

กลยุทธ์และเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง
กรณีศึกษาชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
Communication Strategies and Network to Develop a Strong
Community : Case Study of Hua Ta Khe Community in
Lat Krabang District, Bangkok

อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์* Adipon Euajarusphan*
ณัฐนิชา กรกิ่งมาลา** Natnicha Kornkingmala**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์และเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษาชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างชุมชนเข้มแข็ง และศึกษาการสร้างเครือข่ายการสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้ งานวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document analysis) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการโดยทำการสัมภาษณ์แบบรายบุคคลและรายกลุ่ม

221

*อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200 ช่องทางการติดต่อ : adiponman@gmail.com

*Lecturer at College of Innovation, Thammasat University, Bangkok, Thailand
Email: adiponman@gmail.com

**ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**Graduate student at College of Innovation, Thammasat University, Bangkok, Thailand

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษา ชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร กลยุทธ์เกี่ยวกับสาร และกลยุทธ์เกี่ยวกับการช่องทางการสื่อสาร โดยลักษณะเครือข่ายของสมาชิกกลุ่มแกนนำ ชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นเครือข่ายการสื่อสาร ในการกระจายข้อมูลแบบวงล้อ กับเครือข่ายการสื่อสารแบบรูปดาวที่มี ศูนย์กลางในการกระจายข้อมูล คือกลุ่มแกนนำชุมชนส่งสารไปยังสมาชิก ในชุมชนและเครือข่ายที่เป็นพันธมิตร ส่วนรูปแบบการสื่อสารที่ใช้คือการ สื่อสารที่ไม่เป็นทางการภายในเครือข่ายโดยเน้นใช้สื่อบุคคลเป็นผู้ส่งสาร

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร / เครือข่ายการสื่อสาร / ชุมชนเข้มแข็ง

Abstract

This research on “Communication Strategies and Network to Develop a Strong Community in the Case Study of Hua Ta Khe Community in Lat Krabang District, Bangkok” had the primary objectives to examine the communication strategies used in creating a strong community, as well as study the communication network of Hua Ta Khe Community. This research was a qualitative research, whereby the data were collected from document analysis, participant observation, and in-depth interviews. The interviews were conducted both formally and informally on a one-on-one and group basis. According to the results, it was evident that the communication strategies of a strong community in the case study of Hua Ta Khe Community in Lat Krabang District, Bangkok can be classified into three aspects: 1) strategies relating to the sender; 2) strategies relating to the message; and 3) strategies relating to the channels of communication. In addition, the results indicated that the characteristics of the communication network of the leaders of Hua Ta Khe Community were in the forms of wheel network and star network with a center for disseminating information. In other words, the leaders of the community would deliver messages to members of the community and network of alliances.

The form of communication within the network was informal communication, with an emphasis on using personal media as the sender of messages.

Keywords: Communication strategies / Communication network / Strong community

บทนำ

การสื่อสารเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้มนุษย์สามารถสืบทอดและส่งต่อวัฒนธรรม ถ่ายทอดองค์ความรู้ สิ่งที่ดีและไม่ควรปฏิบัติ การปรับตัวให้เข้ากับบรรพชนชาติ การรู้จักใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ตลอดจนจนมรดกทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ทำให้มนุษย์สามารถพัฒนาชีวิตและความเป็นอยู่ต่อไปได้ในแต่ละชั่วอายุคน ชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นอีกชุมชนหนึ่งที่มีการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการพลิกฟื้นคืนชีวิตให้กับชุมชนจากกระแสโลกาภิวัตน์และทุนนิยมเปลี่ยนชุมชนหัวตะเข้จากชุมชนดั้งเดิมตั้งอยู่ริมคลองประเวศบุรีรมย์ (เข้าซอยลาดกระบัง 17) บ้านเรือนเป็นบ้านห้องแถวเรือนไม้ริมน้ำเก่าแก่วิถีชีวิตของชาวบ้านคือสัญจรทางเรือใช้แม่น้ำลำคลอง จนมีการตัดถนนผ่าน ห้างสรรพสินค้ารายล้อมชุมชน ค่านิยมและวิถีชีวิตแบบคนเมืองขยายอิทธิพลเข้าสู่ชุมชน คนรุ่นใหม่ในชุมชนเริ่มย้ายจากชุมชนออกไปใช้ชีวิตแบบคนเมือง จนเมื่อ ปี พ.ศ. 2555 กลุ่มสมาชิกในชุมชนได้ร่วมแรงร่วมใจฟื้นฟูชุมชนให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง โดยการพลิกฟื้นตลาดหัวตะเข้ให้เป็นตลาดไม้ริมน้ำ ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนสามารถหารายได้จากการขายสินค้าต่างๆ รวมทั้งลูกหลานในวัยทำงานเริ่มย้ายกลับเข้ามาอาศัยและประกอบอาชีพภายในชุมชนหัวตะเข้ (นางอำภา บุญญเจตุ, สัมภาษณ์, 8 ตุลาคม 2560) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงกลยุทธ์เครือข่ายการสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง ที่ใช้ในการเชื่อมร้อยให้สมาชิกที่มีความหลากหลายทางความคิดทัศนคติ และประสบการณ์หลอมรวมความแตกต่างเหล่านี้มาสู่ความเข้าใจเดียวกันและสามารถพลิกฟื้นชุมชนให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษาชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษารูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้ เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง

นิยามศัพท์

กลยุทธ์การสื่อสาร หมายถึง แนวทางการสื่อสารที่ชุมชนหัวตะเข้ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้ใช้ในการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย ได้แก่ กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร กลยุทธ์การนำเสนอสาร กลยุทธ์การใช้สื่อ และกลยุทธ์เกี่ยวกับผู้รับสาร

เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง การสร้างวิธีการแบบแผนการเชื่อมต่อบริเวณต่างๆ ของระบบทั้งภายในและภายนอกโดยใช้ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ในการถ่ายทอดและติดต่อสื่อสาร อาทิเช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน ซึ่งเครือข่ายดังกล่าวอาจเป็นเครือข่ายที่มีตั้งแต่ระดับเล็กไปจนถึงระดับใหญ่ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้จะหมายถึง การสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง

ชุมชนเข้มแข็ง หมายถึง การที่กลุ่มองค์กร ชุมชน เครือข่าย ประชาคม ผู้นำและสมาชิกในชุมชน มีส่วนร่วมในการจัดการชุมชน โดยมีพื้นที่สาธารณะ หรือเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ และเป็นไปอย่างเท่าเทียม ความเสมอภาค เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการคิดตัดสินใจ อันจะนำไปสู่การสร้างความเข้าใจร่วมกันในการที่จะแก้ไข

ปัญหาและทำกิจกรรมการพัฒนาชุมชน จนสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาในด้านต่างๆภายในชุมชน

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้

1. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ด้วยการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆของชุมชน เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับสมาชิกในชุมชน และสังเกตพฤติกรรมการสื่อสารของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน เช่น บนเวทีสาธารณะ วงเสวนา การประชุม กิจกรรมของชุมชน โดยผู้ศึกษาได้อาศัยอยู่ภายในชุมชนในระยะเวลาหนึ่งเพื่อการเก็บข้อมูลภาคสนามในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กับสมาชิกกลุ่มแกนนำจำนวน 8 คนและสมาชิกชุมชนจำนวน 20 คนที่เข้าร่วมในกระบวนการติดต่อสื่อสารในระดับชุมชน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยทำการสัมภาษณ์แบบรายบุคคลโดยเน้นการสัมภาษณ์บุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบแตกต่างกันไป เช่น กลุ่มแกนนำที่ทำหน้าที่ให้ความรู้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว กับกลุ่มแกนนำที่ทำหน้าที่คอยสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง และกลุ่มสมาชิกในชุมชนที่เป็นพ่อค้า-แม่ค้า กลุ่มที่เป็นเยาวชน และสมาชิกภายนอกที่เพิ่งย้ายเข้ามาในชุมชน เป็นต้น โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกคือแนวคำถามสำหรับสัมภาษณ์ โดยอาศัยข้อมูลจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการสร้างแนวคำถาม โดยแนวคำถามในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) ที่แตกต่างกันในการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document analysis) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-Depth Interview) ทั้งแบบรายบุคคลและแบบกลุ่ม

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เข้าสังเกตการณ์การสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยใช้การสังเกตจากผู้เข้าร่วมแต่ละคนระหว่างการสัมภาษณ์และตรวจสอบความตรงของแนวคำถามโดยเทียบกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบจากผู้เข้าร่วมว่าเข้าใจคำถามตรงกันหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาความ (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายถึงกลยุทธ์การสื่อสาร และเครือข่ายการสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document analysis) ข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) มาจัดเรียงเรียงข้อมูล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategy) กลยุทธ์การสื่อสารเป็นวิธีการสื่อสารที่กำหนดขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละปัญหาแต่ละสถานการณ์

ไม่มีสูตรสำเร็จ กลยุทธ์มักจะสร้างขึ้นจากการประยุกต์แนวคิดทฤษฎี และแนวทางการปฏิบัติที่เคยมีมา (พนม คลีฉายา, 2549, น. 4) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนา (Development Communication) สามารถแบ่งประเภทได้ตามเกณฑ์ขององค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารได้ดังนี้ กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร กลยุทธ์การสร้างสาร กลยุทธ์การใช้สื่อ และ กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้รับสาร

2) แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network) การเกิดขึ้นของเครือข่ายการสื่อสารในด้านพฤติกรรมของมนุษย์นั้น โดยปกติมนุษย์จะมีปฏิริยาตอบโต้กันซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่งหรือมากกว่านั้น การไหลของการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงกลายเป็นรูปแบบที่เรียกว่าเครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งสมาชิกในเครือข่ายจะทำหน้าที่ต่างๆ กันไป เช่น แกนนำเครือข่าย, สมาชิกเครือข่าย และพันธมิตร เป็นต้น (Roger & Kincaid, 1980)

3) แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็ง (Strong Community) ชุมชนเข้มแข็ง คือ การที่สมาชิกในชุมชนมีความสามารถในการบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถเผชิญกับภาวะวิกฤติต่างๆ ได้ ความเข้มแข็งของชุมชนเกิดจากการที่คนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน เข้ามาร่วมคิด ร่วมมือทำ มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันซึ่งกันและกันในการปฏิบัติหรือทำกิจกรรมต่างๆ ความเป็นชุมชนจะทำให้มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาทุกชนิดทั้งทางเศรษฐกิจ จิตสำนึก สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การเมืองและสุขภาพ (ประเวศ วะสี, 2541, น. 46) โดยชุมชนเข้มแข็งมีความหมายใน 3 มิติ คือ มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคมและ มิติทางการเมือง

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษา ชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาในประเด็น การสื่อสารของผู้นำชุมชนและสมาชิก
ในชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3
ประเด็น ได้แก่ กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร กลยุทธ์เกี่ยวกับสาร และกลยุทธ์
เกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารพบว่า

1.1) กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร (Sender)

1.1.1) ใช้แกนนำที่ได้รับความเชื่อถือจากสมาชิกภายในชุมชน
กลุ่มแกนนำของชุมชนหัวตะเข้ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มาจากหลากหลาย
อาชีพ ล้วนแล้วแต่เป็นคนที่ย้ายอยู่เดิมในชุมชน เช่น อดีตข้าราชการครู
พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ อาจารย์วิทยาลัยเทคโนโลยี และเจ้าของ
ร้านค้าในชุมชน เป็นต้น กลุ่มคนเหล่านี้ล้วนแต่เป็นคนที่มีประสบการณ์
ความรู้และได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจจากคนในชุมชน

1.1.2) การแบ่งทำหน้าที่กันตามความเชี่ยวชาญของแกนนำ
แต่ละคน เช่น อดีตข้าราชการครูทำหน้าที่เป็นฝ่ายวิชาการของชุมชน,
นักประชาสัมพันธ์บริษัทเอกชนรับหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของชุมชน,
อาจารย์วิทยาลัยเทคโนโลยี ทำหน้าที่ถ่ายทอดและสอนการประดิษฐ์
รวมถึงออกแบบรูปจระเข้จนกลายเป็นสัญลักษณ์ของตลาดหัวตะเข้ และ
เจ้าของร้านค้าที่มีความรู้ด้านอุปกรณ์ไฟฟ้า และมีความสามารถในการต่อ
รองกับสมาชิกภายในชุมชนเพื่อการใช้พื้นที่ส่วนกลางในการจัดกิจกรรม

จะรับหน้าที่ในการดูแลเครื่องเสียง เวทีและลานศิลปะเวลาที่มีการจัดกิจกรรมของชุมชน เป็นต้น

1.1.3) แกนนำและสมาชิกในชุมชนมีกรอบประสบการณ์ร่วมกัน เนื่องจากกลุ่มแกนนำคือหนึ่งในผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนหัวตะเข้ จึงมีพื้นฐานร่วมกันทั้งทัศนคติ ความเชื่อ รูปแบบของภาษา และวัฒนธรรม และยังสามารถเลือกช่องทางสื่อสารให้เหมาะกับคนกลุ่มต่างๆในชุมชนได้อย่างเหมาะสม จึงช่วยให้การสื่อสารกับสมาชิกในชุมชนเกิดผลสัมฤทธิ์

1.2) กลยุทธ์เกี่ยวกับสาร (M) มีดังนี้

1.2.1) ใช้สารที่เหมาะสมและโดนใจชุมชน เนื่องจากสมาชิกในชุมชนประกอบด้วยสมาชิกหลายกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ วัยทำงาน วัยรุ่นหนุ่มสาวและเด็กๆ ดังนั้น กลุ่มแกนนำจึงมีการออกแบบสารที่จะใช้สื่อสารให้เหมาะสมกับสมาชิกกลุ่มต่างๆในชุมชน เช่น กลุ่มผู้สูงอายุจะใช้สารที่เชื่อมโยงกับความรุ่งเรืองในอดีตของชุมชนเพื่อโน้มน้าวให้กลุ่มผู้สูงอายุสนใจเข้ามาช่วยกันพัฒนาชุมชน กลุ่มวัยทำงานใช้สารที่มีความเป็นวิชาการและหลักการในการโน้มน้าวให้เห็นถึงศักยภาพและผลลัพธ์จากการพัฒนาชุมชนหัวตะเข้ และกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนรุ่นใหม่ จะไม่ใช้สารที่เป็นข้อมูลเชิงวิชาการหรือหลักการแต่จะใช้วิธีการพูดชักชวนให้เข้ามาทำกิจกรรมที่สนุกสนานในชุมชน เช่น การวาดภาพกราฟฟิตี้ หรือกิจกรรมการแสดงต่างๆ เป็นต้น

1.2.2) การสร้างสารเพื่อสื่อสารโดยอ้อม เมื่อเกิดปัญหาต่างๆขึ้นในชุมชนด้วยวิถีวุฒิที่แตกต่างกันของกลุ่มแกนนำบางคนกับกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ทำให้กลุ่มแกนนำผู้ที่มีวุฒิอ่อนกว่าสมาชิกในชุมชนในบางกรณีที่ต้องมีการให้ความรู้หรือบอกข้อดีข้อยเพื่อพัฒนาตัวเอง จึงไม่สามารถสื่อความ

หมายไปตรงๆ ได้ เช่น การเข้าไปพูดหรือเข้าไปวิพากษ์วิจารณ์ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความไม่พอใจกับสมาชิกในชุมชน ดังนั้น กลุ่มแกนนำจึงต้องมีการสื่อสารเพื่อสื่อสารโดยอ้อมๆ แทน เช่น การจัดอบรมความรู้ หรือการจัดโครงการเข้าไปสอนเด็กๆ ประติษฐ์ของเล่น ผู้ใหญ่ที่ดูแลเด็กก็จะได้เกิดการเรียนรู้ร่วมด้วย หรือการทำวิดีโอคลิปให้รับชมแทนการเข้าไปสื่อสารโดยตรง เป็นต้น

1.3) กลยุทธ์การใช้ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

1.3.1) การใช้ช่องทางการสื่อสารของกลุ่มแกนนำด้วยกันเองมี 3 ช่องทางด้วยกัน คือ อีเมล แอปพลิเคชันไลน์ และสื่อบุคคล

1.3.2) การใช้ช่องทางการสื่อสารของแกนนำกับสมาชิกในชุมชนพบว่ามีการแบ่งกลุ่มสมาชิกในชุมชนออกเป็นสามกลุ่มย่อยและในแต่ละกลุ่มย่อยนั้นมีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน ดังนี้ แกนนำกับสมาชิกสูงวัย จะใช้สื่อบุคคลในการสื่อสาร, แกนนำกับสมาชิกวัยทำงานจะใช้แอปพลิเคชันไลน์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร และแกนนำกับสมาชิกวัยรุ่นและเด็กจะใช้สื่อกิจกรรมในการสื่อสาร

1.3.3) การใช้ช่องทางการสื่อสารของแกนนำกับนักท่องเที่ยว พบว่ามีช่องทางการสื่อสารระหว่างแกนนำและนักท่องเที่ยว คือ สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ต่างๆ

2) รูปแบบเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง ชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

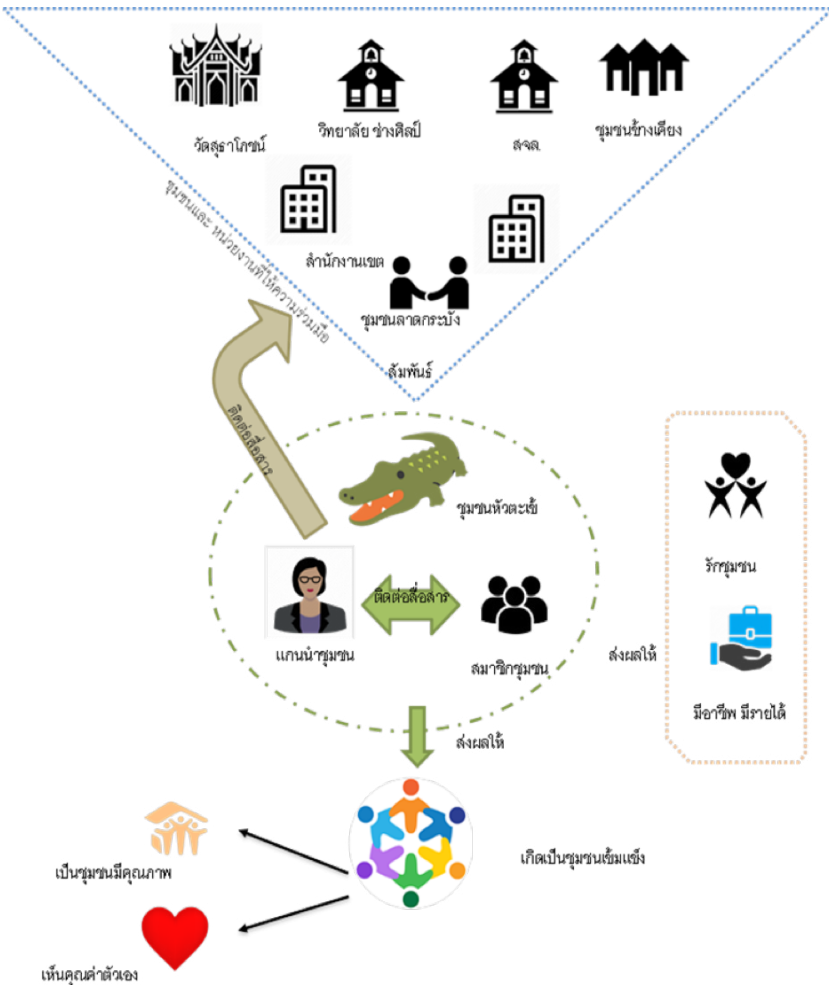
พบว่าองค์ประกอบและลักษณะการสื่อสาร เครือข่ายการสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานครแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม

คือ แกนนำเครือข่าย สมาชิกเครือข่าย และพันธมิตร

2.1) แกนนำเครือข่าย ได้แก่ กลุ่มแกนนำซึ่งเป็นสมาชิกในชุมชน หัวตะเข้ ซึ่งกลุ่มแกนนำชุมชนหัวตะเข้มีบทบาทในการสื่อสารเป็นคนควบคุมเครือข่ายชุมชนเข้มแข็ง เนื่องจากมีความสามารถในการควบคุมและกระจายข่าวสารให้กับสมาชิกในชุมชน ทั้งนี้ยังสามารถโน้มน้าวใจสมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการพัฒนาชุมชนเดิมให้กลายเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง

2.2) สมาชิกในเครือข่าย คือ สมาชิกภายในชุมชนเอง ชุมชนใกล้เคียง และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวน 6 หน่วยงาน ที่ให้การสนับสนุนและเข้ามามีส่วนร่วมกับแกนนำชุมชน ได้แก่ ชุมชนวัดสุธาโภชน์, วิทยาลัยช่างศิลป์, ตลาดกระบ้ง, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, สำนักงานเขตลาดกระบัง ชมรมลาดกระบ้งสัมพันธ์ และสภาวัฒนธรรมเขตลาดกระบ้ง มีการสื่อสารแบบสองทาง (Two - ways communication) นอกจากนี้ยังพบ ผู้ปลีควิว (Isolate role) เป็นสมาชิกและเครือข่ายที่มักเก็บตัวไม่ค่อยสูงส่งหรือติดต่อสื่อสารกับสมาชิกคนอื่น ๆ ในชุมชนซึ่งคือ สมาชิกในชุมชนที่ไม่เห็นด้วยกับกลุ่มแกนนำและเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่เปิดรับมุมมองใหม่

2.3) พันธมิตรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ หน่วยงานภายนอกที่ไม่ได้เป็นสมาชิกในชุมชนแต่มีส่วนช่วยในการสนับสนุนทางด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในชุมชน ได้แก่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, สำนักงานเขตลาดกระบ้ง, ชมรมลาดกระบ้งสัมพันธ์ และสภาวัฒนธรรมเขตลาดกระบ้ง



แผนภาพที่ 1 รูปแบบเครือข่ายการสื่อสารและการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

3) ลักษณะรูปแบบเครือข่ายและการไหลของข้อมูลข่าวสารของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากแผนภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงลักษณะเครือข่ายของชุมชนหัวตะเข้กับเครือข่ายการสื่อสารภายนอกชุมชนและผลที่ชุมชนได้รับ ซึ่งผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ตามแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสารพบว่า ทิศทางในการสื่อสาร (Direction) ของเครือข่ายภายนอกกับชุมชนมีทิศทางการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal Network) แบบสองทาง (Two-ways communication) คือเป็นการสื่อสารที่แกนนำชุมชนและสมาชิกโดยเครือข่ายเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนชุมชนในด้านต่างๆ อาทิ ทำกิจกรรมต่างๆทั้งในด้านการสร้างตลาดจนไปถึงงานทางด้านวัฒนธรรม นอกจากนี้ทิศทางการสื่อสารภายในชุมชนมีทิศทางการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal network) เช่นเดียวกับเครือข่ายที่สมาชิกมีความเท่าเทียมและไม่มีการสั่งงานจากสมาชิกใดสมาชิกหนึ่ง แต่เป็นการร่วมกันกำหนดและดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังพบว่า เครือข่ายการสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีลักษณะและการไหลของข้อมูลข่าวสาร 2 รูปแบบ ดังนี้

- การสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) เป็นการสื่อสารที่กลุ่มแกนนำชุมชน หัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางของการสื่อสารและเป็นตัวที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายอื่น ๆ รวมทั้งการมีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นดาวเด่น (Star) และยังทำหน้าที่ในการต่อและรับข้อมูลมากระจายต่อในเครือข่าย โดยใช้หนึ่งในผู้ที่เป็นแกนนำเป็นสะพาน (Bridge) ทำหน้าที่เชื่อมประสานสมาชิกในชุมชนกับกลุ่มพันธมิตร และกลุ่มแกนนำชุมชนยังทำหน้าที่เป็นล่าม (Liaison) คือ การทำหน้าที่เชื่อม

กลุ่มต่าง ๆ ที่ไม่ได้ติดต่อกันโดยตรงเข้าด้วยกันทั้งในเชิงการส่งข้อมูลและการรับข้อมูล เพื่อมากระจายต่อในชุมชนและการเป็นผู้ควบคุมข้อมูลกลุ่มแกนนำ มีหน้าที่ในการควบคุมและกระจายข่าวสารต่าง ๆ ให้กับชุมชน อาจกล่าวได้ว่าการไหลของข้อมูลทั้งเข้าและออกจะมีกลุ่มแกนนำชุมชนเป็นศูนย์กลางในการรับและกระจายข่าวสารให้กับสมาชิกในชุมชนและกลุ่มพันธมิตร

- เครือข่ายการสื่อสารรูปดาว (Star Network) เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนรวมทั้งพันธมิตร ได้ติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วถึงและเป็นอิสระไม่มีศูนย์กลางที่เป็นทางการ เครือข่ายประเภทนี้จะรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพของงานสูง ซึ่งศูนย์กลางคือแกนนำชุมชนและการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือมีการระดมสมองเพื่อการทำงาน ทั้งนี้แกนนำยังเป็นผู้นำที่ได้รับความเคารพจากชุมชนแต่ไม่ได้มีอำนาจที่ห่างกันจนเกินไป ทำให้ลดช่องว่างระหว่างแกนนำและสมาชิกในชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย

1) กลยุทธ์การสื่อสารชุมชนชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

- กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร (Sender) ในกระบวนการเผยแพร่ความคิดเกี่ยวกับการทำเป็นชุมชนเข้มแข็งของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แกนนำชุมชนถือได้ว่ามีบทบาทและอิทธิพลต่อสมาชิกในชุมชนเป็นอย่างมาก ทั้งในแง่การถ่ายทอดสาร เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ จึงสามารถทำให้สมาชิกในชุมชนเกิดการยอมรับและยอมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้ชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับอรรถพรณ ปิลันธน์โอวาท (2537) ที่กล่าวว่าอิทธิพลของผู้ส่งสารเป็นสิ่ง

จำเป็นและเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งสิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเป็นผู้ส่งสารคือ ความน่าเชื่อถือซึ่งประกอบไปด้วย บุคลิกภาพของผู้ส่งสาร ความรู้และความสามารถในการส่งสาร คุณสมบัติในการสื่อสารหรือการเชื่อมโยงไปยังผู้รับสาร ความมีพลัง การมีพื้นฐานร่วมกัน นอกจากนี้แก่นนำในฐานะผู้ส่งสารต้องมีความสามารถในการโน้มน้าวใจหรือดึงความสนใจของสมาชิกในชุมชน แก่นนำแต่ละคนจะมีบุคลิกและวิธีการที่แตกต่างกันไป

- **กลยุทธ์เกี่ยวกับสาร (Message)** สารเป็นอีกส่วนที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทางแก่นนำชุมชนจึงได้ให้ความสำคัญกับสารเป็นอันดับต้นในการสื่อสารแต่ละครั้ง ซึ่งเนื้อหาสารจะต้องสอดคล้องและเหมาะสมกับสมาชิกกลุ่มต่างๆและบริบทของสมาชิกในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกิปสันและฮานนา (Gibson & Hanna, 1992, อ้างถึงใน อติพล เอื้อจรัสพันธ์ุ 2553, น. 121) ที่กล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้สร้างสรรค์สารต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้เป็นคือ คุณภาพของเนื้อหาการสร้างสาร ต้องคำนึงถึงเนื้อหาของสารที่สื่อออกมาว่ามีคุณค่ามีความเกี่ยวข้องและความสำคัญต่อผู้รับสารหรือไม่อย่างไร สารที่สื่อออกมานั้นจะมีเนื้อหาอย่างน้อยเพียงใด ครอบคลุมประเด็นใดบ้าง สารที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ดี ต้องมีความเกี่ยวข้องหรืออยู่ในความสนใจของผู้รับสารและมีผลกระทบต่อผู้รับสาร และจำกัดความลึกของสารเป็นการกระทำที่จะทำให้รายละเอียดกับผู้รับสารอย่างน้อยเพียงใด สารนั้นมีความยากง่ายขนาดไหน เช่น เรื่องของพื้นที่และเวลา เป็นต้น

- **กลยุทธ์การใช้สื่อ (channel)** การใช้สื่อเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในการเลือกใช้สื่อแต่ละครั้งของการสื่อสาร แก่นนำจะประเมินสมาชิกในชุมชนก่อน

ที่จะเลือกใช้สื่อในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารกับผู้สูงอายุสมาชิกกลุ่มแกนนำจะเลือกการเข้าหาเพื่อพูดคุยโดยใช้สื่อบุคคลและภาษาไม่เป็นทางการ การสื่อสารกับกลุ่มคนวัยทำงานสมาชิกในกลุ่มแกนนำจะใช้การยกตัวอย่างหรือบอกแผนการคร่าวๆและบอกถึงผลตอบแทนที่จะได้รับในการร่วมมือ นั่นๆและสามารถใช้ช่องทางออนไลน์ต่างๆในการสื่อสารกับสมาชิกกลุ่มนี้ได้อีกด้วย เช่น แอปพลิเคชันไลน์ เป็นต้น การสื่อสารกับเด็กและเยาวชนกลุ่มสมาชิกแกนนำจะนำเสนอโดยสื่อกิจกรรม เช่น การชวนเล่นเกมสกีให้เยาวชนมีส่วนร่วม เป็นต้น สื่อจะต้องมีประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือ ซึ่งแกนนำชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้เลือกสื่อที่หลากหลายตามกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารด้วย ทั้งการใช้สื่อบุคคลกับกลุ่มผู้สูงอายุ การใช้สื่อใหม่ (New media) กับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน และ การใช้สื่อบูรณาการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิทยากร ท่อแก้ว (2549, น.4-42) ได้กำหนดแนวทางการดำเนินการเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อโดยพิจารณาในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงโดยพิจารณาว่าสื่อใดที่ผู้รับสารเป้าหมายจะเข้าถึงง่ายที่สุด ด้านการควบคุมสื่อ หมายถึง ความสามารถหรือประสิทธิภาพของสื่อที่จะไปถึงผู้รับ โดยพิจารณาจากการครอบคลุมพื้นที่หรือบริเวณที่ผู้ได้รับสารอาศัยอยู่ด้านประสิทธิผลของสื่อ พิจารณาได้จากการเรียกความสนใจ การให้ความเข้าใจการชักจูงและการสร้างความจำ และด้านความน่าเชื่อถือ โดยทั่วไปกล่าวกันว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ ในแง่ของข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์

ส่วนการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อจะเป็นการวิเคราะห์ว่าควรใช้สื่ออะไร ด้วยวิธีการใด ที่จะสามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นได้ ซึ่งจะเป็นหน้าที่ของแกนนำชุมชนที่จะเลือกใช้สื่อใดสื่อหนึ่งหรือ

หลากหลายสื่อรวมกันโดยพิจารณากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับพนม คลีฉายา (2549, น. 7) ได้สรุปเกี่ยวกับการใช้สื่อว่าต้องพิจารณา 2 ประเด็นคือ วิธีการใช้สื่อ เป็นการพิจารณาถึง วิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และวิธีการประยุกต์ใช้สื่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ และประเภทของสื่อ เป็นการพิจารณาว่าจะใช้สื่ออะไร อย่างไร

2) รูปแบบเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษาชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

รูปแบบเครือข่ายการสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร สามารถวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารได้ 2 ประเด็นย่อยตามที่ ปาวิชาติ สถาปิตานนท์ (2547) สรุปไว้ คือ การระบุบทบาทเชิงการสื่อสารของบุคคลต่างๆในเครือข่ายและทิศทางทางไหลเวียนของข้อมูลในเครือข่าย ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ภาพรวมของเครือข่าย ซึ่งสะท้อนโครงสร้างการสื่อสารในชุมชนหัวตะเข้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- การระบุบทบาทเชิงการสื่อสารของบุคคลต่างๆในเครือข่าย บทบาทเบื้องต้นของบุคคลในเครือข่ายโดยภาพรวมในแต่ละเครือข่ายมักจะประกอบไปด้วยบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่

แกนนำเครือข่ายคือ แกนนำชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร ทำหน้าที่เป็น ดาวเด่น (Star) ในเครือข่ายโดยมีหน้าที่เชื่อมสัมพันธ์กับสมาชิกในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงโดยมีการส่งข้อมูลความรู้ไปสู่ภายนอกรวมทั้งเป็นผู้รับข่าวสารเข้ามากระจายต่อให้สมาชิกในชุมชน อีกทั้งยังเป็นผู้ประสานงานและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งนี้ตัวแกนนำเองคือผู้ควบคุมข้อมูล (Gatekeeper) ในเครือข่ายของชุมชนหัวตะเข้

โดยเป็นผู้ที่คัดเลือกกว่าชาวสวารโศคควรปรึกษาหารือกันในกลุ่มแกนนำหรือ นำไปเผยแพร่ต่อสมาชิกในชุมชนและพันธมิตร เมื่อสมาชิกกลุ่มแกนนำ พิจารณาแล้วจึงเริ่มการเผยแพร่ข้อมูลให้กับสมาชิกและพันธมิตรหรือชุมชน ใกล้เคียงซึ่งหนึ่งในสมาชิกในกลุ่มแกนนำจะทำหน้าที่สะพาน(Bridge)ในการเชื่อมประสานสมาชิกในชุมชนกับแกนนำรวมทั้งชุมชนใกล้เคียง เขาอาจเรียกเครือข่ายรูปแบบนี้ว่า เครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเองหรือเครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มแกนนำยังทำหน้าที่ ล่าม (Liaison) ที่ทำหน้าที่ในการเชื่อมกลุ่มต่าง ๆ ที่ไม่ได้ติดต่อกันเข้าด้วยกัน คือ กลุ่มภาครัฐและสมาชิกชุมชน ซึ่งถือเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับพัชนี เที่ยจรรยาและคณะ (อ้างถึงใน อติพล เอกจรัสพันธุ์, 2553) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ เครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง (Emergent Communication Network) หรือเครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ กล่าวคือ การสื่อสารที่แกนนำ ใช้สื่อสารกับสมาชิกในชุมชน โดยมากจะเป็นการใช้สื่อบุคคลและใช้คำพูดแบบไม่เป็นทางการ รูปแบบภาษาที่คนในชุมชนคุ้นเคย ในพื้นที่ที่บรรยากาศ ผ่อนคลาย เช่น การพบปะพูดคุยกันของกลุ่มแกนนำที่กับสมาชิกในชุมชนที่ ตลาดสด หรือสวนสาธารณะ เป็นต้น และเครือข่ายการสื่อสารที่ถูกกำหนดไว้ (Prescribed Communication Network) หรือเครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formation Network) หรือรูปแบบการสื่อสารที่แกนนำชุมชนใช้ในการติดต่อสื่อสารกับภาครัฐที่เป็นพันธมิตรและสมาชิกเครือข่าย

กลุ่มของพันธมิตร คือ หน่วยงานภายนอกที่ไม่ได้เป็นสมาชิกในชุมชนแต่มีส่วนช่วยในการสนับสนุนทางด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในชุมชน ที่หลังจากได้มีการติดต่อสื่อสารกันกับแกนนำชุมชนหัวตะเข้ เพื่อแลกเปลี่ยน

เปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและเครือข่ายภายนอกได้แก่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักงานเขตลาดกระบัง ชมรมลาดกระบังสัมพันธ์ สภาวัฒนธรรมเขตลาดกระบัง เมื่อพิจารณาถึงการรวมตัวของพันธมิตรเครือข่ายแล้ว พบว่า เป็นการรวมตัวกันเพื่อผลประโยชน์ที่เป็นประโยชน์ส่วนรวม กล่าวคือ ทั้งพันธมิตรและแกนนำชุมชนต่างก็ได้ช่วยเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการสร้างชุมชนเข้มแข็งซึ่งชุมชนอื่นๆสามารถนำไปเป็นโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาชุมชนอื่นๆ ให้กลายเป็นชุมชนเข้มแข็ง ตลอดจนสร้างแรงบันดาลใจให้กับสมาชิกในชุมชนนั้นๆ ให้เกิดความตระหนักและรักความเป็นชุมชนมากขึ้น ส่วนผลประโยชน์ที่ทางแกนนำได้รับคือ การมีผู้ที่พร้อมเข้ามาช่วยเหลือชุมชนเมื่อชุมชนต้องการทำกิจกรรม ส่วนพันธมิตรได้ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างชุมชนเข้มแข็งออกไปเพื่อเผยแพร่ต่อชุมชนอื่นๆ ที่ประสบปัญหาต่าง ๆ

- ทิศทางการไหลเวียนของข้อมูลในเครือข่าย คือเรื่องราวที่ถูกถ่ายทอดจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง โดยการวิจัยครั้งนี้วิจัยพบว่า ทิศทางการไหลของข่าวสารภายในชุมชนมีทิศทางการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal Network) แบบสองทาง (Two – ways communication) คือ สมาชิกมีความเท่าเทียมและไม่มีคำสั่งงานจากสมาชิกคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นการร่วมกันกำหนดและดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ ส่วนทิศทางการไหลของข่าวสารระหว่างชุมชนหัวตะเข้กับเครือข่ายอื่นๆเป็นการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) โดยกลุ่มแกนนำชุมชนหัวตะเข้เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางของการสื่อสารและเป็นตัวที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายอื่นๆ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสารของ Leavitt (1964) ที่พบว่า รูปแบบการสื่อสารภายในภาคีเครือข่าย

แบบมีศูนย์กลางเป็นการสื่อสารที่คนใดคนหนึ่ง หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นศูนย์กลาง หรือทางผ่าน โดยที่สมาชิกคนอื่น ๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรงแต่ต้องผ่านคนกลาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรณชาติ บุตรแสนคม (2545) ที่พบว่า คุณฉัตรชัย เชื้อรามัญ เป็นศูนย์กลางข้อมูลของเครือข่ายขบวนการตาสับปะรดโดยมีหน้าที่เป็นผู้รับเรื่องราว และแจ้งข่าวสารไปยังสมาชิกผ่านการใช้จดหมาย และทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือ อย่างไรก็ตามหากพิจารณาภาพรวมของทิศทางการไหลของข้อมูลข่าวสารของเครือข่ายแล้วพบว่าเป็นการสื่อสารรูปดาว (Star Network) คือ เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนรวมทั้ง พันธมิตร ได้ติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วถึงและเป็นอิสระ ไม่มีศูนย์กลางที่เป็นทางการ เครือข่ายประเภทนี้จะรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพของงานสูง ซึ่งศูนย์กลางคือแกนนำชุมชนและการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือมีการระดมสมองเพื่อการทำงาน ทั้งนี้แกนนำยังเป็นผู้หน้าที่ได้รับความเคารพจากชุมชนแต่ไม่ได้มีอำนาจที่ห่างกันจนเกินไป ทำให้ลดช่องว่างระหว่างแกนนำและสมาชิกในชุมชน

สรุป

กลยุทธิ์การสื่อสารในการสร้างชุมชนเข้มแข็งของชุมชนหัวตะเข้ ประกอบด้วย 3 กลยุทธิ์หลัก ได้แก่ กลยุทธิ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร (S) กลยุทธิ์การสร้างสาร (M) และกลยุทธิ์การใช้สื่อ (C) ส่วนเครือข่ายการสื่อสารนั้นประกอบไปด้วยบุคคล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำเครือข่าย กลุ่มสมาชิกเครือข่าย และกลุ่มพันธมิตรเครือข่าย โดยมีทิศทางการไหลแบบเครือข่ายวงล้อ

(Wheel Network) และมีการสื่อสารการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication)

ประโยชน์จากงานวิจัย

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การและเครือข่ายสื่อสารของชุมชนหัวตะเข้และองค์กรที่เกี่ยวข้อง
2. งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการสร้างชุมชนเข้มแข็ง ผลการวิจัยจึงมีประโยชน์แก่หน่วยงาน องค์กร หรือชุมชนสนใจสามารถนำไปพัฒนาและปรับให้เข้ากับบริบทของตนเอง
3. งานวิจัยชิ้นนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษากลยุทธ์และเครือข่ายการสื่อสารของชุมชนอื่นๆที่สนใจได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. การประชาสัมพันธ์ชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ยังไม่เป็นระบบและมุ่งเน้นการใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักในการส่งสาร ซึ่งปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่พัฒนาไปมาก ชุมชนจึงควรใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารให้มากขึ้น
2. โดยมากผู้ส่งสารของแกนนำชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานครจะทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลเอง ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าส่วนตัวแกนนำบางท่านมีการถ่ายทอดความคิดและทัศนคติของตนเองมากเกินไป ทำให้ผลผลิตของความคิดออกมาเป็นรูปแบบเดียว ซึ่งถ้ารูปแบบความคิดเหล่านั้นไม่มีความหลากหลาย สมาชิกในชุมชนก็จะมีมุมมองหรือแนวคิดเพียงมุมมองเดียว

3. บทบาทในการนำชุมชนยังเน้นที่แกนนำเป็นหลัก หากในอนาคตกลุ่มแกนนำกลุ่มนี้ยุติบทบาทลงจะทำให้การพัฒนาชุมชนไม่สามารถเดินหน้าต่อไปได้ ดังนั้นจึงควรมีระบบการจัดการองค์ความรู้เพื่อให้คนรุ่นใหม่ๆ ในชุมชนสามารถเข้ามาทำหน้าที่ต่อไปได้ถ้าแกนนำบางท่านต้องการยุติบทบาท

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาชุมชนที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสารในชุมชน หรือการสร้างเครือข่ายชุมชนเข้มแข็ง เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบหรือต่อยอดเพื่อค้นหาวิธีการสื่อสารหรือการสร้างชุมชนเข้มแข็งที่เหมาะสมต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการสร้างชุมชนเข้มแข็งของชุมชนห้วยตะไข่ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบว่าถึงแม้สมาชิกส่วนใหญ่ในชุมชนจะให้ความร่วมมือ แต่ก็ยังมีสมาชิกอีกกลุ่มที่แยกตัวออกไป จึงควรมีการศึกษาถึงสมาชิกชุมชนกลุ่มนี้เพิ่มเติมด้วย

บรรณานุกรม

- วิทยา ท่อแก้ว. (2549). *ประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปารีชาติ สถาปิตานนท์. (2547). *ประเด็นหลักในการศึกษาการสื่อสารและเครือข่าย*. เอกสารประกอบการสอน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเวศ ะสี. (2541). *ประชาคมตำบล*. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์มติชน.
- พนม คลีณาญา. (2549). *การประยุกต์สื่อเพื่อการพัฒนา 1*. เอกสารประกอบการบรรยายวิชา 2803675. อัดสำเนา.
- รณชาติ บุตรแสนคม. (2545). *เครือข่ายและกระบวนการทำข่าว ของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน “ขบวนการตาส์ประรด”*. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. (2553). *เครือข่ายและกลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันพัฒนาการเรียนรู้ เกษตรอินทรีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี มูลนิธิกสิกรรมธรรมชาติ*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2537). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Leavitt, H. J. (1964). *Managerial Psychology*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Rogers, E. M., & Kincaid, L. (1981). *Communication networks toward a New paradigm for research*. New York: The Free Press.

Bibliography

- Adipon Euajarusphan. (2010). *Network and communication strategy of Organic Cultivation Institute Suphanburi Province, Agrinature Foundation*. Master Degree Thesis, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. (In Thai).
- Leavitt, H. J. (1964). *Managerial Psychology*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Orawan Pilun-Owad. (1994). *Persuasive Communication*. Bangkok: Chulalongkorn University. (In Thai).
- Parichart Stapitanon. (2004). *Key Points of Study on Communication and Networking*. Handout, Chulalongkorn University, Faculty of Communication Arts. (In Thai).
- Phnom Kleechaya .(2006).*Applied Media for Development I*. Handout. Copy. (In Thai).
- Prawet Wasri. (1998). *Community*. Matichon Public Company limited. (In Thai).
- Rogers, E. M., & Kincaid, L. (1981). *Communication networks toward a New paradigm for research*. New York: The Free Press.

Ronnachat Butsaenkhom. (2002). *THE NETWORK AND THE NEWSMAKING PROCESS OF THE YOUTH'S NEWS AGENCY*"PINEAPPLE EYES MOVEMENT. Master degree thesis, Chulalongkorn University, Faculty of Communication Arts, Department of Public Relations. (In Thai).

Wittaya Tokeaw.(2006). *Professional Experiences in Communication Arts* (2nd edition). Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (In Thai).