

การสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน Communicating Wisdom through Community Based Tourism

รสิกา อังกูร¹

Rasika Angkura

rdrduras@yahoo.com

วิทยาธร ท่อแก้ว²

Witayatorn Torkaew

Wittayatorn2002@yahoo.com

สุภาภรณ์ ศรีดี²

Supaporn Sridee

Received: 05-09-2018

Revised: 20-10-2018

Accepted: 12-11-2018

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อยและชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียวเกี่ยวกับ (1) บริบทของชุมชน (2) กระบวนการและวิธีการสื่อสารภูมิปัญญา (3) การนำเสนอรูปแบบและกลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว คณะกรรมการกลุ่ม ปราชญ์ชาวบ้าน นายกเทศมนตรีเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อยและชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว และนักท่องเที่ยว จำนวน 40 คน เลือกแบบเจาะจงและเทคนิคสโนว์บอล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นการสนทนากลุ่ม และแบบสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) ชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อยเป็นชุมชนที่มีอาชีพทำการเกษตร ทำขนมไทย ทำอัฐมอญ มีการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร มีบ้านเรือนทรงไทย มีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแม่น้ำสายหลักผสมผสานกับวิถีการดำรงชีวิตริมฝั่งแม่น้ำ มีการสืบทอดงานบุญโบราณ เป็นทุนทางวัฒนธรรมประเพณี มีปราชญ์ด้านขนมไทย และมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง ซึ่งจัดเป็นทุนทางทรัพยากรบุคคลของชุมชน ส่วนชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวเป็นชุมชนทำประมงพื้นบ้านแบบมือเปล่า มีอัตลักษณ์ชุมชน คือ เป็นชุมชนสองศาสนาสามวัฒนธรรม มีงานประเพณีแข่งเรือพายด้วยลำไม้ไผ่ที่ผสมผสานสามเชื้อชาติ มีป้าขายเลนและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นทุนทางธรรมชาติที่โดดเด่นในการทำการท่องเที่ยว มีทุนทางทรัพยากรบุคคลของชุมชน คือ มีปราชญ์ด้านประมงพื้นบ้าน

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Student in Doctor of Philosophy Program in School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

² สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

และผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งและมุ่งมั่นในการพัฒนา (2) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมุ่งเน้นใช้การสื่อสารใน 3 ขั้นตอน คือ ขั้นการผลิต ขั้นการสืบทอด และขั้นการประยุกต์ ซึ่งใช้วิธีการสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการสื่อสารชุมชน มีการสื่อสารชุมชนทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน การสื่อสารทั้งแนวราบและแนวตั้ง การสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการควบคู่กัน ส่วนวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใช้ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมดำเนินการ ร่วมจัดสรรและแบ่งปันผลประโยชน์ และร่วมติดตามประเมินผล (3) รูปแบบการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่ง คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการสื่อสารชุมชน โดยใช้ 2 กลยุทธ์หลักผสมผสานกัน กลยุทธ์แรก คือ แผนที่นำทางการสื่อสารภูมิปัญญาชุมชนอย่างยั่งยืน และกลยุทธ์ที่สอง คือ กรอบความคิดเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวคิด WELCOME โมเดล ประกอบด้วย W (Wisdom) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนมาสานต่อและสืบทอดอย่างเป็นระบบ E (Experience) การสร้างประสบการณ์ให้กับทั้งสมาชิกในชุมชน และนักท่องเที่ยว L (Learning) การสร้างการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรมแก่นักท่องเที่ยว COM (Communication) การใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และ E (Elegance) การนำมาซึ่งความสง่างามและความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสืบทอดภูมิปัญญาของชุมชน

คำสำคัญ: การสื่อสารภูมิปัญญา การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เชิงอนุรักษ์

Abstract

The objective of this research was to study the tourism activities undertaken by people in Sainoy Sub-district Cultural Community and Baan Namchieow Eco-tourism Community in the aspects of (1) the context of the communities; (2) their methods and process of communicating local wisdom; and (3) their communication strategies and presentation formats for communicating local wisdom through tourism. The key informants consisted of leaders of community tourism groups, tourism group committee members, village savants, mayors and related officials, village headmen, members of Sainoy Sub-district Cultural Community and Baan Namchieow Eco-tourism Community, and tourists, for a total of 40 people, chosen through purposive sampling and the snowball method. Research tools were an in-depth interview form, focus group discussion topics, and an observation form. Data were analyzed through descriptive analysis.

The results showed that (1) Sainoy Sub-district Cultural Community is an agricultural community where traditional Thai sweets are made, as well as bricks and processed agricultural products. There are traditional Thai houses and the community is based on a riverside way of life, with the Chao Phraya River its main waterway. Ancient merit making traditions that have been passed down are the community's cultural capital. There are experts in making Thai sweets in the community and the community leaders are strong, which is the human resources capital. People in Baan Namchieow Eco-tourism Community engage in fishing by hand, which is their trademark. It is a community with two religions and three cultural heritages. A tradition of competing on bamboo rafts ties the three ethnicities together. Mangrove forests are the community's main attraction and natural resources capital. The human resources capital includes experts in folk ways of fishing and strong leaders who aspire to develop the community. (2) Both communities emphasized 3 steps in their process of communicating local wisdom – production, inheritance, and application. They used methods of community communication, including internal and external, horizontal and vertical, formal and informal. Participatory communication was used in all the steps from brainstorming to policy making to operations to distribution of benefits and joint evaluation. (3) Both communities used participatory and community communications with mixed communication strategies. Their first strategy was a sustainable plan for communicating local wisdom. Their second strategy was the WELCOME model, consisting of W (Wisdom – systematic passing down of local wisdom), E (Experience – building good experiences for community members and tourists), L (Learning creating tangible learning for tourists), COM (Communication building correct understanding through public relations), and E (Elegance a sense of pride in participating in the effort to preserve the local heritage).

Keywords: communicating wisdom, community based tourism, cultural tourism and eco-tourism

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับใช้สร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชน โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการบริหารจัดการ จนทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถสื่อสารและสร้างความหมายใหม่ให้กับการท่องเที่ยวได้อย่างภาคภูมิ และเป็นการเปิดมิติใหม่ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่า รวมถึงการสื่อสารเพื่อสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่อย่างยั่งยืน เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อนำไปสู่การพัฒนา การแลกเปลี่ยนและการถ่ายทอดกิจกรรมทุกรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังที่ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2549) กล่าวว่า การสื่อสารของชาวบ้านในการจัดการท่องเที่ยว นั้น สะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสารภายใต้กระบวนการทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ นอกจากนี้พลังของการสื่อสารยังเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการถ่ายทอดสิ่งที่เป็ภูมิปัญญา วิถีชีวิต ให้สามารถคงอยู่ และเกิดความรู้สึกจดจำได้ ตลอดจนตระหนักในความสำคัญของภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยว และยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนท่องเที่ยวอีกด้วย เช่นเดียวกับการศึกษาของกนกพร ทรงเจียรระพานิช (2552) ที่พบว่ามีการนำกลยุทธ์การสื่อสารมาใช้ในการปรับทิศทางการท่องเที่ยว โดยหลายกลยุทธ์มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจกับการท่องเที่ยวในมิติของการได้เรียนรู้ การสร้างประสบการณ์ที่มีค่า และส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสืบสานมรดกทางภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยเป็นการปลูกกระแสที่ต้องการสื่อสารทั้งในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระแสการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น อันเป็นที่มาของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในเรื่อง

“ท่องเที่ยววิถีไทย” ขณะเดียวกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความสมดุลและยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการค้นหา เรียนรู้ แลกเปลี่ยน ออกแบบ และสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ โดยการประมวลองค์ความรู้ที่ได้จากการค้นหา เรียนรู้และแลกเปลี่ยน มาออกแบบเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของทุนในชุมชนควบคู่กับการฟื้นฟูความรู้พื้นบ้านที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการบูรณาการองค์ความรู้และสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาของการท่องเที่ยววิถีไทยให้สอดคล้องและเหมาะสมกับอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเกิดความยั่งยืน

ที่ผ่านมาจะพบว่าชุมชนท่องเที่ยวหลายแห่งต้องประสบปัญหามากมาย บางชุมชนปรับ เปลี่ยน ปรับ จนสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชน ความล้มเหลวในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วนหนึ่งยังเป็นผลมาจากการรับเอาวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการลอกเลียนแบบ ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ในขณะที่บางชุมชนมุ่งนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและนักท่องเที่ยว โดยมองข้ามสิ่งที่เป็รากแก้วสำคัญของชุมชน มองข้ามสิ่งที่เป็ภูมิปัญญาของชุมชน รวมถึงมองข้ามกระบวนการสื่อสารที่จะทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนคงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามยังมีชุมชนท่องเที่ยวบางแห่งที่ตระหนักถึงความสำคัญทั้งสิ่งที่เป็ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการสื่อสารที่ทำให้ภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของชุมชนได้รับการสืบทอดได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากชุมชนท่องเที่ยวสองแห่งที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนจนเป็นที่ยอมรับ และใช้ภูมิปัญญาของชุมชนมาเป็นอัตลักษณ์เพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวของชุมชน โดยได้รับรางวัลชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดีเด่น รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) หรือรางวัลกินรี และยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ในระดับอาเซียนอีกด้วย ชุมชน

ท่องเที่ยวดังกล่าวได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว ตำบลน้ำเขียว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งจัดเป็นชุมชนต้นแบบ (Best Practice) ที่มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และเป็นชุมชนที่มีการนำภูมิปัญญาที่โดดเด่นของตนเองมาเป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำภูมิปัญญาที่มีอยู่มาใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย

เป็นชุมชนท่องเที่ยวและมีโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ปีพ.ศ. 2559-2561) และได้รับคัดเลือกให้เป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียนในปี 2559 ด้วย นอกจากนี้ยังได้รับรางวัลหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดีเด่นจากกระทรวงวัฒนธรรม ขณะเดียวกันยังเป็นศูนย์การเรียนรู้มาตรฐานการผลิตที่ดีขึ้นพื้นฐาน (Primary GMP) ในเรื่องการผลิตขนมไทยโบราณ ที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชน ได้รับการถ่ายทอดมาหลายยุคหลายสมัย นอกจากนี้ยังมีการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาในด้านศิลปะการป้องกันตัวทั้งแบบไม่มีอาวุธ และแบบมีอาวุธไทยโบราณ ได้แก่ มวยไทย ฟันดาบ และกระบี่กระบอง ภูมิปัญญาด้านงานฝีมือ เช่น การทำอิฐมอญด้วยวิธีการแบบโบราณ การทำกะลานวดผ้าเท้าเพื่อสุขภาพ และภูมิปัญญาด้านการเกษตรที่หลากหลาย

ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บริหารจัดการโดยชุมชนที่ยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิต ศิลปะ งานฝีมือจากภูมิปัญญา ขนมและอาหารไทย และยังมีลักษณะทางภูมินิเวศที่เป็นแหล่งบ่งชี้ถึงความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ วิถีชีวิตของชาวชุมชนไทรน้อยยังคงสืบทอดวัฒนธรรมที่สำคัญของความเป็นคน “กรุงเก่า” แห่งกรุงศรีอยุธยาหลายอย่าง ที่สำคัญคือการทำขนมไทย ซึ่งมีชื่อเสียงมาตั้งแต่สมัยแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช โดยทำวาทองกับมะ หรือ มาริอา กูโยมาร์ เด ปินญา (Maria Guyomar de Pinha) ซึ่งชุมชนไทรน้อยได้สืบทอดการทำขนมไทยจนมีชื่อเสียง จึงเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านขนมไทยมาจวบจนปัจจุบัน

ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ชาวบ้านตั้งบ้านเรือนอยู่ตามแนวแม่น้ำ เป็นชุมชนสองศาสนา สามวัฒนธรรม กล่าวคือ เป็นพื้นที่ที่ชาวไทยพุทธและมุสลิมอยู่ด้วยกันอย่างกลมกลืน ส่วนสามวัฒนธรรมคือ ไทย มุสลิม และจีน ความต่างของสองศาสนาและสามวัฒนธรรม ได้ผสมผสานและดำรงอยู่ด้วยกันได้อย่างลงตัว จนกลายเป็นชุมชนที่เข้มแข็งมีความเป็นหนึ่งเดียวบนความต่างในอัตลักษณ์ของตนเอง

บ้านน้ำเขียว เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ได้รับเลือกให้เป็น “หมู่บ้าน OVC” (OTOP Village Champion) ที่ได้รับการสนับสนุนจาก กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย รวมถึงรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยดีเด่นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (รางวัลกีนรี) และได้รับคัดเลือกให้เป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียนในปี 2558 บ้านน้ำเขียวมีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ติดทะเล มีป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์อยู่เป็นจำนวนมาก แต่เดิมนั้นชาวบ้านน้ำเขียว เป็นคนไทยนับถือศาสนาพุทธ ต่อมาเมื่อพ่อค้าชาวจีนล่องเรือสำเภามาค้าขายสินค้าที่ทำเรือบ้านน้ำเขียวและได้ตั้งรกรากอยู่ที่นี้ ชาวบ้านน้ำเขียวส่วนหนึ่งจึงเป็นคนไทยเชื้อสายจีน และในสมัยรัชกาลที่ 3 ได้มีชาวมุสลิมซึ่งเรียกตัวเองว่า “แขกจาม หรือ จำปา” อพยพหนีสงครามมาจากประเทศเขมร มาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ริมคลองน้ำเขียว และมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ โดยชาวพุทธและมุสลิมสามารถแต่งงานข้ามศาสนาได้ ซึ่งพี่น้องทั้งสองศาสนาอาศัยอยู่ร่วมกันในตำบลน้ำเขียวด้วยความสัมพันธ์อันดีตลอดมา ที่มาของชื่อชุมชน “น้ำเขียว” มาจากพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ติดทะเล มีป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์อยู่เป็นจำนวนมาก มีคลองขนาดใหญ่ไหลผ่าน ซึ่งคลองนี้มีต้นกำเนิดอยู่ที่เขาวังปลา อยู่ระหว่างอำเภอแหลมงอบและอำเภอเมืองตราด เมื่อถึงฤดูน้ำหลาก น้ำในคลองจะไหลเชี่ยวมาก ชาวบ้านจึงเรียกว่า “คลองน้ำเขียว” ไหลผ่านกลางหมู่บ้านน้ำเขียวลงสู่ทะเลอ่าวไทยทางใต้ที่บ้านปากคลอง ตำบลหนองโสน อำเภอเมืองตราด ซึ่งชาวบ้านใช้เป็นแหล่งประมงพื้นบ้านที่ใช้ภูมิปัญญาในการประกอบอาชีพ จนกลายเป็นภูมิปัญญาเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชน ปัจจุบันชาวตำบลน้ำเขียวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ประมง

ทำสวนยางพารา สวนผลไม้ และค้าขาย (<http://www.dasta.or.th/ecatalog/th/component/k2/item/54> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2559)

จากความหลากหลายและโดดเด่นของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการใช้ภูมิปัญญาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดการท่องเที่ยว ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อยและชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษารูปแบบการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งว่า มีกระบวนการสื่อสาร และวิธีการสื่อสารอย่างไร รวมทั้งมีรูปแบบการสื่อสารภูมิปัญญาอย่างไรที่ทำให้ชุมชนทั้งสองแห่งประสบความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งยังสามารถสร้างสรรค์และสื่อสารภูมิปัญญา เพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

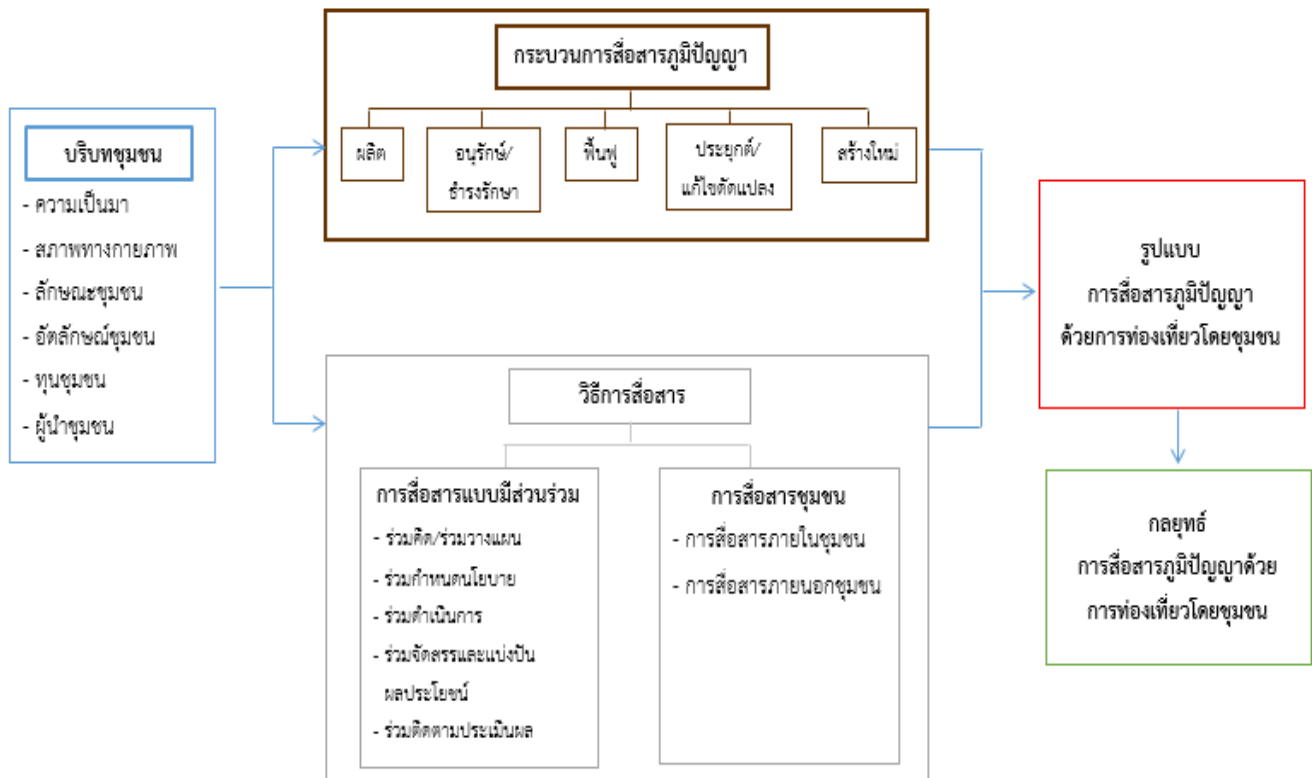
1. เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว
2. เพื่อศึกษากระบวนการและวิธีการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว
3. เพื่อเสนอรูปแบบและกลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” มีขอบเขตในการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้นำและสมาชิกชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อยและชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียวที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตั้งแต่เริ่มต้นทำการท่องเที่ยว ปราชญ์ชาวบ้าน นายกเทศมนตรีในพื้นที่ ผู้ใหญ่บ้าน ประธานกลุ่มและสมาชิกในชุมชน และนักท่องเที่ยว
2. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่เป็นตัวแปร ได้แก่ บริบทชุมชน กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญา และวิธีการสื่อสารภูมิปัญญา
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดตราด
4. ขอบเขตด้านเวลา เป็นการศึกษาภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อยอำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว ตำบลน้ำเขียว ระหว่าง ปี พ.ศ. 2552 ถึงปี พ.ศ. 2561

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

การสื่อสารภูมิปัญญา หมายถึง การนำเสนอและถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการทำขนมไทยของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย และภูมิปัญญาด้านวิถีประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียวที่นำเสนอผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

บริบทชุมชน หมายถึง การศึกษาความเป็นมาสภาพทางกายภาพ ลักษณะชุมชน อัตลักษณ์ชุมชน ทุนชุมชน และผู้นำชุมชนของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว

ความเป็นมา หมายถึง ประวัติความเป็นมาของชุมชนในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน ตั้งแต่การรวมกลุ่ม จนถึงการพัฒนาและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวมาจนปัจจุบัน

สภาพทางกายภาพ หมายถึง อาณาเขตและที่ตั้งทางกายภาพ รวมถึงบริเวณที่อยู่อาศัย และ สภาพแวดล้อมอื่นๆ ในชุมชน เช่น ถนน แม่น้ำลำคลอง วัด โรงเรียน สถานีอนามัย ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เป็นต้น

ลักษณะชุมชน หมายถึง ลักษณะของประชากร ลักษณะครัวเรือน การนับถือศาสนา ลักษณะการตั้งบ้านเรือน การประกอบอาชีพ และกลุ่มต่างๆในชุมชน

อัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง ลักษณะเฉพาะหรือลักษณะที่โดดเด่นของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย ซึ่งได้แก่ การทำขนมไทย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว ซึ่งได้แก่ การทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน ที่ถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ทุนชุมชน หมายถึง ทุนที่ชุมชนมีอยู่และมีศักยภาพสอดคล้องต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ ทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ทุนที่เป็นภูมิปัญญาความรู้และทักษะต่างๆ ทุนทางด้านวัฒนธรรมประเพณี และทุนที่เป็นทรัพยากรบุคคล ของชุมชนท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว

ผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน และคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยว ราษฎรชาวบ้าน นายกเทศมนตรี และผู้ใหญ่บ้านของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว

กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญา หมายถึง การสื่อสารภูมิปัญญาในด้านการผลิต การอนุรักษ์/ธำรงรักษา การฟื้นฟู การประยุกต์/แก้ไขดัดแปลง และการสร้างใหม่

การผลิต หมายถึง ภูมิปัญญาการทำขนมไทย และการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน ตามภูมิปัญญาของชุมชน

การอนุรักษ์/ธำรงรักษา หมายถึง การศึกษาสืบค้นและทำความเข้าใจในความเป็นมา ความสำคัญ รวมถึงการรักษาภูมิปัญญาการทำขนมไทย และวิถีประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน ให้คงอยู่สืบไป

การฟื้นฟู หมายถึง การทำให้ภูมิปัญญาในการทำขนมไทย และวิถีประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลนฟื้นกลับคืนมา เพื่อยังประโยชน์ต่อไป

การประยุกต์/แก้ไขดัดแปลง หมายถึง การศึกษาความเหมือนและความต่างของภูมิปัญญาด้านขนมไทย ด้านวิถีประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการผสมผสาน การปรับภูมิปัญญาในวิถีเดิมเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างลงตัวและน่าสนใจ

การสร้างใหม่ หมายถึง การคิดค้น สร้างสรรค์ ในการทำขนมไทย และการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน เพื่อความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชน

วิธีการสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารภูมิปัญญาที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย และชุมชน

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียวดำเนินการอยู่ ประกอบด้วย การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการสื่อสารชุมชน

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การร่วมคิด/ร่วมวางแผน ด้านการกำหนดนโยบาย ด้านการดำเนินการ ด้านการจัดสรรและแบ่งปันผลประโยชน์ และด้านการติดตามประเมินผล

การสื่อสารชุมชน หมายถึง วิธีการสื่อสารที่ชุมชนท่องเที่ยวใช้ เพื่อสื่อสารกับชุมชนทั้งระดับการสื่อสารภายในชุมชนและการสื่อสารภายนอกชุมชน

รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง ลักษณะการสื่อสารที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียวใช้ในการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารใน 3 ขั้นตอนคือ การสื่อสารขั้นการผลิต การสื่อสารขั้นการสืบทอด และการสื่อสารขั้นการประยุกต์ โดยใช้ การสื่อสารชุมชนและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ผ่านองค์ประกอบของการสื่อสาร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้รูปแบบการสื่อสารภูมิปัญญาที่เป็นต้นแบบจากชุมชนท่องเที่ยว
2. ได้กลยุทธ์ในการสื่อสารภูมิปัญญาด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และยังสามารถสร้างเสริมคุณค่าภูมิปัญญาที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน ให้มีมูลค่าที่สูงขึ้นได้ ขณะเดียวกันยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของชุมชนให้คงอยู่สืบไป
3. เป็นการขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารภูมิปัญญา อันจะนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการ

สื่อสารเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำไปบูรณาการสู่การเรียนการสอนได้ต่อไป

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการเสริมสร้างศักยภาพด้านการสื่อสารภายในชุมชน ทั้งการสื่อสารภูมิปัญญา การสื่อสารชุมชน และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้ สร้างกระบวนการคิด และพัฒนาทักษะที่จำเป็นเพื่อให้ชุมชนสามารถนำความรู้ไปใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการสังเกตภาคสนาม (Field Observation) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว คณะกรรมการกลุ่ม ปราชญ์ชาวบ้าน นายกเทศมนตรี/เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว และนักท่องเที่ยว จำนวน 40 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบสโนว์บอล (Snowball Technique) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประเด็นการสนทนากลุ่ม และแบบสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ และการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) และด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย

1.1 บริบทของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย

ชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อย มีเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นในเรื่องภูมิปัญญาการทำขนมไทย ที่ได้รับการสืบทอดมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีทุนทางธรรมชาติ ทุนที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางด้านวัฒนธรรมประเพณี และทุนที่เป็นทรัพยากรบุคคล รวมถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน มีปราชญ์ชาวบ้านและผู้สื่อความหมายในชุมชนทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวในชุมชนตามฐานเรียนรู้ต่างๆ ที่เป็นทุนชุมชน มีผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญในการนำพาชุมชนไปสู่ความสำเร็จ คือนางมยุรี ศรีนาค ซึ่งเป็นทั้งผู้นำในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน การจัดการกลุ่มต่างๆ ในชุมชน และเป็นผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง มีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการพัฒนาชุมชน เสียสละเพื่อส่วนรวม

1.2 กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย

1) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาชั้น

การผลิตขนมไทย จะมีปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการทำขนมไทยแต่ละประเภทเป็นผู้ส่งสาร โดยเนื้อหาสาระจะเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้กระบวนการ วิธีการรวมถึงเคล็ดลับที่เป็นภูมิปัญญาของชาวอยุธยาแต่โบราณ วิธีการหรือช่องทางในการสื่อสารภูมิปัญญาในชั้นการผลิต จะเน้นสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมเป็นหลัก ใช้การสอนแบบทำให้อู สาคิดให้เห็นในแต่ละขั้นตอน ในลักษณะของการพูดคุยเชิงสอนแนะ รวมถึงใช้การเล่าเรื่องประกอบ และให้สมาชิกในชุมชนที่สนใจ กลุ่มเด็กและเยาวชน รวมถึงนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทดลองทำขนมจริง

ซึ่งทำให้เกิดประสบการณ์ตรง และความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาด้านขนมไทย

2) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาชั้น

การอนุรักษ์/ธำรงรักษาขนมไทย ผู้ที่ทำหน้าที่ในการส่งสารหลักยังคงเป็นปราชญ์ชาวบ้าน และผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว ที่ทำหน้าที่สืบทอดภูมิปัญญา โดยจะใช้วิธีการผสมผสานระหว่าง การบอกเล่า (การสอน) และการปฏิบัติจริง โดยให้ฝึกและทดลองทำในกลุ่ม ในขั้นตอนนี้ยังคงใช้สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรมเป็นสื่อหลักในการอนุรักษ์/ธำรงรักษาไว้เช่นเดียวกัน ส่วนผู้รับสารคือสมาชิกในชุมชน เด็กและเยาวชน และนักท่องเที่ยว ชั้นของการอนุรักษ์/ธำรงรักษาไว้เปรียบเสมือนเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาของชุมชนให้คงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

3) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาชั้น

การฟื้นฟู ผู้ส่งสารยังคงเป็นผู้นำและปราชญ์ชาวบ้านในการเป็นเสาหลักที่จะฟื้นฟู หยิบดึงภูมิปัญญาขนมไทยที่ใกล้จะเลือนหายไปให้กลับคืนมา โดยมีสื่อบุคคลเป็นสื่อหลัก และมีสื่อใหม่ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในการเป็นตัวช่วยในการช่วยค้นคว้าข้อมูล อย่างไรก็ตาม พบว่าชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อยให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารชั้นการฟื้นฟูภูมิปัญญาขนมไทยไม่มากนัก เมื่อเทียบกับชั้นการผลิตและการอนุรักษ์/ธำรงรักษา

4) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาชั้น

การประยุกต์/แก้ไขดัดแปลง ผู้ส่งสารยังคงเป็นผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้าน โดยมีเนื้อหาสาระที่สำคัญคือการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับขนมไทย ในขั้นตอนนี้สื่อวัตถุ (ผลิตภัณฑ์) เป็นเสาหลักในการสื่อสารและถ่ายทอดภูมิปัญญา และใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์และพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของขนมไทย และมีสมาชิกในชุมชน กลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นผู้รับสารหลัก

5) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาชั้น

การสร้างใหม่ การสื่อสารภูมิปัญญาในขั้นตอนของการ

สร้างใหม่มีผู้นำกลุ่ม ปราชญ์ชาวบ้าน และสมาชิกกลุ่ม เป็นผู้ส่งสารร่วมกัน ในขั้นตอนนี้ สื่อผลิตภัณฑ์ยังคงเป็นสื่อที่มีบทบาทเป็นเสาหลัก โดยมีนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าเป็นผู้รับสาร รวมถึงการเป็นผู้ที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม เพื่อการผลิตซ้ำหรือสืบทอดได้เป็นอย่างดี ในส่วนของสาร คือ ตัวขนมที่รังสรรค์ขึ้นมาใหม่ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่าชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อยยังมีกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาในขั้นนี้ไม่ต่อเนื่องมากนัก เมื่อเทียบกับกระบวนการสื่อสารในขั้นการผลิต การอนุรักษ์ และการประยุกต์

สรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาด้านขนมไทยของชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อย เมื่อวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของการสื่อสารแล้ว จะพบว่า ผู้ส่งสาร (ผู้นำชุมชน/ปราชญ์ชาวบ้าน) มีบทบาทในการเป็นผู้ทำหน้าที่หลักตลอดทั้งกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญา กล่าวคือ ตั้งแต่การผลิต การอนุรักษ์/ธำรงรักษา การฟื้นฟู ไปจนถึงการประยุกต์ และการสร้างใหม่ โดยผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อวัตถุ (ผลิตภัณฑ์) การลงมือปฏิบัติและสร้างสรรค์ขนมไทย ทั้งในรูปแบบและวิธีเดิมและรูปแบบใหม่ ผ่านวิธีการผสมผสานระหว่างการบอกเล่า (การสอน) และการปฏิบัติจริง โดยให้ฝึกและทดลองทำ โดยมีสมาชิกในชุมชน นักท่องเที่ยว กลุ่มเด็กและเยาวชน และกลุ่มลูกค้าเป็นผู้รับสาร และเป็นกลุ่มที่จะร่วมถ่ายทอดภูมิปัญญา เพื่อการผลิตซ้ำในด้านขนมไทยต่อไป ในส่วนของสาร ประกอบไปด้วย องค์ความรู้ กระบวนการทำ เทคนิควิธีที่เป็นภูมิปัญญาโบราณ การคัดเลือกวัตถุดิบ ส่วนประกอบ การพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของขนมไทย ความแปลกใหม่ ความน่าสนใจ และความสวยงามในรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึง ตัวผลิตภัณฑ์ขนมไทยของชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ และเป็นส่วนที่ยังสามารถปรับเปลี่ยน ยืดหยุ่นและพัฒนาต่อไปได้อีก อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อยให้ความสำคัญกับขั้นตอนที่สำคัญ

3 ขั้นตอน คือกระบวนการสื่อสารในขั้นการผลิต ขั้นอนุรักษ์หรือสืบทอด และขั้นการประยุกต์ เป็นกระบวนการหลักในการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชน

1.3 วิธีการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชน

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลไทรน้อย

ชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อย มีวิธีการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนโดยใช้การสื่อสารชุมชน และใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อการสื่อสารภูมิปัญญา

1) การสื่อสารชุมชน ชุมชนท่องเที่ยว

ไทรน้อย มีการสื่อสารชุมชนทั้งในระดับภายในชุมชน และระดับภายนอกชุมชน สรุปได้ดังนี้

1.1) การสื่อสารภายในชุมชน แบ่งเป็น

การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารระหว่างกลุ่ม

ก. การสื่อสารระหว่างบุคคล ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อย (นางมยุรี ศรีนาค) กับผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน และสมาชิกกลุ่ม โดยพบว่าเป็นการสื่อสารในรูปแบบการพูดคุยปรึกษาหารือ การวางแผนเกี่ยวกับการทำกิจกรรมของกลุ่ม ตลอดจนพูดคุยปรึกษาหารือในเรื่องอื่นๆ รูปแบบการสื่อสารมักเป็นแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) และใช้การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นหลัก

ข. การสื่อสารระหว่างกลุ่ม เป็นการสื่อสารในรูปแบบของการประชุมร่วมกันระหว่างกลุ่มต่างๆ ภายในชุมชน โดยเป็นการสนทนากลุ่ม และการประชุมในระดับผู้นำกลุ่ม และการประชุมสมาชิกในกลุ่ม รูปแบบการสื่อสารจึงมีทั้งที่ไม่เป็นทางการ และแบบเป็นทางการ (Informal and formal Communication) และเป็นการสื่อสารทั้งแนวนอน (Horizontal Communication) และแนวตั้ง (Vertical Communication) โดยส่วนใหญ่เป็นการสนทนาและการประชุมเพื่อชี้แจงข้อมูลข่าวสาร การ

ประชุมเพื่อต้องการการตัดสินใจร่วมกัน การอธิบายการทำงาน การปรับปรุงและพัฒนาสิ่งต่างๆ ในพื้นที่ การรับฟังปัญหาและการแก้ไขปัญหาหารือร่วมกัน รวมถึงการประชุมเพื่อร่วมวางแผน กำหนดกฎ กติกาต่างๆ ของชุมชนร่วมกัน

1.2) การสื่อสารภายนอกชุมชน แบ่งเป็นการสื่อสารระดับบุคคล และการสื่อสารระดับกลุ่ม/องค์กร/หน่วยงาน

ก. การสื่อสารระดับบุคคล เป็นการสื่อสารระหว่างผู้นำ หรือคณะกรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกในชุมชน กับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นการพูดคุยซึ่งมีทั้งแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ และเป็นการสื่อสารแบบแนวนอน โดยประเด็นของการสื่อสารมักเป็นเรื่องการสอบถาม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสอนหรือถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำขนมไทย การสาธิต ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มท่องเที่ยว

ข. การสื่อสารระดับกลุ่ม/องค์กร/หน่วยงาน การสื่อสารในระดับนี้ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ และผู้นำชุมชนเป็นหลักในการทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือ เป็นผู้ส่งสารในกรณีการให้ข้อมูลแก่กลุ่ม องค์กร หน่วยงานภายนอก และเป็นผู้นำนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานต่างๆ มาและถ่ายทอดให้แก่สมาชิกในกลุ่มได้รับทราบ ส่วนการเป็นผู้รับสาร หมายถึงการเป็นผู้รับนโยบายจากหน่วยงานภายนอกมาสู่การปฏิบัติโดยกลุ่ม สำหรับรูปแบบการสื่อสารในระดับนี้มักใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งแนวนอนและแนวตั้งเช่นเดียวกัน การสื่อสารกับกลุ่มหรือหน่วยงานภายนอก มีทั้งการสื่อสารในเชิงนโยบาย การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมชุมชน การสื่อสารการตลาด เป็นต้น

สรุปได้ว่าในการสื่อสารแต่ละเรื่อง/กิจกรรมนั้นจำเป็นต้องปรับวิธีการสื่อสารให้สอดคล้องกับบริบทที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องตามประเด็นของการสื่อสาร ชุมชนท่องเที่ยวไหนน้อยใช้ทั้งการสนทนาอย่างไม่เป็น

ทางการระหว่างบุคคล เวทีสนทนากลุ่มย่อยและและกลุ่มใหญ่ รวมถึงการประชุมแบบเป็นทางการ ซึ่งขึ้นอยู่กับประเด็นเนื้อหาสาระ เป้าหมายในการสื่อสาร และวาระความจำเป็นเร่งด่วน เป็นสำคัญ โดยใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อกิจกรรม สื่อประเพณี สื่อวัตถุ สื่อการแสดง และสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

2) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมชุมชน

ท่องเที่ยวไหนน้อย มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1) การร่วมคิด ร่วมวางแผน

เป็นการมีส่วนร่วมในฐานะ “ผู้ส่งสาร ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต” ในระยะร่วมคิดนี้ทิศทางการสื่อสารจะเป็นแนวนอนเป็นหลัก ในการร่วมคิด ร่วมวางแผน จะเป็นการเปิดเวทีให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้มาร่วมสนทนาเสนอแนวคิด วางแผนในการจัดกิจกรรม การค้นหาเรื่องราวของชุมชนด้านขนมไทย ตลอดจนเปิดพื้นที่สำหรับเครือข่ายกิจกรรมกลุ่มอื่นๆ ได้เข้ามาร่วมวางแผน/จัดรูปแบบกิจกรรม เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในชุมชน

2.2) การร่วมกำหนดนโยบาย ใน

ขั้นตอนนี้ทำให้เกิดการกำหนดเนื้อหา “สาร” ซึ่งเป็นนโยบาย มาตรการ กฎ ระเบียบ ข้อตกลงหรือแนวปฏิบัติร่วมกัน สำหรับสมาชิกในกลุ่ม และในชุมชนได้ยึดถือและใช้ปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้อยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน

2.3) การร่วมดำเนินการ เป็นขั้น

ของการลงมือปฏิบัติ ซึ่งเป็น “ช่องทางการสื่อสาร” ที่สำคัญ ที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเกิดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การสอนทำขนมไทยให้แก่สมาชิกในกลุ่มเพื่อเตรียมผู้สืบทอดภูมิปัญญาต่อไป การสาธิตการทำขนมไทยให้นักท่องเที่ยวได้ชม และได้ร่วมลงมือทำ การออกฐานจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์ชุมชนในเวทีและโอกาสต่างๆ เป็นต้น

2.4) การร่วมจัดสรรและแบ่งปัน

ผลประโยชน์ เป็นการมีส่วนร่วมในฐานะ “ผู้ส่งสาร ผู้ผลิต

ผู้ร่วมผลิต” เช่นเดียวกับขั้นร่วมคิด ซึ่งในการจัดสรรและแบ่งปันผลประโยชน์จะดำเนินการร่วมกันและมีการจัดสรรอย่างเป็นธรรม และมาจากความเห็นพ้องต้องกันทุกฝ่าย

2.5) การร่วมติดตามประเมินผล สำหรับสมาชิกกลุ่ม/ชุมชน จะมีส่วนร่วมในฐานะ **“ผู้ส่งสาร ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต”** ที่มาร่วมรายงานปัญหา ชี้แจงผลการดำเนินงาน และร่วมแก้ไขปัญห สำหรับกรณีนักท่องเที่ยวจะมีบทบาทในฐานะ **“ผู้รับสาร”** ซึ่งเป็นผู้ที่สะท้อนความรู้สึก ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดกิจกรรม หรือต่อการร่วมกิจกรรมของชุมชน โดยแสดง **“ปฏิกิริยาโต้กลับ” (Feedback)** เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขต่อไป

สรุปได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อย เป็นการมีส่วนร่วมในทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร และทุกระดับของการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นรูปแบบและแนวคิดของการสื่อสารในกระบวนการค้นทางเลือกใหม่ในการพัฒนา ที่ใช้วิธีการสื่อสารแบบหลากหลาย เน้นการแลกเปลี่ยนและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication)

2 ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว

2.1 บริบทของชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว

บ้านน้ำเขียวมีเอกลักษณ์ของวิถีชุมชนคือความเป็นชุมชนสองศาสนาได้แก่ ศาสนาพุทธ และศาสนาอิสลาม และสามวัฒนธรรมได้แก่ วัฒนธรรมไทยพุทธ วัฒนธรรมไทยมุสลิม วัฒนธรรมไทยจีน และมีจุดเด่นในการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านระบบนิเวศป่าชายเลน โดยมีพื้นที่ป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ถึง 2,338 ไร่ มีการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและหลากหลายเช่น การล่องเรือเล็กชมวิถีชีวิตชาวประมง การดำน้ำหาหอยปากเปิด การปลูกป่าชายเลน ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ ของชุมชน เช่น

การร่วมทำข้าวเกรียบยาหน้า ตามวิถีแขกจาม การทำขนมตังเมกรอบ และการทำอบด้วยภูมิปัญญาพื้นบ้าน เป็นต้น ชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว มีทุนชุมชนที่หลากหลาย มีปราชญ์ชาวบ้านและผู้สื่อความหมายในชุมชนหลายกลุ่มอายุ ทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวในชุมชนตามกิจกรรมต่างๆ โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และลงมือปฏิบัติจริงในทุกกิจกรรม ขณะเดียวกันมีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็งคือนางสุรตนา ภูมิมาโนช ซึ่งเป็นผู้นำที่ให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างเป็นระบบ มีความใฝ่รู้ มักจะแสวงหาความรู้อบรมและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ จนได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วน จะเห็นได้จากการนำพาชุมชนไปสู่ความสำเร็จในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง โดยได้รับรางวัลจากหลายหน่วยงาน

2.2 กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเขียว

1) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขั้นการผลิต กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขั้นการผลิตของชุมชนบ้านน้ำเขียว คือการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน โดยมีปราชญ์ชาวบ้าน ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยมีเนื้อหาสาระที่สำคัญคือเรื่องของระบบนิเวศ การรู้จักและเข้าใจธรรมชาติ การออกเรือประมง เทคนิคการจับปลาทั้งแบบมือเปล่าและการใช้อุปายในการดักสัตว์น้ำ แบบไม่ให้กระทบต่อระบบนิเวศและสัตว์น้ำอื่นๆ การทำบ้านปลาเทียม การงมหอยปากเปิด การจับปู และการปลูกป่าชายเลน เป็นต้น เช่น การดูแลรักษาระบบนิเวศ ด้วยการงดใช้สารเคมี การเรียนรู้ในระบบนิเวศ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารแบบใช้การเรียนรู้และให้สัมผัสปรากฏการณ์จริง เน้นการใช้ประสบการณ์ตรง คือพาลูกหลานออกเรือไปด้วยผสมผสานกับการสอน อธิบาย บอกเล่า และฝึกให้สังเกตธรรมชาติรอบตัว โดยใช้สื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมเป็นหลัก มีผู้รับสารคือเด็กและเยาวชน และนักท่องเที่ยว

2) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขั้นการ

อนุรักษ์/ธำรงรักษา ผู้ที่ทำหน้าที่ในการส่งสารหลักยังคงเป็นปราชญ์ชาวบ้าน และผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว ที่ทำหน้าที่สืบทอดภูมิปัญญาด้านรักษาการทำประมงพื้นบ้านและอนุรักษ์ป่าชายเลน โดยจะใช้วิธีการผสมผสานระหว่างการบอกเล่า (การสอน) การฝึกสังเกตและการปฏิบัติจริง และมีการเตรียมเด็กและเยาวชนให้เป็นผู้สืบทอดในการที่จะอนุรักษ์และธำรงรักษาภูมิปัญญานี้ไว้ด้วย และในขั้นตอนนี้ยังคงใช้สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรมเป็นสื่อหลักเช่นเดียวกัน ส่วนสารที่ถ่ายทอดจะเน้นในเรื่องของการออกเรือประมง การจับสัตว์น้ำ การงมหอย การปลูกและการอนุรักษ์ป่าชายเลนในพื้นที่ และการใช้กฎ กติกาในเรื่องความพอเพียง สื่อที่ใช้ในการถ่ายทอด ยังคงเป็นสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม ส่วนผู้รับสารคือผู้ร่วมสืบทอดได้แก่ เด็กและเยาวชนในชุมชน และนักท่องเที่ยว

3) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขั้นการ

ฟื้นฟู เป็นขั้นที่พบไม่มากนักในการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลนของบ้านน้ำเขียว กระบวนการสื่อสารขั้นฟื้นฟูของชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวยังคงให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำและปราชญ์ชาวบ้านที่เป็นแกนนำในการฟื้นฟูภูมิปัญญาดังกล่าว โดยการสอนให้กับเด็ก และเยาวชนในชุมชนที่สนใจ ให้มาร่วมเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญา

4) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขั้นการ

ประยุกต์/แก้ไขดัดแปลง กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาในขั้นการประยุกต์/ดัดแปลงแก้ไข ผู้ส่งสารยังคงเป็นปราชญ์ชาวบ้านที่มีความเชี่ยวชาญในการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน รวมถึงผู้ทำหน้าที่สื่อความหมายชุมชน ส่วนสารที่ถ่ายทอดจะเน้นในเรื่องของการทำบ้านปลาเทียม การปลูกและการอนุรักษ์ป่าชายเลนในพื้นที่ และการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าชายเลน สื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดเพื่อการอนุรักษ์ ยังคงเป็นสื่อบุคคล และสื่อ

กิจกรรม และใช้วิธีการสอนแบบทำให้ดู และให้ปฏิบัติจริง ผู้รับสารคือผู้ร่วมสืบทอดได้แก่ นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือปฏิบัติจริง

5) กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขั้นการ

สร้างใหม่ ชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว ไม่มุ่งเน้นการสื่อสารภูมิปัญญาในขั้นตอนของการสร้างใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งที่ขัดหรือไม่ใช่วิถีชีวิตของชุมชน เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ให้มากที่สุด การสื่อสารภูมิปัญญาในขั้นตอนนี้สื่อบุคคลยังคงเป็นสื่อที่มีบทบาท เป็นเสาหลัก ผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว และปราชญ์ชาวบ้าน โดยมีสาร คือองค์ความรู้เกี่ยวกับชุมชน ภูมิปัญญาด้านการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน และด้านศิลปวัฒนธรรมของชุมชน

สรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาด้านการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลนของชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว เป็นการสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชน และปราชญ์ชาวบ้าน กับเด็กและเยาวชน และนักท่องเที่ยว ในเรื่องเกี่ยวกับองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน การออกเรือประมง การจับสัตว์น้ำ การทำบ้านปลาเทียม การงมหอยปากเบ็ด การปลูกและการอนุรักษ์ป่าชายเลน ภูมิปัญญาโบราณในการสานและทอดแห การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าชายเลน และองค์ความรู้เกี่ยวกับชุมชน โดยมีสื่อบุคคล (ผู้นำ/ปราชญ์ชาวบ้าน) และสื่อกิจกรรม เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญ ผ่านการสอนแบบทำให้ดูและแบบเล่าเรื่อง การให้เรียนรู้ตามปรากฏการณ์จริง การพูดคุยเชิงสอนแนะ การสังเกตและลงมือปฏิบัติ และเมื่อวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของการสื่อสารแล้ว จะพบว่า **ผู้ส่งสาร** (ผู้นำชุมชน/ปราชญ์ชาวบ้าน) มีบทบาทในการเป็นเจ้าของภูมิปัญญาที่ทำหน้าที่ผลิต โดยลงมือปฏิบัติและทำให้ดู ทำหน้าที่เป็นผู้อนุรักษ์/ธำรงรักษา และฟื้นฟู ผ่านวิธีการผสมผสานระหว่างการบอกเล่า (การสอน) และการปฏิบัติจริง โดยให้ฝึกและปฏิบัติจริง

โดยมีกลุ่มเด็กและเยาวชน และนักท่องเที่ยว เป็น**ผู้รับสาร** และเป็นกลุ่มที่จะถ่ายทอดภูมิปัญญา เพื่อการผลิตซ้ำในด้าน การทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่าชายเลน ต่อไป ใน ส่วนของ**สาร** คือ ความรู้ในการทำประมงพื้นบ้านและการ อนุรักษ์ป่าชายเลน ไม่ว่าจะเป็นการออกเรือประมง การจับ สัตว์น้ำ การหมอยปากเปิด การทำบ้านปลาเทียม การใช้ กระบอกไม้ไผ่ดักปลาตุ๊กทะเลรวมถึงการปลูกป่าชายเลน โดย ผ่าน**สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร** คือ สื่อบุคคลและสื่อ กิจกรรม เป็นหลัก

ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าชุมชนท่องเที่ยว บ้านน้ำเชี่ยว ให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารภูมิ ปัญญาใน 3 ขั้นตอน คือ กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขึ้น การผลิต ขั้นตอนการอนุรักษ์/อำรุงรักษา หรือการสืบทอด และ ขั้นตอนประยุกต์/ดัดแปลงแก้ไข เป็นกระบวนการหลักใน การสื่อสารเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับภูมิปัญญาของชุมชน เช่นเดียวกับชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อย

2.3 วิธีการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเชี่ยว

ชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว มีวิธีการ สื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนโดยใช้การสื่อสารชุมชน และใช้ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

1) การสื่อสารชุมชน ชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยว มีการสื่อสารชุมชนทั้งในระดับ ภายในชุมชน และระดับภายนอกชุมชน โดยสรุปดังนี้

1.1) การสื่อสารภายในชุมชน แบ่งเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารระหว่าง กลุ่ม

ก. การสื่อสารระหว่างบุคคล ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารระหว่างผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว บ้านน้ำเชี่ยว (นางสุรัตนา ภูมิมาโนช) กับผู้นำกลุ่มย่อยต่างๆ ในชุมชน และสมาชิกกลุ่ม โดยพบว่าเป็นการสื่อสารในรูปแบบ การพูดคุย การร่วมปรึกษาหารือ การประชุมกลุ่มเพื่อ

มอบหมายงาน/วางแผนเกี่ยวกับการทำกิจกรรมของกลุ่ม และ แก้ไขปัญหาต่างๆของกลุ่ม รูปแบบการสื่อสารของกลุ่มส่วน ใหญ่มักเป็นแบบไม่เป็นทางการ และใช้การสื่อสารในแนวนอน เป็นหลัก

ข. การสื่อสารระหว่างกลุ่ม เป็นการสื่อสารในรูปแบบของการประชุมร่วมกัน ระหว่างกลุ่มย่อยต่างๆ ภายในชุมชน โดยเป็นการประชุมใน ระดับผู้นำกลุ่มย่อย และการประชุมสมาชิกในกลุ่ม รูปแบบ การสื่อสารจึงมักเป็นแบบเป็นทางการ และเป็นการสื่อสาร ทั้งแนวนอนและแนวตั้ง โดยส่วนใหญ่เป็นการประชุมเพื่อ ชี้แจงข้อมูลข่าวสาร การร่วมวางแผนเกี่ยวกับการบริหาร จัดการกลุ่ม การตัดสินใจร่วมกัน การจัดกิจกรรมต่างๆ ของ กลุ่ม ตลอดจนการประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ

1.2) การสื่อสารภายนอก ชุมชน การสื่อสารภายนอกชุมชนของชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำ เชี่ยว ประกอบด้วยการสื่อสารระดับบุคคล รวมถึง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชนด้วย และการสื่อสาร ระดับกลุ่ม /องค์กร /หน่วยงานภายนอกชุมชน

ก. การสื่อสารระดับบุคคล เป็นการสื่อสารระหว่างผู้นำ หรือคณะกรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกในชุมชน กับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นการ พูดคุยทั้งแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ และเป็ นการสื่อสารแบบแนวนอน โดย**ประเด็นหรือเนื้อหา**สารมัก เป็นเรื่องการพูดคุย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสอนหรือ ถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำประมงพื้นบ้านและการอนุรักษ์ป่า ชายเลน ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มท่องเที่ยว ซึ่ง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฐานะ**ผู้รับสาร**จะได้รับความรู้ เกี่ยวกับภูมิปัญญาด้านการทำประมงพื้นบ้าน การอนุรักษ์ ป่าชายเลน วิถีชีวิตริมคลอง รวมไปถึงภูมิปัญญาในเรื่องอื่นๆ เสริมควบคู่ไปด้วย รวมถึงอีกหลากหลายกิจกรรมที่ชุมชน จัดเตรียมไว้รองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็น **“สื่อกิจกรรม”** ที่ ชุมชนใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารภูมิปัญญาด้วย ดังนั้น

การสื่อสารในระดับบุคคลนี้ ผู้ที่ทำหน้าที่เป็น **ผู้ส่งสาร**จึงมีทั้งผู้นำชุมชน และผู้สื่อความหมายชุมชน

ข. การสื่อสารระดับกลุ่ม/องค์กร/หน่วยงาน การสื่อสารในระดับนี้ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ ในลักษณะการประชุม และใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งแนวดิ่งและแนวนอน โดยผู้นำชุมชนจะเป็นหลักในการทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือ เป็นผู้ส่งสารในการให้การให้ข้อมูลแก่กลุ่ม องค์กร หน่วยงานภายนอก และเป็นผู้นำนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานต่างๆ มาและถ่ายทอดให้แก่สมาชิกในกลุ่มได้รับทราบ ส่วนการเป็นผู้รับสาร หมายถึงการเป็นผู้รับนโยบายจากหน่วยงานภายนอกมาสู่การปฏิบัติโดยกลุ่ม

สรุปได้ว่าชุมชนท้องถิ่นบ้านน้ำเขียวให้ความสำคัญกับการประชุมในทุกระดับ และใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และทำกิจกรรมของกลุ่ม ตั้งแต่รับรู้ รับทราบข้อมูลข่าวสาร รับทราบปัญหา พร้อมทั้งร่วมกันเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน เพื่อให้การจัดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ชุมชนท้องถิ่นบ้านน้ำเขียว เริ่มต้นทำกิจกรรมการท้องถิ่นของชุมชนจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน และกลุ่มเครือข่ายต่างๆ ประกอบด้วยการมีส่วนร่วมในด้านการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมดำเนินการ ร่วมจัดสรรและแบ่งปันผลประโยชน์ และร่วมติดตามประเมินผล สรุปได้ดังนี้

2.1) การร่วมคิด ร่วมวางแผน เป็นการมีส่วนร่วมในฐานะ **“ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต หรือเรียกว่าผู้ส่งสาร”** มักเริ่มต้นด้วยการร่วมวงสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ โดยมีประเด็นเนื้อหาสาระในระยะเริ่มแรก เป็นเรื่อง

ของการบริหารจัดการกลุ่ม การกำหนดแผนกิจกรรม มีการเปิดเวทีให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ ได้มาร่วมสนทนาเสนอแนวคิดสร้างสรรค์กิจกรรม การค้นหาเรื่องราวของชุมชน การสานต่อภูมิปัญญาด้านต่างๆ จากปราชญ์ชาวบ้าน และการส่งเสริมให้ปราชญ์ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท้องถิ่นของกลุ่ม

2.2) การร่วมกำหนดนโยบาย นโยบาย มาตรการ กฎ ระเบียบ ข้อตกลงหรือแนวปฏิบัติร่วมกัน ประเด็นเหล่านี้คือ **“เนื้อหาสาระ”** ซึ่งชุมชนนำมาใช้เป็นกรอบในการยึดถือปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้อยู่ภายใต้บรรทัดฐานเดียวกัน

2.3) การร่วมดำเนินการ ชุมชนท้องถิ่นบ้านน้ำเขียวมีการแบ่งงานและมอบหมายหน้าที่อย่างชัดเจนออกเป็นฝ่ายต่างๆ ในการปฏิบัติกิจกรรมของชุมชน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นขั้นของการลงมือปฏิบัติ โดยแต่ละฝ่ายจะมี **“ช่องทางการสื่อสาร”** หลักที่คล้ายคลึงกันคือ การใช้สื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ

2.4) การร่วมจัดสรรและแบ่งปันผลประโยชน์ เป็นการมีส่วนร่วมในฐานะ **“ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต หรือผู้ส่งสาร”** เช่นเดียวกับขั้นร่วมคิด ซึ่งในการจัดสรรและแบ่งปันผลประโยชน์จะใช้รูปแบบการร่วมประชุมหารือ เพื่อให้มีการจัดสรรอย่างเป็นธรรมต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

2.5) การร่วมติดตาม ประเมินผล สำหรับสมาชิกกลุ่ม/ชุมชน จะมีส่วนร่วมในฐานะ **“ผู้ส่งสาร ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต”** เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ร่วมรายงานปัญหา ชี้แจงผลการดำเนินงาน และร่วมแก้ไขปัญหาในการจัดกิจกรรมการท้องถิ่นของชุมชน สำหรับกรณีนักท้องถิ่นจะมีบทบาทในฐานะ **“ผู้รับสาร”** ซึ่งเป็นผู้ที่สะท้อนความรู้สึก ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดกิจกรรมหรือต่อการร่วมกิจกรรมของชุมชน โดยแสดง **“ปฏิกิริยาได้**

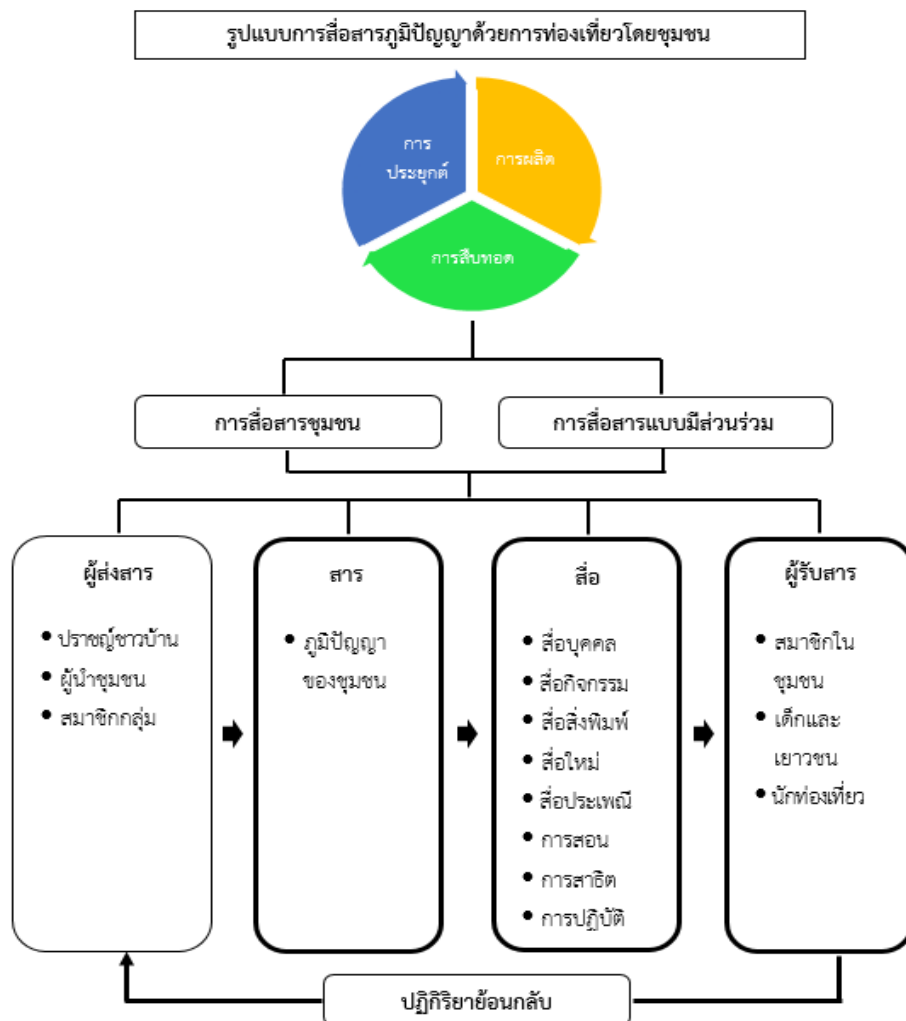
กลับ” (Feedback) เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงแก้ไขต่อไป

สรุปได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว เป็นการมีส่วนร่วมในทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร และทุกระดับของการมีส่วนร่วม เช่นเดียวกับชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อย

3. รูปแบบและกลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3.1 รูปแบบการสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากการศึกษาการสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชนท่องเที่ยวตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว พบว่าชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมีข้อค้นพบทั้งในเรื่องกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญา และวิธีการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยการสื่อสารชุมชน และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่คล้ายคลึงกัน ใช้รูปแบบการสื่อสารตามองค์ประกอบของการสื่อสาร โดยเน้นกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาใน 3 ขั้นตอนหลัก เช่นเดียวกันคือ ขั้นตอนผลิต ขั้นตอนอนุรักษ์/ธำรงรักษา หรือการสืบทอด และขั้นตอนประยุกต์/แก้ไขดัดแปลง ดังแผนภูมิที่ 2



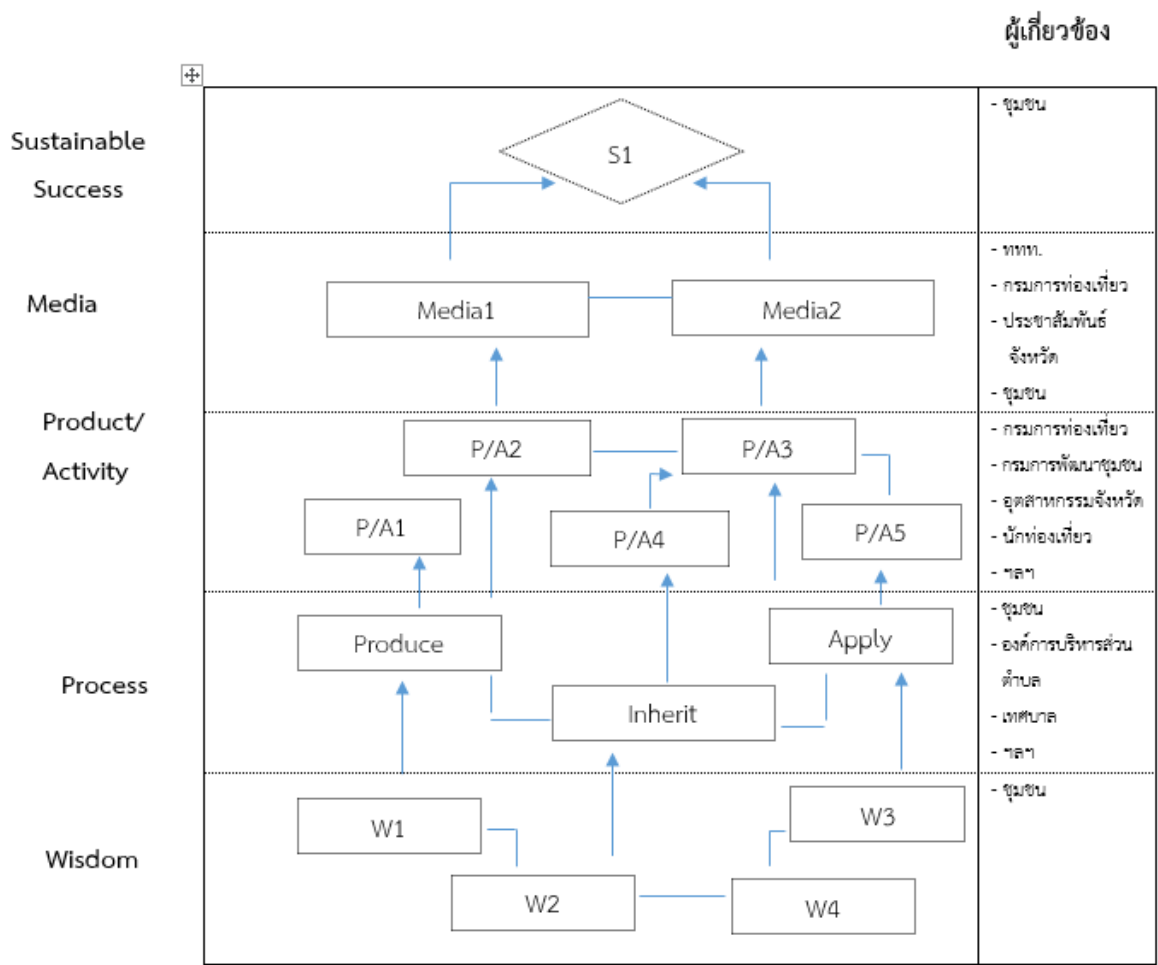
แผนภูมิที่ 2 รูปแบบการสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3.2 กลยุทธ์ในการส่งเสริมการสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผู้วิจัยมีข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เพื่อผลักดันและเสริมพลังให้การสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวมีความเข้มแข็ง และยั่งยืนยิ่งขึ้น ดังนี้

1) สร้างแผนที่นำทางการสื่อสารภูมิปัญญาชุมชนอย่างยั่งยืน (Local Wisdom Roadmap) เพื่อใช้

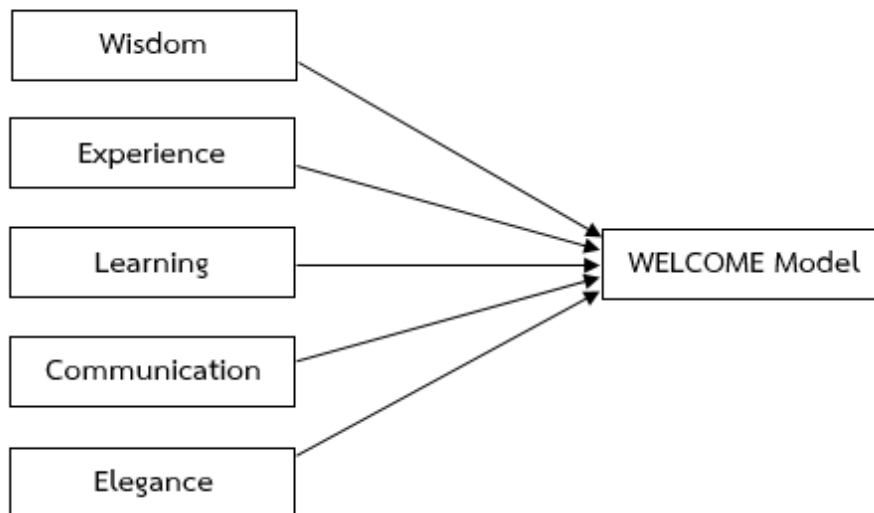
เป็นกลยุทธ์ในการนำไปสู่การสื่อสารภูมิปัญญาในการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างยั่งยืน ตั้งแต่การนำภูมิปัญญา มาสานต่อโดยผ่านกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญา ทั้งในด้านการผลิต การสืบทอด และการประยุกต์ที่เป็นระบบ และผลักดันเพื่อนำไปสู่ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยใช้สื่อที่เหมาะสม ซึ่งท้ายที่สุดก็สามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนได้อย่างยั่งยืน ดังแผนภูมิที่ 3



แผนภูมิที่ 3 แผนที่นำทางการสื่อสารภูมิปัญญาชุมชนอย่างยั่งยืน

2) สร้างกระบวนการเรียนรู้ในการต่อยอดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นองค์ประกอบหลักในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์ตรงและการเรียนรู้ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว โดยให้กิจกรรมจากภูมิปัญญาดังกล่าวเป็นสื่อในการเล่าเรื่อง หรือสื่อสารเรื่องราวในฐานะเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จและความภาคภูมิใจในสิ่งที่งามของชุมชน ด้วยกรอบความคิดเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวคิด WELCOME โมเดล ซึ่งประกอบด้วย W (Wisdom) หมายถึง การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนมารื้อฟื้น ทำ

ความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อสานต่อและสืบทอดอย่างเป็นระบบ E (Experience) หมายถึง การสร้างประสบการณ์ให้กับทั้งสมาชิกในชุมชน และนักท่องเที่ยว ด้วยการลงมือทำด้วยตนเอง L (Learning) หมายถึง การสร้างการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรมแก่นักท่องเที่ยว COM (Communication) หมายถึง การใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น และ E (Elegance) หมายถึง การนำมาซึ่งความสง่างามและความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสืบทอดภูมิปัญญาของชุมชน ดังแผนภูมิที่ 4



แผนภูมิที่ 4 แนวคิด WELCOME โมเดล

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. บริบทชุมชน

1.1 จากการศึกษาพบว่าทั้งชุมชนท่องเที่ยวตำบลไทรน้อย และชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว มีความโดดเด่นในเรื่องของการมีอัตลักษณ์ชุมชนที่ชัดเจน ทั้งสองชุมชนมีการนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถสร้างความยั่งยืน โดยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ขณะเดียวกันมีการนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาสร้างตราสินค้า เพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาดไปด้วย ซึ่งณัฐพงศ์ รักงาม (มปป.) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ท้องถิ่น เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน โดยเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ที่มีการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งกระแสโลกาภิวัตน์นี้เองได้นำไปสู่กระบวนการสร้างท้องถิ่นนิยม (Localism) และเป็นการปลุกจิตสำนึกของชุมชนให้ย้อนกลับมาค้นหาและทบทวนรากเหง้าของตนเอง เกิดการปรับตัวของอัตลักษณ์ชุมชนบางประการ เพื่อความอยู่รอดและยั่งยืน เช่นเดียวกับที่ผลาดชาย รมิตานนท์ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ชุมชนถูกผลิตขึ้น ถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการในวัฒนธรรมของชุมชน มีการสร้างความหมายขึ้นมา ผ่านระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน และนำมาเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้อัตลักษณ์มีความสัมพันธ์กับชุมชนแต่ละพื้นที่ และเป็นสิ่งที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามบริบท และการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม แต่ทั้งนี้ยังคงไว้ซึ่งแก่นแห่งอัตลักษณ์ของชุมชนเช่นเดิม ดังนั้นอัตลักษณ์ชุมชนจึงเป็นเสมือนรากเหง้าหรือวัฒนธรรมทางสังคมที่ถูกประกอบสร้างขึ้น และใช้ยึดเป็นภูมิปัญญาของชุมชนที่สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นและความแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ

จากบริบทของชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งสะท้อนให้เห็นว่า พื้นที่แห่งการท่องเที่ยวมีบทบาทและหน้าที่ที่สำคัญในตนเองในฐานะที่เป็นทุนของชุมชนและสังคม คือ การทำหน้าที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ที่ก่อให้เกิด

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเป็นพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นพื้นที่ที่ประกอบสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของชุมชน

1.2 ผู้นำชุมชน จากการศึกษาพบว่าชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความสามารถในการบริหารจัดการ มีความมุ่งมั่น ตั้งใจ เสียสละเพื่อส่วนรวม และยังเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์เพื่อการพัฒนา และเป็นผู้ที่เป็นต้นแบบในการลงมือทำในกิจกรรมต่างๆ ด้วยตนเอง ซึ่งปัจจัยด้านผู้นำ เป็นพื้นที่ที่สำคัญตัวหนึ่งในการสร้างความสำเร็จให้กับชุมชน

จากการศึกษาพบว่าหน้าที่ชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งประสบความสำเร็จได้ เพราะมีผู้นำชุมชนที่มีคุณลักษณะของความเป็นผู้นำที่พึงประสงค์อย่างชัดเจน นอกจากนี้จากการสังเกตผู้วิจัยยังพบว่า ผู้นำชุมชนทั้งสองแห่งยังมีทักษะและบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่สำคัญและคล้ายคลึงกันในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) เป็นผู้นำที่ทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ รับฟังทุกปัญหาและทุกความคิดเห็นของสมาชิก ทำให้สมาชิกพร้อมเปิดใจรับอย่างเต็มที่ จึงนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานเพื่อชุมชนร่วมกัน

2) เป็นผู้นำที่กล้าเปลี่ยนแปลง แต่เปลี่ยนแปลงบนหลักการและเหตุผลที่เหมาะสม และมีความเป็นไปได้ เพื่อที่จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ และเกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

3) เป็นผู้นำที่ชอบการเรียนรู้ จากการศึกษาพบว่าผู้นำชุมชนทั้งสองแห่ง เป็นผู้ที่มีความใฝ่รู้ และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และมีการนำความรู้ที่ได้รับมาพัฒนากลุ่มได้อย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้สมาชิกได้ร่วมเรียนรู้ไปพร้อมๆ กันด้วย

4) เป็นผู้นำที่เข้าถึงได้ง่าย ให้ความสำคัญกับสมาชิกอย่างเต็มที่ ทั้งการร่วมพูดคุย ปรึกษาหารือ แก้ไขปัญหา

5) เป็นผู้นำที่มีความเป็นกันเอง เป็นผู้นำที่มีทั้งศาสตร์และศิลป์อยู่ในตัวเอง และมีอารมณ์ขัน เพื่อสร้างความคุ้นเคย ความใกล้ชิดกับสมาชิก

๖) เป็นผู้นำที่ใช้การสื่อสารทั้งแนวราบ และแนวดิ่งควบคู่กันไป

จากลักษณะผู้นำของชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งข้างต้น ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เจนจิรา อักษรพิมพ์ (๒๕๖๐) ที่พบว่า กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ลักษณะของผู้นำมีส่วนสำคัญ กล่าวคือ ผู้นำเป็นผู้ที่คนในชุมชนให้ความเคารพนับถือ ยอมรับ มีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการจัดการกลุ่ม มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้เริ่มต้นบุกเบิกการทำกิจกรรมต่างๆ และเป็นผู้ที่ผ่านการพัฒนามาหลายรูปแบบและสม่ำเสมอ จึงมีความรู้ความเข้าใจ มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการได้เป็นอย่างดี และสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาปรับใช้กับชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ในขณะที่ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง (๒๕๖๑) พบว่า ผู้นำเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มชุมชนต้นแบบ จะพบว่า ผู้นำจะเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นผู้สร้างสรรค์กิจกรรม มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความเข้มแข็งอดทน และเสียสละเพื่อส่วนรวม

2. กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยว

จากการศึกษากระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อยและชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมีกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญา ผู้ส่งสาร ได้แก่ ผู้นำกลุ่มและปราชญ์ชาวบ้าน มีบทบาทในการเป็นเจ้าของภูมิปัญญาที่เป็นผู้ทำหน้าที่หลักตลอดทั้งกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญา กล่าวคือ ตั้งแต่การผลิต การอนุรักษ์/ธำรงรักษา การฟื้นฟู ไปจนถึงการประยุกต์ และการสร้างใหม่ โดยผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อวัตถุ (ผลิตภัณฑ์) สื่อประเพณี การสอน และการลงมือปฏิบัติจริงด้วย โดยมีสมาชิกในชุมชน นักท่องเที่ยว กลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นผู้รับสาร และในส่วนของสาร ได้แก่ องค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชน ซึ่งเป็นหัวใจ

สำคัญ และเป็นส่วนที่สามารถปรับเปลี่ยน ยืดหยุ่น และพัฒนาต่อไปได้อีก สอดคล้องกับการศึกษาของพรทิพย์ ชนะคำ (๒๕๔๗) ซึ่งพบว่า ปราชญ์ชาวบ้านยังคงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ในการทำหน้าที่สื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ยังใช้การสาธิต และการเปิดพื้นที่ให้ชาวบ้านและบุคคลภายนอกเข้ามาศึกษาดูงาน เพื่อสร้างความเข้าใจมากยิ่งขึ้น โดยเนื้อหาที่ปราชญ์ชาวบ้านใช้นั้น จะเป็นเนื้อหาที่มาจากประสบการณ์ของปราชญ์ชาวบ้านตามภูมิปัญญา ส่วนสื่อและช่องทางการสื่อสารนั้น เอกวิทย์ ณ ถลาง (๒๕๔๐) ได้กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้โดยลงมือทำ ด้วยการเรียนรู้และสะสมประสบการณ์จริงแบบค่อยเป็นค่อยไป รวมถึงการถ่ายทอดความรู้ด้วยการทำจริง การสาธิต การบอกเล่า เป็นกระบวนการหนึ่งของการสืบทอดและการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เกิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นตลอดเวลาในสังคมไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้เช่นกัน สำหรับสาร ซึ่งพบว่าเป็นองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชนนั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ เณริศ ชัยสุขมงคลลาภ (๒๕๕๒) ซึ่งพบว่าเป็นการร่วมกันค้นหาเรื่องราวของชุมชน เพื่อที่จะนำมาสานต่อและสืบทอดต่อไป โดยไม่เน้นการสร้างใหม่

สำหรับกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งพบว่า มีการให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาที่สำคัญ ๓ ขั้นตอนเหมือนกัน คือ กระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขั้นการผลิต ขั้นการอนุรักษ์/ธำรงรักษา หรือสืบทอด และขั้นการประยุกต์แก้ไข/ดัดแปลง ซึ่งผลการศึกษากระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาในครั้งนี้ มีข้อค้นพบที่ใกล้เคียงกับที่กาญจนา แก้วเทพ (๒๕๔๙) ได้กล่าวไว้ว่า ในการขับเคลื่อนกิจกรรมหรือสื่อพื้นบ้านนั้น มีวงล้อในการขับเคลื่อนที่สำคัญสามวงคือ การสืบทอด การประยุกต์ และการสร้างเครือข่าย ซึ่งเป็นวงล้อที่จะนำไปสู่การใช้ประโยชน์และความยั่งยืน โดยในการสืบทอด

ทอดนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารซึ่งคือผู้ชมหรือนักท่องเที่ยวได้มาชม มาเห็น มาทดลองทำ และนำไปสู่การเข้าใจในวิถีของชุมชนได้อย่างแท้จริง ซึ่งในกระบวนการนี้ผู้ส่งสารจะเป็นผู้เลือกเนื้อหาสาร และสื่อที่จะนำเสนอ และมาใช้สอนให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน ในขณะที่การปรับปรุงยุคนั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องทำเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นเดียวกับผลการศึกษาในครั้งหนึ่งที่พบว่าทั้งสองชุมชนมีการปรับปรุงยุคภูมิปัญญาของชุมชนให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยยังคงแก่น หรือหัวใจสำคัญที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชนเอาไว้เช่นเดียวกัน ส่วนกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญาขั้นการฟื้นฟู และขั้นการสร้างใหม่ ยังไม่ปรากฏโดดเด่นนัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภูมิปัญญา เป็นสิ่งที่สืบทอดต่อกันมา เป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากคนรุ่นหนึ่งถึงคนอีกรุ่นหนึ่ง และเป็นมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมที่สั่งสมกันมาเป็นเวลานาน ดังนั้นการที่จะสร้างใหม่จึงเป็นเหมือนกันมองข้ามในคุณค่าเดิมของภูมิปัญญาที่เป็นรากเหง้า และอาจเป็นการขัดต่ออัตลักษณ์ของชุมชน จึงทำให้ชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งไม่ค่อยให้ความสำคัญกับกระบวนการในขั้นของการสร้างใหม่มากนัก

3. วิธีการสื่อสารภูมิปัญญา

3.1 การสื่อสารชุมชน

จากการศึกษาพบว่าชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่ง มีการสื่อสารชุมชนทั้งระดับภายในชุมชนและระดับภายนอกชุมชน ที่คล้ายคลึงกัน คือ การสื่อสารภายในชุมชน มักใช้การสื่อสารในแนวนอนเป็นหลัก ในรูปแบบการพูดคุยปรึกษาหารือ การประชุมกลุ่มย่อย แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีประชุมเพื่อชี้แจงข้อมูลข่าวสาร การร่วมวางแผนเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่ม การตัดสินใจร่วมกัน การจัดกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม ตลอดจนการประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยมีสื่อบุคคล เป็นแกนหลักที่ทรงประสิทธิภาพ และมีสื่ออื่นๆ เช่น สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์ เสียงตามสาย และสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนการสื่อสารภายนอก

ชุมชน ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ ผู้นำชุมชนจะเป็นหลักในการทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร และใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งแนวนอนและแนวตั้งเช่นเดียวกัน การสื่อสารกับกลุ่มหรือหน่วยงานภายนอก มีทั้งการสื่อสารในเชิงนโยบาย การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมชุมชน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการสื่อสารการตลาด เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพลอยชมพู ฐิตยาภรณ์ (2553) ที่พบว่า การสื่อสารภายนอกชุมชนในระดับองค์กร มักเป็นการสื่อสารเพื่อปรึกษาหารือในเชิงนโยบาย เพื่อการพัฒนา เพื่อการให้ความรู้ และเพื่อการประชาสัมพันธ์ และพบว่า การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนที่ประสบผลสำเร็จเป็นผลมาจากการใช้สื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพ และใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับชุมชน ส่วนการสื่อสารภายในชุมชน มักใช้สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อการประชุม เสียงตามสายและสื่อกิจกรรม เป็นหลัก

จากผลการศึกษาดังกล่าวจะพบว่าการสื่อสารชุมชนมีความสำคัญและมีบทบาทในชุมชนทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสื่อสารชุมชนถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา และการบริหารจัดการหลัก ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ (2557) กล่าวว่า การสื่อสารชุมชน เป็นการสื่อสารที่อยู่ในวิสัยหรืออำนาจที่ชุมชนจะเป็นผู้จัดการการสื่อสารให้เป็นไปตามเป้าหมายของชุมชน เช่น ใช้การสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่คนในชุมชน ใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม ใช้การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน และใช้การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาของชุมชน ทั้งนี้อาจจำเป็นต้องใช้การสื่อสารจากองค์กร หรือหน่วยงานภายนอกเข้ามาหนุนเสริมบ้าง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนให้มากที่สุด

3.2 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวไทรน้อยและชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมคิด/ร่วมวางแผน ร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมจัดกิจกรรม ร่วมแบ่งปันและจัดสรรผลประโยชน์ และร่วมติดตามประเมินผล โดยในแต่ละขั้นตอนจะมีการมีส่วนร่วมจากผู้นำและสมาชิกกลุ่มในรูปแบบต่างๆ ทั้งการเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร มีการกำหนดเนื้อหาสาระผ่านการร่วมกำหนดนโยบายโดยสมาชิก และมีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายในการมีส่วนร่วม โดยมีสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมเป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญ โดยจะพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ชุมชนท่องเที่ยวทั้งสองแห่งดำเนินการอยู่ เป็นการมีส่วนร่วมในทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร และทุกระดับของการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นรูปแบบและแนวคิดของการสื่อสารในกระบวนการทัศน์ทางเลือกใหม่ในการพัฒนา ที่ใช้วิธีการสื่อสารแบบหลากหลาย เน้นการแลกเปลี่ยนและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมดังกล่าว ยังมีทิศทางส่วนใหญ่ที่สอดคล้องกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้กล่าวเกี่ยวกับลักษณะสำคัญของการสื่อสารในการพัฒนาแนวใหม่ไว้ว่า ต้องมีความหลากหลาย เป็นการสื่อสารที่มีขนาดเล็ก สร้างและใช้อยู่ในชุมชน สามารถยืดหยุ่นได้ และมีการแลกเปลี่ยนบทบาทระหว่างกันให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของกรวรรณ เวชชานุเคราะห์ และนิธิดา แสงสิงแก้ว (2556) ที่พบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของพื้นที่ชุมชนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม มีองค์ประกอบของการสื่อสารครบในทุกขั้นตอนกล่าวคือ มีผู้นำทางความคิด หรือผู้นำกลุ่ม เป็นผู้ส่งสารที่สำคัญ ผ่านสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม ไปยังผู้รับสาร ซึ่งผลที่เกิดจาก

องค์ประกอบของการสื่อสารดังกล่าว ทำให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือและการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกลไกสำคัญในการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังเช่นที่พจนนา สวนศรี (2560) กล่าวไว้ว่า หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มุ่งเน้นการบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน และอยู่บนพื้นฐานของภาคภูมิใจในวิถีชีวิต วัฒนธรรมของตนเองและการจัดการทรัพยากรของชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน และหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ยังถูกเติมเต็มด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่ชัดเจน ทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อนให้การสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อเสนอแนะจากการวิจัยออกเป็นข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารและข้อเสนอแนะด้านการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติไว้ดังนี้

1.1 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสาร

1) กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ควรสร้างและสื่อสารให้เกิดการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อสร้างความต่างของพื้นที่และรูปแบบการท่องเที่ยว

2) การสื่อสารถูกรับรู้ในฐานะที่เป็น “เครื่องมือ” ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน ดังนั้นชุมชนควรนำการสื่อสารมาใช้ให้หลากหลาย ทั้งเพื่อการโน้มน้าวชักชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชม เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญา ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญใน

การเปิดประตูบ้านให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ ผ่านสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและน่าสนใจ

3) การกำหนดกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยว รัฐบาลควรนำแผนที่นำทางการสื่อสารภูมิปัญญาชุมชนอย่างยั่งยืน (Local Wisdom Roadmap) จากการศึกษาในครั้งนี้มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการนำไปสู่การสื่อสารภูมิปัญญาในการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการนำภูมิปัญญาของชุมชนมาเป็นฐาน ผ่านกระบวนการสื่อสารภูมิปัญญา ตั้งแต่การผลิต การสืบทอด และการปรับปรุงยุค เพื่อให้เกิดเป็นกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม และใช้กระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่ม เป้าหมายได้หลากหลายช่องทาง ซึ่งจะนำไปสู่การสื่อสารภูมิปัญญาของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน

4) กรมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรนำแนวคิด WELCOME Model มาใช้เป็นกรอบในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งโมเดลดังกล่าวสามารถนำมาใช้ผลักดันให้ชุมชนหันมาให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาของตนเองมากขึ้นได้อีกด้วย

5) สถาบันการศึกษา ควรมีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมหลากหลายมิติ ทั้งในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะทางภาษาต่างประเทศ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงการสื่อสารเพื่อนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย

6) ชุมชนควรปรับปรุงมุมมองนักท่องเที่ยวใหม่ นอกเหนือจากการเป็นผู้รับสาร โดยสามารถเพิ่มบทบาทให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ส่งสารต่อได้อีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการประชาสัมพันธ์

กิจกรรมของชุมชน เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเป็นสื่อบุคคลที่ช่วยเขียนเล่าเรื่องราวประสบการณ์ของตนของชุมชนให้สังคมได้ทราบอีกแรงหนึ่ง

7) ชุมชนควรให้ความสำคัญกับการนำสื่อดิจิทัลมาช่วยในการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน รวมถึงการสื่อสารการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างโอกาสให้กับชุมชน มีการสร้างเนื้อหาสาระที่น่าสนใจเอกลักษณ์ของชุมชนได้ชัดเจน นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านแบรนด์ที่สร้างขึ้นเอง (Brand Experience) และให้เนื้อหาสาระนั้นทำหน้าที่เล่าเรื่อง เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัส

1.2 ข้อเสนอแนะด้านการท่องเที่ยว

1) สถาบันการศึกษา ควรมีการบูรณาการศาสตร์ทั้งทางด้านการท่องเที่ยว นิเทศศาสตร์ และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสรรค์หลักสูตรที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม เช่น การสื่อสารการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างนักสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นรุ่นใหม่ เพื่อสานต่อองค์ความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่นในรูปแบบของการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะหน่วยงานที่ทำหน้าที่หลักในการประชาสัมพันธ์และการตลาด ควรกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ เช่น สร้างการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ แลกเปลี่ยน และแบ่งปัน รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

3) ชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนเอง โดยการเรียนรู้และทำความเข้าใจว่าตนเองมีอัตลักษณ์ในเรื่องใด มีความโดดเด่นในเรื่องใด และมีอะไรเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวบ้าง ที่สามารถนำเสนอต่อยอดเพื่อการท่องเที่ยว โดยไม่จำเป็นต้องสร้างใหม่

1.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาสภาพปัญหาในการสื่อสารภูมิปัญญาของชุมชน และการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ พร้อมเสนอแนะแนวทางแก้ไข โดยนำมิติในเรื่องของเนื้อหาสาระด้านความสอดคล้องต่อภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนมาประกอบ รวมทั้งช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้สามารถแก้ไขได้ตรงประเด็น และเสนอแนวทางที่ตรงกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริง

2) ควรศึกษาแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารภูมิปัญญาเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากประเด็นดังกล่าวเป็นเรื่องใหม่ และสามารถต่อยอดเพื่อพัฒนากระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมในด้านอื่นๆ ได้ต่อไป

3) ควรศึกษาแนวทางการสื่อสาร

ตลาดสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยไม่เสียอัตลักษณ์ของชุมชน และการสร้างแบรนด์สำหรับชุมชนท่องเที่ยวที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นตัวนำเสนอกิจกรรมของชุมชน รวมถึงการสื่อสารถึงคุณค่าของแบรนด์ไปสู่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Brand Communication)

4) ควรศึกษารูปแบบและวิธีการ

สื่อสารภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยวใหม่ๆ หรือชุมชนท่องเที่ยวที่มีการสื่อสารภูมิปัญญาในรูปแบบอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบและหาจุดเด่น จุดด้อย ซึ่งอาจทำให้ได้แนวทางการสื่อสารภูมิปัญญาที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

- กนกพร ทรงเจียรพานิช. (2552). นโยบายและการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามโครงการ “เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- กรวรรณ เวชชานูเคราะห์ และนิธิตา แสงสิงแก้ว. (2556). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสาคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เจนจิรา อักษรพิมพ์. (2560). กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 12 (3).
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2558). อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง. เชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐพงศ์ รังงาม. (มปป.). แนวคิดอัตลักษณ์ท้องถิ่นภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2561. จาก http://202.28.109.66/journalfiles/mcu59_2_06.pdf. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2561.
- ณริศา ชัยสุขมงคลลาภ. (2552). รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดน้ำยามเย็น อัมพวา. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2560. จาก <http://elib.ftu.ac.th/webopac/Record/29447/Description#tabnav>.

- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พจนา สอนศรี. (2560) การท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2561. จาก http://issuu.com/somphopibmaysa/docs/cbt_potjana.
- พรทิพย์ ชนะคำ. (2547). กลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่นของปราชญ์ชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- พลอยชมพู จิตติยาภรณ์. (2553). การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง. (2561). ศักยภาพชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 8(2). สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2562, จาก http://e-jodil.stou.ac.th/filejodil/18_4_622.pdf.
- เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2540). ภูมิปัญญาสีกาควีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2559. จาก <http://www.dasta.or.th/ecatalog/th/component/k2/item/54>