

นวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหาร
กรณีศึกษากิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” ชุมชนคลองสามวา

COMMUNICATION INNOVATION THROUGH EXPERIENCE FOR
FOOD CULTURE CONSERVATION: A CASE STUDY “TASTE OF MON LEGEND”
ACTIVITY AT KHLONG SAM WA COMMUNITY

สิริมนต์ พึงสงวาลย์¹ นิสารัตน์ วิลัยลักษณ์² และ นิษฐา หุ่นเกษม^{3*}

^{1,2,3}สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Sirimon Puengsangwal¹, Nisararat Wilailuk², and Nitta Roonkaseam^{3*}

^{1,2,3}Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Rajabhat University Phranakhon
Bangkok, Thailand

*E-mail: nitta@pnru.ac.th

Received: 15-12-2024

Revised: 25-2-2025

Accepted: 26-2-2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์ในกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” สำหรับการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นมอญคลองสามวา และประเมินประสิทธิผลของนวัตกรรมการสื่อสารในการสร้างการรับรู้และความตระหนักถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญ ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตัวแทนชุมชนมอญคลองสามวา จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” จำนวน 85 คน

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารเน้นการผสมผสานประสบการณ์ตรงผ่านการชิมอาหารพื้นถิ่น เช่น ขนมเหนียวสูตรโบราณและข้าวตอกตังมอญ ร่วมกับการเรียนรู้วัฒนธรรมการแต่งกายด้วยสไบมอญ ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่าร้อยละ 90 มีการรับรู้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่นในระดับสูง โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ การบูรณาการงานวิจัยเข้ากับการเรียนการสอน โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ยังช่วยขยายการรับรู้และปลูกฝังความตระหนักในมรดกวัฒนธรรมอาหารแก่คนรุ่นใหม่

คำสำคัญ: นวัตกรรมการสื่อสาร วัฒนธรรมอาหาร ชุมชนมอญคลองสามวา ประสบการณ์ตรง

ABSTRACT

This research aimed to study the development of communication innovation through experience in the “Taste of Mon Legend” activity for preserving local Mon food culture in Khlong Sam Wa community and evaluate the effectiveness of this communication innovation in creating awareness and recognition of Mon local food values. The study employed participatory action research, collecting data from two key informant groups: five representatives from the Mon Khlong Sam Wa community and 85 participants in the “Taste of Mon Legend” activity.

The findings revealed that the communication innovation development emphasized integrating direct experiences through local food tasting, such as traditional sticky rice desserts and Mon pounded rice cakes, along with learning about cultural dress through Mon shoulder cloths. The evaluation indicated that over 90 percent of participants demonstrated high levels of recognition of local food values, particularly in cultural and local wisdom aspects. Additionally, the integration of research with teaching and learning, by involving students in producing public relations materials, helped expand awareness and instill recognition of food cultural heritage among the younger generation.

Keywords: Communication Innovation, Food Culture, Mon Community of Khlong Sam Wa, Direct Experience

บทนำ

การอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารถือเป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญในการรักษาเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน (Chineephen & Meena, 2021) โดยเฉพาะในบริบทของชุมชนมอญคลองสามวา (ชุมชนแป้นทองสัมพันธ์ เขตคลองสามวา) กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และอาหารพื้นถิ่น

จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน คณะผู้วิจัยได้พบว่าชุมชนแป้นทองสัมพันธ์มีความโดดเด่นในด้านของอาหารคาวและอาหารหวาน โดยเฉพาะการผสมผสานวัฒนธรรมไทยและมอญได้อย่างลงตัว ทั้งในวิถีชีวิตและอาหาร เช่น แกงมะตาด ข้าวแช่ และแกงกะทิวันเส้น อาหารเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม แต่ยังแฝงไปด้วยภูมิปัญญาและความเชื่อมโยงกับประเพณีท้องถิ่น

ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (food tourism) กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในฐานะรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างประสบการณ์เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านอาหารท้องถิ่น (Udompol, 2022) ชุมชนมอญคลองสามวาจึงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยความหลากหลายของอาหารพื้นถิ่นที่สามารถพัฒนาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านประสบการณ์ตรงได้

แม้ว่าชุมชนจะมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แต่จากการทบทวนวรรณกรรม คณะผู้วิจัยพบว่าการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารมอญมักเน้นเพียงการรวบรวมและบันทึกตำราอาหาร หรือการศึกษาประวัติความเป็นมาและคุณค่าทางวัฒนธรรม ยังขาดการศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารที่ใช้ประสบการณ์ตรงในการถ่ายทอดคุณค่าของอาหารพื้นถิ่น โดยเฉพาะในบริบทของชุมชนชาติพันธุ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะอย่างชุมชนมอญ นวัตกรรมการสื่อสารจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้และความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น ด้วยการใช้กระบวนการที่เน้นประสบการณ์ตรง เช่น การเล่าเรื่อง การสาธิตวิธีปรุงอาหาร และการชิมอาหาร (Nichamon & Patcharee, 2020) วิธีการเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วม แต่ยังช่วยสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับวัฒนธรรมและอาหารพื้นถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอ

ความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารในบริบทของชุมชนมอญคลองสามวา ผ่านกรณีศึกษากิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” ซึ่งเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่ใช้ประสบการณ์ตรงในการเชื่อมโยงผู้คนกับคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นทั้งในเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม การศึกษานี้จึงไม่เพียงมุ่งอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมการสื่อสารที่สามารถประยุกต์ใช้ในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในรูปแบบอื่น ๆ ได้อีกด้วย

ในการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาและพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์ในกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” สำหรับการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นมอญคลองสามวา และประเมินผลลัพธ์ของนวัตกรรมการสื่อสารดังกล่าว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์ในกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” สำหรับการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นมอญคลองสามวา
2. เพื่อประเมินประสิทธิผลของนวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์ในการสร้างการรับรู้และความตระหนักถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญ

ทบทวนแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดผ่านกิจกรรม การตลาดผ่านกิจกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้และความประทับใจ

ให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในบริบทของการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่น การจัดกิจกรรมทางการตลาดช่วยสร้างประสบการณ์ตรงและความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับอาหารและวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การจัดเทศกาลอาหาร การสาธิตการทำอาหาร หรือการจัดแสดงวัฒนธรรมการกินในพื้นที่ท่องเที่ยว

กลยุทธ์สำคัญประการหนึ่งคือการสร้างประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 (Multi-sensory Experience) โดยออกแบบกิจกรรมที่กระตุ้นการรับรู้ทั้งการมองเห็น การได้กลิ่น การชิม การได้ยิน และการสัมผัส การผสมผสานประสาทสัมผัสต่าง ๆ ช่วยสร้างความทรงจำและความประทับใจที่ลึกซึ้ง อันจะนำไปสู่การจดจำและผูกพันกับแบรนด์ในระยะยาว (Razaq, Walters & Rashid, 2017; Theaker) ทั้งนี้การตลาดผ่านกิจกรรมในปัจจุบันมักใช้การผสมผสานระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การถ่ายทอดสดกิจกรรม การจัดกิจกรรมเสมือนจริง หรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วม นอกจากนี้การใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดและสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมช่วยขยายการรับรู้และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์อีกด้วย (Roonkaseam et al., 2024)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism หรือ Gastronomy Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ผ่านอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบสำคัญหลายประการที่หลอมรวมกันเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบสำคัญประการแรกคืออาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงวัตถุดิบที่สะท้อนภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น นอกจากนี้ วัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์ก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน โดยสะท้อนผ่านวิธีการรับประทาน และโอกาสพิเศษต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับประทานอาหาร

ภูมิปัญญาในการปรุงอาหารเป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญ โดยการถ่ายทอดผ่านเทคนิควิธีการ และความพิถีพิถันในการปรุงอาหารแต่ละชนิด รวมถึงเรื่องราวและประวัติความเป็นมาของอาหาร ที่ช่วยเพิ่มคุณค่าและความน่าสนใจให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยว

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความหลากหลาย ตั้งแต่การท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญและทดลองชิมอาหารประจำถิ่น การเข้าร่วมเทศกาลอาหาร การเข้าคอร์สสอนทำอาหาร ไปจนถึงการพักอาศัยกับคนในพื้นที่เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตและอาหารท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีหลายรูปแบบ ทั้งการสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล การสร้างเนื้อหาแบบบูรณาการ การสร้างภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งล้วนมีส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอาหารส่งผลกระทบต่อเชิงบวกทั้งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และนำ

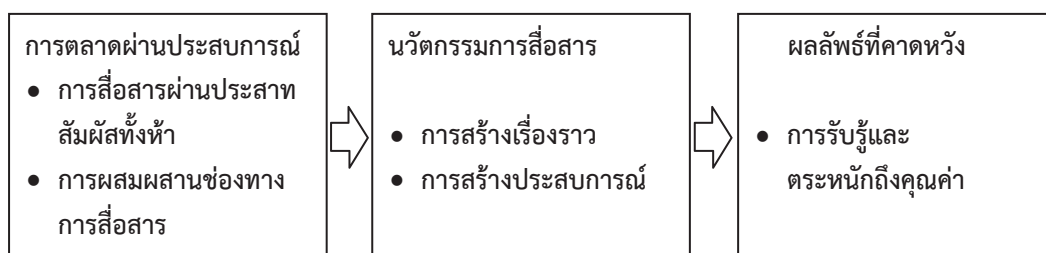
ไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งคำนึงถึงการรักษาสสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น (Udompol, 2022; Reynolds, 2012; Lim, 2019; Luša & Jakešević, 2017)

บทความวิจัยนี้ได้บูรณาการแนวคิดการตลาดผ่านกิจกรรมเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้สามารถสร้างพลังทางวัฒนธรรมผ่านอาหารพื้นถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีจุดเชื่อมโยงสำคัญของทั้ง 2 แนวคิด กล่าวคือ ดำเนินการออกแบบและพัฒนานวัตกรรม การสื่อสารผ่านประสบการณ์เพื่อการอนุรักษ์ วัฒนธรรมอาหารที่มีอาหารเป็นศูนย์กลาง ด้วยกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” ชุมชน คลองสามวา ผนวกกับการเล่าเรื่องผ่านอาหาร ที่นำเสนอประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรม

และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการพัฒนานวัตกรรม การสื่อสารผ่านประสบการณ์เพื่อการอนุรักษ์ วัฒนธรรมอาหารของชุมชนมอญคลองสามวา โดยมีแนวคิดการตลาดผ่านประสบการณ์และการสื่อสารผ่านกิจกรรม เป็นหลักในการออกแบบ และพัฒนานวัตกรรม การสื่อสารที่ประกอบด้วย การออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ผ่าน ประสาทสัมผัส การสร้างเรื่องราวผ่านอาหารพื้น ถิ่น และการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” กระบวนการดังกล่าว มุ่งผลลัพธ์ในการรับรู้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่น มอญคลองสามวา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) รายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่มหลัก กลุ่มแรกคือผู้ให้ข้อมูล

ในการออกแบบและพัฒนานวัตกรรม การสื่อสาร ประกอบด้วยตัวแทนชุมชนมอญคลองสามวา จำนวน 5 คน คัดเลือกแบบเจาะจงจากปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการอาหารพื้นถิ่น ผู้นำชุมชน และสมาชิกชมรมไทยรามัญเป็นทอง โดยพิจารณาจากความเชี่ยวชาญในการประกอบอาหาร

ความเข้าใจในวัฒนธรรม และบทบาทในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มที่สองคือผู้เข้าร่วมกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” จำนวน 85 คน ประกอบด้วยคณาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา จากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร รวมถึงนักเรียนจากศูนย์สาธิตการบริหารและพัฒนาเด็กปฐมวัย

2. เครื่องมือในการวิจัย

รายละเอียดของเครื่องมือแต่ละประเภท ดังนี้

การสัมภาษณ์เชิงลึก ในกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” ใช้แนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรูปแบบการนำเสนอและการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านกิจกรรม การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญที่ได้รับจากกิจกรรม และข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงกิจกรรม การสัมภาษณ์ดำเนินการในระหว่างและหลังการจัดกิจกรรม โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นและประสบการณ์ที่ได้รับอย่างเป็นธรรมชาติ เพื่อนำข้อมูลมาประเมินประสิทธิผลของนวัตกรรมการสื่อสารและพัฒนาปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมให้ดียิ่งขึ้น

การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ใช้แบบบันทึกการสังเกตที่ออกแบบให้ครอบคลุมประเด็นสำคัญหลายด้าน ในด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้วิจัยสังเกตปฏิกริยาและการตอบสนองต่อรสชาติของอาหาร การแสดงออกถึงความสนใจในเรื่องราวและวัฒนธรรมที่นำเสนอ รวมถึงระดับการมีส่วนร่วมในการซักถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในส่วนของการถ่ายทอดความรู้ คณะผู้วิจัย

สังเกตวิธีการสื่อสารและการถ่ายทอดเรื่องราวของปราชญ์ชาวบ้านและผู้รู้ในชุมชน ทั้งการอธิบายที่มาของวัตถุดิบ การสาธิตขั้นตอนการปรุงอาหาร และการเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับอาหารแต่ละชนิด นอกจากนี้ ยังสังเกตปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ถ่ายทอดความรู้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ตลอดจนบรรยากาศโดยรวมของการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นมอญ ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอและการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านกิจกรรม และความตระหนักในคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญ แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ และได้ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายก่อนนำไปใช้จริง

เครื่องมือทั้งหมดนี้ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการวิชาการและจริยธรรม สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

3. ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการตามขั้นตอนการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารผ่านกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบและเตรียมการ คณะผู้วิจัยได้จัดเวทีปรึกษาหารือร่วมกับตัวแทนชุมชนแป้นทองสัมพันธ์

(มอญคลองสามวา) เพื่อออกแบบกิจกรรม โดยคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ การสร้างบรรยากาศที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น การคัดเลือกวัตถุดิบและอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ ของชุมชน และการวางแผนการถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินกิจกรรม กิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” จัดขึ้น ณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มีผู้เข้าร่วมจำนวน 85 คน ประกอบด้วยคณาจารย์ บุคลากร นักศึกษา และนักเรียนจากศูนย์สาธิต การบริหารและพัฒนาเด็กปฐมวัย กิจกรรมเริ่มต้นด้วยการนำเสนอประวัติความเป็นมาของชุมชน และอาหารพื้นถิ่น จากนั้นมีการสาธิตการปรุงอาหารโดยปราชญ์ชาวบ้านและผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารของชุมชน ระหว่างการสาธิตมีการสอดแทรกเรื่องราวเกี่ยวกับที่มาของวัตถุดิบ กรรมวิธีการปรุง และคุณค่าทางวัฒนธรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทดลองชิมอาหารและมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับปราชญ์ผู้รู้ของชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผล ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสาน เพื่อประเมิน ประสิทธิภาพของการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม ผ่านกิจกรรม ข้อมูลทั้งหมดถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อ ประเมินประสิทธิผลของนวัตกรรมการสื่อสารและ นำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ส่วนแรกใช้การวิเคราะห์

เนื้อหาและการวิเคราะห์แก่นสาระสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต เพื่อศึกษาการพัฒนาวัตกรรมการสื่อสาร ส่วนที่สองใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อประเมินประสิทธิผลของ นวัตกรรมการสื่อสารในการสร้างการรับรู้และ ความตระหนักในคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยส่วนที่หนึ่ง การพัฒนา นวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์ใน กิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” สำหรับการ อนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นมอญคลอง สามวา

การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมการ สื่อสารเริ่มต้นจากการระดมความคิดร่วมกัน ระหว่างคณะผู้วิจัย ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการอาหารพื้นถิ่น ประธานชุมชน และสมาชิก ชมรมไทยรามัญแป้นทอง ซึ่งเป็นตัวแทนชุมชน แป้นทองสัมพันธ์ที่สืบทอดสูตรอาหารพื้นถิ่น โดย มุ่งเน้นการนำเสนออัตลักษณ์อาหารมอญผ่าน ประสบการณ์ตรง

คณะผู้วิจัยร่วมกับตัวแทนชุมชนคัดเลือกขนมหวานที่เป็นตัวแทนความภาคภูมิใจ ของชุมชนมอญคลองสามวา ได้แก่ ขนมเหนียว สูตรโบราณ ซึ่งได้รับการยอมรับในระดับประเทศ ด้วยรางวัล “1 จังหวัด 1 เมนู เชิดชูอาหารถิ่น” ประจำปี 2567 จากโครงการ “รสชาติ...ที่หายไป” (The Lost Taste) และข้าวตอกตั้งมอญที่เคยได้รับรางวัลจากโครงการเดียวกันในปีที่ผ่านมา

การออกแบบประสบการณ์การชิมให้มีความสำคัญกับความพึงพอใจในทุกขั้นตอนการปรุง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์อย่างแท้จริง โดยเฉพาะในขนมเหนียวที่ต้องใส่ใจตั้งแต่การนวดแป้งให้ได้เนื้อสัมผัสที่นุ่มเหนียวพอดี ไปจนถึงการผสมผสานวัตถุดิบต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างลงตัว

ในการออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเกิดจากความร่วมมือระหว่างคณะผู้วิจัยและตัวแทนชุมชนที่เล็งเห็นความสำคัญของการผสมผสานวัฒนธรรมการแต่งกายเข้ากับประสบการณ์การชิมอาหาร โดยเฉพาะการนำเสนอสไบมอญซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายที่ทรงคุณค่าทางวัฒนธรรม แนวคิดนี้มุ่งสร้างการเรียนรู้แบบองค์รวมที่เชื่อมโยงระหว่างอาหารและวิถีชีวิตของชาวมอญให้เป็นประสบการณ์เดียวกัน ในกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” ผู้เข้าร่วมจึงได้สัมผัสกับมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตผ่านการเรียนรู้วิธีห่มสไบมอญ ซึ่งโดดเด่นด้วยลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะลายดอกมะตาดและดอกกระเจียวที่เป็นสัญลักษณ์สำคัญของชุมชน ความวิจิตรของลวดลายเหล่านี้ไม่เพียงสร้างความงามทางสุนทรียะ แต่ยังสะท้อนภูมิปัญญาในงานหัตถศิลป์ที่ชาวมอญได้สั่งสมและถ่ายทอดสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคน

การผสมผสานการสาธิตการห่มสไบเข้ากับการชิมอาหารจึงเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมได้เข้าถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรมมอญอย่างลึกซึ้ง ผ่านการได้เห็น ได้สัมผัส และได้เรียนรู้ว่าทั้งอาหารและการแต่งกายล้วนเป็น

ส่วนประกอบสำคัญที่หล่อหลอมอัตลักษณ์ความเป็นมอญมาอย่างยาวนาน นับเป็นการออกแบบที่สามารถถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความประทับใจที่ยั่งยืน

ในส่วนของการขยายผลนวัตกรรมการสื่อสาร คณะผู้วิจัยได้ออกแบบการบูรณาการงานวิจัยเข้ากับการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบ ด้วยการเปิดโอกาสให้นักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ได้มีส่วนร่วมในการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ แนวคิดนี้มุ่งสร้างประโยชน์ร่วมกันระหว่างการพัฒนาทักษะวิชาชีพของนักศึกษาและการขยายการรับรู้คุณค่าของวัฒนธรรมอาหารมอญสู่สังคมวงกว้าง

กระบวนการเริ่มต้นจากการให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อในสถานการณ์จริง โดยบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวตลอดกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” เพื่อเก็บรายละเอียดทุกขั้นตอนสำคัญ ตั้งแต่กระบวนการทำอาหาร การสาธิตการนุ่งสไบ ไปจนถึงบรรยากาศการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม จากนั้นนักศึกษาได้นำข้อมูลภาพและเสียงที่รวบรวมได้มาพัฒนาต่อยอดเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งการออกแบบโปสเตอร์ที่นำเสนออัตลักษณ์อาหารมอญอย่างสร้างสรรค์ และการตัดต่อคลิปวิดีโอสั้นที่ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างน่าสนใจ

นอกจากนี้ นักศึกษายังได้เรียนรู้เทคนิคการเผยแพร่เนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยังไม่เคยกับอาหารพื้นถิ่นมอญมากนัก



ภาพที่ 2 กลุ่มชมพูนวัตกรรมในกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ”

ที่มา: Roonkaseam et al. (2004)

ผลการวิจัยส่วนที่สอง ประสิทธิภาพของ
นวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์ในการ
สร้างการรับรู้และความตระหนักถึงคุณค่าของ
อาหารพื้นถิ่นมอญ

ผลการประเมินสะท้อนว่านวัตกรรมการ
สื่อสารแบบผสมผสานนี้ประสบความสำเร็จในการ
สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่น

และกระตุ้นความสนใจในการอนุรักษ์วัฒนธรรม
อาหารมอญ โดยเฉพาะการผนวกประสบการณ์
ตรงเข้ากับการสื่อสารผ่านสื่อที่หลากหลาย ทำให้
ผู้เข้าร่วมได้ทั้งสัมผัสคุณค่าด้วยตนเองและได้เห็น
การนำเสนอในมุมมองที่น่าสนใจผ่านสื่อร่วมสมัย
นับเป็นการต่อยอดประสบการณ์และขยายผลการ
สื่อสารให้เข้าถึงผู้คนในวงกว้างมากขึ้น

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่ออาหารพื้นถิ่นมอญที่ได้ลิ้มรสในกิจกรรม

ด้าน	น้อยที่สุด คน (ร้อยละ)	น้อย คน (ร้อยละ)	ปานกลาง คน (ร้อยละ)	มาก คน (ร้อยละ)	มากที่สุด คน (ร้อยละ)
รสชาติอาหาร	0 (0%)	3 (3.53%)	3 (3.53%)	39 (45.88%)	43 (50.59%)
คุณภาพของวัตถุดิบ	0 (0%)	0 (0%)	5 (5.88%)	37 (43.53%)	43 (50.59%)
ความสวยงามของการจัดวางอาหาร	0 (0%)	1 (1.18%)	6 (7.06%)	36 (42.35%)	42 (49.41%)
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	0 (0%)	1 (1.18%)	5 (5.88%)	35 (41.18%)	44 (51.76%)

ผลการสำรวจความพึงพอใจต่ออาหารพื้นถิ่นมอญที่ได้ลิ้มรสในกิจกรรมแสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในระดับสูงมากในทุกด้านที่ประเมิน โดยมากกว่าร้อยละ 90 ของผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความพึงพอใจในระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” ในทุกด้าน ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพและความน่าประทับใจของอาหารพื้นถิ่นมอญที่นำเสนอในกิจกรรม

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่าความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร

ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($M = 4.44, S.D. = 0.67$) รองลงมาคือรสชาติอาหาร ($M = 4.40, S.D. = 0.71$) คุณภาพของวัตถุดิบ ($M = 4.38, S.D. = 0.61$) และความสวยงามของการจัดวางอาหาร ($M = 4.35, S.D. = 0.69$) ตามลำดับ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ค่อนข้างต่ำในทุกด้าน ($S.D. < 1.00$) แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับคุณภาพของอาหารพื้นถิ่นมอญที่นำเสนอในกิจกรรม

ตารางที่ 2 ผลลัพธ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมลิ้มรสอาหารพื้นถิ่นมอญ

ด้าน	น้อยที่สุด คน (ร้อยละ)	น้อย คน (ร้อยละ)	ปานกลาง คน (ร้อยละ)	มาก คน (ร้อยละ)	มากที่สุด คน (ร้อยละ)
ความรู้เกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นมอญ	0 (0%)	0 (0%)	4 (4.71%)	40 (47.06%)	41 (48.23%)
ความเข้าใจในวัฒนธรรมมอญ	0 (0%)	1 (1.18%)	5 (5.88%)	38 (44.71%)	41 (48.23%)
ความตระหนักถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่น	0 (0%)	0 (0%)	3 (3.53%)	37 (43.53%)	45 (52.94%)
แรงบันดาลใจในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น	0 (0%)	0 (0%)	4 (4.71%)	36 (42.35%)	45 (52.94%)

ผลการสำรวจผลลัพธ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมลิ้มรสอาหารพื้นถิ่นมอญแสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมได้รับประโยชน์ในระดับสูงมากในทุกด้านที่ประเมิน โดยมากกว่าร้อยละ 90 ของผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนผลลัพธ์ในระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” ในทุกด้าน ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพและคุณค่าของกิจกรรมในการ

ส่งเสริมความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นมอญ ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดคือความตระหนักถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นและแรงบันดาลใจในการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่น โดยมีผู้ตอบร้อยละ 52.94 ให้คะแนนในระดับ “มากที่สุด” เท่ากันทั้งสองด้าน ตามมาด้วยความรู้เกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นมอญและความเข้าใจใน

วัฒนธรรมมอญ ซึ่งได้รับคะแนน “มากที่สุด” ร้อยละ 48.23 เท่ากัน ซึ่งแม้จะต่ำกว่าด้านอื่นเล็กน้อย แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่สูงมาก

ที่น่าสนใจคือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ค่อนข้างต่ำในทุกด้าน ($S.D. < 0.70$) แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้รับ โดยเฉพาะในด้านความตระหนักถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นที่มีการกระจายของคะแนนน้อยที่สุด ($S.D. = 0.57$) สะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและสม่ำเสมอในกลุ่มผู้เข้าร่วมทุกคน

ตารางที่ 3 การรับรู้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญ

ด้าน	น้อยที่สุด คน (ร้อยละ)	น้อย คน (ร้อยละ)	ปานกลาง คน (ร้อยละ)	มาก คน (ร้อยละ)	มากที่สุด คน (ร้อยละ)
คุณค่าทางวัฒนธรรม	0 (0%)	0 (0%)	2 (2.35%)	35 (41.18%)	48 (56.47%)
คุณค่าทางโภชนาการ	0 (0%)	1 (1.18%)	4 (4.71%)	38 (44.71%)	42 (49.41%)
คุณค่าทางเศรษฐกิจต่อชุมชน	0 (0%)	0 (0%)	5 (5.88%)	37 (43.53%)	43 (50.59%)
คุณค่าในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น	0 (0%)	0 (0%)	3 (3.53%)	34 (40.00%)	48 (56.47%)

ผลการสำรวจแสดงให้เห็นถึงการรับรู้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญในระดับสูงมากในทุกด้านที่ประเมิน โดยมากกว่าร้อยละ 90 ของผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนในระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานยิ่งตอกย้ำผลการประเมินนี้ โดยพบว่าคุณค่าทางวัฒนธรรมและคุณค่าในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการประเมินสูงที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน ($M = 4.54$, $S.D. = 0.54$) สะท้อนให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมตระหนักถึงความสำคัญของอาหารพื้นถิ่นมอญในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่

การอนุรักษ์ รองลงมาคือคุณค่าทางเศรษฐกิจต่อชุมชน ($M = 4.45$, $S.D. = 0.61$) และคุณค่าทางโภชนาการ ($M = 4.42$, $S.D. = 0.65$) ตามลำดับที่น่าสนใจคือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ต่ำที่สุดพบในด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและคุณค่าในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ($S.D. = 0.54$) แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความเห็นสอดคล้องกันอย่างมากในการรับรู้คุณค่าด้านนี้ ในขณะที่คุณค่าทางโภชนาการมีการกระจายของความคิดเห็นมากที่สุด ($S.D. = 0.65$) ซึ่งอาจสะท้อนถึงความแตกต่างในพื้นฐานความรู้และ

ความเข้าใจด้านโภชนาการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม อย่างไรก็ตาม ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ต่ำกว่า 1.00 ในทุกด้านแสดงให้เห็นว่าการรับรู้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญมีความสอดคล้องกันในระดับสูงโดยรวม ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมในการสื่อสารคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญให้เป็นที่ประจักษ์แก่ผู้เข้าร่วมทุกคน

สรุปและอภิปราย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์ในกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” ประสบความสำเร็จในการสร้างการรับรู้และความตระหนักถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นมอญคล่องสามวา โดยมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ “การผสมผสานประสบการณ์ตรงกับการสื่อสารหลายช่องทาง” ดังนี้

ผลการวิจัยในบทความนี้สะท้อนให้เห็นว่า การอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นของชุมชนมอญคล่องสามวาเน้นการถ่ายทอดความรู้ผ่านวิธีการที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น การสาธิต การเล่าเรื่อง และการชิมอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nyarota et al. (2022) ที่ระบุว่าความรู้เกี่ยวกับการทำอาหารมักถูกถ่ายทอดด้วยวาจาและส่งต่อเป็นรุ่นสู่รุ่นในรูปแบบคำบอกเล่าหรือสูตรอาหาร การถ่ายทอดข้อมูลเชิงเทคนิคหรือวิธีการที่มีในสูตรอาหารไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ แต่ยังเสริมสร้างความสำเร็จในการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหาร นอกจากนี้ การใช้อาหารพื้นถิ่นในฐานะทรัพยากรทางวัฒนธรรมยังช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของแหล่ง

ท่องเที่ยว ซึ่งพบได้ในกรณีของชุมชนมอญคล่องสามวาที่ได้ใช้มรดกอาหารพื้นถิ่น เช่น ข้าวตอกตั้งมอญและขนมเหนียว เป็นตัวแทนของเอกลักษณ์ชุมชน เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวและเพิ่มความเชื่อมั่นในการสัมผัสรสชาติที่แท้จริง

การผสมผสานประสบการณ์ตรงและการสื่อสารหลายช่องทางเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น การออกแบบกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” ด้วยการผสมผสานประสบการณ์การชิมอาหารเข้ากับการเรียนรู้วัฒนธรรมการแต่งกายด้วยสไบมอญ สอดคล้องกับแนวคิดของ Karni et al. (2022) และ Tsai & Wang (2017) ที่พบว่าการสร้างประสบการณ์แบบองค์รวมจะช่วยเพิ่มคุณค่าในการสื่อสารวัฒนธรรมอาหารได้อย่างลึกซึ้ง ผลการวิจัยยังพบอีกด้วยว่า การผสมผสานประสบการณ์ตรงเข้ากับการสื่อสารหลายช่องทาง ทั้งสื่อดิจิทัล สื่อสิ่งพิมพ์ และการสื่อสารผ่านกิจกรรม และประสาทสัมผัสทั้ง 5 (Multi-sensory Experience) โดยออกแบบกิจกรรมที่กระตุ้นการรับรู้ทั้งการมองเห็น การได้กลิ่น การชิม การได้ยิน และการสัมผัส การผสมผสานประสาทสัมผัสต่าง ๆ ช่วยสร้างความทรงจำและความประทับใจที่ลึกซึ้ง อันจะนำไปสู่การจดจำและความผูกพันกับแบรนด์ในระยะยาว (Roopakaseam, 2024) ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกว่าร้อยละ 90 มีการรับรู้คุณค่าของอาหารพื้นถิ่นในระดับสูง โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของ Eby (2024) และ Chineephen & Meena

(2021) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารผ่านประสบการณ์ตรงนอกจากจะช่วยขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันแล้ว ยังช่วยให้เกิดความเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของอาหารพื้นถิ่นได้ดีกว่าการเรียนรู้ผ่านสื่อเพียงอย่างเดียวอีกด้วย กลยุทธ์การผสมผสานนี้ยังส่งผลต่อการสร้างความตระหนักและความตั้งใจในการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในระยะยาว โดยผลการวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความตั้งใจสูงที่จะสนับสนุนการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นมอญ และมีแนวโน้มที่จะบอกต่อหรือแนะนำให้ผู้อื่นได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์นี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Nichamon & Patcharee (2020) ที่เสนอว่าการสร้างประสบการณ์ร่วมในการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นจะนำไปสู่การสร้างเครือข่ายการอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

การผสมผสานประสบการณ์ตรงกับการสื่อสารหลายช่องทางจึงไม่เพียงช่วยสร้างการรับรู้และความเข้าใจในคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารมอญคลองสามวาอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนา Soft Power ผ่านอาหารพื้นถิ่นที่มุ่งเน้นการสร้าง ความเข้าใจ การยอมรับ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารผ่านประสบการณ์ ในงานวิจัยนี้ได้ต่อยอดและขยายขอบเขตจากการสื่อสารแบบดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในสามมิติหลัก ได้แก่ มิติด้านการบูรณาการ

ประสบการณ์ มิติด้านการมีส่วนร่วม และมิติด้านการขยายผล ในมิติแรก การวิจัยนี้ได้พัฒนาการสื่อสารจากเดิมที่มักเน้นการถ่ายทอดความรู้ผ่านการบอกเล่าและการสาธิตเพียงอย่างเดียว มาสู่การผสมผสานประสบการณ์แบบองค์รวมที่กระตุ้นการเรียนรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ทั้งการชม การชิม การดม การสัมผัส และการฟังเรื่องราว ในมิติที่สอง การวิจัยได้ยกระดับการสื่อสารจากแบบทางเดียว (One-way Communication) มาสู่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้ลงมือปฏิบัติ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างความหมายร่วมกับชุมชน ส่วนในมิติสุดท้าย งานวิจัยนี้ได้ขยายผลการสื่อสารจากพื้นที่กายภาพสู่พื้นที่ดิจิทัล ผ่านการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น

นวัตกรรมการสื่อสารที่พัฒนาขึ้นนี้จึงมีความแตกต่างจากการสื่อสารแบบดั้งเดิมอย่างชัดเจน ทั้งในแง่ของรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย การสร้างการมีส่วนร่วม และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือขยายผล สอดคล้องกับแนวคิดของ Liang et al. (2020) ที่เสนอว่าการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบดั้งเดิมกับนวัตกรรมการสื่อสารร่วมสมัย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการเรียนรู้ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คนในสังคม การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารในลักษณะนี้จึงไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการถ่ายทอดคุณค่าของ

อาหารพื้นถิ่น แต่ยังสามารถใช้เป็นต้นแบบสำหรับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในรูปแบบอื่น ๆ ได้อีกด้วย

นอกเหนือจากนั้นแล้ว การวิเคราะห์ผลการวิจัยของกิจกรรม “ลิ้มรสตำนานมอญ” ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นมอญ ได้แก่ “สื่อบุคคล” หรือบทบาทของ “ปราชญ์ชาวบ้าน” เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ Choi & Yang (2024) ที่เน้นบทบาทของผู้หญิงและบรรทัดฐานทางสังคมในการสืบทอดวัฒนธรรมอาหาร คณะผู้วิจัยสามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่าในชุมชนมอญ บทบาทของผู้สูงอายุและปราชญ์ชาวบ้านอาจเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ โดยเฉพาะในบริบทที่ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นยังขึ้นอยู่กับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านวิถีชีวิตประจำวัน การนำปัจจัยเหล่านี้มาเป็นแนวทางเสริมในการออกแบบกิจกรรมเพิ่มเติม อาจช่วยเพิ่มศักยภาพในการสร้างการตระหนักและแรงจูงใจในหมู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นคุณค่าของการสืบทอดมรดกอาหารพื้นถิ่นได้

นอกจากนี้ การให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์นอกจากจะช่วยขยายการรับรู้สู่สังคมวงกว้างแล้ว ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Liang et al. (2020) ที่ได้พบว่า การใช้สื่อดิจิทัลที่ออกแบบโดยคนรุ่นใหม่ไม่เพียงช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้าง “พื้นที่กลาง” (Bridge) ระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและสังคมยุคใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับ

มรดกอาหารพื้นถิ่น การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาหาร เช่น วิธีการปรุงอาหาร ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ และความหมายเชิงวัฒนธรรมของนักศึกษาในครั้งนี้จึงช่วยสร้างการเชื่อมโยงเชิงอารมณ์ระหว่างผู้ชมหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมอาหารมอญคล่องสามวา ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นความสนใจและแรงบันดาลใจในการอนุรักษ์อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้

1. พัฒนากิจกรรมการสอนเชิงปฏิบัติการสำหรับนักศึกษาและชุมชน เช่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับนักศึกษาและชุมชนในเรื่องการเล่าเรื่อง (storytelling) การผลิตสื่อดิจิทัล หรือการพัฒนาสินค้าจากวัฒนธรรมอาหาร เพื่อสร้างความร่วมมือและสร้างแรงจูงใจในการสืบทอดวัฒนธรรมอาหาร

2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านเส้นทางอาหารพื้นถิ่น โดยใช้ผลการวิจัยในการออกแบบและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอาหารพื้นถิ่นเป็นจุดเด่น ด้วยการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงอาหาร วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของชุมชน พร้อมทั้งจัดทำแผนประชาสัมพันธ์และเนื้อหาเชิงดิจิทัลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้และยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างชุมชนที่มีลักษณะวัฒนธรรมอาหารคล้ายคลึงกัน เช่น ชุมชนมอญในพื้นที่อื่นหรือชุมชนชาติพันธุ์อื่นที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหาร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรืออุปสรรคในการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารในแต่ละพื้นที่ รวมถึงแนวทางที่สามารถถอดบทเรียนเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ศึกษาถึงผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ในการเผยแพร่และอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหาร ว่ามีผลต่อการรับรู้และการสืบทอดวัฒนธรรมอาหารในกลุ่ม

คนรุ่นใหม่อย่างไร รวมถึงความเหมาะสมในการออกแบบเครื่องมือดิจิทัลที่สอดคล้องกับลักษณะวัฒนธรรมท้องถิ่น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างพลังทางวัฒนธรรม “Soft Power” อาหารพื้นถิ่นของชุมชนมอญคลองสามวา” ได้ด้วยการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุนส่งเสริม ววน.) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกว.) (FF67)

เอกสารอ้างอิง

- Chineephen, M., & Meena, R. (2021). Communication of local food culture in the southern border of Thailand. *Panyapiwat Journal*, 13(2), 177–179. [In Thai]
- Choi, B., & Yang, S. (2024). Sustainability of food heritage in birthday rituals. *Sustainability*, 16(17), Article 7718.
- Eby, M. (2024). Globalization and local flavours: The impact of modern food production on traditional cuisine and culinary heritage preservation. *International Journal for Multidimensional Research Perspective*, 2(7), 61–74.
- Karni, K., Larasaati, A. D., Astuti, Y., & Turgarini, D. (2022). Preservation of gastronomic heritage “Brongkos Kambing” in Nglihar Gunung Kidul District, Yogyakarta. *Journal of Tourism and Environment*, 2(2), 53–68.
- Liang, X., Lu, Y., & Martin, J. (2020). A review of the role of social media for the cultural heritage sustainability. *Sustainability*, 12(9), 3775.
- Lim, T. W. (2019). Promoting Singapore-Japan ties through the soft cultural power of food diplomacy: The hybridization, cross-pollination and indigenization of contemporary Japanese food culture in Singapore. In T. W. Lim (Ed.), *The indigenization and hybridization of food cultures in Singapore* (pp. 79–101). Singapore: Springer.

- Luša, Đ., & Jakešević, R. (2017). The role of food in diplomacy: Communicating and “winning hearts and minds” through food. **Medijske Studije**, 8(16), 99-118.
- Nichamon, P., & Patcharee, T. (2020). Knowledge management of local food culture in Northern Thailand. **Rangsit Graduate Studies Journal in Business and Social Sciences**, 6(2), 28–30. [In Thai]
- Nyarota, M., Chikuta, O., Musundire, R., & Kazembe, C. (2022). Towards cultural heritage preservation through indigenous culinary claims: a viewpoint. **Journal of African Cultural Heritage Studies**, 3(1), 136-150. [In Thai]
- Razaq, R., Walters, P., & Rashid, T. (2017). **Events management: Principles and practice**. (3rd ed.). Sage Ltd.
- Reynolds, C. J. (2012). The soft power of food: A diplomacy of hamburgers and sushi? **Food Studies: An Interdisciplinary Journal**, 1(2), 47-60.
- Roonkaseam, N. (2024). **Public relations and event marketing**. In “Distribution management and marketing promotion” (Units 8-15). Sukhothai Thammathirat Open University. [In Thai]
- Roonkaseam, N., Puengsangwal, S., & Wilailuk, N. (2004). **Communication innovation to enhance and strengthen cultural power “soft power,” local food of the Mon community, Khlong Sam Wa** [Research project]. The Institute of Research & Development, Phranakhon Rajabhat University. [In Thai]
- Theaker, A. [Ed.]. (2021). **The public relations handbook**. Routledge.
- Tsai, C., & Wang, Y. (2017). Experiential value in branding food tourism. **Journal of Destination Marketing & Management**, 6(1), 56-65.
- Udompol, W. (2022). **A study of the level of food tourism potential for community-based tourism in the Eastern region**. Faculty of Management and Tourism, Burapha University. Retrieved from <http://dspace.lib.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/5123> [2024, 10 Oct.] [In Thai]
- Yathaweemintr, P., & Prateep, P. (2024). Knowledge management of identity and gastronomic culture of the Tai Lue community, Doi Saket District, Chiang Mai Province. **Journal of MCU Buddhapanya Review**, 9(4), 72–74.