ภูมิปัญญาเทคโนโลยีการสื่อสารตลาดชาติพันธุ์ ในจังหวัดสุรินทร์

ดร.อัจฉรีย์ มาลีหวล[1]

[1]สังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
อีเมล์ : aut.srru@gmail.com

บทคัดย่อ

ประเทศไทยมีความมั่นคงทางด้านอาหารมาตั้งแต่อดีตกาล มีพืชพันธุ์ธัญญาหารที่หลากหลาย คนไทยได้สั่งสมการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญา และประสบการณ์จนกลายเป็นวัฒนธรรมทางอาหารมานานแล้ว ระบบนิเวศวัฒนธรรมในตลาดชาติพันธุ์โดยเฉพาะแถบลุ่มน้ำแม่โขง การศึกษาสภาพของเทคโนโลยีการสื่อสารในตลาด เป็นกลไกเพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิต การดำรงชีพของมนุษย์ โดยการนำสินค้ามาจำหน่ายในตลาด การได้มาของสินค้าจากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น จากป่า เขา และเรือกสวน เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบพอเพียง มีระบบนิเวศวิทยาวัฒนธรรมเทคโนโลยีการสื่อสารในตลาดชาติพันธุ์ เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Society) การดำรงวิถีชีวิตของชุมชนนั้นๆ

ตลาดชาติพันธุ์จังหวัดสุรินทร์ (ตลาดหอนาฬิกา) กลไกของกลุ่มชาติพันธุ์หลายๆ เผ่ามักตั้งอยู่นอกรอบของตลาดทั่วไป เป็นวิถีชีวิตของพ่อค้าแม่ค้า กับการประกอบอาชีพค้าขาย และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร รวมถึงการนำไปใช้ประโยชน์ โดยการนำความรู้ทางธรรมชาติวิทยา และทางวิทยาศาสตร์มาคิดค้นดัดแปลง แม้กระทั่งองค์ความรู้ที่เป็นนามธรรม เพื่อให้การดำรงชีวิตของมนุษย์ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น มีการสื่อความหมายร่วมกันโดย การติดต่อระหว่างมนุษย์ด้วยวิธีต่างๆ ซึ่งทำให้ฝ่ายหนึ่งรับรู้ความหมายจากอีกฝ่ายหนึ่งและเกิดการตอบสนอง หรือ เมื่อมีการสื่อสารระหว่างกันเกิดขึ้น โดยมีกระบวนการของการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Source) ข้อมูลข่าวสาร (Message) และผู้รับ (Receiver) เพื่อความเข้าใจการสื่อสารเป็นทิศทางเดียวภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยที่แฝงฝังอยู่ทั่วไปในทุกกลุ่มชาติพันธุ์ ของผู้คน และวัฒนธรรม ทั้งรูปธรรมทั้งนามธรรมนั้น ได้ถูกค้นพบและได้รับการยกระดับศักดิ์ศรี และการฟื้นฟูหน้าที่ขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาที่ยั่งยืนมาแล้วนับมากกว่าทศวรรษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิปัญญาการจัดการทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพ และนิเวศวิทยาที่มีอยู่ตามธรรมชาติ (ยศ สันตะสมบัติ : 2542 :59) ซึ่งผู้คนทั้งหลาย ต่างยอมรับว่าเป็นสิ่งมีคุณค่าที่จำเป็นต้องเร่งศึกษาฟื้นฟูเพื่อนำกลับมาคัดกรองใช้ใหม่

คำสำคัญ : ภูมิปัญญา, ตลาดชาติพันธุ์, เทคโนโลยีการสื่อสาร

บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นมีคุณลักษณะที่ **“สามารถทำหน้าที่ชี้นำว่าการจะใช้ชีวิตอย่างยั่งยืนกับป่ากับเขา กับน้ำ กับปลา กับฟ้า กับนก กับดิน กับหญ้า สัตว์ป่า พืช แมลงหรือธรรมชาติรอบตัวนั้น *ทำอย่างไร”*** และยังเห็นว่าคุณลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นเป็นเรื่องของกฎเกณฑ์ทางคุณธรรมและการมีสติ ยั้งคิดในการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม เป็นเรื่องของปัญญาที่จะเปลี่ยนแปลงแบบแผนวิธีการใช้ทรัพยากรหรือธรรมชาติอย่างรอบคอบ เหมาะสมกับเงื่อนไขทางธรรมชาติและสังคมเพื่อความมั่นคงและยั่งยืนในอนาคต รวมทั้งยังยกระดับให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นเรื่องของอุดมการณ์ของการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนสรรพสิ่งทั้งหลายทั้งปวงทั้งที่ชีวิต สัตว์ พืช และมนุษย์ด้วยกัน ตลอดจนสิ่งไม่มีชีวิตรอบข้าง (ฉลาดชาย รมิตานนท์:2536 : 385-386) ซึ่งมีงานวิจัยและงานพัฒนานับจำนวนไม่ถ้วนที่ได้พิสูจน์แนวคิดและแนวทางดังกล่าวนอกจากนี้ยังมีการค้นพบว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยนั้นมีคุณลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่เป็นกระบวนการทำให้เกิดความเข้มแข็งอันจะนำไปสู่ความอยู่รอดเพื่อหน้าที่พิทักษ์รักษาทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้สามารถดำรงอยู่ได้ นั่นคือคุณสมบัติด้านการปรับตัวผ่านกระบวนการเรียนรู้และการถ่ายทอดด้วยวิธีการต่างๆ การเรียนรู้และการถ่ายทอดระหว่างชุมชนไปจนถึงการปรับประสานความรู้ใหม่เข้ากับความรู้ดั่งเดิมโดยไม่ยอมปล่อยมีการไหลเข้าไปแทนที่เพียงด้านเดียว (เอกวิทย์ ณ ถลาง. 2540 : 241)

ครั้นในสมัยพ่อขุนรามคำแหงนั้นให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารเรื่องความเดือดร้อนของประชาชนสามารถร้องทุกข์โดยการสั่นกระดิ่งที่แขวนไว้หน้าพระราชวัง และการสื่อสารในตลาด ที่ปรากฏในศิลาจารึกหลักที่ 1 ไว้เมื่อปี พ.ศ.1826 โดย กล่าวถึงคำว่า *ปสาน* ที่หมายถึงตลาดคำว่า “ปะสา หรือ ผสา” (Phsa) ในภาษาเขมรก็หมายถึง ตลาด เช่นเดียวกัน (จักรพงษ์ เจือจันทร์,2554 : 3)จากเรื่องราวที่ถูกบันทึกไว้ เพื่อที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้นแล้วความอุดมสมบูรณ์ในเรื่องของการค้าขายดังคำพูดที่ว่า *“ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว เจ้าเมืองบ่เอาจังกอบใน ไพร่ลู่ทาง เพื่อนจูงวัวไปค้า ขี่ม้าไปขาย ใครจักใคร่ค้าช้างค้า ใครจักใคร่ค้าเงินค้าทองค้า ไพร่ฟ้าหน้าใส”*

ภาพที่ 1 ภาพของกษัตริย์สื่อสารกับประชาชนในยุคอดีต ปราสาทนครวัด ประเทศกัมพูชา

ที่มา : อัจฉรีย์ มาลีหวล (2558 : มกราคม 12)

ภาพที่ 1 ภาพจำหลักเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของภาพเกือบร้อยภาพที่กษัตริย์ต้องการสื่อสารกับประชาชน เมื่อพันปีปัจจุบันก็ปรากฏตามพิพิธภัณฑ์ ภาพวาด ที่ปรากฏในศิลาจารึกก็ดีเป็นบอกกล่าวเรื่องราวให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษาเป็นการบันทึกเรื่องราวในอดีตอย่างชัดเจน เป็นตัวชี้วัดอย่างดีในการสะท้อนภาพเรื่องราวเมื่อครั้งในอดีตว่าเกิดเหตุการณ์อะไรในยุคสมัยนั้น ภาพในยุคโบราณนั้น มนุษย์มีการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารกันอย่างจำกัด แต่ได้ผลดีเพราะมีผู้คนจำนวนน้อย ส่วนใหญ่จะใช้การสื่อสารกันด้วยการใช้ลีลา ท่าทางหรือแม้กระทั่งการวาดภาพตามผนังถ้ำมากกว่าการใช้ภาษาในการสื่อสาร ในยุคเกษตรการสื่อสารมักอยู่ในรูปแบบของการพบปะพูดจากัน (Face to Face) การสื่อสารในที่ชุมชน และการสื่อสารพื้นบ้าน การสื่อสารตามสถานที่ ได้แก่ ตลาด ร้านตัดผม ร้านกาแฟ ศาลาวัด ศาลากลางหมู่บ้าน และการสื่อสารในตลาดเป็นต้น การสื่อสารในยุคอุสาหกรรมได้เปลี่ยนแปลงผ่านเป็นสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม รูปแบบการสื่อสารแบบทางไกล เช่น โทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกท์ (E-mail) อินเทอร์เน็ต (Internet) หรือการสื่อสารในรูปแบบอื่นทำให้ความสัมพันธ์ลักษณะชุมชนลดน้อยลง วิถีชีวิตประจำวันโดยทั่วไปก็เปลี่ยนไป

การศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสาร ในที่นี้หมายถึง ภูมิปัญญาสื่อหรือสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อความหมาย เพื่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Society) ในตลาดชาติพันธุ์ (Ethnic Groups Market) การใช้กลไกตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์หลายๆ เผ่าที่มักตั้งอยู่นอกรอบของตลาดทั่วไป ทั้งในเมืองใหญ่และชานเมืองคือการสื่อความหมายของสินค้าที่ให้ความรู้ เช่น สินค้าที่ได้มาจากธรรมชาติ จากป่า ดิน น้ำ และการใช้ภาษาถิ่นสื่อสารในตลาด สำหรับตลาดชาติพันธุ์นั้นประเภทของสินค้าแหวกแนวจากตลาดใหญ่ การขนย้ายง่าย ลักษณะการวางขายมักวางบริเวณรอบนอกตลาด สินค้าวางกับพื้น แบบแบกับดิน มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อที่จะสื่อความหมายในตลาดชาติพันธุ์ ซึ่งส่วนใหญ่ตลาดสดเป็นวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นมนต์เสน่ห์ของชุมชนแห่งนั้น มีความครึกครื้นสนุกสนาน การส่งเสียงเรียกให้ซื้อสินค้า การต่อรองสินค้า สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะสภาพของเทคโนโลยีการสื่อสารบริเวณตลาดหอนาฬิกา (ตลาดสดเทศบาลเมืองสุรินทร์) จังหวัดสุรินทร์

เทคโนโลยีการสื่อสารในตลาดชาติพันธุ์ เมื่อพูดถึงเทคโนโลยี ใครก็นึกถึง เครื่องมือวัสดุและอุปกรณ์ ทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งมีอยู่ในยุคปัจจุบัน แต่ที่กล่าวถึง คือเทคโนโลยีการสื่อสารที่อยู่ในตลาดซึ่งยังไม่มีใครเคยกล่าวถึงมาก่อน ในยุคอดีตนั้นสื่อสารให้เห็นถึงการดำรงชีวิตความเป็นอยู่ของคนในยุคสมัยนั้น เป็นการถ่ายทอดสู่ยุคปัจจุบันให้ได้ศึกษา ดังรูปภาพ

ภาพที่ 2 ภาพการค้าขายในอดีต ภาพจำหลักนครธม ประเทศกัมพูชา
ที่มา : อัจฉรีย์ มาลีหวล (2558 : มกราคม 12)

จากภาพบรรยากาศการค้าขายในตลาดเมื่อหลายพันปี บ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ในยุคสมัยนั้น มีกิจกรรมซื้อ-ขายการแลกเปลี่ยน ดำรงควบคู่กับสังคมมนุษย์มาช้านานแล้ว ตลาดจึงมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของผู้คน ทั้งนี้ เพราะว่ามนุษย์ไม่สามารถผลิตทุกอย่างได้ด้วยตนเอง และบนพื้นฐานที่ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม ทำให้การซื้อขายแลกเปลี่ยนมีวิวัฒนาการไปเรื่อยๆ จากเดิมที่เป็นเพียงการแลกเปลี่ยนในชุมชน ไปสู่การแลกเปลี่ยนในระดับที่สูงขึ้น สิ่งที่นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นผูกพันกับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต และเป็นพื้นฐานของการดำรงอยู่ในสังคม ตลาดมีการพัฒนาไปตามการขยายตัวของสังคมเมือง ในยุคสมัยต่างๆ นอกจากนั้นยังค้นพบหลักฐานจากบันทึกของ มาร์โคโปโล (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์.2549 : 2) เมื่อครั้งเยือนจีนได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างตลาดกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจีนว่ามีความครึกครื้นมาก และที่สำคัญการตลาดและการค้านี่เองเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดภูมิปัญญาพื้นถิ่นของชาวจีนมากมาย ไม่ว่าจะเป็นระบบเงินตรา ระบบการชั่ง ตวง วัด และระบบการผ่อนแรง โดยอาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการขนถ่ายสินค้า ยิ่งไปกว่านั้น ตลาดชาติพันธุ์ (Ethnic Groups Market) ยังหมายถึง การใช้กลไกตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์ซึ่งมีหลายๆ เผ่าที่กลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้มักตั้งอยู่วงรอบนอกของตลาดสดทั่วไป ทั้งในเมืองใหญ่และชานเมือง ส่วนมากจะอยู่บริเวณรอบนอกของตลาด วิธีการวางสินค้าเป็นแบบง่ายๆ เช่น บนเสื่อ ผ้ายางพาสติก ใบตอง กระสอบปุ๋ย กระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

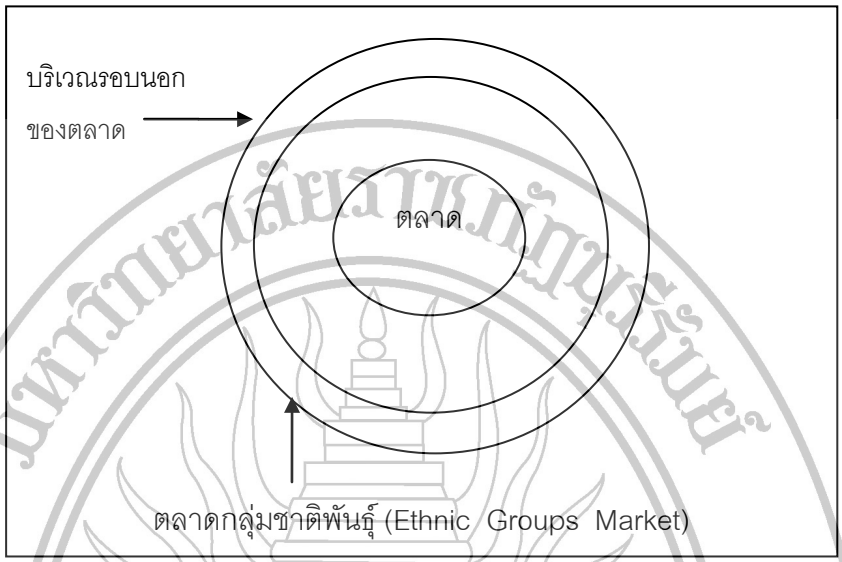
ในตอนเช้าๆ ชาวบ้านจะแต่งตัวแบบสบายๆ แต่งกายพื้นเมืองสีสันสวยงาม นำพืชผล ผักสดที่หาได้ในท้องถิ่น หรือผักที่ทำการเพาะปลูกในชุมชน ล้วนแล้วแต่เป็นของสดหาได้ง่ายในท้องถิ่น สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดสุรินทร์นั้น มีความเข้มข้นของวัฒนธรรม และภาษาตระกูลออสโตรเอเชียติก มากกว่าจังหวัดอื่นๆ ในละแวกอีสานใต้ด้วยกัน ส่วนใหญ่พูดภาษาเขมรมากที่สุด จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์ วัฒนธรรมของจังหวัดสุรินทร์ถูกกำหนดให้มีรูปแบบต่างๆ โดยกลุ่มชาติพันธุ์เขมรถิ่นไทย การสืบทอดมรดกวัฒนธรรมจึงเป็นไปตามประวัติศาสตร์การเมืองการ

ปกครอง และมีการพัฒนารูปแบบวัฒนธรรม เป็นลักษณะเฉพาะเพราะอิทธิพลของภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และที่สำคัญคือระบบการทำมาหากินของประชาชน ทั้ง 3 กลุ่ม คือ เขมร ลาว และกูย ที่อยู่รวมกันอย่างกลมกลืน (อัจฉรา ภาณุรัตน์. 2556 : 17)

ภาพที่ 3 สินค้าเทศกาลวันเซนโดนตาในตลาดชาติพันธุ์
ที่มา (อัจฉรีย์ มาลีหวล. 15 สิงหาคม : 2558)

จากภาพขนมเทศกาลของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดสุรินทร์ ในวันแซนโดนตาประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์เขมรในจังหวัดสุรินทร์ ต้องทำพิธีเซ่นไหว้บรรพบุรุษทุกครัวเรือน หลังจากเซ่นไหว้แล้วญาติๆ ก็นำอาหารมารับประทานกัน สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์เขมรนั้นลูก ๆ หลาน ๆ ที่ไปทำงานไกลก็จะกลับบ้านเพื่อมาไหว้บรรพบุรุษรับประทานอาหารร่วมกัน พอรุ่งเช้าจึงไปทำบุญตักบาตรเพื่ออุทิศส่วนบุญกุศลไปให้ผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว

ในตลาดชาติพันธุ์ยังมีผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมี ส่วนใหญ่เป็นสินค้าทางการเกษตร ซึ่งปลูกแบบธรรมชาติ ใช้ปุ๋ยจากสัตว์เลี้ยง ในตลาดยังมีขนมพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่นที่ทำสำเร็จรูป ที่หารับประทานได้ยาก และบางอย่างไม่มีจำหน่าย ถ้าไม่ใช่อยู่ในช่วงวันเทศกาลงานบุญต่างๆ



ภาพที่ 4 ผังการวางขายสินค้าตลาดชาติพันธุ์ตั้งอยู่บริเวณรอบนอกของตลาด
ที่มา : (อัจฉรีย์ มาลีหวล. 2556 : มกราคม 13)

จากภาพแสดงผังการวางสินค้าขายของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งจะขายบริเวณรอบนอกของตลาดหอนาฬิกา อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ เป็นตลาดที่อยู่ในเขตเทศบาล มีจุดเด่นคือหอนาฬิกา กลุ่มชาติพันธุ์ จะอยู่บริเวณรอบนอก เวลาการขาย มีตลอดทั้งคืน แม่ค้าที่มาขายจะหมุนเวียนเปลี่ยนไป พอแม่ค้าอีกคนกลับบ้านจะมีอีกกลุ่มหนึ่งมานั่งแทนที่สินค้ามีความหลากหลาย แต่ละวันสินค้าจะเปลี่ยนแปลงตลอด ไม่ได้ระบุว่าวันนี้ พรุ่งนี้จะขายอะไรแล้วแต่หามาได้ สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์ที่มาจำหน่ายสินค้า ที่เห็นชัดเจน ได้แก่ กลุ่มเขมร กลุ่มลาว และกลุ่มกูย การแต่งกายแบบเรียบง่ายๆ เช่น นุ่งผ้าไหม ซึ่งแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์ สินค้านำมาจากชุมชน ในท้องถิ่น จากธรรมชาติ เช่นในดิน น้ำ ต้นไม้ บางอย่างปลูกเอง ตลาดชาติพันธุ์ (Ethnic Groups Market) ในที่นี้หมายถึง การใช้กลไกตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์หลายๆ เผ่าที่มักตั้งอยู่บริเวณรอบนอกของตลาดทั่วไปทั้งในเมืองใหญ่และชานเมืองลักษณะการวางสินค้าที่ขนย้ายได้ง่าย ประเภทสินค้านำมาจากชุมชน ปลูกเองของจากธรรมชาติการวางขายสินค้าเป็นแบบแบกับดินไม่ยุ่งยาก วางกับพื้น โดยมีใบตอง ผ้ายาง ถุงพาสติก กระดาษหนังสือพิมพ์ปูรองพื้นสินค้าอีกชั้นหนึ่ง คนที่นำสินค้ามาวางจำหน่ายเป็นคนอยู่ตามท้องถิ่น ลักษณะสินค้านำมาจากชุมชน ซึ่งจะขอยกตัวอย่างการขายสินค้าในตลาดชาติพันธุ์

ภาพที่ 5 สินค้าจากธรรมชาติวางขายในตลาดชาติพันธุ์
ที่มา (อัจฉรีย์ มาลีหวล. 15 มิถุนายน : 2557)

จากภาพที่ 5 สินค้าธรรมชาติ เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์มีมานานนับหลายพันปีเพื่อสืบทอดเรื่องอาหารการกิน ความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศวิทยาที่มาจากธรรมชาติ

การศึกษาในตลาดชาติพันธุ์นั้นมีที่มีความหลากหลายกลุ่มคนที่มาอยู่รวมกัน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่แห่งชีวิตที่มีการพบปะสังสรรค์ของผู้คนในรูปแบบต่างๆ ที่น่าสนใจ หากปราศจากผู้คนที่เข้ามาทำกิจกรรมต่างๆ แล้วพื้นที่ตลาดก็เป็นเพียงสถานที่ว่างเปล่าเงียบเท่านั้น ประเด็นที่น่าสนใจก็คือมีปัจจัยอะไรหรือกระบวนการอย่างไรในการทำให้พื้นที่แห่งหนึ่งกลายเป็นพื้นที่ยอมรับของผู้คน จึงขอหยิบคำพูดของ (สมพงษ์ ธงไชย. 2554) กล่าวว่า*"ตลาดเป็นประตูเปิดแห่งจิตวิญญาณของมนุษย์ให้คนมีการเคลื่อนไหว มีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กัน เปิดวิญญาณโลกให้เป็นหนึ่งเดียว"* ตลาดชาติพันธุ์จึงมีความหลากหลายซ่อนเร้นแอบแฝงอยู่ มีมนต์เสน่ห์บนความเรียบง่ายชวนให้หลงใหล จากหลายๆ เชื้อชาติทั้ง ลาว เขมร ไทย จีน แขก กะเหรี่ยง พม่า และเวียดนาม อีกทั้งยังมีการนับถือศาสนาที่ต่างกัน มีความเชื่อวัฒนธรรม ประเพณีที่แตกต่างกันแต่ยังสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างผสมกลมกลืน *"ตลาดจึงได้ชื่อว่าเป็นรากเหง้าของวัฒนธรรม"* ในมิติทางวัฒนธรรมที่หลอมรวมความหลากหลายทางชาติพันธุ์ของชนพื้นเมืองในจังหวัดสุรินทร์เอาไว้ด้วยกันอย่างเหนียวแน่น ทั้ง เขมร ลาว กูย ในตลาดเด็กได้มาวิ่งเล่น ซื้อขนม ซื้อของเล่น และเสื้อผ้า บางคนมาตลาดกับผู้ปกครองบางคนมาขายสินค้ากับผู้ปกครอง ทำให้ตลาดมีการเคลื่อนไหว หลายกลุ่มคน สินค้ามีความหลากหลายไม่จำเจในแต่ละวัน สินค้ามักไม่ซ้ำกัน มีการเปลี่ยนแปลงตลอดในตลาดจึงมีความเพลิดเพลินสนุกสนานแฝงอยู่

เทคโนโลยีการสื่อสาร ภูมิปัญญานิเวศวิทยาในยุคโบราณนั้น เป็นการสื่อสารอย่างง่ายและลงตัวตามธรรมชาติของการดำเนินชีวิตในสมัยนั้น การสื่อสารที่เริ่มจากในบ้าน ในครัวเรือน การสื่อสารในชุมชน การสื่อสารในตลาด แม้ว่าการใช้ภาษาหรือรหัสสัญญาณในการสื่อสารจะอยู่ในขอบเขตจำกัด แต่

ก็สามารถสื่อสารกันได้ผลดี เพราะผู้คนมีจำนวนน้อย การสื่อสารจึงไม่ซับซ้อน และมนุษย์เองก็มีนิสัยชอบบอกกล่าวถึงสิ่งที่ตนค้นพบ หรือเห็นว่าน่าสนใจให้คนอื่นได้ทราบอยู่แล้ว นอกจากการบอกกล่าวโดยการสื่อสารอย่างง่าย ด้วยคำพูดหรือภาษาท่าทางแล้ว ภาพเขียนโบราณตามผนังถ้ำ เป็นหลักฐานสำคัญอันหนึ่ง ที่ปรากฏในหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เช่น ภาพจำหลัก ที่นครวัด นครถม ฯลฯ แสดงให้เห็นความพยายามที่จะสื่อความหมายของมนุษย์ ไม่ว่าภาพหรือรอยขีดเขียนเหล่านั้น จะขีดเขียนเพื่อความเพลิดเพลิน หรือเขียนขึ้นเพื่อบอกกล่าวให้ผู้อื่น โดยเฉพาะคนรุ่นหลังได้ทราบก็ตาม ย่อมมีคุณค่าในแง่การสื่อสารเสมอ เพื่อให้ทราบความเป็นมาของคนในยุคอดีต ซึ่งปัจจุบันได้ชื่อว่าเป็นยุคของการสื่อสารอย่างแท้จริง ตลาดจึงเป็นศูนย์กลางแห่งภูมิปัญญา เป็นรากเหง้าของวัฒนธรรมที่ยังปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

จักรพงษ์ เจือจันทร์. (2555). **ตลาดชาวบ้านในราชอาณาจักรไทย ราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.**มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

ฉลาดชาย รมิตานนท์.(2536). **ความหลากหลายทางชีวภาพ ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการพัฒนา.** กรุงเทพมหานคร : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2549). **ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด.**กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์กรมหาชน).

สมพงษ์ ธงไชย. (2554, กันยายน 8). สัมภาษณ์.

ยศ สันตสมบัติ.(2542). **ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน.** เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกวิทย์ ณ ถลาง.(2544). **ภาพรวมภูมิปัญญาไทย.**กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์.

อัจฉรา ภาณุรัตน์. (2556). **กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเส้นทางสายไหมอีสานใต้.** รายงานวิจัยเครือข่ายการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีชุมชน เขตพื้นที่ 4 . สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.