วารสารธรรมศาสตร์ ปีที่ 44 ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2568 (26-47)

การสร้างเรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา กรุงเทพมหานคร

องค์ บรรจุน*
คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วันที่รับบทความ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2567
วันที่แก้ไขบทความ 27 กันยายน พ.ศ. 2567
วันที่ตอบรับบทความ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปีเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษาชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา กรุงเทพมหานคร วัฒนธรรม “ชวา” (Java) เป็นวัฒนธรรมสูงที่ผสานเข้ากับสังคมไทยทั้งระดับสามัญชนและราชสำนักอย่างเป็นน้ำเนื้อเดียวกัน แม้ “ชวา” จะเป็นชนกลุ่มน้อยของชาวมุสลิมในประเทศไทย แต่ชาวชวาคือชนกลุ่มใหญ่และวัฒนธรรมชวาเป็นวัฒนธรรมหลักของอินโดนีเซีย ประเทศที่มีประชากรนับถือศาสนาอิสลามมากที่สุดในโลก ข้อค้นพบจากการศึกษา แม้อาหารฮาลาลเป็นข้อกำหนดทางศาสนา แต่ไม่ครอบคลุมความหมายทางวัฒนธรรม อาหารที่ประกอบไปด้วยเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ การธำรงชาติพันธุ์ ประเพณี พิธีกรรม และการแลกรับปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรม พบว่าเครือข่ายวัฒนธรรมใช้ต้นทุนวัฒนธรรมอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านเรื่องเล่า (storytelling) เพื่อสร้างสร้างอำนาจต่อรอง นำมาซึ่งรายได้ สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง การผลิตซ้ำประวัติศาสตร์อาหารผ่านเรื่องเล่า และเพิ่มมูลค่าการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหาร อันเป็นเป้าหมายสำคัญของรัฐบาล ในการเป็นผู้นำการผลิตและส่งออกสินค้าอาหารและผลผลิตเกษตรมาตรฐานฮาลาลสู่ตลาดเป้าหมายใหม่กลุ่มประเทศมุสลิม 2,000 ล้านคนทั่วโลก สอดรับกับนโยบาย “12 เทศกาล 12 เดือน” ที่ระบุให้เดือนเมษายนเป็นเดือนแห่ง “เทศกาลอาหารฮาลาลหลังอาทิตย์ลับขอบฟ้า” ของกรุงเทพมหานคร สะท้อนเป้าหมายการเปิดรับตลาดใหม่ขนาดใหญ่ทั้งในฐานะแหล่งผลิตอาหารฮาลาลและแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารฮาลาล การสร้างองค์ความรู้ผ่านงานวิจัยในรูปแบบวัฒนธรรมอาหารมุสลิมในกรุงเทพมหานครจึงมีความสำคัญในฐานะเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารในระดับชาติและนานาชาติ

คำสำคัญ การสร้างเรื่องเล่า; เครือข่ายวัฒนธรรม; การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; มุสลิม; ชวา

* **ผู้รับผิดชอบบทความ: ong@g.swu.ac.th** **DOI: 10.14456/tujournal.2025.22**

Thammasat Journal, Volume 44. No. 3, 2025 (26-47)

Creation of a 100-year-old Javanese Muslim Food Culture Network Storytelling for Food Tourism Value Added: Jakkraphong, Haroon, Suan Luang, and Yawa communities, Bangkok

Ong Bunjoon*

Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

Received 22 June 2024

Received in revised 27 September 2024

Accepted 2 October 2024

Abstract

This research is a qualitative research project that aims to analyze the stories of a 100-year-old network of Javanese Muslim food culture in order to increase the value of food tourism. It is a case study of the Chakkraphong, Haroon, Suan Luang, and Yawa communities, Bangkok. The "Java" culture is a high culture that has been integrated into Thai society uniformly among both the common people and the royal court. Even though "Java" is a small group of the Muslim minority in Thailand, the Javanese are the majority ethnic group, and Javanese culture is the main culture of Indonesia, a country with the largest Muslim population in the world. Even though Halal food is a religious requirement, it does not cover the meaning of food culture. Findings from the study are as follows: food contains historical stories, maintaining ethnicity, traditions, rituals, and cultural exchange. Creating cultural networks through food culture capital increases the value of food tourism with local identity through stories, besides creating bargaining power. It also brings income and builds a strong community, reproducing food history through stories, increasing the market value of food products, and is therefore an important goal of the government to be a leader in the production and export of food products and agricultural products with Halal standards to new target markets, Muslim countries of 2,000 million people around the world. This is in line with the policy of "12 Festivals, 12 Months" which specifies that April is the month of "Halal Food Festival After Sunset" in Bangkok. It reflects the goal of opening up to a large new market, both as a source of Halal food production and as a Halal food tourism destination. Creating knowledge through research in the form of Muslim food culture in Bangkok is therefore important as a national and international food culture network.

Keywords storytelling; cultural network; food tourism; muslim; Java

* **Corresponding author: ong@g.swu.ac.th** **DOI: 10.14456/tujournal.2025.22**

ความนำ

วัฒนธรรมอาหารมุสลิมหรืออาหารฮาลาล (Halal) ในประเทศไทยได้รับการกล่าวถึงเพื่อมุ่งเป้าสู่ “ประเทศผู้นำการผลิตและส่งออกสินค้าอาหารและผลผลิตเกษตรมาตรฐานฮาลาลสู่ตลาดเป้าหมายใหม่กลุ่มประเทศมุสลิม 2,000 ล้านคน” ตามนโยบายรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา และขับเคลื่อนต่อโดยรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีศิลป์ “เดินหน้าดันศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย ยกระดับไทยสู่ศูนย์กลางฮาลาลอาเซียนภายในปี 2570” (รัฐบาลไทย, 2567) สอดรับกับนโยบาย “12 เทศกาล 12 เดือน” ที่ระบุให้เดือนเมษายนเป็นเดือนแห่ง “เทศกาลอาหารฮาลาลหลังอาทิตย์ลับขอบฟ้า” ของ ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (THE STANDARD, 2565) เพื่อเป้าหมายการเปิดรับตลาดใหม่ขนาดใหญ่ทั้งในฐานะแหล่งผลิตอาหารฮาลาลและแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารฮาลาล การสร้างองค์ความรู้ผ่านงานวิจัยในรูปแบบวัฒนธรรมอาหารมุสลิมในกรุงเทพมหานครจึงเป็นความสำคัญเร่งด่วน

วัฒนธรรมอาหารเป็นปัจจัยหลักในการดำรงชีพ ปรากฏบันทึกทางประวัติศาสตร์ในฐานะอารยธรรมมนุษยชาติ อาหารไม่เพียงหล่อเลี้ยงร่างกาย สร้างเสริมความสุขที่เกิดจากการมองเห็น สูดดมกลิ่น กายสัมผัส แต่สามารถสร้างความสุขภายใน จากการได้บริโภคอาหารที่พึงพอใจ สะสมเป็นภาพทรงจำ (impressive memories) ที่ประทับในความรู้สึก นำไปสู่การถ่ายทอดเรื่องเล่า (storytelling) ว่าด้วยประวัติศาสตร์อาหารที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ (unique identity food history) สามารถเพิ่มมูลค่าในตัวเองทั้งความเป็นอาหาร อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวชุมชน ดังจะพบว่า ภาพทรงจำที่ประทับใจนอกจากเพิ่มอรรถรสการกิน ยังเพิ่มมูลค่าทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหาร การเพิ่มมูลค่าอาหารผ่านเรื่องเล่าประวัติศาสตร์อาหารสามารถทำได้โดยการผลิตซ้ำประวัติศาสตร์อาหารผ่านเรื่องเล่า เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัฒนธรรมอาหารและการท่องเที่ยว

เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม นำมาซึ่งรายได้หลักของประเทศ ก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวอย่างมากโดยมีการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ รูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในปัจจุบัน คือ การท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะหรือความสนใจพิเศษ (special interest tourism) หนึ่งในการท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะที่กำลังเป็นกระแสของการท่องเที่ยวในปัจจุบันคือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้เป็นอย่างดี โดยฝ่ายสื่อสารการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดเผยถึงโครงการ “ประเมินภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านอาหารของประเทศไทย และโครงการ MICHELIN Guide Thailand ปี 2566 พบว่า “รายได้ส่วนเพิ่มของค่าใช้จ่ายด้านอาหารที่มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ อันเป็นผลจากการดำเนินโครงการ มิชลิน ไกด์ ประเทศไทย พบว่าในปี 2566 อยู่ที่ประมาณ 262.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ซึ่งอยู่ที่ 223.34 ล้านบาท” (กรุงเทพธุรกิจ, 2567) รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยได้ดำเนินการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์การยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้มีคุณภาพ ส่งเสริมภาพลักษณ์ และพัฒนามาตรฐานอาหารไทยสู่ระดับสากล สร้างประเทศไทยให้เป็นแหล่งรวมอาหาร

และวัตถุดิบที่มีคุณภาพในระดับโลก เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง สามารถทำเม็ดเงินให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นจำนวนมาก

เครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวาเชื่อมโยงวัฒนธรรมอาหารมุสลิมสากล และอาหารร่วมสมัยนานาชาติ เป็นทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว สำแดงผ่านเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ชุมชนมุสลิมจากการรวมตัวเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างมีพลัง เช่น การออกร้านอาหารกิจกรรมระดมทุนเพื่อสร้างและบูรณะมัสยิด จัดซื้อครุภัณฑ์ และทุนการศึกษาของเยาวชน เป็นต้น ผ่านวิธีวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากเรื่องเล่า (discourse analysis) นำเสนอโดยการบรรยายพรรณนา สะท้อนเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมอาหารที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของมุสลิมชวาอย่างโดดเด่น การศึกษาวิจัย “เรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารชุมชนมุสลิมชวา 100 ปีเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนมุสลิมจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา กรุงเทพมหานคร” โดยการเชื่อมโยงกลุ่มชาติพันธุ์มุสลิมในประเทศไทยและนานาชาติ สอดรับกับแนวคิด “ประเทศผู้นำการผลิตและส่งออกสินค้าอาหารและผลผลิตเกษตรมาตรฐานฮาลาลสู่ตลาดเป้าหมายใหม่กลุ่มประเทศมุสลิม 2,000 ล้านคน” และนโยบาย “12 เทศกาล 12 เดือน” หรือ “เทศกาลอาหารฮาลาลหลังอาทิตย์ลับขอบฟ้า” โดยคาดหวังว่าโครงการนี้จะทำให้ชุมชนมุสลิมชวากรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นประตูเชื่อมนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั่วโลก นอกจากสามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นให้กับเจ้าของวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสร้างเรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา ชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวาในกรุงเทพมหานคร โดยการสร้างเรื่องเล่าประวัติศาสตร์อาหารและเครือข่ายวัฒนธรรม ว่าด้วยอาหารที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนมุสลิมชวา100 ปี ในกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

ประวัติความเป็นมาชุมชนมุสลิมจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า กรุงเทพมหานครประกอบด้วยชุมชนมุสลิม 183 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2566) กล่าวเฉพาะชุมชนมุสลิมจากเกาะชวาประเทศอินโดนีเซีย สัมพันธ์กับเหตุการณ์ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และตั้งชุมชนในกรุงเทพมหานครนานกว่า 100 ปี ประกอบไปด้วย 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนมุสลิมจักรพงษ์ สวนหลวง ฮารูณ และยะวา แสดงให้เห็นความสืบเนื่องยาวนานของชุมชนมุสลิมจากเกาะชวาในกรุงเทพมหานคร อันเกิดจากกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารที่สามารถเชื่อมโยงกับมุสลิมนานาชาติ

ชุมชนจักรพงษ์ ตั้งอยู่ที่ตรอกสุเหร่า ถนนจักรพงษ์ แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร กรุงเทพฯ สร้างขึ้นเมื่อต้นกรุงรัตนโกสินทร์ สืบเนื่องจากสงครามสยาม-ปัตตานี พ.ศ. 2329 จบลงพร้อมการกวาดต้อน “แขกตานี” และเจ้านาย ขุนนางชั้นสูง ที่ถูกกวาดต้อนขึ้นมาเป็นตัวประกัน รวมทั้ง “พญาตานี” ปืนใหญ่จากเมืองปัตตานีซึ่งปัจจุบันตั้งอยู่บริเวณหน้ากระทรวงกลาโหม ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช โดยโปรดฯ พระราชทานพื้นที่ตอนเหนือระหว่างคลองรอบกรุง ใกล้วัดชนะสงครามเป็นที่ตั้งบ้านเรือน ให้ช่างฝีมือซึ่งโดยมากเป็นช่างทองเข้ารับราชการตำแหน่งช่างทองในพระบรมมหาราชวังและพระราชวังบวรสถานมงคล ศาสนสถานแห่งแรกของชุมชนมุสลิมจักรพงษ์ เป็นอาคารไม้ยกสูง เรียกกันว่า “สุเหร่าตองปุ” ตามชื่อวัดตองปุ (วัดชนะสงคราม) วัดมอญซึ่งสร้างอยู่ก่อนและอยู่ต่อเนื่องกัน ภายหลังอาคารทรุดโทรมและคับแคบจึงรื้อลงและสร้างเป็นอาคารคอนกรีตสามชั้น สถาปัตยกรรมแบบอาหรับเปอร์เซีย และเปลี่ยนชื่อเป็น “มัสยิดจักรพงษ์” ตามชื่อถนนจักรพงษ์ เพื่อร่วมฉลองพระนามในเจ้าฟ้าจักรพงษ์ภูวนาถ พระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (อาดิศร์ อิดรีส รักษมณี, 2557) สืบเนื่องจากการเสด็จประพาสชวา ประเทศอินโดนีเซีย ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว 3 ครั้ง พ.ศ. 2413 2439 และ 2444 ทรงพบว่าบ้านเมืองชวามีความทันสมัยสวยงาม จึงโปรดฯ ให้ว่าจ้างชาวชวาซึ่งมีความรู้ด้านเครื่องยนต์ ซ่อมบำรุง ขับรถ และช่างฝีมือเพาะเลี้ยงและตกแต่งต้นไม้มาเป็นลูกจ้างในสำนักพระราชวัง และกรมธนารักษ์ ทำหน้าที่ขับรถราง ขับรถให้เจ้านาย และตัดแต่งต้นไม้ดัดเป็นรูปสัตว์ในวรรณคดี เช่น หงส์ ครุฑ และช้าง เป็นต้น โดยโปรดฯ ให้มุสลิมจากเกาะชวาเหล่านี้ตั้งบ้านเรือนบนถนนตานี ต่อเนื่องกับถนนจักรพงษ์ (กรรณิการ์ จุฑามาศ สุมาลี, 2541) พวกผู้ชายมุสลิมจากเกาะชวากลุ่มนี้ส่วนใหญ่ทำงานเป็นคนสวนในพระบรมมหาราชวัง ส่วนพวกผู้หญิงที่ติดตามมากับครอบครัวที่ล้วนมีฝีมือในการทำอาหาร ได้ทำอาหารขายเป็นล่ำเป็นสัน โดยจะพบว่า บนถนนตานีมี “ตรอกแขก” หรือบางคนเรียก “ตรอกสะเต๊ะ” ตรอกแคบ ๆ สั้น ๆ ซึ่งถูกใช้เป็นแหล่งผลิตเนื้อสะเต๊ะ ลูกจ้างทำหน้าที่เสียบไม้ หมัก และปิ้ง คนงานบางส่วนและกลุ่มผู้หญิงจะเร่ขายละแวกบางลำพู สนามหลวง ถนนหน้าศาลฎีกา ถนนราชดำเนิน บริเวณหน้าศาลหลักเมือง แพร่งภูธร และโรงเรียนนายร้อย จ.ป.ร. เนื่องจากนำเข้าเครื่องเทศมาจากเกาะชวาและสูตรการหมักเนื้อที่เป็นเคล็ดลับถ่ายทอดต่อกันมาเฉพาะคนในกลุ่ม เนื้อสะเต๊ะจึงได้รับความนิยม ดังปรากฏเรื่องเล่าว่า “ไม่มีเนื้อสะเต๊ะที่ไหน อร่อยเท่ากับตรอกสะเต๊ะ” ในยุคนั้นหากมีงานเลี้ยงสังสรรค์ตามบ้านเจ้านาย เจ้าสัว หรือสถานที่ราชการจึงมักจะมีเนื้อสะเต๊ะของชาวชวาร่วมด้วย ปัจจุบัน วัฒนธรรมอาหารมุสลิมจากเกาะชวา เช่น ข้าวหมกไก่ เนื้อสะเต๊ะ ก๋วยเตี๋ยวแกง และแกงเรินดัง (แกงระแวง) ยังคงร่วมสมัย มีทั้งที่สืบทอดตำรับดั้งเดิม และผสานเข้ากับอาหารไทยและอาหารนานาชาติ (องค์ บรรจุน, 2553)

ชุมชนฮารูณ ตั้งอยู่บนถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ ชุมชนมุสลิมขนาดเล็กริมแม่น้ำเจ้าพระยา เริ่มแรกไม่มีมัสยิดสำหรับประกอบพิธีกรรมทางศาสนา กระทั่งโต๊ะฮารูณ บาฟาเดน (Haroon Bafaden) ชาวเมืองปนตียานัก เกาะบอร์เนียว ประเทศอินโดนีเซีย สร้างมัสยิดหลังนี้ขึ้นราว พ.ศ. 2371 และโต๊ะฮารูณได้เป็นอิหม่ามคนแรก ชุมชนแห่งนี้จึงได้ชื่อว่า ชุมชนมัสยิดฮารูณ ต่อมา พ.ศ.

2442 รัฐบาลเวนคืนพื้นที่ตั้งมัสยิดเพื่อสร้างอาคารศุลกสถาน (กรมศุลกากร) ชุมชนจึงถอยร่นห่างแม่น้ำเจ้าพระยา มาอยู่ ณ บริเวณที่ตั้งปัจจุบัน เริ่มแรกสร้างด้วยไม้สักชั้นเดียวยกพื้น ภายหลังการเสียชีวิตของโต๊ะอิหม่ามฮารูณ มัสยิดชำรุดทรุดโทรมลง หะยีมูฮำหมัด ยูซุป (ต่วนโส) บุตรชายโต๊ะฮารูณ โต๊ะอิหม่ามคนถัดมาได้รื้อมัสยิดหลังเดิมและก่อสร้างมัสยิดหลังใหม่เป็นอาคารคอนกรีต แล้วเสร็จ พ.ศ. 2477 และยังคงใช้งานสืบเนื่องมาจนปัจจุบัน อาคารมัสยิดฮารูณสร้างด้วยสถาปัตยกรรมแบบเปอร์เซีย ประกอบด้วยมิมบัร (แท่นแสดงธรรม) และเมียะห์รอบ (สถานที่อิหม่ามนำละหมาด) ภายในตกแต่งด้วยลวดลายอักษรอาหรับตามคัมภีร์อัลกุรอาน เหนือมิมบัรประดับด้วยโคมไฟพระราชทานในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว บริเวณด้านหน้าของมัสยิดมีกุโบร์ (สุสาน) ฝังศพบุคคลสำคัญ เช่น อดีตจุฬาราชมนตรี ต่วน สุวรรณศาสน์ รวมทั้งทหารจากสงครามเกาหลีและสงครามเวียดนาม (อาดิศร์ อิดรีส รักษมณี, 2557) มัสยิดแห่งนี้มีชื่อเรียกต่าง ๆ กันไป โดยเรียกตามสถานที่โดยรอบ เช่น “มัสยิดต้นสำโรง” ตามชื่อหมู่บ้านต้นสำโรง “มัสยิดม่วงแค” ตามชื่อวัดม่วงแคที่อยู่ติดกัน และ “มัสยิดหลังโรงภาษี” ตามชื่อศุลกสถานที่สร้างขึ้นภายหลัง หลังการประกาศใช้พระราชบัญญัติมัสยิดอิสลาม พ.ศ. 2490 มัสยิดแห่งนี้ได้รับจดทะเบียนในชื่อ “มัสยิดฮารูณ” เพื่อเป็นเกียรติแด่โต๊ะอิหม่ามฮารูณผู้ก่อตั้งมัสยิด นอกจากมัสยิดแห่งนี้จะใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาของชาวมุสลิมชุมชมฮารูณและชาวมุสลิมต่างถิ่น ยังเป็นที่นิยมของชาวมุสลิมต่างชาติ เช่น มุสลิมจากกลุ่มประเทศอาหรับ แอฟริกา จีน อินโดนีเซีย และอินเดีย รวมทั้งบุคคลสำคัญจากต่างประเทศ นอกจากนี้ พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ขณะดำรงพระราชอิสริยยศ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร พร้อมด้วยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จพระราชดำเนินร่วมพิธีฝังศพจุฬาราชมตรี ต่วน สุวรรณศาสน์ อีกด้วย

ชุมชนสวนหลวง ตั้งอยู่บนถนนเจริญกรุง แขวงวัดพระยาไกร เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ ชุมชนมุสลิมขนาดใหญ่แห่งนี้ประกอบด้วยมัสยิด 3 แห่ง คือ (1) มัสยิดบางอุทิศ (2) มัสยิดญามีอุ๊ลค็อยร๊อต (บางอุทิศใน) และ (3) มัสยิดอัลอะติ๊ก (สุเหร่าเก่า) มัสยิดอัลอะติ๊ก สร้างขึ้นราว พ.ศ. 2352 เดิมชื่อ “สุเหร่าสวนหลวง” แต่เนื่องจากเป็นมัสยิดแห่งแรก ชาวชุมชนจึงเรียกว่า “สุเหร่าเก่าสวนหลวง” ชุมชนมุสลิมสวนหลวง-บางอุทิศ เป็นชุมชนต่อเนื่องและมีประวัติศาสตร์ร่วมกัน บรรพชนถูกกวาดต้อนมาจากปัตตานีเมื่อรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ราว พ.ศ. 2329 และเนื่องจากมีถิ่นฐานที่ตั้งอยู่ใกล้กับแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยเริ่มแรกชาวชุมชนจึงประกอบอาชีพเกษตรกรรมและประมงเป็นส่วนใหญ่ พื้นที่ในชุมชนแห่งนี้ในอดีตจึงเป็นสวนยกร่อง ปลูกผลไม้มากมายหลายชนิด อันน่าจะเป็นที่มาของชื่อชุมชน “สวนหลวง” (มุรีด ทิมะเสน, 2547) ชุมชนแห่งนี้ต้องถอยร่นเข้าไปในแผ่นดิน ภายหลังการตัดถนนเจริญกรุง และการเข้ามาของบริษัท “เอเชียทีค” (Asiatique) บริษัทขนส่งสินค้าของชาวเดนมาร์ก ก่อตั้งเมื่อสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2440 มีการสร้างโกดัง โรงเลื่อย และติดตั้งเครื่องจักรขนาดใหญ่ ท่าเรือแห่งนี้จึงเปิดประตูการค้าสากลระหว่างประเทศไทยและยุโรป บริษัทเอเชียทีคจึงมีเรือเดินสมุทรจากนานาชาติเข้ามาเทียบท่า รวมทั้งเรือจากอินโดนีเซีย และสิงคโปร์

มีชาวมุสลิมที่เป็นผู้ใช้แรงงาน พนักงานขับรถ ช่างฝีมือ ช่างยนต์ และกัปตันเรือจากเกาะชวา เข้ามากับเรือเดินสมุทรจำนวนมาก (องค์ บรรจุน, 2566) ในช่วงสงครามมหาเอเชียบูรพา หรือสงครามโลกครั้งที่ 2 (พ.ศ. 2484-2488) กองทัพญี่ปุ่นได้ยึดท่าเรือและคลังสินค้าของบริษัทเอเชียทีค ใช้เป็นฐานกำลังและคลังแสง ทำให้พื้นที่ย่านนี้ตกเป็นเป้าโจมตีของฝ่ายพันธมิตร ร่องสวนผลไม้ในชุมชนได้กลายเป็นที่หลบภัยของชาวบ้านละแวกใกล้เคียงจนกระทั่งสิ้นสุดสงคราม การเคหะแห่งชาติได้เข้ามาปรับปรุงพื้นที่ครั้งใหญ่ โดยสร้างทางเท้าจากเดิมที่เป็นไม้กระดานให้เป็นคอนกรีต ชุมชนสวนหลวง จึงเป็นชุมชนแรกอย่างเป็นทางการของกรุงเทพมหานคร และเนื่องจากชุมชนแห่งนี้อยู่ในที่ตั้งของท่าเรือนานาชาติ ทำให้มีชาวมุสลิมนานาชาติเข้ามาปฏิสัมพันธ์กับมุสลิมในพื้นที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การค้า ศาสนา การแต่งงานระหว่างกัน รวมทั้งการสนับสนุนกิจกรรมชุมชน เช่น การบริจาคทุนก่อสร้างมัสยิด และการมอบทุนการศึกษาด้านศาสนาแก่เยาวชน (มุรีด ทิมะเสน, 2547)

ชุมชนยะวา ตั้งอยู่บริเวณซอยโรงน้ำแข็ง ถนนเจริญราษฎร์ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ ชุมชนยะวาก่อตั้งโดยชาวชวา ที่อพยพมาจากเกาะชวา ประเทศอินโดนีเซีย ชาวชวานิยมเรียกตนเองว่า “ยะวา” และเรียกชุมชนอยู่อาศัยว่า “กำปงยะวา” (Kampong Java) ซึ่งกำปงหมายถึงหมู่บ้าน ขณะที่ชาวชวาสูงอายุในชุมชนยะวามักจะเรียกชุมชนของตนว่า “สุไหงบารู” (Sungei Baru) แปลว่า คลองใหม่ เนื่องจาก คลองสาทร เส้นทางสัญจรสำคัญของชุมชนเพิ่งขุดแล้วเสร็จใน พ.ศ. 2438 แม้เอกสารทางราชการสมัยรัชกาลที่ 5 นิยมใช้คำว่าชวาและยะวาปะปนกันทั่วไป อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมัสยิดแห่งนี้ได้รับการจดทะเบียนในชื่อ “มัสยิดยะวา” จุดเริ่มต้นของชุมชนยะวาสืบเนื่องจาก พ.ศ. 2437 ฮัจยีมุฮัมมัด ซอและฮ์ ชาวชวาในบังคับฮอลันดา ได้บริจาคที่ดินให้เป็นสถานที่ก่อสร้างมัสยิด (เพิ่มศักดิ์ สุทธิชาติ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567) ตามแบบสถาปัตยกรรมชวา ที่พบได้ทั่วไปในมัสยิดบนเกาะชวา อาคารก่อสร้างด้วยไม้ผังรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส หลังคาปั้นหยาซ้อนกันแบบเรือนยอด ชายคายื่นยาว และยกพื้นสูง ภายในมีกลุ่มเสากลางห้อง รองรับหลังคาสูงที่เน้นพื้นที่ว่างกลางห้อง ลักษณะของมัสยิดเป็นรูปทรงเมรุ (Meru) ได้รับอิทธิพลมาจากอาคารสถานในศาสนาพราหมณ์และพุทธ ซึ่งเป็นศาสนาดั้งเดิมของชวาและมลายู สันนิษฐานว่ามีที่มาจากคติความเชื่อเรื่องเขาพระสุเมรุเป็นศูนย์กลางจักรวาล (อาดิศร์ อิดรีส รักษมณี, 2557) แม้จะผ่านการซ่อมแซมแล้ว 2 ครั้ง พ.ศ. 2470 และ พ.ศ. 2518 แต่ยังคงรักษารูปทรงตามเดิม เปลี่ยนแปลงเฉพาะอาคารมัสยิดให้กว้างขวางขึ้นเท่านั้น โดยเฉพาะตรงส่วนที่นั่งพักสนทนาธรรม (บาไล) โดยมีอิหม่ามทำหน้าที่เป็นผู้นำทางศาสนาจนถึง พ.ศ. 2539 จำนวน 5 ท่าน ซึ่งมีทั้งมุสลิมเชื้อสายชวาและมุสลิมเชื้อสายมาเลย์สลับกันดำรงตำแหน่งมาโดยตลอด และต่างมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน (เพิ่มศักดิ์ สุทธิชาติ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567)

การทบทวนวรรณกรรมพื้นที่ศึกษาที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาทั้ง 4 แห่ง โดดเด่นด้วยเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซียที่น่าสนใจ เนื่องจากชุมชนเหล่านี้เป็นชุมชนมุสลิมจากเกาะชวา ระยะเวลาในการก่อตั้งชุมชนราว 100 ปี ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 5 นอกจากนี้ มุสลิมชวาคือชนกลุ่มใหญ่บนเกาะชวาที่ตั้งของเมืองหลวงประเทศอินโดนีเซีย แม้ความเป็นมุสลิมชวาจะเป็นมุสลิมชนกลุ่มน้อยของมุสลิมในสังคมไทย แต่ชุมชนมุสลิมชวาทั้ง 4 แห่งนี้ตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เมืองหลวง

ของประเทศไทย สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นสูงของสองอาณาจักร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่สืบเนื่องมาจากเหตุการณ์เสด็จประพาสชวาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว 3 ครั้ง ดังกล่าวที่ยังคงธำรงอยู่ในปัจจุบัน

แนวคิดเรื่องการสร้างเครือข่ายวัฒนธรรม

Catherine Alter & Jerald Hage (1993) ให้ความหมายของเครือข่ายว่า รูปแบบทางสังคมที่เปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์การ เพื่อการแลกเปลี่ยน การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการทำงานร่วมกัน เครือข่ายประกอบด้วยองค์การจำนวนหนึ่งซึ่งมีอาณาเขตแน่นอนหรือไม่ก็ได้ องค์การเหล่านี้มีฐานะเท่าเทียมกัน ขณะที่ Paul Starkey (1997) ระบุว่า เครือข่าย คือกลุ่มของคนหรือองค์การที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน ในลักษณะที่บุคคลหรือองค์การสมาชิกยังคงมีความเป็นอิสระในการดำเนินกิจกรรมของตน การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลและองค์การที่กระจัดกระจายได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และเป็นการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ อีกทั้งสมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อนที่ต่างมีความเป็นอิสระ มากกว่าการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพิง หรือระบบอุปถัมภ์ ส่วนกาญจนา แก้วเทพ (2538) ให้ความหมายว่า รูปแบบการประสานงานของบุคคลรูปแบบหนึ่ง หรือองค์การหลาย ๆ องค์การ ที่ต่างฝ่ายต่างมีทรัพยากร มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงานเป็นของตัวเอง แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ แต่ก็จะมีการวางรากฐานไว้ เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือ หรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ปัญหาก็สามารถติดต่อไปได้ ในการเข้าร่วมเป็นองค์การเครือข่าย แม้ว่าองค์การเหล่านี้จะมีบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน อย่างไรก็ตาม “เครือข่าย” (networks) มีประโยชน์ในฐานะการเป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลระหว่างแหล่งข้อมูลต่าง ๆ สร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน รวมทั้งเป็นกลยุทธ์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์การด้วยการเข้าร่วมทำงาน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543) สมาชิกสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในด้านการวิจัยและพัฒนา ส่วนการถ่ายทอดวิธีการทำงานขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์สมาชิกและกิจกรรมของเครือข่าย เช่น เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ เครื่องมือ และสื่อผ่านการประชุม การทดลองปฏิบัติการ การประชาสัมพันธ์ และการให้ความร่วมมือกันในการดำเนินโครงการ การแบ่งปันทักษะและประสบการณ์ให้แก่กัน ทำให้การพัฒนาสามารถดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้า และเพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย (ขนิษฐา กาญจนรังสีนนท์, 2542)

กล่าวโดยสรุป แนวคิดเรื่องการสร้างเครือข่ายวัฒนธรรม คือการสร้างความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างการทำงานเชิงวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มคน องค์การหน่วยงานต่าง ๆ หรืออาจเป็นปัจเจกบุคคล รวมทั้งอาจเป็นหน่วยงานของรัฐ หน่วยงานเอกชนที่แสวงหากำไร หน่วยงานพัฒนาเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร กลุ่มอาสาสมัครภาคประชาชน หรือองค์การระหว่างประเทศ ตั้งแต่สองหน่วยงานขึ้นไป ที่มาพบปะกันโดยสมัครใจ เป็นไปในลักษณะที่พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และมีความสัมพันธ์กันในลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบ่งปันประสบการณ์ระหว่างกัน หรือลงมือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยที่สมาชิกมีความเป็นอิสระ ขณะเดียวกันก็มีความสัมพันธ์ระหว่างกันในหลายด้าน

เช่น สังคม วัฒนธรรม ข่าวสาร และเทคโนโลยี เป็นต้น โดยมีการจัดรูปแบบของการจัดการให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเชื่อมโยงกิจกรรมร่วมกัน บนพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เท่าเทียม และตระหนักถึงงานที่จะทำร่วมกัน ทั้งนี้ก็เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ทั้งนี้ อาหารสามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ทางพื้นที่และวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการนำเสนอความแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว โดยการเสนอให้ชิมหรือทดลองปรุงด้วยตนเอง การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร การนำเสนอเรื่องราวอาหาร การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร และนักท่องเที่ยวสามารถทดลองทำอาหารด้วยตนเอง (ภัทรพร พันธุรี, 2558) สอดคล้องกับ พรรณี สวนเพลง และคณะ (2559) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุกขณะ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถซึมซับเรื่องเล่าประวัติศาสตร์อาหาร เป็นการเพิ่มมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจ นอกเหนือจากความต้องการกินอาหารให้อิ่ม ยังต้องการความรื่นรมย์ เพื่อเติมเต็มความสุขทางความรู้สึกและสัมผัสประสบการณ์ในการกินอาหาร ผ่านการการสืบค้นจากรากฐาน ในการดื่มด่ำกับรากเหง้าของอาหาร ตลอดจนสามารถศึกษาวิธีการในการผลิตอาหาร ความสงสัยและใฝ่รู้ ที่จะหาความรู้และค้นพบอะไรใหม่ ๆ เพื่อบ่งบอกถึงการศึกษาและความรู้ที่มีอยู่ การแสดงออกถึงตัวตน อันมีความโดดเด่น แตกต่างจากคนทั่วไป รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิธีทำ และลงมือทำอาหารด้วยตนเอง เป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว สอดรับการกระแสการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่นักท่องเที่ยวนิยมลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนมากกว่าการเป็นแต่ผู้ชม นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังส่งผลให้เกิดการสืบสานตำรับอาหารโบราณ ดังจะพบได้จากกรณีศึกษาอาหารจามมุสลิมในบทความเรื่องข้างสำรับจามมุสลิมบ้านครัว (องค์ บรรจุน, 2561) นอกจากสะท้อนการกลืนกลายของวัฒนธรรมจามมุสลิมดั้งเดิม สภาวะโลกาภิวัตน์ได้ส่งผลให้เกิดการกลืนกลายของอาหารจามดั้งเดิมเข้ากับอาหารไทยและมุสลิมสากล ทว่ากระแสการท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (nostalgia) ก็ได้กระตุ้นให้เกิดการฟื้นคืนวัฒนธรรมอาหารดั้งเดิมของชาวจามมุสลิมบ้านครัวขึ้นใหม่อีกครั้ง

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานผู้คนเข้ากับวิถีวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้ได้หลีกหนีจากชีวิตประจำวันที่จำเจเพื่อการผ่อนคลาย นักท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์ร่วมกับชุมชนท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร ผ่านการลิ้มรส การได้เรียนรู้วิธีทำ และลงมือทำอาหารด้วยตนเอง ก่อให้เกิดประสบการณ์แปลกใหม่ การเรียนรู้เชิงศิลปะ และความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง รวมทั้งนักท่องเที่ยวยังสามารถนำประสบการณ์ของตนไปสร้างเป็นเรื่องเล่าและบอกต่อได้ไม่รู้จบ พร้อมทั้งกระตุ้นเตือนให้ชุมชนท้องถิ่นเห็นความสำคัญและอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมภูมิปัญญาของตน ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดอัตลักษณ์พื้นที่และความหลากหลายทางการท่องเที่ยว อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

แนวคิดเรื่องการสร้างเรื่องเล่า

"เรื่องเล่า" (storytelling) หมายถึง เรื่องที่ถูกเล่าว่าด้วยความรู้และประสบการณ์ หรือเรื่องราวความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าภาคภูมิใจที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น บอกเล่าสู่คนต่างวัฒนธรรมในลักษณะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน Anthony Giddens (1991) นักสังคมวิทยาชาวอังกฤษได้ให้ทัศนะว่า "เรื่องเล่า" (Narrative) ได้บรรจุอัตลักษณ์หรือตัวตน สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจการเมือง และสังคมของผู้เล่าเอาไว้ ดังนั้น เรื่องเล่าจึงเป็นวิธีการทางสังคมวิทยาอย่างหนึ่งที่สามารถนำมาวิเคราะห์ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจ ด้วยการมองย้อนกลับไปในอดีต โดยเน้นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างโครงสร้างและผู้กระทำการ หรือที่เรียกว่า actor oriented มาเป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์ตีความ ดังนั้น ในการนำเรื่องเล่ามาเสริมการเรียนรู้โดยการถ่ายทอดชีวิตและสังคมในส่วนที่เป็นคุณภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะชีวิตนั้นมีความสลับซับซ้อนและไม่สามารถลดทอนลงเหลือเพียงข้อเท็จจริงหรือตัวชี้วัดเป็นข้อ ๆ ได้ มนุษย์ใช้เรื่องเล่าในแทบทุกปริมณฑลของชีวิตอยู่เสมอ ในทุกวัฒนธรรมจะเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีของการเล่าเรื่อง ซึ่งมีความสำคัญมากในการถ่ายทอดเรื่องราวคุณธรรมและคำสอนต่าง ๆ เช่น ในพระพุทธศาสนามีนิทานชาดก ในคริสต์ศาสนามีพันธสัญญาใหม่ และในศาสนาฮินดูมีภควัทคีตา เป็นต้น โดยที่เรื่องเล่าเหล่านี้ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อมานับพันปี ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์จะต้องอาศัยทักษะการสื่อสารเป็นสำคัญ ซึ่งล้วนแล้วแต่ต้องใช้เรื่องเล่าเป็นเครื่องมือสำคัญทั้งสิ้น ส่วน นภาภรณ์ หะวานนท์ (2552) ได้อธิบายวิธีการศึกษาเรื่องเล่าในงานศึกษาทางสังคมศาสตร์ ตามแนวที่มองว่ามนุษย์เป็นผู้เล่าเรื่อง (narrate) ไว้ว่า "ด้วยมนุษย์เรานั้นอยู่ภายใต้อิทธิพลของเรื่องเล่าของตนเองและของผู้อื่น เรื่องเล่าเป็นบันทึกประสบการณ์ของมนุษย์ที่ถูกสร้างขึ้นผ่านเรื่องราวที่ถูกนำกลับมาเล่าใหม่ วิธีการศึกษาเรื่องเล่าจึงเหมาะกับการศึกษาความซับซ้อนของชีวิต เพราะเรื่องเล่าเปิดพื้นที่ให้คนสามารถนำเรื่องราวต่าง ๆ กลับมาเล่าใหม่ได้อีกครั้ง..."

กล่าวโดยสรุป การสร้างเรื่องเล่า ว่าด้วยวัฒนธรรมหรือชุมชนท้องถิ่นให้มีอัตลักษณ์ จึงเป็นการเพิ่มมูลค่า (value added) ทางการท่องเที่ยว อันเป็นการสร้างภาพทรงจำ เพื่อการบอกต่อในหมู่นักท่องเที่ยว โดยจะต้องสร้างขึ้นด้วยรากฐานความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นชาติพันธุ์ การศึกษารายละเอียดอย่างลึกซึ้งและเลือกจุดเน้นที่มีความแตกต่างเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว สามารถต่อยอดหรือปรับประยุกต์ภูมิปัญญาดั้งเดิมได้แต่ต้องเคารพในวัฒนธรรมเหล่านั้น นอกจากนี้จะพบได้ว่าคนในวัฒนธรรม (emic) ซึ่งมีความคุ้นเคยลึกซึ้งในวัฒนธรรมของตนย่อมมีความเหมาะสมที่จะเป็นผู้เล่าเรื่อง แต่บางครั้งก็จะพบปัญหาว่า คนในซึ่งคุ้นเคยกับวัฒนธรรมตนเองจนบางครั้งมองไม่เห็นความแตกต่างหรือความโดดเด่นที่จะนำมาสร้างเป็นเรื่องเล่าเพื่อดึงดูดความสนใจได้ จึงต้องอาศัยสายตาคนนอก (etic) ช่วยในการมอง เมื่อเรื่องเล่าถูกสร้างขึ้นในรูปงานวิจัยจะส่งผลให้ชุมชนมีทางเลือกเพิ่มขึ้นในการใช้เรื่องเล่าอย่างหลากหลาย ทั้งแบบดั้งเดิม และรูปแบบที่มีระบบอ้างอิงที่ได้จากงานวิจัย ชุมชนสามารถเล่าต่อได้ด้วยความชอบธรรมและมีพลังในฐานะเจ้าของชุมชนเจ้าของเรื่องเล่าเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารอันจะนำมาซึ่งรายได้สู่ชุมชน

วิธีวิจัย

วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การดำเนินการวิจัยเริ่มจากการสืบค้นข้อมูลเบื้องต้นว่าด้วยข้อมูลชุมชนจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร ฐานข้อมูลออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นลงพื้นที่ศึกษารวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ทำการการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยใช้การสนทนา หรือการเจรจาอย่างมีจุดมุ่งหมายระหว่างนักวิจัย ในฐานะผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ ภายใต้กรอบจริยธรรมการทำวิจัยในมนุษย์ (Belmont Report) โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ผสมผสานกับวิธีเลือกแบบบอกต่อ (snowball sampling) โดยมีแนวคำถามให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบในลักษณะเจาะลึก อาศัยความสามารถพิเศษของผู้สัมภาษณ์ในการค้นหารายละเอียดในประเด็นที่ต้องการศึกษาอย่างลึกซึ้ง (ชาย โพธิสิตา, 2549) ผู้ให้สัมภาษณ์หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ ชาวไทยเชื้อสายมุสลิมชวา ได้แก่ บุคคลซึ่งมีสัญชาติไทยที่เกิดและอยู่อาศัยในชุมชนจักรพงษ์ สวนหลวง ฮารูณ และยะวา กรุงเทพมหานคร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน เป็นต้น โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (snowball sampling) โดยเลือกจากชาวไทย และชาวไทยเชื้อสายมุสลิม ที่มีความรู้ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอาหาร ไม่จำกัดเพศและวัย อย่างน้อย 20 คน หรือขึ้นอยู่กับความอิ่มของข้อมูล (saturation of data) โดยผู้วิจัยได้นำเทคนิคสามเส้า (triangulation) ของผู้ให้ข้อมูลมาปรับใช้ คือ ทวีคูณของ 3 โดยทั่วไปจะเป็นกี่เท่าก็ได้แต่ที่นิยมใช้คือ 4 รอบ 12 คนขึ้นไป ทั้งนี้ จำนวนผู้ให้ข้อมูลจะมากหรือน้อยขึ้นกับเรื่องที่ศึกษาและความยากในการสัมภาษณ์เจาะลึก (บุษกร วัฒนบุตร, 2564) นำเสนอผ่านการบรรยายพรรณนาที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (discourse analysis) เพื่อสร้างเรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปี

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย การสร้างเรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา กรุงเทพมหานคร พบรูปแบบเครือข่ายวัฒนธรรมชุมชนมุสลิมเพื่อแสวงความร่วมมือในกิจกรรมระดมทุนค่าใช้จ่ายมัสยิด ทุนการศึกษาสำหรับเยาวชนด้อยโอกาส และทุนการศึกษาศาสนาอิสลาม ในรูปแบบการจัดงานประจำปีหรือออกร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องอุปโภคบริโภค ในลักษณะของถนนคนเดิน หรือตลาดนัดวัฒนธรรม พบเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา กรุงเทพมหานคร ที่สำคัญใน 8 ลักษณะ ได้แก่

1. เครือข่ายร่วมประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ เนื่องจากชุมชนมุสลิมเชื้อสายชวาทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ จักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา ต่างมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 100 ปี และต่างมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในเชิงลึก นอกจากการนับถือศาสนาอิสลาม มีความเป็นมุสลิมเหมือนกัน ยังมีความเป็นชาติพันธุ์ร่วมกัน โดยจะพบว่า ชาวชวาเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หลักของประเทศอินโดนีเซีย แม้ว่ามุสลิมเชื้อสายชวาในประเทศไทยจะเป็นชนกลุ่มน้อย และความเป็นมุสลิมชวาก็นับเป็นชนกลุ่มน้อยในความเป็นมุสลิม

ในประเทศไทยด้วย ด้วยเหตุนี้ชาวมุสลิมทั้ง 4 กลุ่มดังกล่าวนี้จึงเป็นชนกลุ่มน้อยของชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย มีความใกล้ชิดกันในทางประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรม จึงต่างใช้เครือข่ายประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการสร้างความโดดเด่นและความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมแก่ชุมชน ในขณะเดียวกัน ความเป็นชวาได้เชื่อมโยงเข้ากับความเป็นอินโดนีเซียได้อย่างเป็นน้ำเนื้อเดียวกัน โดยพบว่า ในอดีต ชาวมุสลิมชุมชนยะวามักจะได้รับการติดต่อให้ทำอาหารเลี้ยงต้อนรับทูต งานปีใหม่สถานทูต นักกีฬาซีเกมส์ และนักฟุตบอลจากอินโดนีเซีย ที่มาแข่งขันกีฬาในประเทศไทยเสมอ และเมื่อคนยะวาเดินทางไปอินโดนีเซียก็มักจะได้รับการต้อนรับอย่างดี (บัณฑิต สารียา, 2566)

กรณีศึกษาชุมชนจักรพงษ์ ชุมชนมุสลิมมลายูจากปัตตานีสมัยต้นกรุง เป็นชุมชนมุสลิมที่ตั้งชุมชนอยู่ในกำแพงพระนคร และ “มัสยิดหลังแรกในเกาะรัตนโกสินทร์” ก่อนการเข้ามาของมุสลิมจากชวาในสมัยรัชกาลที่ 5 ชุมชนมุสลิมจักรพงษ์ปัจจุบันจึงมีการผสมผสานทางวัฒนธรรม และชาติพันธุ์ แม้อัตลักษณ์ชุมชนช่างทองของชาวมลายูจะเลือนหายไป แต่วัฒนธรรมอาหารชวา เช่น เนื้อสะเต๊ะ และก๋วยเตี๋ยวแกง ยังคงความโดดเด่นเป็นที่รู้จักมาจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับชื่อเสียงการเป็นแหล่งผลิตเนื้อสะเต๊ะ นอกจากเป็นที่รู้จักในหมู่ลูกค้ายังเป็นที่รู้จักในหมู่ชาวมุสลิมจากเกาะชวา ดังจะพบความสัมพันธ์ผ่านการแต่งงานของชาวมุสลิมชวาชุมชนจักรพงษ์กับชุมชนยะวา “ผมยืนยันเรื่องนี้ได้ ปู่ของผมคนยะวาที่นี่แต่งงานกับย่า คนมุสลิมตรอกสะเต๊ะ ย่าเป็นลูกครึ่งอินโดฯ กับจีน...ทวดผมก็ลูกครึ่งจีนมุสลิม ปู่นี่หน้าจีน ผมเลยเกิดมาตัวขาว หน้าเหมือนคนจีน...” (เพิ่มศักดิ์ สุทธิชาติ, 2567) ปัจจุบัน พื้นที่ชุมชนจักรพงษ์มีผู้ขายสะเต๊ะเนื้อแบบมุสลิม 2 ราย คือร้าน “อาอีซะฮ์” อาคารพาณิชย์บนถนนตานี สืบเชื้อสายจากมุสลิมชวาตรอกสะเต๊ะ และรถเข็นสะเต๊ะจากชุมชนจามมุสลิมบ้านครัว รายหลังนำสะเต๊ะมาขายบริเวณหน้าตรอกสุเหร่าเป็นประจำเนื่องจากเห็นว่าทำเลดีกว่า และพื้นที่แห่งนี้เป็นรู้จักมากกว่า (สุรพงษ์ ปรีชาพืช, 2566)

ในทางกลับกัน ชุมชนมุสลิมยะวา เป็นที่รับรู้ในหมู่มุสลิมที่มาจากชวาด้วยกัน จึงมีต่างมีปฏิสัมพันธ์ทำกิจกรรมทางศาสนาระหว่างกันมาแต่โบราณ เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างอิหม่าม ดังจะพบเรื่องเล่าว่า กลุ่มผู้นำทางศาสนาชุมชนมุสลิมจักรพงษ์มักจะพายเรือมาอ่านคัมภีร์กุรอานกับกลุ่มผู้นำทางศาสนาของชุมชนมุสลิมยะวาที่มัสยิดยะวาทุกวันพฤหัสบดี (บัณฑิต สารียา, 2566) และชุมชนยะวาเป็นชุมชนมุสลิมแห่งแรกที่ริเริ่มจัดงานเทศกาลอาหารประจำปีเพื่อระดมทุนเป็นค่าใช้จ่ายของมัสยิด (เพิ่มศักดิ์ สุทธิชาติ, 2567)

ขณะที่ชุมชนฮารูณ แม้ผู้ก่อตั้งและสร้างมัสยิดจะเป็นมุสลิมจากเกาะชวา แต่เนื่องจากชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนการค้านานาชาติมาแต่เดิมทำให้มีผู้คนและวัฒนธรรมมุสลิมนานาชาติ เช่น อินเดีย อัฟกานิสถาน (ปาทาน) มาเลเซีย และพม่าเข้ามามีปฏิสัมพันธ์และผสมกลืนกลายด้วยมาก ดังจะพบว่า มุสลิมจากมาเลย์มีการถ่ายทอดสูตรโรตีไข่ดาว และเทคนิคการ Freez แป้งโรตีเพื่อให้เก็บรักษาได้นานและพกเดินทางได้ง่ายให้กับแม่ค้าอาหารชุมชนฮารูณ (นิรมล โตจิรกุล, 2567) เช่นเดียวกับมุสลิมจากอินเดียที่มีจำนวนมากส่งผลให้ตำรับอาหารอินเดียเข้ามามีอิทธิพลเหนือตำรับอาหารชุมชนฮารูณดั้งเดิม ทำให้อาหารมุสลิมแบบฮารูณดั้งเดิมเริ่มเลือนหายไป (อนุรักษ์ มะลิกัน, 2567) นอกจากนี้

สถานการณ์ด้านอาชีพของชาวฮารูณที่เปลี่ยนแปลงไป จากการออกไปทำงานนอกชุมชนมากขึ้น เกิดสภาวะขาดผู้ประกอบอาหารประจำงาน เช่นเรื่องเล่าของบังยีฮีม ชาวมุสลิมเชื้อสายอินเดียรุ่นที่ 4 และเป็นกรรมการมัสยิดฮารูณ เล่าเรื่องพ่อครัว (ช่างแกง) งานประเพณีชุมชนฮารูณปัจจุบันที่กลายเป็นหน้าที่ของมุสลิมจากประเทศพม่า แม้จะเป็นความจำเป็นแต่ก็มีข้อสังเกตว่ามุสลิมจากพม่ามีสถานะต่างจากมุสลิมไทย

"ช่างแกงของฮารูณปัจจุบันเป็นมุสลิมจากพม่า ชื่อฮูเซ็น อายุประมาณ 50 เดิมไม่เป็นอะไรเลย มาอยู่ที่นี่แหละ ทำแบบครูพักลักจำ จนเป็นช่างแกงประจำมัสยิด คนอื่นก็ไม่มีใครเอา ข้าวหมกไก่ก็ต้องเขานี่ เป็นสูตรแบบอินเดีย...ก็ไม่เหมือนสูตรดั้งเดิมซะทีเดียว เขาก็ปรับ ๆ เอา...ตอนนี้ กลับพม่า จะกลับมาอีกทีก็โน่นช่วงรอมฎอน...ก็ต้องระวังอย่างมุสลิมไทยพม่าต่างกัน ความเป็นระเบียบวินัยไม่เท่ากัน ต้องคอยควบคุม..." (อนุรักษ์ มะลิกัน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567)

อย่างไรก็ตาม ชาวฮารูณยังคงหวงแหนวัฒนธรรมอาหารแบบชวา สะท้อนความรักในชาติพันธุ์ เช่นกรณีของ ก๊ะ หน่อย มูมีเราะฮ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567) "ต้องเคี่ยวกะทิกว่าจะแตกมันเป็นขี้โล้ใช้เวลานานใช้มะพร้าวมาคั้นกะทิเอง ให้ได้กลิ่นรสแบบกะทิสด...ไม่เคยคิดจะเปลี่ยนเป็นน้ำมันพืชหรือเนยเหมือนคนอื่น ๆ ไม่เคยคิดเลยเรื่องนี้ สูตรนี้แม่ก็สอนกันมา แม่ก็ได้จากยายอีกที ยายก็ได้จากทวด ไม่เคยคิดจะเปลี่ยนเลย"

2. เครือข่ายเครือญาติผ่านการสมรสข้ามชุมชน การสมรสระหว่างชาวมุสลิมเชื้อสายชวาในแต่ละชุมชนในหลายกรณี ก่อให้เกิดเครือข่ายวัฒนธรรม ส่งผลให้กิจกรรมวัฒนธรรมเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เช่น งานประจำปีจัดหาทุนเข้ามัสยิด กรรมการมัสยิดแต่ละแห่งมักจะส่งหนังสือเชิญไปยังมัสยิดอื่น ๆ ในเครือข่ายให้มาร่วมงาน รวมทั้งการสนับสนุนในรูปของการบริจาคเงินช่วยเหลือชุมชนเจ้าภาพ ลักษณะเป็นการเอาแรงกัน โดยมากจะเลือกเชิญมัสยิดละแวกใกล้เคียง เช่นมัสยิดในกรุงเทพฯ ก็มักจะเชิญมัสยิดละแวกกรุงเทพฯ และปริมณฑล แต่ในกรณีที่มีความสัมพันธ์ผ่านการสมรสของสมาชิกชุมชนระดับแกนนำ เช่น อิหม่าม กรรมการมัสยิด ประธานชุมชน ก็จะมีการเชิญมัสยิดในชุมชนดั้งเดิมของเขยและสะใภ้บุคคลเหล่านั้นด้วย รวมทั้งการที่ชาวบ้านทั่วไปที่นิยมเดินทางไปร่วมงานและสนับสนุนกิจกรรมของมัสยิดอื่น ๆ โดยเฉพาะที่อยู่ห่างไกลเนื่องจาก "ได้ข่าวสารจากเขยสะใภ้ที่แต่งงานกับคนในชุมชนมัสยิดต่าง ๆ บางชุมชนอยู่ห่างไกลออกไป เช่น ชุมชนกิโลเก้า ฮ็อยร็อต ฮารูณ หนองจอก และมุสลิมส่วนกลาง รามคำแหง (มูลนิธิเพื่อศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย)" (ลัดดา พิมพ์สมาน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566) หรือกรณีของชุมชนจักรพงษ์กับชุมชนยะวาดังกล่าวแล้ว มีความสัมพันธ์ผ่านระบบเครือญาติจากการสมรสของปู่และย่าของ เพิ่มศักดิ์ สุทธิชาติ นอกจากนี้ ยังประกอบไปด้วยกรณีของชุมชนฮารูณกับชุมชนบ้านหัวรอ พระนครศรีอยุธยา ดังจะพบว่า นิรมล โตจิรกุล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567) ได้รับการถ่ายทอดสูตรโรตีมาจากแม่สามีซึ่งเป็นคนหัวรอ พระนครศรีอยุธยา รวมทั้งตระกูลของ ก๊ะ ลักษณ์ และ ก๊ะ แขก ซาเฟียยะฮ์ ชุมชนบ้านหัวแหลม พระนครศรีอยุธยา ที่อพยพครอบครัวมายังชุมชนฮารูณและเกิดการแต่งงานระหว่างกันภายหลัง

"ตระกูลมุสลิมอยุธยา รุ่นพ่อรุ่นแม่เรา รวมทั้งมุสลิมแถวอยุธยา ย่านหัวแหลม จำนวนมากขึ้นล่องเรือขายเครื่องเทศ ตอนหลังมีการสร้างเขื่อน สะพาน และถนนเพิ่มมากขึ้น ความนิยมใช้รถใช้ถนนเพิ่มขึ้น การใช้เรือลดความนิยมลง อาชีพล่องเรือค้าขายเครื่องเทศจึงหายไปด้วย พวกเรามุสลิมกลุ่มนี้

พากันขึ้นบก ช่วงก่อนทำปลาตะเพียนใบลานขายทุกวันนี้ก็ยังมีทำ รวมทั้งปัจจุบันมีการแตกอาชีพออกไปเป็นโรตีสายไหม ซึ่งได้รับความนิยมมากในอยุธยาคิดว่าน่าจะเป็นอาชีพที่มั่นคงของมุสลิมอยุธยา...” (ก๊ะ แขก ซาเฟียยะฮ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567) เช่นเดียวกับ ก๊ะ ลักษณ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567) “พ่อมาก่อน มาอยู่บ้านครัวก่อน รับออเดอร์เย็บเนคไทของจิม ทอมป์สัน ตอนหลังที่ทางคับแคบ หลายบ้านมาลงหลักปักฐานกันที่ฮารูณนี่ ทุกวันนี้ยังมีบ้านที่เย็บเน็คไทอยู่ครอบครัวหนึ่ง...แต่บ้านพี่เลิกไปแล้ว หลังไม่มีสัญญากับจิม ทอมป์สัน...”

รวมทั้งกรณีของ บังยีฮีม ที่สืบเชื้อสายมาจากมุสลิมอินเดีย อยู่อาศัยในชุมชนฮารูณสืบเนื่องมาเป็นรุ่นที่ 4 คุณพ่อและคุณอาประกอบอาชีพขายอาหารมุสลิม มีเครือญาติผ่านการแต่งงานกับมุสลิมชวาชุมชนสวนหลวง และบาหยัน ปัจจุบันเขาจึงยังคงไปมาหาสู่กับชุมชนเหล่านั้นเสมอ และทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ร่วมกับเครือญาติและเพื่อน ๆ ในชุมชนเหล่านั้น (อนุรักษ์ มะลิกัน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567)

3. เครือข่ายมุสลิมข้ามชาติ สืบเนื่องจากชุมชนมุสลิมเชื้อสายชวาทั้ง 4 แห่งนี้ ได้แก่ จักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา ล้วนตั้งอยู่ในพื้นที่การค้าอันเป็นจุดเชื่อมต่อกับชาวต่างชาติ นำมาสู่การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และจุดนัดหมายในการประกอบพิธีกรรมร่วมกันของมุสลิมต่างชาติ นอกเหนือจากจากใช้พื้นที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ติดตามด้วยการติดต่อค้าขาย ตลอดจนการแต่งงานข้ามกลุ่มวัฒนธรรม รวมทั้งการสนับสนุนงบประมาณด้านทุนการศึกษาศาสนาอิสลาม และการบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถาน สถานการณ์เช่นนี้ก่อให้เกิดเป็นเครือข่ายมุสลิมข้ามชาติ เช่น มุสลิมตุรเกียที่มาขึ้นฝั่งยังเอเชียทีกได้บริจาคทรัพย์สร้างมัสยิดบางอุทิศ ชุมชนสวนหลวง ดังที่ปรากฏ ภาพปูนปั้นสัญลักษณ์และจารึก “จักรวรรดิออตโตมัน” เหนือซุ้มประตูมัสยิดบางอุทิศ รวมทั้งปัจจุบันได้มีการจัดการเรียนการสอนภาษาอาหรับให้แก่เยาวชนทั้งที่มัสยิดบางอุทิศและอัลอะติ๊ก (สุชาติ บุญมี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566) เช่นเดียวกับเรื่องเล่าของคนในชุมชนฮารูณที่มักอ้างอิงการเข้ามาของมุสลิมข้ามชาติ “เรามีคนต่างถิ่นเศรษฐีจากต่างประเทศ เช่น แขกบาเรน มาเยี่ยมชม บริจาคเป็นก้อนใหญ่ ๆ แพนเอเชีย (Pan-Asia Railway Network) ให้ทุนการศึกษากับเด็ก ทูตมาเลย์บริจาคสร้างอาคารละหมาดสำหรับผู้หญิง...สร้างตึก บูรณะมัสยิด...” (อนุรักษ์ มะลิกัน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567)

ขณะที่ชุมชนจักรพงษ์ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชั้นใน พื้นที่ต่อเนื่องกับถนนข้าวสาร แหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัยของชาวต่างชาติ มักมีนักท่องเที่ยวมุสลิมต่างชาติเข้าเยี่ยมชมมัสยิดจักรพงษ์เสมอ โดยนิยมเข้าพักโรงแรมของชาวมุสลิมย่านถนนพระอาทิตย์ ข้าวสาร และสามเสน ในวันที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ชุมชนจักรพงษ์พบมุสลิมต่างชาติหลายรายร่วมงานรอมฎอน รวมทั้งมุสลิมผิวสีจากแอฟริการ่วมละหมาดละศีลอดไม่ต่างจากชุมชนฮารูณที่อยู่ใกล้ชิดศุลกสถาน และย่านการค้าปลีกและส่งเครื่องประดับและอัญมณีชั้นนำของไทย จึงมีพ่อค้าอัญมณีมุสลิมจากมาเลเซีย อินเดีย และแอฟริกาจำนวนมาก เลือกเช่าที่พักอาศัยใกล้เคียงเข้ามาสัมพันธ์กับชาวฮารูณ ในวันที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเดือนรอมฎอน ได้พบครอบครัวมุสลิมจากแอฟริกาทั้งเด็กและผู้ใหญ่ราว 8 คนจอดรถแวะซื้อขนมซาโมซา เพื่อนำไปทานหลังออกบวชตอนเย็น ชาวบ้านเล่าว่า ชาวมุสลิมแอฟริกาชื่นชอบอาหารมุสลิมฮารูณ ซึ่งก่อนหน้าการแพร่ระบาดของโควิด-19 พวกเขาเป็นลูกค้าสำคัญของฮารูณ

ไม่ต่างจากชุมชนยะวาซึ่งตั้งอยู่ย่านสาทร แหล่งธุรกิจนานาชาติของกรุงเทพฯ ใต้ ย่านเก่าแก่ของพ่อค้าชาวจีนและยุโรป โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากถนนสาทรที่สร้างในสมัยรัชกาล 5 ปัจจุบัน ชุมชนยะวาและฮารูณต่างเป็นหมุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวจีน เนื่องจากไว้ใจคุณภาพอาหารฮาลาลและประทับใจความอร่อย โดยจะพบได้ว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวยังชุมชนฮารูณและยะวาเป็นกลุ่มใหญ่ นอกจากได้ใช้มัสยิดประกอบพิธีกรรมแล้ว เหตุผลอื่น ๆ คือ “เพราะเมืองไทยเปิดโอกาสการแสดงออกทางด้านศาสนามากกว่าในเมืองจีน...” (ก๊ะ ลักษณ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567) รวมทั้งชุมชนฮารูณไม่มีการเก็บค่าใช้จ่าย เช่นที่บังยีฮีม เล่าว่า

“เวลามาเขาก็จองล่วงหน้า ไม่มีรายจ่าย และเราก็ไม่ต้องทำอะไรแค่เตรียมที่นั่งพัก นำชมชุมชนนิดหน่อย นอกนั้นเขาก็อุดหนุนอาหารในชุมชนของเรา นั่นคือรายได้เข้าชุมชน...หรือหากเขาศรัทธาหรือพอใจก็จะบริจาคให้มัสยิดด้วย...ส่วนมากจะเชื่อใจว่าถ้ามาซื้ออาหารที่ฮารูณจะถูกหลักฮาลาลแน่...มุสลิมแอฟฟริกาจะชอบซาโมซาเป็นพิเศษ นิยมกินเป็นอาหารตอนออกบวช...คนมุสลิมแอฟฟริกาส่วนใหญ่มาทำธุรกิจ จะอยู่ชั่วคราว แต่ก็ครั้งละนาน ๆ นอกจากได้เมียคนไทยทางจันทบุรีก็จะอยู่ยาว หัดภาษาไทยจนเป็น...” (อนุรักษ์ มะลิกัน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567)

4. เครือข่ายการศึกษาศาสนาอิสลาม เป็นเครือข่ายวัฒนธรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ของนักกิจกรรมวัฒนธรรมอาหารเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเคยผ่านการศึกษาศาสนาอิสลาม จากการสัมภาษณ์ชาวบ้านและผู้นำชุมชน ทั้งผู้นำทางจิตวิญญาณ เช่น อิหม่าม ครูสอนศาสนา ประธานชุมชน และกรรมการสถานศึกษา ในชุมชนมุสลิมชวาทั้ง 4 แห่ง พบว่า เครือข่ายความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่มีความลึกซึ้งและยั่งยืน คือ เครือข่ายเพื่อนสมัยเรียน โรงเรียนสอนศาสนา โรงเรียนภาคบังคับในชุมชน และกิจกรรมของโรงเรียนสอนศาสนา เช่น การแข่งขันกีฬา และการการแข่งขันสวดกุรอ่าน ระหว่างโรงเรียนสอนศาสนาชุมชนต่าง ๆ โดยจะพบเห็นได้ชัดเจนจากกรณีของครูซัน ครูสอนศาสนาประจำโรงเรียน “ดารุลอิสลาม” มัสยิดจักรพงษ์ ที่ใช้เครือข่ายเพื่อนสมัยเรียนหนังสือในการทำกิจกรรมวัฒนธรรม “อย่างผมเป็นกลุ่มเพื่อนของผมสมัยเรียนโรงเรียนสอนศาสนา โรงเรียนอิสลามวิทยาลัยแห่งประเทศไทยทุ่งครุ เพื่อนที่รู้จักตอนนั้น ทุกวันนี้ก็ยังคบกันอยู่หลายคน ไปมาหาสู่กัน ประชุมปรึกษาหารือ ช่วยเหลือแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้กัน...” (โอภาส มิตรมานา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566)

นอกจากนี้ ยังพบในกรณี บังยีฮีม กับเพื่อนสมัยเรียน ที่กลายเป็นความสัมพันธ์กลุ่มอาสาสมัครทำกิจกรรมวัฒนธรรมระหว่างมัสยิดฮารูณ ยะวา บาหยัน และสวนหลวง ปัจจุบันยังจับกลุ่มทำงานบริการสาธารณะ “อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน เขตบางรัก” ทำหน้าที่กรรมการชุมชนวัดม่วงแค-มัสยิดฮารูณ เขตบางรัก รองประธานมูลนิธิฯ อพปร. และอาสาสมัครชุมชนฮารูณ และต่อยอดสู่กิจกรรมกีฬาระหว่างชุมชน เพื่อหาทุนเข้ามัสยิดเป็นค่าใช้จ่ายและสนับสนุนเยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยการริเริ่มของชุมชนบ้านครัว ซึ่งก็เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการศึกษาศาสนาอิสลาม พบในเรื่องเล่าของประธานชุมชนจามบ้านครัว

“บ้านครัวเรามีเครือข่ายวัฒนธรรม หลาย ๆ ฝ่าย ทั้งชุมชนและเขตฯ ทำงานร่วมกัน โดยมีโครงการสนับสนุนกิจกรรมวัฒนธรรม เช่น งานละศีลอด (เดือนรอมฎอน) งานประจำปีมัสยิด เพื่อหาทุนเป็นค่าใช้จ่าย และการแข่งขันกีฬาจตุรมิตร ได้แก่ ชุมชนมุสลิมจามบ้านครัว พญาไท มหานาค และฮารูณ โดยจะแข่งขันกันปีละครั้ง โดยใช้สนามศุภชลาศัย เนื่องจากชุมชนเราไม่มีพื้นที่เพียงพอ ซึ่งในกิจกรรมกีฬาก็จะผสมผสานไปด้วยกิจกรรมวัฒนธรรม” (สมชาย จอกแก้ว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567)

5. เครือข่ายอิสลามานุวัตร (Islamization) เป็นเครือข่ายกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เชิงศาสนา และเชิงสังคม เช่นการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางแสวงบุญ การศึกษาเรียนรู้การปฏิวัติอิสลามในอิหร่าน กฎหมายชารีอะฮ์ และกรณีศึกษาการร่วมสนับสนุนการประท้วงกรณีทางด่วนทับที่ชุมชนมุสลิมจามบ้านครัว เป็นความร่วมมือของมุสลิมทุกชุมชนที่ถือว่ามุสลิมทั้งหลายเป็นพี่น้องกัน โดยเฉพาะ ชุมชนมุสลิมจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา เช่นกรณีของ ซอและฮ์ ที่อาสาเข้าร่วมเป็นหนึ่งเดียวกับชุมชนจามบ้านครัวในการประท้วงโครงการทางด่วนทับ ที่ขยายไปสู่ความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรมของนักกิจกรรมเหล่านี้สู่ร่วมมือกันสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างชุมชน

“สมัยก่อนผมทำงานกับสถาบันอิสลาม ส่วนใหญ่จะทำงานนอกชุมชน มีเครือข่ายมุสลิม ที่ไหนมีกิจกรรมอะไรก็ไปช่วยกัน เช่น ตอนนั้นไปร่วมประท้วงเรียกร้องยื่นหนังสือกรณีทางด่วนเวนคืนชุมชนมุสลิมบ้านครัว ผมเป็นคนยื่นหนังสือเองเลย...” (บัณฑิต สารียา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566) นอกจากนี้ยังรวมทั้งกรณีการประท้วงไม่ให้มีการรื้อถอนมัสยิดยะวา ซึ่งเป็นมัสยิดรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบชวาโบราณ

“มัสยิดยะวาอายุนับร้อยปี ศิลปะแบบยะวา มีแนวคิดจักรวาลวิทยาแบบฮินดู ยอดหลังคาทรงโดม หรืออาคารเรือนยอด (กุฎาคาร) ที่หาดูได้ยากมาก แต่กรรมการมัสยิดปัจจุบันคิดจะรื้อทิ้ง หาว่าสร้างหันหน้าผิดทิศ จะผิดได้ยังไงกัน คนเดินเรือทั้งนั้นที่สร้างนี่ คนเดินเรือแม่นยำทิศจะตายไป... ผมต้องเข้าไปประท้วง ปู่ทวดผมสร้างมา ผมนี่รุ่นที่ 4 แล้ว...” (บัณฑิต สารียา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566) ซึ่งก็ได้รับเสียงสนับสนุนจากชุมชนมุสลิมเชื้อสายยะวาทุกแห่ง ทำให้มัสยิดหลังเก่าที่สร้างตามสถาปัตยกรรมชวาดั้งเดิมไม่ถูกรื้อถอนออกไป

6. เครือข่ายนักท่องเที่ยวผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อสังคมออนไลน์ การสื่อสารกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมของชุมชนมุสลิมมักกระทำผ่านองค์กรหลัก คือ สำนักจุฬาราชมนตรี ชุมชนมุสลิมสามารถประชาสัมพันธ์งานผ่านเว็บไซต์สำนักจุฬาฯ โทรทัศน์ดาวเทียมช่องมุสลิม และวิทยุเสียงตามสาย (สุชาติ บุญมี, 2566) อย่างไรก็ตาม คนหนุ่มสาวหรือนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มักใกล้ชิดกับสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งให้ความสนใจกิจกรรมทางวัฒนธรรมมากกว่ากิจกรรมทางศาสนา การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่ไปกับกิจกรรมทางศาสนาจึงได้รับความสนใจมากกว่า เช่นงานถนนคนเดิน งานประจำปีระดุมทุนเข้ามัสยิด ซึ่งจะพบได้ว่า ทุกกิจกรรมล้วนมีอาหารเป็นองค์ประกอบหลัก ผู้เดินทางมาร่วมงานนอกจากชาวมุสลิมในชุมชนและต่างชุมชน ยังมีนักท่องเที่ยวต่างศาสนาจำนวนมาก เช่นกรณีการจัดงานของมัสยิดจักรพงษ์ที่มีสัญลักษณ์ของชุมชนมุสลิมบนเกาะรัตนโกสินทร์ซึ่งมีที่มาจากปัตตานี พบว่าผู้ร่วมงานกลุ่มหนึ่ง ราว 10 คนเป็นมุสลิมจากภาคใต้ (สุรพงษ์ ปรีชาพืช, การสื่อสารส่วนบุคคล,

2566) นอกจากเชื่อมต่อเครือข่ายผ่านสื่อและสื่อสังคมออนไลน์แล้ว ยังเชื่อมต่อถึงกันด้วยการมีประวัติศาสตร์และบรรพชนร่วมกัน รวมทั้งกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม

"เราจะมีการส่งหนังสือเชิญ เรียกว่า "การ์ดน้ำชา" ส่งให้มัสยิดข้างเคียง ที่เคยมีสัมพันธ์กัน เพื่อนเก่าสมัยเรียนโรงเรียนศาสนา รู้จักสนิทสนมกันมาแต่เด็ก ญาติพี่น้องที่แต่งงานออกไปอยู่ในชุมชนมุสลิมอื่น ๆ...อย่างปีนี้ ชุมชนมุสลิมที่มาไกลสุดก็มาจาก ปัตตานี ยะลา นอกนั้นก็มีเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรปราการ อยุธยา หนองจอก ลาดกระบัง ฝั่งธนฯ รวมทั้งการเชิญทีมสวดกุรอ่านมาแข่งขัน ก็จะทำให้ได้คนในชุมชนนั้น ๆ มาร่วมงานด้วย" (สุรพงษ์ ปรีชาพืช, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566) นอกจากการส่งหนังสือเชิญหรือบอกกล่าวด้วยตนเอง สื่อหลักและสังคมออนไลน์ก็มีบทบาทสำคัญ ได้แก่ โทรทัศน์มุสลิม วิทยุเสียงตามสายบอกรับสมาชิก และเพจแนะนำอาหารมุสลิม ตลอดจนการส่งข่าวสารกิจกรรมวัฒนธรรมผ่านเฟสบุ๊ค ไลน์ อินสตาแกรม และติ๊กต็อก เป็นต้น โดยแฟนเพจเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับความสนใจ เช่น เพจ Halal Haroi มีผู้ติดตามมากถึง 17,4000 ราย รองลงมาได้แก่ เพจ อาหารฮาลาลในกรุงเทพและปริมณฑล มีผู้ติดตาม 56,000 ราย และ Halal Journey มีผู้ติดตาม 14,000 ราย (ณ วันที่ 3 มิถุนายน 2567)

สิ่งน่าสนใจ มัสยิดอัลอะติ๊ก-สวนหลวง เป็นตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงวัฒธรรมและการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่แตกต่าง คือ กิจกรรมการบรรยายศาสนธรรม (คล้ายการเทศน์) โดยเชิญ "อาจารย์" หรือวิทยากรที่มีชื่อเสียงและประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายโทรทัศน์

"อัลอะติ๊กเป็นเพียงมัสยิดแห่งเดียวในย่านนี้ที่มีการบรรยายศาสนธรรม ผมเลือกอาจารย์ด้วยตนเอง เลือกจากอาจารย์ที่ออกทีวีช่องมุสลิม มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และต้องเป็นคนที่เรียนจบศาสนาจากต่างประเทศ เช่น อียิปต์ ปากีสถาน แถบตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดีอาระเบีย ซูดาน และจอร์แดน... ทำให้มีคนมุสลิมจากที่ต่าง ๆ มาฟังการบรรยาย เช่น สี่แยกบ้านแขก ตลาดพลู..." (สุชาติ บุญมี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566)

7. เครือข่ายส่งเสริมการตลาดภาคเอกชน เนื่องจากมุสลิมเป็นตลาดใหญ่ จึงมีบริษัทห้างร้านภาคเอกชน เข้ามาสนับสนุนกิจกรรมชุมชน เช่น เทศกาลละศีลอด (เดือนรอมฎอน) และ เทศกาลปีใหม่ (อีดิ้ลฟิตรี) จะมีบริษัทเอกชนเข้ามาส่งเสริมการขาย เช่น งานรอมฎอนมัสยิดจักรพงษ์ มีบริษัทนมข้นหวานนมข้นจืด "Teapot" ออกบูธบริการเครื่องดื่ม เดือนรอมฎอนมัสยิดบางอุทิศ ชุมชนสวนหลวง มีร้านค้ารายย่อยมุสลิมชุมชนต่าง ๆ ร่วมออกร้านอาหาร หรือ "ศูนย์อาหารเอเชียทีค" ก็มักจะเชิญชาวมุสลิมสวนหลวงไปออกร้านจำหน่ายอาหารพื้นบ้านในเทศกาลอาหารฮาลาลเสมอ ขณะที่งานประจำปีนอกจากการออกร้านของชุมชนต่าง ๆ ในลักษณะงานการกุศลแล้ว ยังประกอบด้วยเครือข่ายร้านอาหาร ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้าอาชีพซึ่งปกติตระเวนขาย แม้จะไม่ได้บริจาคมากเท่าร้านอาหารสมัครเล่นก็ตาม โดยจะตระเวนไปออกร้านจำหน่ายอาหารฮาลาลตามชุมชนมุสลิมต่าง ๆ ร้านค้าเหล่านี้ก็สามารถช่วยมัสยิดในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ด้วยการจ่ายค่าเช่าพื้นที่ หรืออาจเพิ่มเติมตามกำลังศรัทธา เหล่านี้ก็สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับมัสยิด รวมทั้งสร้างความคึกคักให้กับงานมัสยิดนั้น ๆ ได้ด้วย นอกจากนี้ ยังประกอบด้วยกรณีของเครือข่ายสื่อภาคเอกชนที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับศาสนา วัฒนธรรม และสาธารณกุศล เช่น กรณีของสำนักข่าว "ไวท์แชลแนล" เผยแพร่ข่าวสารของคนมุสลิมในประเทศไทย เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารและ

ระดมทุนช่วยเหลือคนมุสลิมผู้ยากไร้ วันที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ชุมชนสวนหลวง สำนักข่าวแห่งนี้เดินทางมาออกบูธจำหน่ายสินค้าราคาถูก เช่น หนังสือธรรมะ ชุดแต่งกายมุสลิม และอาหารฮาลาล เนื่องจากเป็นการจัดงานร่วมกับมัสยิดและชุมชน ตลอดเส้นทางหลักเข้า-ออกชุมชน รวมทั้งด้านในและรอบนอกมัสยิดเก่า (มัสยิดอัลอะติ๊ก) มีกิจกรรมร้านค้าอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคเกือบเต็มพื้นที่ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ของกินเล่น เสื้อผ้า ของที่ระลึก รวมทั้งกิจกรรมทางศาสนา ได้แก่ การแข่งขันตอบปัญหาศาสนาอิสลามและการบรรยายศาสนธรรม ทำให้เกิดการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน เป็น ลักษณะกิจกรรมที่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่มีการจัดตั้งโดยหน่วยงานภาครัฐ (สุชาติ บุญมี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566)

8. เครือข่ายองค์กรวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน ปัจจุบันประเทศไทยพึ่งพาเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น มีการจัดงานนิทรรศการอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงอาหารบ่อยครั้ง ทั้งดำเนินการโดยชุมชน อาจร่วมกับภาคเอกชน หรือองค์กรเอกชนเพื่อสาธารณประโยชน์ (NGOs) เข้ามาอาสาพัฒนา และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป นอกจากการจัดงานประจำปีของมัสยิดต่าง ๆ โดยเฉพาะมัสยิดชุมชนมุสลิมจากชวา จักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา นอกจากแต่ละมัสยิดจะบริจาคเงินโดยตรง บ่อยครั้งนิยมนำอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนของตนไปจำหน่าย โดยออกทุนทำอาหาร จำหน่าย เมื่อได้กำไรแล้วก็จะบริจาคให้กับมัสยิดเจ้าของงานทั้งต้นทุนและกำไร นอกจากจะเป็นการร่วมบุญทั้งกายและใจแล้วยังถือว่าได้ประชาสัมพันธ์อาหารที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นของชุมชนของตนด้วย

กรณีศึกษา การจัดงานประจำปีของชุมชนมุสลิมจักรพงษ์ มีรูปแบบการจัดงานที่ผสมผสานระหว่างกิจกรรมวัฒนธรรมและกิจกรรมวิชาการร่วมด้วยเสมอ เช่น นิทรรศการวัฒนธรรม และการเสวนาวิชาการเกี่ยวกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรมชุมชน รวมทั้งมีเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร ร่วมจัดแสดงภาพเก่าของพระนครในอดีต “กลุ่มเกสรลำพู” จัดกิจกรรมวอล์คแรลลี่ (walk rally) นำชมสถานที่สำคัญในชุมชน เช่น บ้านช่างทองชุมชนจักรพงษ์ โรงเรียนสอนศาสนา และมัสยิด เป็นต้น

ขณะที่ชุมชนฮารูณ มีความร่วมมือระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชนกับชาวชุมชน เช่นกรณีของ “Nosh Nosh Project” เข้ามาศึกษาวัฒนธรรมอาหารฮารูณและสนับสนุนให้พัฒนาภาพลักษณ์ร้านอาหาร ออกแบบกราฟิกร้านค้า โลโก้ โปสเตอร์ รวมทั้งผ้าปูโต๊ะ และหนังสือ “The Haroon Cook Book” ตำราอาหารเล่มบาง เพื่อเก็บรวบรวมสูตรและเรื่องเล่าอาหารของชุมชนฮารูณ (Nosh Nosh Project, 2023)

รวมทั้งงานถนนคนเดิน “ตลาดริมคลองชุมชนสวนหลวง” โดยชาวชุมชนสวนหลวง งาน “เยือนฮารูณ ชิมฮาลาล” โดยชาวชุมชนฮารูณ งาน “ถนนคนเดิน” โดยชาวชุมชนยะวา และงาน “ที่นี่จักรพงษ์” โดยชาวชุมชนจักรพงษ์ ร่วมกับสำนักงานเขต และสำนักงานการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เหล่านี้นับว่าเป็นความร่วมมือของชุมชนและองค์กรปกครองท้องถิ่นที่ค่อนข้างยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งมุสลิมและต่างศาสนา ทั้งชาวไทยและนานาชาติ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสร้างเรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา กรุงเทพมหานคร” พบว่า เครือข่ายชุมชนมุสลิมชวาทั้ง 4 แห่งนี้มีความเข้มแข็ง วัฒนธรรมโดดเด่น โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหาร ส่วนหนึ่งเกิดจากความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ความเป็นมาของบรรพชนที่แตกต่างจากชุมชนมุสลิมมลายู ซึ่งเป็นกลุ่มที่ถูกกวาดต้อนมาจากปัตตานี ขณะที่มุสลิมชวาสืบเชื้อสายมาจากชาวมุสลิมเกาะชวา ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประชากรหลักและวัฒนธรรมหลักของประเทศอินโดนีเซีย ประการสำคัญ การเข้ามาของมุสลิมชวาชุมชนจักรพงษ์ล้วนแล้วแต่เป็นกลุ่มช่างฝีมือ โดยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ว่าจ้างเข้ามาเพื่อให้ทำหน้าที่ปลูกต้นไม้ ดูแลสวน ปลูก ตกแต่ง และดูแลต้นมะขามรอบสนามหลวง ต้นไม้ดัดในวัง ตะโกดัดรูปสัตว์ต่าง ๆ ในพระบรมมหาราชวัง ส่วนมุสลิมชวาชุมชนยะวาส่วนใหญ่นอกจากฝีมือการปลูกต้นไม้ ดูแลต้นไม้ ยังมีความรู้ด้านเครื่องยนต์กลไก ถูกว่าจ้างให้ขับรถราง รถยนต์ส่วนตัวของบรรดาเจ้านาย ช่างยนต์ และกัปตันเรือเดินสมุทร ดังพบว่า ลูกหลานชาวยะวายังคงภาคภูมิใจประวัติศาสตร์ความเป็นมาของบรรพชน “จิ๊อี๋ เล่าว่า เขาขับรถรางที่ชวา มีความรู้เรื่องเครื่องกลไกมาในคราวเดียวกับคนสวนของมัสยิดจักรพงษ์ ลุงพูดเสมอว่า กูไม่ได้ถูกกวาดต้อน กูได้รับเชิญมา...” (บัณฑิต สารียา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2566)

นอกจากนี้ งานกิจกรรมเครือข่ายที่ทำงานผ่านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ง่ายและมากที่สุด ในยุคที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการเป็นเพียงผู้ชมแต่ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (activiry tourism) สอดคล้องกับแนวคิดของ พรรณี สวนเพลง และคณะ (2559) ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุกขณะ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นักท่องเที่ยวสามารถซึมซับเรื่องเล่าประวัติศาสตร์อาหาร เป็นการเพิ่มมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่เพียงต้องการกินอาหารให้อิ่ม แต่ยังต้องการความรื่นรมย์ (pleasurable experience) เพื่อเติมเต็มความสุขทางความรู้สึกและสัมผัสประสบการณ์ในการกินอาหาร

เช่นเดียวกับงานเครือข่าย ทำให้กิจกรรมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมีความก้าวหน้า เข้มแข็ง สอดคล้องกับงานศึกษาของ กาญจนา แก้วเทพ (2538) ที่ระบุว่า องค์การหลาย ๆ องค์การ ที่ต่างฝ่ายต่างมีทรัพยากร มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงานเป็นของตัวเอง แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ แต่ก็จะมีการวางรากฐานไว้ เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องการความช่วยเหลือ หรือความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ ก็สามารถติดต่อไปได้ ในการเข้าร่วมเป็นองค์การเครือข่าย แม้ว่าองค์การเหล่านี้จะมีบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน ประการสำคัญ งานเครือข่ายมีประโยชน์ เพื่อการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดความซ้ำซ้อนในระบบงานเครือข่าย รวมทั้งเป็นกลยุทธ์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์การ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543) และเครือข่าย สามารถเชื่อมโยงคนที่อยู่ในระดับต่างกัน มีวิธีการทำงานการจัดองค์การและมีภูมิหลังที่แตกต่างกันและไม่มีโอกาสติดต่อกัน ให้เกิดความเข้าใจกันมากขึ้น นำไปสู่การทำงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย (ขนิษฐา กาญจนรังสีนนท์, 2542) งานเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และ

ยะวา กรุงเทพมหานคร จึงเป็นเครือข่ายของคนที่มีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ร่วมกัน และวัฒนธรรมร่วมราก สัมพันธ์กันโดยต่างเป็นอิสระทางความคิด ไร้ข้อผูกมัด แต่มีเป้าหมายเดียวกันเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน น่าจะเป็นเช่นที่ เพิ่มศักดิ์ สุทธิชาติ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567) อธิบายรูปแบบของเครือข่ายว่า “เป็นเครือข่ายที่เกิดจากความสัมพันธ์ส่วนตัว ระบบเครือญาติ การแต่งงานข้ามชุมชนมัสยิด หรือการติดต่อค้าขาย อพยพโยกย้ายบ้านเรือน การลงทุนธุรกิจร้านค้าทำมาหากิน...อย่างจักรพงษ์นี่ขาดไม่ได้เพราะเรามีประวัติศาสตร์ร่วมกัน...”

อย่างไรก็ตาม งานเครือข่ายเป็นงานจิตอาสา ต้องการความเข้าใจและความร่วมมือ ป้องกันความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน เช่นกรณีชุมชนฮารูณมักถูกชุมชนอื่น ๆ กล่าวถึงในทำนองมีฐานะ “ฮารูณเขาไม่ค่อยจัดงาน เขามีทุน เพราะเขาอยู่ย่านเจริญ คนคึกคัก มุสลิมต่างประเทศเข้าเยอะ เงินบริจาคเยอะ เขามีทุน ไม่เหมือนเรา เราจนต้องจัดงาน ต้องช่วยตัวเอง...” (สุชาติ บุญมี, 2566) ขณะที่คนฮารูณอธิบายว่า “เรามีอะไรที่ไหน อย่างมัสยิดบาหยันเขามีออฟฟิศ มีตึกให้เช่า ร้านเซเว่นข้างหน้านั่นก็ใช่ แต่เราไม่มี ยิ่งช่วงโควิดจัดงานไม่ได้หลายปี ไม่มีคนมาบริจาค เราแย่เลย...มีปีนี้แหละเพิ่งฟื้น...จริงอยู่ว่าเรามีคนต่างถิ่นเศรษฐีจากต่างประเทศ เช่น แขกบาเรน มาเยี่ยมชม บริจาคเป็นก้อนใหญ่ ๆ...แต่เป็นเงินจร ไม่ได้มีประจำ ได้มาก็ทำงานใหญ่ ๆ เช่น สร้างตึก บูรณะมัสยิด ส่วนค่าใช้จ่ายประจำ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ค่าน้ำ ค่าไฟ เราต้องหา...” (อนุรักษ์ มะลิกัน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2567) ทั้งนี้เพื่อป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อน และรักษาเครือข่ายวัฒนธรรมที่มีเป้าหมายร่วมกัน

สรุป

ผลการศึกษาเรื่อง “การสร้างเรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา กรุงเทพมหานคร” พบว่า เครือข่ายวัฒนธรรมมุสลิมชวา 100 ปี เป็นเครือข่ายวัฒนธรรมที่น่าสนใจ อันได้แก่ (1) เครือข่ายร่วมประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ (2) เครือข่ายเครือญาติผ่านการสมรสข้ามชุมชน (3) เครือข่ายมุสลิมข้ามชาติ (4) เครือข่ายการศึกษาศาสนาอิสลาม (5) เครือข่ายอิสลามานุวัตร (6) เครือข่ายนักท่องเที่ยวผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อสังคมออนไลน์ (7) เครือข่ายส่งเสริมการตลาดภาคเอกชน และ (8) เครือข่ายองค์กรวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน เป็นเครือข่ายที่เกิดโดยธรรมชาติ มีลักษณะพึ่งหาอาศัยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันและกัน อาจมีความสัมพันธ์กันในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการรวมทั้งไม่มีข้อผูกมัด ความสัมพันธ์ลักษณะนี้จึงมีความยั่งยืน เนื่องจากเป็นเครือข่ายของชุมชนที่มีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ร่วมกัน มีวัฒนธรรมร่วมราก สัมพันธ์กันโดยต่างเป็นอิสระทางความคิด ไร้ข้อผูกมัด แต่มีเป้าหมายร่วมกันเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน ส่งผลต่อการท่องเที่ยวชุมชนด้านต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นำมาซึ่งเรื่องเล่าอัตลักษณ์และภาพจำชุมชนที่ได้รับการบอกต่อในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวมุสลิม รวมทั้งชาวมุสลิมนานาชาติ ท้ายที่สุดก็จะนำมาซึ่งรายได้สู่ชุมชน ภาพลักษณ์สังคมพหุวัฒนธรรม สนับสนุนนโยบายภาครัฐว่าด้วย ครัวฮาลาลโลก และการท่องเที่ยวเชิงอาหารฮาลาล อันจะส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การสร้างเรื่องเล่าเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารมุสลิมชวา 100 ปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ชุมชนจักรพงษ์ ฮารูณ สวนหลวง และยะวา กรุงเทพมหานคร” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินรายได้ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2566

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรรณิการ์ จุฑามาศ สุมาลี. (2541). *ยะวา-ชวาในบางกอก (The Javanese in Bangkok)*. มูลนิธิโครงการตำราฯ.

กรุงเทพธุรกิจ. (2567, 14 เมษายน). *‘ไทย’ แกร่งท่องเที่ยวด้านอาหาร แต่รั้งเบอร์ 2 อิมเมจยังเป็นรองประเทศนี้*. https://www.bangkokbiznews. com/business/business/1122218

กาญจนา แก้วเทพ. (2538). *เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน*. มายด์ พับลิสชิ่ง.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา*. ส.เอเชียเพรส.

ขนิษฐา กาญจนรังสีนนท์. (2542). *การสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนา*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชาย โพธิสิตา. (2549). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. อมรินทร์.

นภาภรณ์ หะวานนท์. (2552). วิธีการศึกษาเรื่องเล่า: จุดเปลี่ยนของการวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารลุ่มน้ำโขง ศูนย์วิจัยพหุลักษณ์สังคมลุ่มน้ำโขง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, *5*(2), 1-22.

บุษกร วัฒนบุตร. (2564). *การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)*. https://shorturl.asia/0j7OL

พรรณี สวนเพลง และพร ลี่ทองอิน (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 4*(2), 38-45.

ภัทรพร พันธุรี. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *Journal of Southern Technology*, *8*(2), 27-38.

มุรีด ทิมะเสน. (2547). *ย้อนรอยสุเหร่าเก่า*. มัสญิดอัลอะติก.

รัฐบาลไทย. (2567, 10 กรกฎาคม). *นายกฯ นั่งหัวโต๊ะประชุมคณะกรรมการอุตสาหกรรมฮาลาลฯ เดินหน้าดันศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย ยกระดับไทยสู่ศูนย์กลางฮาลาลอาเซียนภายในปี 2570*. https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/85735

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. (2561). *ทำเนียบมัสยิด_กรุงเทพมหานคร*. https://www.cicot.or.th/th/mosque/ lists/1/2?keyword=&province=1&district=

องค์ บรรจุน. (2553). *สยามหลากเผ่าหลายพันธุ์*. มติชน.

_____. (2561). ข้างสำรับจามมุสลิมบ้านครัว. *ศิลปวัฒนธรรม*. *40*(2), 28-41.

_____. (2566). รอยะฮ์: ยำผลไม้เสี่ยงทายเพศทารกกับเรือเดินสมุทรของกัปตันอูยบจากเกาะชวาสู่เอเชียทีคสมัยรัชกาลที่ 5. *ศิลปวัฒนธรรม*. *44*(4), 24-31.

อาดิศร์ อิดรีส รักษมณี. (2557). *มัสยิดในกรุงเทพฯ*. มติชน.

THE STANDARD. (2565). *เปิดโพย 5 กิจกรรม เดือน ส.ค.-ธ.ค. ตามนโยบาย 12 เทศกาลตลอดปี ทั่วกรุงเทพฯ ของผู้ว่าฯ 'ชัชชาติ'*. https://thestandard.co/bkk-aug-dec-2565-activity/

ภาษาอังกฤษ

Alter, C., & Hage, J. (1993). *Organizations Working Together*. Sage.

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press.

Nosh Nosh Project. (2023). *The Haroon Cook Book*: *The Treasure Trove of Islamic Food Culture Recipes that has been Inherited for Decade*. Nosh Nosh Project.

Strakey, P. (1997). *Network for Development*. IFRTD (The International Forum for Rural Transport and Development) London, UK: International.