วัฒนธรรมขนมจีนประโดกและการสื่อสารสร้างอัตลักษณ์ขนมจีนประโดก
- 3) อัตลักษณ์ของขนมจีนประโดกมีบทบาทในการสืบทอดเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชน

ผู้วิจัยนำข้อค้นพบข้างต้นมาอภิปรายเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดก จังหวัดนครราชสีมา ได้ดังนี้

1. วัฒนธรรมขนมจีนประโดกมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการสื่อสาร

การสื่อสารมีบทบาทและความสำคัญในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมขนมจีนประโดกให้มีความต่อเนื่องยาวนานนับในยุคลดและยุคปัจจุบัน คือ เมื่อกระบวนการทางวัฒนธรรมขนมจีนประโดก ทั้งการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารก็ปรับตัวตาม

โดยเฉพาะในขั้นของการแพร่กระจาย ซึ่งเป็นขั้นที่มีการปฏิสัมพันธ์กับสังคมและต้องโดนแรงปะทะกับกระแสการเปลี่ยนแปลงจากโลกภายนอกตลอดเวลา การสื่อสารรูปแบบต่างๆ จึงเข้ามามีบทบาทในการธำรงรักษาวัฒนธรรมขนมจีนประโดก และรักษาสถานภาพทางอาชีพของชาวชุมชนขนมจีนประโดกไว้หลายช่องทาง นอกจากนี้ การสื่อสารยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยรักษาวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นเอาไว้ เพราะทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย/เผยแพร่ และผู้บริโภค ต่างก็ใช้การสื่อสารเพื่อการปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามหน้าที่ของตนนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยรูปแบบการสื่อสารมีการปรับเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

2. วัฒนธรรมขนมจีนประโดกและการสื่อสารสร้างอัตลักษณ์ขนมจีนประโดก

อัตลักษณ์ขนมจีนประโดกเป็นสื่อที่ช่วยสร้างแรงเกาะเกี่ยวของสังคมและยึดโยงสายสัมพันธ์ของคนในชุมชนขนมจีนประโดก โดยการสื่อสารได้เข้ามาเป็นกลไกหนึ่งในการรักษาวัฒนธรรมชุมชนไว้ผ่านกิจกรรมการรวมกลุ่มอาชีพทำขนมจีน ทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ทำให้วัฒนธรรมมีความต่อเนื่องจนเกิดเป็นอัตลักษณ์ เมื่อวัฒนธรรมได้ถูกถ่ายทอดภายใต้ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การทำมาหากิน และการผลิตซ้ำด้วยแล้ว ก็จะเกิดการถ่ายทอดวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับวิถีชีวิตและบริบทชุมชน ขณะเดียวกัน การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านกระบวนการสื่อสารอย่างมีหน้าที่คุณค่า และความหมาย ยังแสดงให้เห็นถึง อัตลักษณ์ที่สะท้อนมิติทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชุมชน และทำให้เห็นว่าขนมจีนประโดกมีความเหมือนและแตกต่างจากขนมจีนชุมชนอื่นอย่างไร

3. อัตลักษณ์ขนมจีนประโดกมีบทบาทสืบทอดเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชน

แม้วัฒนธรรมขนมจีนประโดกมีการปรับตัวทั้งในด้านการผลิต แพร่กระจาย และการบริโภคหลายประการ ที่เห็นได้ชัดคือ การนำเครื่องจักรมาช่วยในการผลิต การขยายช่องทางการแพร่กระจาย อุปกรณ์การจำหน่าย

ที่เน้นสุขอนามัย ฯลฯ แต่สิ่งชาวชุมชนขนมจีนประโดกยังรักษาไว้เสมอจนปรากฏให้เห็นเป็น “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” คือ

1) คุณลักษณะของเส้นขนมจีนประโดก ที่มีความเหนียวนุ่มเข้ากับน้ำยาขนมจีนได้ดี คนโคราชนิยมรับประทาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาวเรือง พัฒนวิบูลย์ (2542) ที่ศึกษาการบริหารและจัดการกลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายขนมจีนบ้านโปนกวน ซึ่งพบว่าปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน คือ การผลิตเส้นขนมจีนมีคุณภาพ เส้นเหนียวนุ่ม มีรสชาติอร่อย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเส้นขนมจีนประโดกเป็นแป้งหมักที่นอกจากมีความเหนียวนุ่มแล้ว ก็ใช้ต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงนัก ดังนั้น ผู้ผลิตเส้นขนมจีนแป้งหมักของประโดกจะได้กำไรหลังหักต้นทุนวัตถุดิบแล้ว 3 – 4 เท่าของราคาค่าวัตถุดิบ

2) การทำ “น้ำยาปลากระทิ” ที่ยังคงความเข้มข้นรสชาติกลมกล่อม หอมกลิ่นเครื่องแกงของพริกน้ำยาไม่เลี่ยนไม่มัน และมีสีเหลืองปนส้มนำรับประทานเป็นวิชาทำน้ำยาขนมจีนสูตรดั้งเดิมด้วยการต้มพริกน้ำยาแทนการผัดเหมือนการทำน้ำยาปลากระทิของภาคกลาง และการนำเนื้อปลาสดมาใช้แทนเนื้อปลาช่อนซึ่งหาง่ายและราคาถูกกว่า แต่เมื่อนำมาปรุงด้วยสูตรการทำน้ำยาขนมจีนประโดกนี้ มีความกลมกลืนเข้ากันได้ดี ทำให้ขายได้ในราคาไม่แพง และมีราคาถูกกว่าอาหารอย่างอื่นเล็กน้อย ทั้งยังรับประทานได้ทุกเพศทุกวัย

3) การสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมในการเลือกใช้วัตถุดิบทำเส้นขนมจีน คือ การใช้ข้าวหักเป็นท่อนที่ไม่นำมาหุงรับประทาน และมีราคาถูกกว่าข้าวสาร เป็นข้าวเก่า เมล็ดแข็ง ข้าวขาวคาแห้ง หรือข้าวเหลืองประทิว ด้วยเทคนิคในการเลือกวัตถุดิบที่ทำให้เส้นขนมจีนเก็บไว้ได้นานกว่ามีเส้นเหนียวกว่ายังคงได้รับการสืบทอดเรื่อยมา ในส่วนของวัตถุดิบในการทำน้ำยาขนมจีน อันได้แก่ เครื่องแกงทำพริกน้ำยาที่ทำได้ง่ายในท้องถิ่นนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด

4) การสืบทอดสูตรและขั้นตอนการผลิตทั้งเส้นและน้ำยาขนมจีนดั้งเดิมกว่า 100 ปี เป็นทุนทางวัฒนธรรมเดิม

ที่ไม่ได้คิดค้นใหม่ เนื่องจากชาวชุมชนชนมจีนประโดกได้ลองหาวิธีการผลิตที่ง่ายกว่า แต่ผลผลิตที่ได้กลับไม่ดีเท่าวิธีดั้งเดิม อาทิ กลิ่น สี รสชาติ ของขนมจีนไม่หอมอร่อยละมุนละไมเท่าเดิม ทำให้ชาวชุมชนชนมจีนประโดกสืบทอดวิธีการผลิตแบบเดิมเรื่อยมา

5) เมื่อชุมชนชนมจีนประโดกเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมบริโภคนิยม ส่งผลให้การผลิตจำหน่ายและบริโภคขนมจีนมีปริมาณมากกว่าแต่ก่อน ด้วยคุณลักษณะของเส้นขนมจีนที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน จึงไม่สามารถแปรรูปเก็บไว้ได้เหมือนกับเส้นหมี่หรือเส้นก๋วยเตี๋ยว ผู้ผลิตและจำหน่ายชาวชุมชนชนมจีนประโดกต้องกะประมาณในการผลิตให้พอดีขายหมด เส้นและน้ำยาขนมจีนจึงต้องผลิตกันแบบวันต่อวัน ประกอบกับด้วยประสบการณ์ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่ทำอาชีพนี้มากกว่า 20 ปี ทำให้สามารถคาดคะเนปริมาณการบริโภคของกลุ่มลูกค้าคนได้ด้วยเหตุนี้ขนมจีนประโดกจึงมีรสชาติอร่อยจากความสดใหม่อยู่เสมอ จนกลายเป็นอัตลักษณ์ขนมจีนประโดกที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่ง

จากข้อค้นพบข้างต้น แสดงให้เห็นว่าชาวชุมชนชนมจีนประโดกพยายามรักษาอัตลักษณ์ขนมจีนประโดกเอาไว้ด้วยเหตุผลในการด้านการผลิต แพร่กระจาย และการบริโภค เนื่องจากอัตลักษณ์ขนมจีนประโดกมีบทบาทในการสื่อสารเพื่อสืบทอดเสริมธวัชวัฒนธรรมชุมชนในหลายมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นของการแพร่กระจายที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับสังคมภายนอกอยู่ตลอดเวลา การคงอัตลักษณ์ขนมจีนประโดกดั้งเดิมไว้ นอกจากทำให้ขนมจีนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักง่ายต่อการจดจำจนได้รับความเชื่อถือในเรื่องรสชาติและความอร่อยแล้วยังทำให้ขนมจีนขายได้ง่าย มีแรงจูงใจให้คนอยากมารับประทาน ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเสริมธุรกิจในชุมชนอีกด้วย

ทั้งนี้ อัตลักษณ์ขนมจีนประโดกยังสามารถนำมาอธิบายจาก “กรอบ/ช่วงชั้น” ของอัตลักษณ์ตามทฤษฎี CTI 4 ประเภท คือ

1. Personal Frame คือ อัตลักษณ์สื่อสารบอกตัวตนของเรา ซึ่งอัตลักษณ์ของ “ขนมจีนประโดก”

สื่อสารแก่ผู้สืบทอดผ่านกิจกรรมการผลิตว่าเป็นทั้งอาหารและอาชีพที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ

2. Enacted Frame คือ การแสดงออกของอัตลักษณ์ของเราต่อผู้อื่น ซึ่ง “อัตลักษณ์ขนมจีนประโดก” สื่อสารบอกผู้อื่นว่าเป็นขนมจีนสูตรดั้งเดิมที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษมีอายุยาวนานกว่า 100 ปี เป็นอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจของตำบลหมื่นไวย

3. Relational Frame คือ เป็นอัตลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ การรับรู้อัตลักษณ์ของเราในมุมมองของผู้อื่น ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคขนมจีนประโดกยอมรับในรสชาติของเส้นและน้ำยาขนมจีนประโดก รวมถึงความสะอาด ความสดใหม่ในการผลิตเพื่อจำหน่าย และรู้ว่าเป็นหมู่บ้านทำขนมจีนประโดกมีชื่อเสียงและเป็นอัตลักษณ์ของตำบล

4. Communal Frame คือ อัตลักษณ์ในกรอบนี้หมายถึง “อัตลักษณ์ร่วม” ที่เรามีร่วมกับคนอื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน กล่าวคือ ในบรรดาขนมจีนด้วยกัน “ขนมจีนประโดก” สื่อสารบอกถึงลักษณะเด่นของตนว่าเป็นขนมจีนแป้งหมักที่เส้นมีความเหนียวนุ่มกับน้ำยาปลากะทิที่เป็นสูตรเฉพาะดั้งเดิมของชุมชน ได้รับการถ่ายทอดสืบทอดกันมาเป็นเวลากว่า 100 ปี มีรสชาติเป็นที่ยอมรับมานาน

นอกจากนี้ จากการศึกษาการสืบทอดวัฒนธรรมขนมจีนประโดกทำให้ผู้วิจัยได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคุณลักษณะของอัตลักษณ์ ดังนี้

1. อัตลักษณ์ต้องมีเอกลักษณ์ เนื่องจากชาวชุมชนชนมจีนประโดกต้องเผชิญกับวัฒนธรรมและอารยธรรมภายนอกอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อัตลักษณ์ขนมจีนประโดกในปัจจุบันแตกต่างจากอดีตหลายประการ ส่วนหนึ่งเกิดจากการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์การผลิตและจำหน่ายตามยุคสมัย ปริมาณการผลิตที่มากขึ้น มีการสร้างช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น ฯลฯ อย่างไรก็ตามชาวชุมชนชนมจีนประโดกก็พยายามธำรงรักษาส่วนสำคัญในการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภคในอดีตที่ถือเป็นแก่นหรือเอกลักษณ์ของอัตลักษณ์ไว้ด้วยการทำเส้นขนมจีนแป้งหมัก และน้ำยาปลากะทิด้วยสูตรทำพริกน้ำยาแบบดั้งเดิม

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกวรรณ มะโนรมย์. (2546). วัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนลุ่มน้ำที่ได้รับผลกระทบจากการก่อสร้างเขื่อนปากมูล. ใน รายงานการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 3 ทบพวนภูมิปัญญาท้าทายความรู้, 24-26 มีนาคม ณ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร กรุงเทพฯ.
- กฤษณ์ท แสทวิ. (2552). ลำพวน: การวิเคราะห์การสื่อสารกับการสืบทอดอัตลักษณ์ชาวไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และ คณะ. (2551). การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่อง “การสื่อสารชุมชน”. กรุงเทพฯ: ทูลเกล้าฯ ส่งเสริมกลุ่มวิจัย (เมธีวิจัยอาวุโส) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- _____. (2553). การบริหารจัดการวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรมการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.), สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), ศูนย์สหวิทยาการชุมชนศึกษา (สชศ.) และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2541). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2549). ปฐมบทแห่งองค์ความรู้ เรื่องสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข. นนทบุรี: โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). การวิเคราะห์ภูมิปัญญาด้านการสื่อสารท้องถิ่น. วารสารนิเทศศาสตร์ 19(4) (ตุลาคม-ธันวาคม): 19-35.
- _____. (2552). การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: ทูลเกล้าฯ ส่งเสริมกลุ่มวิจัย (เมธีวิจัยอาวุโส) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), และ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2555). สื่อเก่า-สื่อใหม่ สันถุญะ อัตลักษณ์ อุดมการณ์. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- กาญจนา แก้วเทพ, และ สมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ การเมืองกับสื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- เกศศิริ ปันธุระ. (2550). เอกลักษณ์ของอาหารไทยชาวจังหวัด: การคงอยู่และการเสริมคุณค่า. รายงานการวิจัย, สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เกศสิรินทร์ แพทอง. (2546). การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์และวิธีการดำรงรักษาอัตลักษณ์สำคัญของ ชาวมอญ อำเภอพระประแดง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ขวัญฤดี ดันตระกูล. (2550). ศักยภาพของธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัย, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จุฬารัตน์ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2550). วัฒนธรรม การสื่อสาร และอัตลักษณ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมรัตน์ เรืองวรภค. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนใน จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

แม้ในปัจจุบันองค์ประกอบในการผลิตและจำหน่ายจะมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้นกว่าแต่ก่อนก็ตาม

2. อุตสาหกรรมเดียวกันแต่มีหลากหลายความหมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของผู้บริโภคแต่ละคน ประกอบกับขนมจีนเป็นอาหารที่สามารถรับรู้ได้ในทุกมิติ ทั้งทางรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ผ่านการบริโภคและช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกัน ย่อมมีการตีความแตกต่างกัน ทั้งที่เป็นขนมจีนที่มาจากแหล่งผลิตเดียวกัน

3. อุตสาหกรรมเมื่อเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมใหม่ๆ ทั้งในรูปแบบของการจำหน่าย การเผยแพร่ผ่านงานบุญ ประเพณี หรืองานเทศกาลขนมจีนประจำปี ก็สามารถสร้างความหมายใหม่ได้อย่างหลากหลาย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. เนื่องจากในปัจจุบัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมรับประทานขนมจีนจากร้านขายขนมจีนในชุมชนขนมจีนประโดกมากกว่า เพราะเป็นแหล่งชุมชนขายขนมจีนที่ผู้บริโภคสามารถซื้อหารับประทานได้เป็นประจำทุกวัน มีเวลาเปิด-ปิดที่แน่นอน และมีพื้นที่ให้นั่งรับประทานอย่างเพียงพอและเหมาะสม นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังเชื่อว่าร้านขายขนมจีนในชุมชนเป็นขนมจีนประโดกของแท้และดั้งเดิม ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรสนับสนุนให้ช่องทางการขายนี้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปด้วย เพื่อส่งเสริมให้เป็นอาชีพสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ชาวบ้านที่ไม่มีเงินลงทุนจำนวนมากเพียงพอ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างค่านิยมให้เยาวชนคนรุ่นใหม่มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพที่ตนเป็นเจ้าของวัฒนธรรมและควรสนับสนุนส่งเสริมให้เยาวชนมีจิตสำนึกรักบ้านเกิด ตระหนักรู้ และเห็นคุณค่าในอาชีพของพ่อแม่ที่ทำเลี้ยงครอบครัว ด้วยการนำความรู้มา

ปรับประยุกต์พัฒนารูปแบบการผลิตแพร่กระจายและการบริโภคขนมจีนประโดก เพื่อกระตุ้นให้เศรษฐกิจในท้องถิ่นอันมีรากฐานมาจากวัฒนธรรมดั้งเดิมนี้มีความลึกซึ้งเข้มแข็งมากขึ้นด้วย

3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดหาเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ผลิตเส้นขนมจีนอบแห้งและน้ำยาผงกึ่งสำเร็จรูป ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประจำปีงบประมาณ 2546 เช่น คัดเลือกจากกลุ่มเยาวชนในชุมชน แล้วฝึกอบรมให้เป็นผู้ที่มีความรู้ มีความพร้อมที่จะเป็นผู้ดูแลและเป็นเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ฯ ตลอดจนกระตุ้นให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในศูนย์ฯ ด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาทัศนคติของเยาวชนในชุมชนของพื้นที่วิจัยในเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้แนวทางในการสื่อสารและส่งเสริมทัศนคติให้แก่กลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีต่ออาชีพดั้งเดิมของบรรพบุรุษซึ่งตนเองเป็นเจ้าของวัฒนธรรม

2. ควรศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคจากช่องทางการแพร่กระจายวัฒนธรรมขนมจีนประโดกที่แตกต่างกัน ว่าแต่ละช่องทางมีบทบาทในเชิงการสื่อสารเพื่อธำรงรักษาเศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชนหรือไม่อย่างไร เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการสื่อสาร หรือวิเคราะห์ความอยู่รอดของธุรกิจในครัวเรือนขนาดเล็กและคาดคะเนความเป็นไปได้หากมีการลงทุนต่อไป

3. ควรศึกษามุมมองและทัศนคติของผู้ที่เลิกอาชีพที่เกี่ยวข้องกับขนมจีนประโดก รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการเลิกประกอบอาชีพ เพื่อวิเคราะห์ความอยู่รอดของวัฒนธรรม หรือประเมินอุปสรรคและปัญหาในวางแผนการสื่อสารเพื่อพัฒนาชุมชนจากอาชีพทางวัฒนธรรมขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน

- ดาวเรือง พัฒนวิบูลย์. (2542). การศึกษาการบริหารและจัดการกลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายขนมจีน บ้านโพนดวน ตำบลศรีสว่าง อำเภอนาทม จังหวัดร้อยเอ็ด. รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ วิทยาลัยมหาสารคาม สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ทวีศักดิ์ เกษปทุม. (2546). ขนมจีน. กรุงเทพฯ: แม่บ้าน.
- นิตยา สุวรรณศรี และ นิรมล ทิศอาจ. (2552). โครงการการสืบทอดภูมิปัญญาการทำข้าวแคบ โดยความร่วมมือของโรงเรียน กับชุมชน ตำบลฝายหลวง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. งานวิจัยสถาบันวิจัยและพัฒนา สำนักงานวิจัย ฝ่ายอุตสาหกรรมสนับสนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- ประพนธ์ศักดิ์ กระจุกถาวร. ประวัติอาหารพื้นบ้าน (ขนมจีน). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.udomsuksa.ac.th/Latphrao/Knowledge/ที่มาของคำว่าขนมจีน.pdf>. [11 ตุลาคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา. สื่อการสอนทำขนมจีนออนไลน์. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา: http://www2.pm.ac.th/korat_lesson/1-3/index.html. [11 ตุลาคม 2555]
- รายการกินอยู่คือ ทวีไทย. ขนมจีนสุวรรณภูมิ. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://www.youtube.com/watch?v=u1ds6gz8KvU>. [5 พฤศจิกายน 2555]
- รายการสุดยอดบันเทิง. 5. ร้านขนมจีนครูยอด ขนมจีนประจักษ์โคราช. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://www.youtube.com/watch?v=zMFIxjeLW5s>. [5 พฤศจิกายน 2555]
- ลาวันย์ ไกรเดช. (2549). ขนมจีน: อาหารไทย - ภูมิปัญญาพื้นบ้านกับเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทย. หนังสือที่ระลึก งานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมทบวงมหาวิทยาลัย ครั้งที่ 5. หน้า 84-86. 24 - 26 มกราคม 2546 ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช.
- วิกิพีเดีย. ขนมจีน. [ออนไลน์]. 2556. [http://th.wikipedia.org/wiki/ขนมจีน_\(อาหารไทย\)](http://th.wikipedia.org/wiki/ขนมจีน_(อาหารไทย)). [11 ตุลาคม 2555]
- สมคิด พรหมจักษ์และคณะ. (2546). เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านอีสานใต้: ความอยู่รอดท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง. (2554). การสื่อสารเพื่อสร้างธำรงรักษาและต่อรอดอัตลักษณ์ความเป็นมอญพลัดถิ่นในประเทศไทยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุวิมล เวชวิโรจน์. (2552). การสื่อสารอัตลักษณ์กับการแต่งกายของชาวไทยโซ่ง อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ องค์การบริหารส่วนตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา. เพลง ขนมจีนประจักษ์. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: <http://www.youtube.com/watch?v=jVq9ostsxTg>. [9 มีนาคม 2556]
- อนงค์พรรณ หัตถมาศ และ สุภาวดี ศรีเทพ. (2551). การสืบสานประเพณีเทศกาลขนมจีน อำเภอห่มเกล้า จังหวัดเพชรบูรณ์. การวิจัยโปรแกรมวิชาคหกรรมศาสตร์, คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
- อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- อมรเทพ สังข์สิงห์. (2546). ปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาโรงงานทำแป้งขนมจีน อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช. การศึกษาอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- เอ็มไทยคอตคอม. ตามรอยนักชิม ขนมจีนครูยอด โคราช. [ออนไลน์]. 2556. แหล่งที่มา: <http://video.mthai.com/channel/tamroynakchim/player.php?id=46M1380799575M0>. [11 ตุลาคม 2555]

ภาษาอังกฤษ

De Fena, A. (2011๘). **Discourse and Identity**. In A. Teun, and Van Dijk (eds.), New York: Sage.

Littlejohn, S. W., & Foss, K.A. (eds). (2009). **Encyclopedia of Communication Theory**. Thousand Oaks, CA: Sage.

Niran Pamapimai. (2001). **Community Business: A Case Study of Khanomchin Group in Banpradok Muenwai Subdistrict Muenwai District Nakhonratchasima Province**. Unpublished master's thesis, Rural Development Studies, Faculty of Graduate Studies, Mahidol University.