

บทที่ 4

รูปแบบและบทบาทของการสื่อสารของชุมชน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม

การสื่อสารของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาและการอนุรักษ์ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นอย่างมาก โดยเริ่มจากการที่นายชวน ชูจันทร์ หรือผู้นำชุมชนคลองลัดมะยมและประธานคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นผู้คิดริเริ่มสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ชุมชนมีรายได้เสริมพอเลี้ยงชีพ สร้างกิจกรรมชุมชน และที่สำคัญไปกว่านั้นยังเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ชุมชนริมคลองซึ่งมีพร้อมทั้งธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวสวนอย่างยั่งยืนด้วย ซึ่งปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้หาพบได้ยากแล้วโดยเฉพาะในเมืองหลวงอย่างเช่นกรุงเทพมหานคร เนื่องจากพื้นที่ที่เป็นพื้นที่เกษตรดั้งเดิมเหล่านี้มักเป็นเป้าหมายหลักของบริษัทเอกชนที่เข้ามากว้านซื้อที่ดินเพื่อนำไปทำหมู่บ้านจัดสรร

ผู้นำชุมชนจึงถือได้ว่าเป็นสื่อบุคคล และผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่มีบทบาทอย่างมากในการเป็นผู้คิดริเริ่มแนวทางเพื่อพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชน พร้อมทั้งเป็นผู้ส่งสารเพื่อโน้มน้าวให้ชาวชุมชนหันมาตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์แม่น้ำลำคลองและทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ตลอดจนเห็นประโยชน์ของการมีตลาดน้ำคลองลัดมะยมร่วมกัน แต่การที่จะพัฒนาชุมชนตามแนวคิดให้ประสบผลสำเร็จนั้น ก็จำเป็นต้องอาศัยชาวชุมชนโดยรวมที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยกันคิดสร้างสรรค์และพัฒนาต่อยอด เพราะการพัฒนาชุมชนถือเป็นงานของส่วนรวม คนใดคนหนึ่งเพียงคนเดียวคงไม่สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ในที่นี้ จุดเริ่มต้นของการพัฒนาจึงต้องมาจากชุมชนเองก่อนเป็นพื้นฐานและอาศัยการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับสถานการณ์และบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญ

รูปแบบการสื่อสารของชุมชน

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า การสื่อสารของชุมชนที่มีส่วนสนับสนุนให้การพัฒนาชุมชนต้องเกี่ยวข้องยึบบรรลุวัตถุประสงค์ของชุมชนนั้น อาจแบ่งได้เป็นสองส่วนหลัก ๆ ได้แก่

1. การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน

2. การสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

โดยผู้วิจัยพบว่า ในการสื่อสารในสองส่วนหลักดังกล่าว มีรูปแบบการสื่อสารย่อย ๆ แบ่งตามประเภทของสื่อที่ใช้ในชุมชน ซึ่งจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน

ได้แก่ การสื่อสารระหว่างแกนนำชุมชนและชาวชุมชนหรือผู้ค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินงานและกิจการตลาดน้ำให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

จากการศึกษา พบว่า ในการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนนั้น แกนนำชุมชนมักเป็นผู้ส่งสารหลัก การสื่อสารระหว่างแกนนำชุมชนกับชาวชุมชนส่วนใหญ่มีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) โดยเน้นเป็นการสื่อสารในเชิงขอความร่วมมือมากกว่าการสั่งการในเชิงบังคับ นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้นำชุมชนยังได้ใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้ อาจแบ่งรูปแบบการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนคลอลงัดมยะยมได้ดังนี้

1. สื่อบุคคล

สื่อบุคคลถือเป็นสื่อหลักในการสื่อสารภายในชุมชนเกือบทุกระดับ ผ่านการพูดคุยหรือสนทนาทั้งภายในกลุ่มแกนนำชุมชนและสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลอลงัดมยะยมคนอื่น ๆ รวมถึงระหว่างแกนนำชุมชนกับชาวชุมชนหรือกลุ่มผู้ค้า เพราะเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถทราบปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารได้ทันที สามารถนำข้อมูลในการพูดคุยนั้น ไปวางแผนการดำเนินงานต่อไปได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ โดยผู้ส่งสารเป็นได้ทั้งผู้นำชุมชน แกนนำชุมชนและชาวชุมชนด้วยกันเอง

1.1 ผู้นำชุมชน แกนนำชุมชนและคณะกรรมการตลาดน้ำคลอลงัดมยะยม

นายชวน ชูจันทร์ ผู้นำชุมชนคลอลงัดมยะยม มีบทบาทสำคัญเสมือนเป็นศูนย์กลางของชุมชน เป็นแหล่งกระจายข้อมูลข่าวสารและรับทราบเรื่องราวทั้งด้านที่ดีและไม่ดี รวมถึงปัญหาต่าง ๆ เพื่อหาทางแก้ไข ท่าทีของผู้นำชุมชนที่เปิดกว้าง รับฟังและไม่ตัดสินความคิดเห็นของผู้อื่นด้วยอคติของตน จึงมีส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดการสื่อสารสองทางที่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ชาวชุมชนจะไว้วางใจและกล้าที่จะเข้ามาพูดคุย แสดงปฏิกิริยาตอบกลับหรือเปิดเผยความรู้สึกของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบได้อย่างสะดวกใจ ซึ่งนายชวนเองก็ตระหนักในความสำคัญของเรื่องนี้เช่นกัน ดังที่นายชวนได้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวกับวิธีการที่จะสามารถทราบปัญหาของผู้ค้าได้ว่า

มันคล้ายกับหลักที่เราเรียน เรื่องการสื่อสาร...คือทำที่ที่เราติดต่อเขา ทำที่ของพวกเราทุกคนที่มีต่อกันในปัญหา ถ้าเขาคิดว่าการพูดปัญหานั้นไม่ใช่เรื่องยากเย็นอย่างที่คุณคิด ไม่ใช่เรื่องที่ควรจะถูกตำหนิ และเราก็ไม่เคยมีแบบนั้น เขาก็สบาย เป็นการสื่อสารที่ไม่ต้องยุ่งยากอะไรมาก..ใช้การพูดคุยกัน (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

การพูดคุยหรือสนทนาในชุมชนจะเกิดขึ้นในหลายระดับ อาจเป็นกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระที่ต้องการนำมาพูดคุยกัน ได้แก่

1) การสนทนาระหว่างผู้นำชุมชนกับชาวชุมชนหรือผู้ค้าเป็นรายบุคคล เช่น การถามไถ่สารทุกข์สุกดิบของชาวชุมชนหรือผู้ค้า ทั้งที่เป็นคนในชุมชนและคนที่อาศัยนอกชุมชนหรืออยู่ในละแวกใกล้เคียง ว่าพบอุปสรรคปัญหาใด ๆ หรือไม่ในการดำเนินการร้านค้าของตนเอง รวมถึงการขอความร่วมมือและตรวจตามการปฏิบัติตามระเบียบที่ตกลงร่วมกันในหมู่ผู้ค้าและคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม หากพบปัญหา ก็จะได้มีการช่วยเหลือแก้ไขได้ทันที่

2) การสนทนากลุ่มย่อยภายในคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมเพื่อปรึกษาหารือและตัดสินใจในเรื่องสำคัญ ๆ เกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาด อาจเป็นเรื่องที่ไม่จำเป็นต้องขอความเห็นของผู้ค้าหรือเรื่องที่ไม่จำเป็นต้องดำเนินการโดยเร่งด่วน เช่น การซ่อมแซมโรงเรือนที่เป็นตัวตลาดน้ำหรือการขยายและทำพื้นที่ลานจอดรถให้อยู่ในสภาพที่ดี

นอกจากนี้ ผู้นำชุมชนยังถือเป็นสื่อบุคคลที่มีผลในการโน้มน้าวคนในชุมชนให้มาเห็นด้วยกับความคิดริเริ่มในการพัฒนาชุมชนตั้งแต่จุดเริ่มต้น อย่างไรก็ตาม การสื่อสารของผู้นำชุมชนนั้น หากใช้การสื่อสารด้วยการพูดคุยเพียงอย่างเดียว อาจมีน้ำหนักรับฟังเพียงพอ ผู้นำชุมชนจึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารด้วยการกระทำอย่างจริงจังให้ชาวชุมชนเห็นเป็นแบบอย่างว่าสิ่งนั้น ๆ สามารถทำได้จริง และเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม แม้ว่าจะมีคนบางกลุ่มไม่เห็นด้วยนักในเบื้องต้น ผู้นำชุมชนก็ไม่ได้แสดงท่าทีขัดแย้ง แต่ตัดสินใจพิสูจน์ด้วยการลงมือกระทำให้เกิดผลเป็นรูปธรรมเลย

ตัวอย่างเช่น การที่นายชวนพาเรือเก็บขยะในคลอง ในช่วงที่เขาเพิ่งกลับมาอยู่ที่ชุมชนอีกครั้ง ภายหลังจากที่ไปทำงานอยู่จังหวัดลำปางหลายปี และพบว่าคลองเริ่มถูกปล่อยปละละเลยให้เสื่อมโทรม เต็มไปด้วยขยะ ซึ่งในระยะแรกชาวชุมชนทั่วไปอาจมองด้วยความสงสัยว่า นายชวนมาทำเช่นนี้เพื่อหวังผลประโยชน์ส่วนตัวหรือไม่ หรือบางคนก็มองว่า นายชวนจบการศึกษาระดับสูง แต่ทำไมต้องมาพาเรือเก็บขยะ ทำแล้วก็ไม่เห็นว่าจะเกิดประโยชน์แต่อย่างใด ดังที่นายสุรชัย รุณบุญรอด หนึ่งในแกนนำชุมชนและสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัด

มะยม กล่าวว่า “พี่ชวน..หลังจากจบปริญญาโทที่ธรรมศาสตร์แล้ว แกสบอปัดอำเภอก็ได้..เรียกว่า ตัดเสื้อผ้าเรียบร้อย แต่ทำไมไปรายงานตัว ..ก็มาเลี้ยงเปิด มาพายเรือตกชยะ ...เขาก็เลยบอกว่า มันบ้า มันเพี้ยนกันไปหมดแล้ว!” (สุรัชย์ รุณบุญรอด, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

แม้จะมีคำติว่าหรือกระทบกระเทือนที่ทำให้เสียกำลังใจอยู่ไม่น้อยจากคนบางกลุ่ม แต่นายชวนก็ไม่เคยย่อท้อ ยังคงมุ่งมั่นทำตามแนวคิดของตนต่อไป เพื่อจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนและละแวกใกล้เคียงเริ่มหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์คลอง เมื่อเวลาผ่านไป จึงเริ่มมีคนยอมรับในความตั้งใจดีต่อชุมชนของเขาและเข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือมากขึ้น ดังที่นายสุรัชย์ให้สัมภาษณ์ว่า ในภายหลังก็เริ่มมีคนในชุมชนจำนวนมากพอสมควรที่เข้ามาอาสาช่วยเหลือผู้นำชุมชนในเรื่องของการอนุรักษ์คลอง

มีครับ ...มีเยอะ อย่างที่บอกว่า การที่เราทำอะไร ทำจริง ทำจริง ๆ จัง ๆ ..ทำเพื่อส่วนรวมจริง ๆ ไม่ได้ทำเพื่อส่วนตัว มันก็เหมือนเป็นอาณัติสั่งทำให้ เป้าหมายบรรลุ ประสบความสำเร็จได้ แล้วอีกอย่าง..ความใจซื่อมือสะอาดนี้ ไม่ต้องพูดถึงเหมือนกัน ถ้าคนอย่างพี่ชวนโกง ประเทศนี้ก็ต้องมีใครมาทำงานด้วยแล้วละ (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

บุคลิกลักษณะของนายชวนที่เป็นคนมุ่งมั่นตั้งใจทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมนี้เอง ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างศรัทธาในหมู่ชาวชุมชน รวมถึงดึงเครือข่ายญาติและเพื่อนร่วมอุดมการณ์ให้เข้ามาสนับสนุนและช่วยเหลือเขาได้เป็นอย่างดี จนกระทั่งเกิดการรวมตัวแกนนำชุมชนและการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม

จากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์เกี่ยวกับลักษณะการทำงานของชุมชนคลองลัดมะยม ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่มาร่วมทำงานกับนายชวน โดยเป็นสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้น ส่วนใหญ่ล้วนเป็นผู้ที่รู้จักชอบพอ รู้นิสัยใจคอกับนายชวนมานานพอสมควร บางคนไม่ใช่คนในพื้นที่แต่มีแนวคิดในการทำงานที่สอดคล้องกัน รวมถึงหลายคนก็เป็นญาติกันห่าง ๆ ซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชนและรู้จักคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี เห็นความตั้งใจในการทำงานต่าง ๆ ของผู้นำชุมชนมาโดยตลอด ทำให้มีความไว้วางใจกันเป็นทุนเดิม จึงมารวมตัวช่วยกันทำงาน ดังที่นายสุรัชย์ รุณบุญรอด กล่าวว่า ตนเองไม่ใช่คนในพื้นที่ แต่ก็เข้ามาร่วมงานกับผู้นำชุมชน เพราะมีแนวคิดที่เป็นไปในทางเดียวกัน คือต้องการทำงานเพื่อชุมชน “ตัวผมเองก็ไม่ใช่คนในชุมชนนี้...ผมเข้ามาก็ด้วยเหตุว่า ความคิดคล้าย ๆ กัน น่าจะไปในทางเดียวกันได้” (สุรัชย์ รุณบุญรอด, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

นายสุรัชย์ยังกล่าวติดตลกอีกว่า “...เขาเรียกว่า..คนบ้า ไม่มีที่ระบายอารมณ์ ก็ต้องมาระบายกับคนบ้าด้วยกัน ..” (สุรัชย์ รุณบุญรอด, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551) ทั้งนี้ ก็เพราะการทำงานตรงนี้ บางคนก็หาว่าบ้า มาทำก็ไม่ได้ผลประโยชน์อะไรเป็นขึ้นเป็นอัน เพราะชุมชนคลองลัดมะยมเองก็ไม่ใช่ชุมชนที่ได้รับการจดทะเบียน นายชวนเองก็ไม่ได้เป็นผู้นำชุมชนด้วยตำแหน่งทางราชการจึงไม่มีเงินเดือนหรือค่าตอบแทนอะไร แต่สิ่งที่ทำให้ผู้นำชุมชนสามารถโน้มน้าวใจและดึงผู้ร่วมอุดมการณ์เหล่านี้มาร่วมงานได้ ก็เพราะความมุ่งมั่นตั้งใจและความเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และผลตอบแทนที่มีค่าที่ได้รับก็คือการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนแบบยั่งยืนนั่นเอง

นอกจากนี้ ยังมีบุคคลอื่นอีกหลายท่านที่แม้ไม่ได้มีรายชื่ออยู่ในคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม เนื่องจากบางท่านไม่ใช่คนในพื้นที่ หรือมีงานประจำอยู่และมาช่วยงานได้เป็นครั้งคราวเท่านั้น แต่ก็ยังอาสาเป็นส่วนเสริม ช่วยในงานที่ตนเองถนัด มีบทบาทเป็นเสมือนที่ปรึกษาของคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมด้วย ตัวอย่างเช่น

- นายมนัส แก้วคำ เป็นคนในพื้นที่และเป็นหนึ่งในคณะกรรมการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร ประจำแขวงบางระมาด เป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องการทำสวน จึงมาช่วยเป็นวิทยากรให้ความรู้ทางการเกษตรเป็นครั้งคราว เพราะมีงานหลักคือการทำสวน

- นายประจวบ เหมือนโพธิ์ ซึ่งไม่ได้อยู่ในชุมชน เคยเป็นกำนันตำบลบางพรหม หลังจากนั้นได้ดำรงตำแหน่งเป็น สมาชิกสภาเขต (สข.) ตลิ่งชัน และเป็นประธานศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร ประจำแขวงบางพรหมด้วย นายประจวบได้ช่วยเหลือในเรื่องการของบประมาณจากเขตมาช่วยปรับปรุงพื้นที่ที่เป็นไปเพื่อสาธารณประโยชน์ของตลาดน้ำ เช่น การตลาดยางปรับปรุงพื้นที่ลานจอดรถ เป็นต้น

- เรือตรีประกาศ พูนบำเพ็ญ ซึ่งอาศัยอยู่บริเวณคลองบางเชือกหนัง เขตภาษีเจริญ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับชุมชนคลองลัดมะยมโดยตรง แต่ด้วยเหตุที่มีแนวคิดสอดคล้องกับผู้นำชุมชนจึงมาช่วยงานด้วยใจ เวลาที่มีประชุมก็จะเดินทางมาให้ความคิดเห็น ให้ความรู้หลายอย่าง นอกจากนี้ ท่านยังทำงานที่สถานีวิทยุชุมชนด้วย บางครั้งจึงได้ช่วยนำข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำไปประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างยิ่งขึ้น

- นายอรรถ กัญภัย ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นผู้ช่วยสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร เป็นประธานศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร ประจำแขวงบางระมาด พร้อมทั้งเป็นอาสาสมัครกรมคุมประพฤติ ก็เป็นอีกท่านซึ่งถือว่ามีบทบาทสำคัญมาก แม้ไม่ได้อาศัยอยู่ในชุมชน แต่ก็มาช่วยพูดคุย แสดงความคิดเห็นเมื่อมีการประชุมต่าง ๆ เสมอ เช่น เมื่อมี

บางกอกฟอรั่มมาทำกิจกรรมจัดวางสนทนากับชาวชุมชน และเมื่อผู้นำชุมชนขอความช่วยเหลือ เช่น ขอให้ช่วยเป็นวิทยากรนำคณะนักท่องเที่ยวหรือนักเรียนที่มาศึกษาดูงานเที่ยวชมสวน เพราะนายอรรถเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องพันธุ์ไม้ต่าง ๆ นอกจากนี้ นายอรรถ ยังเป็นอาสาสมัครพาผู้ถูกคุมประพฤติมาทำงานบำเพ็ญประโยชน์ที่ตลาดน้ำด้วย เช่น อำนวยความสะดวกในการจอดรถให้นักท่องเที่ยว และเก็บขยะในคลอง ฯลฯ ซึ่งถือเป็นอีกกิจกรรมที่ช่วยสร้างสีสันให้ตลาดน้ำได้พอสมควร

ทั้งนี้ บุคคลเหล่านี้ ส่วนใหญ่ผู้นำชุมชนจะชักชวนมา และต่างก็เต็มใจเข้ามาช่วยเหลือด้วยสายสัมพันธ์ส่วนตัว คือรู้จักสนิทสนมกันมาก่อนกับผู้นำชุมชนและมีแนวคิดใกล้เคียงกันในเรื่องของควมมีใจรักในการทำงานเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่แต่ละท่านจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับชุมชนคลองลัดมะยมในเรื่องการเกษตรมากกว่างานของตลาดน้ำโดยตรง แต่การสนับสนุนในเรื่องของเกษตรก็เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวในตลาดไปในตัว ตัวอย่างเช่น การเป็นวิทยากรนำเที่ยวชมสวน หรือการพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์และพื้นที่ในสวน ซึ่งก็เป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้มาเยือนได้มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาธรรมชาติไปในตัว

ดังที่นายสุรัชย์ รุณบุญรอด ให้สัมภาษณ์ถึงการเข้ามาช่วยงานของแกนนำ และกรรมการว่า “ส่วนใหญ่พี่ชวนจะไปชวนมา ใช้ความรู้รัก ความเป็นญาติบ้าง ความเป็นเพื่อนบ้าง หรือความดีที่เขามี พอเอ่ยปากกับใคร เขาก็ให้ความช่วยเหลือมาตลอด” (สุรัชย์ รุณบุญรอด, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

นอกจากนี้ แม้กระทั่ง นายบุญช่วย ปานพรม ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินเป็นที่ตั้งของตลาดน้ำคลองลัดมะยมในปัจจุบัน ในส่วนที่ขยายออกไปทางฝั่งเหนือของถนนบางระมาด ทั้งยังเป็นบิดาของคุณไฉน ขาวเจริญ หนึ่งในแกนนำชุมชนและคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมอีกท่านหนึ่ง ผู้เป็นญาติห่าง ๆ ของผู้นำชุมชน ก็ยังให้การยอมรับในตัวผู้นำชุมชนด้วย กล่าวคือ เนื่องจากนายบุญช่วยนั้นถือว่าสูงวัยพอสมควรและอยู่ในชุมชนมานาน เห็นและรู้จักนิสัยใจคอของนายชวนมาตั้งแต่เด็ก มีความไว้วางใจนายชวนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงยินยอมมอบให้บุตรสาวหรือคุณไฉนดูแลที่ดินของครอบครัวและบริหารจัดการเรื่องตลาดน้ำร่วมกับนายชวนกันไปเอง รวมทั้งเมื่อมีหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ มาติดต่อเกี่ยวกับชุมชนหรือตลาดน้ำ นายบุญช่วยก็จะยกให้เป็นบทบาทของนายชวนเลย ดังที่นายระพีพัฒน์ เกษโกศล เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน กองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นอีกองค์กรหนึ่งที่เข้ามาสนับสนุนในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “...เจ้าของที่ก็อายุ 87 แกก็เคยพูด

ว่า มีอะไรก็คุยกับลุงชน คุณชนเป็นคนดี บอกว่าเชื่อได้ เจ้าของที่เขาให้เครดิตกับคุณชนเยอะ” (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, สัมภาษณ์, 21 สิงหาคม 2551)

ภายหลังจากการจัดกิจกรรมรณรงค์ทำความสะอาดคลองร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน ผู้นำชุมชนไม่ต้องการให้กระแสนุรักษ์คลองเกิดขึ้นวูบหนึ่งแล้วก็หายไป ต้องการให้คนช่วยกันรักษาคคลองในระยะยาว จึงคิดสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมอันจะเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง ในเวลานั้น คนบางกลุ่มไม่ค่อยสนับสนุนความคิดของเขานัก แต่ไม่ได้มีความขัดแย้งอย่างรุนแรงแต่อย่างใด เพียงแต่คนเหล่านั้นเกรงว่าจะทำได้ไม่สำเร็จ เห็นได้จากการที่กลุ่มคนเหล่านั้นไม่มาเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งในกรณีเช่นนี้ การสื่อสารของผู้นำชุมชนและคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่แสดงถึงความมุ่งมั่นตั้งใจทำอย่างจริงจัง มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนในชุมชนอย่างมาก

ดังที่คุณไฉน ชาวเจริญ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในเวลานั้น ไม่ได้มีใครออกมาพูดแย้งความคิดริเริ่มสร้างตลาดอย่างชัดเจน แต่ก็มีบางส่วนที่ไม่มาเข้าร่วมกิจกรรมหรือขายของที่ตลาด ซึ่งอาจเป็นเพราะกลัวว่าทำไปแล้วจะไม่ประสบความสำเร็จ แต่ตนก็ได้ชักชวนและเน้นย้ำว่า ถ้าสู้ต่อไป ก็น่าจะทำได้

เราไม่ได้ถามเขา แต่เขาคงกลัวไม่มีใครมาซื้อ ...เพราะเขามักจะถามกันว่า 'ใครจะมา?'...แต่เราบอกว่า..ทำไปเถิด! มันต้องมีมา เพราะว่าเราขายตรงโน้น (พื้นที่เดิม) ก็พอมีสื่ออะไรมาบ้างแล้วนะ...เอ้า! สู้ต่อไป ดูสักพักหนึ่งว่าจะเป็นอย่างไร...เราก็ว่าอย่างนี้ (ไฉน ชาวเจริญ, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2552)

ในที่สุด ตลาดน้ำคลองลัดมะยมก็ก่อตั้งขึ้นเป็นผลสำเร็จ มีคนรู้จักและมาเที่ยวที่ชุมชนมากขึ้น ชาวชุมชนเองก็มีรายได้มากขึ้นด้วย แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าจะเป็นการพายเรือเก็บขยะในคลอง หรือการสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นกิจกรรมของชุมชน สิ่งเหล่านี้ หากมีเพียงแต่การเสนอแนวคิดพูดคุยกับชาวบ้าน ชาวบ้านเองก็อาจยังไม่มั่นใจว่าจะทำได้จริง หรือจะเกิดประโยชน์ต่อตนเองและชุมชนได้อย่างไร ดังนั้น ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมจึงเลือกที่จะลงมือกระทำ โดยเริ่มจากการสร้างตลาดเล็ก ๆ บริเวณร้านอาหารลุงชน ก่อนต่างร่วมกันดำเนินการเพื่อให้ชาวบ้านเห็นผลเป็นรูปธรรม เมื่อมีคนรู้จักตลาดมากขึ้น มีสื่อเข้ามาให้ความสนใจมากขึ้น ผลสำเร็จเหล่านี้มีส่วนอย่างมากในการโน้มน้าวให้คนในชุมชนเกิดศรัทธาในตัวผู้นำชุมชนและคณะกรรมการตลาดน้ำฯ ทำให้ชาวบ้านเริ่มคล้อยตาม เข้ามาให้ความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจกันสร้างตลาดน้ำของชุมชนด้วยความยินดี กระทั่งบางคนที่เคยไม่เห็นด้วย เพราะกลัวว่าตลาดจะไม่ประสบความสำเร็จ และไม่มาเข้าร่วมกิจกรรมที่ตลาดในตอนแรก ก็ต้อง

เปลี่ยนใจกลับมาเข้าร่วมในที่สุด หลังจากนั้น จึงค่อย ๆ ขยับขยายต่อไป ตามกำลังและศักยภาพของชุมชนที่มีอยู่

ตัวอย่างเช่น นางอภิมย์ แก้วคำ เจ้าของร้านขายขนมครกบ้านก้อย ผู้ค้าในตลาดท่านหนึ่งซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในตอนแรกก็ยังไม่เห็นด้วยกับความคิดของนายชวน เพราะกลัวจะทำได้ไม่สำเร็จ แต่มาระยะหลังก็เห็นว่า มีคนรู้จักตลาดมากขึ้น คลองสะอาดขึ้น และการมีตลาดก็ช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้เลี้ยงตัวได้ จึงเริ่มเข้ามามีส่วนร่วม

ตอนแรกก็ไม่เห็นด้วย กลัวจะไปไม่ได้ เพราะคนยังไม่รู้จักมาก และคนก็ไม่รู้จักลุงชวนมาก ลุงชวนแกไปชวนชาวบ้านแถวนี้ ถ้าไม่มีลุงชวนก็ไม่มีคนรู้จักคลอง แต่ตอนหลังดูว่าเสาร์อาทิตย์ก็มีคนมา ชาวบ้านมีรายได้ วันธรรมดาก็ทำสวนได้ ก็เลยเห็นด้วยและมาขาย (อภิมย์ แก้วคำ, สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2552)

นอกจากนี้ ในเรื่องของการวางระเบียบสำหรับผู้ค้า แกนนำชุมชนก็จะใช้วิธีการสื่อสารเป็นเชิงขอความร่วมมือมากกว่าจะเป็นการขู่บังคับ บางเรื่องถ้าอนุโลมได้ เช่น การสวมเสื้อม่อฮ่อมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ชุมชนชาวสวน หากไม่สะดวกใส่ทุกครั้งด้วยความจำเป็นต่าง ๆ ก็มีการอนุโลมให้ แต่ผู้นำชุมชนก็จะใส่เสื้อม่อฮ่อมเป็นปกติให้เป็นแบบอย่าง ส่วนระเบียบบางอย่างเป็นไปเพื่อความสะอาดเรียบร้อยและรักษาสีสิ่งแวดล้อม ก็จำเป็นต้องปฏิบัติโดยพร้อมเพรียงกัน เช่น การรักษาความสะอาด ซึ่งแม้ไม่ได้ใช้วิธีการบังคับ แต่นอกเหนือจากการขอความร่วมมือด้วยการบอกเหตุผลที่ผู้ค้าต้องยอมรับแล้ว ผู้นำชุมชนก็จะคอยหมั่นตรวจสอบเดินดูสอดส่องการปฏิบัติของผู้ค้ารายต่าง ๆ อยู่เสมอด้วย ทั้งสอดส่องด้วยตนเองและมีผู้ช่วยดูแลเป็นฝ่ายสุขาภิบาลเหล่านี้ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า การรักษาความสะอาดเป็นเรื่องที่สำคัญที่ควรให้ความสำคัญและปฏิบัติตามระเบียบ เพราะผู้นำชุมชนให้ความสนใจในเรื่องเหล่านั้น หากร้านใดไม่ปฏิบัติตาม ก็มีการตักเตือน เมื่อเตือนหลายครั้งเข้า ประกอบกับร้านค้าส่วนใหญ่ก็ปฏิบัติตาม ผู้ค้ารายนั้น ๆ ก็จะตระหนักว่าควรปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามคนส่วนใหญ่ เพราะเป็นเรื่องที่ทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม เช่น การออกกระบียงในเรื่องการเก็บทำความสะอาดหลังจากเลิกขายแล้วว่า ห้ามเทน้ำทิ้งหรือล้างชามในคลอง ต้องไปล้างในที่ที่กำหนดไว้ให้เท่านั้น รวมถึงการสวมหมวกและผ้ากันเปื้อน หรือการใส่ถุงมือหยิบอาหารเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยด้วย

เช่น ฝ่ายสุขาภิบาล มาถามว่า...ทำไมคุณไม่ใส่หมวก เวลาขายอาหารหลังจากผมพูดไปครั้งหนึ่งก็อาจจะยังเฉย ๆ... แต่บอกว่า..นี่ ผมมาพูด 3-4 หนแล้วนะ...ไม่ได้แล้ว ต้องใส่แล้ว...ผ้ากันเปื้อน ทำไมไม่ใส่ เล็บทำไมไม่ตัด

ถุงมือ..ถ้าสัมผัสอาหารโดยตรง มันต้องใส่ถุงมือละ อย่าเอามือไปจับโดยตรงนะ...ต้องมีวิธีการ...มีเวลา...มีระยะทิ้งช่วงให้เขาตัดสินใจเล็กน้อย...เขาจะได้ไม่รู้สึกวุ่นวาย...ไม่ยากทำเลย...เพราะว่ามันเป็นเรื่องใหม่ ก็ต้องเข้าใจว่าคนที่ติดนิสัยทำอะไรมา 30 ปี อยู่ ๆ มาบอกให้เปลี่ยนแล้วจะเปลี่ยนได้เลย มันไม่มีหรอก...ก็ต้องบอกเขาจนเขายอมรับ มันไม่ใช่บังคับ (อภิรมย์ แก้วคำ, สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2552)

1.2 ชาวชุมชนหรือผู้ค้า

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ชาวชุมชนหรือผู้ค้าด้วยกันก็สามารถเป็นสื่อบุคคลในการปรับพฤติกรรมของผู้ค้าด้วยกันเองได้เป็นอย่างดี เพราะธรรมชาติของคนที่เคยชินกับสิ่งที่ปฏิบัติมานาน การจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจึงอาจเป็นเรื่องค่อนข้างยาก เพราะเป็นเรื่องใหม่ แต่ก็จำเป็นต้องปรับเพื่อให้ตอบสนองการพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวและรองรับผู้มาเยือน จึงจำเป็นต้องให้ความรู้ความเข้าใจไปพร้อม ๆ กับการใช้พฤติกรรมกลุ่ม (Peer pressure) เป็นตัวกำหนด เพราะพฤติกรรมกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมบุคคลได้เร็วยิ่งขึ้น ซึ่งวิธีการแสดงท่าทีของผู้นำชุมชนที่ไม่เป็นการขู่บังคับจนเกินไปก็มีส่วนทำให้ชาวชุมชนสามารถยอมรับได้ไปโดยปริยาย

นอกจากนี้ ชาวบ้านด้วยกันเอง ก็ยังเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญในการสื่อสารแบบ “บอกปากต่อปาก” เพื่อแจ้งข่าวสารในหมู่ผู้ค้าได้ด้วย เช่น การแจ้งผู้ค้าว่าจะมีการประชุมเมื่อใด และนัดหมายเชิญให้ผู้ค้ารายต่าง ๆ มาเข้าประชุมด้วย บางครั้งคนที่เดินเก็บค่าเช่าที่ขายของรายวันก็จะเป็นผู้นำสารมาบอกแล้วให้ผู้ค้าบอกต่อ ๆ กันไป ดังที่ผู้ค้ารายต่าง ๆ ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการเรียกประชุม ดังนี้

“การเรียกประชุม ใช้วิธีบอกต่อ ปากต่อปาก” (กิงกมล คนชื่อ, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2552)

จะมีคนมาบอกว่าประชุมนะ ช่วงประมาณ 4-5 โมงเย็นหลังตลาดปิด แม่ค้าจะบอกต่อ ๆ กัน หรือออกอากาศ หรือบางที่คุณไฉนก็เรียกประชุมที่บ้านคุณไฉน โดยฝากลูกสาวเดินบอกว่าวันนี้มีประชุม ถ้าไม่มีใครว่างก็ประกาศไมค์อย่างเช่น บางที่มีคนเดินเก็บเงิน (ค่าเช่า) ช่วงบ่าย คนเก็บเงินก็จะเป็นคนเดินบอกข่าว (สิริกาญจน์ เทียนถนนอม, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2552)

หากผู้ค้ารายใดไม่สะดวก ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ ภายหลังจากที่มีการประชุมไปแล้ว การบอกต่อปากต่อปากก็เป็นช่องทางการสื่อสารง่าย ๆ อีกช่องทางหนึ่งระหว่าง

ผู้ค้า ในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับการประชุมที่เพิ่งผ่านไปให้ได้รับทราบโดยทั่วกันด้วย โดยเฉพาะเมื่อเป็นเรื่องสำคัญ ๆ ที่ผู้ค้าทุกคนควรทราบ ดังที่ผู้ค้ารายต่าง ๆ ได้ให้สัมภาษณ์ สอดคล้องกัน เมื่อถามถึงว่า หากไม่ได้เข้าร่วมประชุม จะรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการประชุมได้อย่างไร ดังนี้

“เดี่ยวเพื่อน ๆ เขาก็บอกกัน..ใกล้เคียง เขาก็บอก...คุยว่า วันนั้นเขาคุยเรื่องหนัก มาหน่อย เช่น เรื่องค่าเช่า...เออ มันหนักนะ...เดี่ยวเขาก็ลือกันละ” (จำสืบเอกชิน เรื่องศรี, สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2552)

“เขาก็ต้องมาบอกต่อ...(ผู้ค้าอื่น ๆ) บอกต่อกัน” (ณรงค์ บัณลังษ์, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2552)

“รู้เรื่อง..ก็จะมีพวกแม่ค้าด้วยกันจะมาเล่าให้ฟัง จะบอกต่อ ๆ กันว่าให้ทำอะไร มีอะไรเพิ่มเติม” (มารยาท ชูพัก, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2552)

อาจกล่าวได้ว่า สื่อบุคคลจึงเป็นสื่อที่ใช้กันอยู่ตามธรรมชาติและปกติของชุมชน เพราะโดยปกติคนในชุมชนและผู้ค้าด้วยกัน เมื่อผ่านไปมา พบปะกัน ก็พูดคุยไต่ถามทุกข์สุขกันตามปกติ มีปัญหาอะไรก็พูดคุยหารือกันอยู่เนือง ๆ หรือสำหรับผู้ค้า มีข่าวสารความเปลี่ยนแปลงอะไร ก็ต้องบอกต่อกันเพื่อให้ปฏิบัติตนกันได้ถูกต้อง ส่วนในเรื่องที่ต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของชาวชุมชน เพื่อให้ได้ความร่วมมือร่วมใจของชุมชนโดยรวม นอกเหนือจากการพูดคุยเพื่อขอความร่วมมือแล้ว ก็อาจจำเป็นต้องใช้การกระทำให้เห็นเป็นแบบอย่างและพฤติกรรมกลุ่มโน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงตามที่ต้องการด้วย

2. สื่อการประชุม ได้แก่ สื่อที่มุ่งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมารวมตัวกัน เพื่อแจ้งข่าวสารและเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้แสดงความคิดเห็นเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเกี่ยวกับชุมชน ในที่นี้มี 2 รูปแบบคือ

2.1 การจัดวงสนทนา หรือเรียกว่า “วงสุนทรีสนทนา” (Dialogue) ซึ่งเป็นการสนทนากลุ่มใหญ่ระหว่างคนในชุมชนส่วนใหญ่เกือบทั้งหมด ตั้งแต่ 10-15 คนขึ้นไป โดยบางกอกฟอรัมเป็นองค์กรไม่ใชรัฐ (NGO) ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารด้วยวิธีนี้ เพราะเป็นรูปแบบการสื่อสารที่สนับสนุนให้ชาวชุมชนได้มีโอกาสหันหน้ามารับฟัง พูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้สึกต่อกัน ทั้งในด้านบวกและด้านลบ เพื่อตกผลึกเป็นความต้องการร่วมกันของชุมชนโดยรวมทั้งหมด ทั้งนี้ การจัดวงพูดคุยจะไม่ได้มีการจัดขึ้นบ่อยนัก แต่จะพิจารณาตามโอกาสและความเหมาะสมหรือสถานการณ์ในเวลานั้น ๆ เป็นหลัก

การสนทนากลุ่มใหญ่นี้ ได้มีการจัดขึ้นทั้งก่อนที่จะสร้างตลาดน้ำและระหว่างที่พัฒนาตลาดน้ำขึ้นมา ถือเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้คณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้ทราบถึงความต้องการของคนในชุมชนโดยรวม รวมถึงความสุขของคนในชุมชนที่แท้จริงที่ไม่ได้อยู่ที่การร่ำรวยเงินทองมหาศาล แต่เป็นความเอื้ออาทรซึ่งกันและกันภายในชุมชน มีชีวิตแบบพออยู่พอกินดังที่นายชวนให้สัมภาษณ์ว่า

ต้องพูดคุย...กลุ่มเล็กก็ได้ กลุ่มใหญ่ก็ได้ ..ผมเคยถามว่า ความสุขของคุณคืออะไร ให้ทุกคนพูดเลย ทุกวันนี้คุณอยู่ ใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านมีความสุขไหม บางคนก็ร้องไห้ ไม่มีความสุขเลย เป็นโรคโน่นเป็นโรคนี้ ป่วยเรื่อยเลย...บางคนบอกไม่มีความสุข อยากให้คนอยู่กันเหมือนเดิม ...เอื้ออาทรต่อกัน มีอะไรก็แบ่งปันกัน ช่วยเหลือกัน ไม่ทะเลาะเบาะแว้งกัน.. นี่ความสุขของเขา ที่เขาพูด...ที่นี่ เราสรุปมาแล้ว ไม่มีใครพูดว่า อยากมีเงินเยอะๆ อยากมีแค่พอมีพอกินไปได้เท่านั้นพอ ไม่อดไม่อยาก อยู่กันอย่างฉันมิตร แล้วก็มาสรุปได้ว่า ความสุขของเขาคือตรงนี้นะ (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

ข้อมูลจากการพูดคุยในวงสนทนา จะเป็นประโยชน์ต่อการนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาตลาดน้ำว่าควรจะเป็นไปในทิศทางใด เพื่อให้ตอบสนองเป้าหมายสูงสุดคือการเป็น “ตลาดน้ำแห่งความสุขของทุกคน” ให้มากที่สุด

2.2 การประชุม ในที่นี้ ได้แก่ การประชุมระหว่างคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมกับชาวชุมชนซึ่งเป็นผู้ค้าในตลาด เพื่อแจ้งข่าวสาร ระเบียบปฏิบัติและการเตรียมตัวในเรื่องต่าง ๆ โดยมักจะใช้เวลาในช่วงเย็นของวันเสาร์หรืออาทิตย์หลังจากตลาดเลิก เพื่อปรับให้สอดคล้องกับความสะดวกของผู้รับสาร เพราะผู้ค้าในตลาดมีทั้งผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนและมาจากละแวกใกล้เคียงหรือภายนอกชุมชน วันจันทร์ถึงศุกร์จึงไม่สะดวกที่จะมาพบปะกัน ด้วยต่างคนต่างมีภารกิจ เช่น ผู้ค้าที่เป็นคนในชุมชนก็ต้องดูแลพื้นที่สวนของตนหรือผู้ค้าจากภายนอกก็ต้องไปขายของที่อื่น ๆ ด้วย การจะนัดประชุมให้พร้อมเพรียงกันทั้งหมดจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก จึงถือโอกาสเอาวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ซึ่งเป็นวันที่ผู้ค้าทุกคนต้องมาที่ตลาดเพื่อขายของอยู่แล้ว เป็นวันที่มาประชุมกัน

อย่างไรก็ตาม ทางคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมไม่ได้มีการกำหนดตายตัวว่าจะต้องประชุมกันทุกวันที่เท่าใดหรือเดือนละกี่ครั้ง โดยอาจจะเรียกประชุมเมื่อมีเรื่องสำคัญจะต้องประชาสัมพันธ์ให้ผู้ค้าทราบ นอกจากนี้ หากเห็นว่าเริ่มห่างเหิน ไม่ได้คุยกันนานแล้ว

ก็จะมีการเรียกประชุมกันครั้งหนึ่ง เพื่อทราบความเป็นไปของตลาด หากใครมีเรื่องอะไรที่ต้องการนำเสนอก็สามารถนำเข้ามาคุยในที่ประชุมได้ แต่ก็มีกฎวางไว้คร่าว ๆ เช่นกันว่า ควรมีการประชุมพูดคุยกันอย่างน้อยเดือนละครั้ง โดยปรับตามสถานการณ์และความเหมาะสม เพราะชาวบ้านแต่ละคนมีภาระส่วนตัวดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ดังที่ นายชวน ชูจันทร์ แสดงความเห็นว่าการกำหนดตายตัวว่าต้องประชุมพร้อมเพรียงกันทุกวันที่นั้น ๆ เป็นเรื่องที่หนักเกินไปสำหรับชาวบ้าน

การประชุมให้พร้อมกันค่อนข้างยาก... อาจจะประชุมบ่อยขึ้น วันนี้ 10 คน พรุ่งนี้ 10 คน ก็ครบทั่วตลาดแล้ว ไม่ต้องมากแล้วคนนี้ไม่ว่าง เวลานั้นไม่ว่าง .. ที่จริงก็มีการพูดคุยกันพอสมควร ..บ่อย ๆ ตามประสา อย่างเช่น.. เดือนนี้ไม่ได้คุยกันเลย ก็มาคุยกันหน่อย มีอะไรก็ว่าไป... เดือนละครึ่งถือว่าปกติ (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

ในประเด็นของความถี่ในการประชุมกับชาวชุมชนนี้ นายสุรัช รุณบุญรอด ได้กล่าวเสริมว่า “...วิถีแห่งชุมชนชาวสวนจริง ๆ เข้าขึ้นเข้าสวนทำงาน เย็นกลับบ้าน นั่นคือวิถีชุมชนจริง ๆ ถ้าจะต้องมีการประชุมหรือว่าออกมาบ่อย ๆ บางครั้งงานเขาเสียหาย เราก็ต้องเห็นใจเขาด้วย ถ้ามีใครเป็นตัวเชื่อมสักคนหนึ่งก็น่าจะดี...” (สุรัช รุณบุญรอด, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

แสดงให้เห็นว่า ในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ผู้ส่งสารก็จำเป็นต้องปรับรูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ ด้วย เช่น หากเป็นในสังคมเมือง ผู้คนแข่งขันกับเวลา ต่างมีภาระหน้าที่ที่ถูกกำหนดไว้ชัดเจนและต้องทำให้สำเร็จ ภายใต้เงื่อนไขเวลาที่กำหนด ก็มักต้องใช้การประชุมแบบเป็นทางการ มีวาระแน่นอน แต่ในสังคมที่ยังมีลักษณะของวิถีชนบทอย่างเช่นชุมชนคลองลัดมะยม ผู้คนยังคงประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีภาระงานประจำที่ต้องดูแลสวนและส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการบริหารจัดการ การที่มีผู้นำชุมชนที่มีความรู้และประสบการณ์คอยเป็นศูนย์กลางรับข้อมูลจากภายนอก มาถ่ายทอดและจัดสรร แบ่งภาระรับผิดชอบกันไปตามความถนัดของแต่ละบุคคล เป็นผู้ตัดสินใจในภาพรวมแล้ว นัดประชุมแบ่งงานหรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้ชาวชุมชนได้รับทราบเพื่อจะได้เตรียมการปฏิบัติตนได้ถูกต้อง เช่นนี้ ก็น่าจะเป็นการเหมาะสม ตลอดจนช่วยให้เกิดประสิทธิผลของการสื่อสารและผลสำเร็จของงานได้มากกว่า

การประชุมจึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับตลาดน้ำเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ รับทราบถึงปัญหาพร้อมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแก้ปัญหาร่วมกัน อันจะมีผลต่อการดำเนินการที่สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งการประชุม

ยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถใช้ในการทำความเข้าใจกับผู้ค้าเกี่ยวกับเป้าหมายและกำหนดภาพของตลาดที่ต้องการให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสได้อีกด้วย ดังที่นายชวนกล่าวว่า “...ต้องทำเงื่อนไขในการบริหารจัดการ ให้เขาเห็นว่าภาพตลาดเป็นอย่างไร ผมก็จะบอกเขาว่า ภาพตลาดนี้คืออย่างไร ตลาดน้ำแห่งความสุขของทุกคนนะ ใครทำหน้าที่อะไร เป้าหมายเราคืออะไร..ตลาดสีเขียว .. ตลาดปลอดภัย...” (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ชาวชุมชนหรือผู้ค้า พบว่า ในช่วงแรก ๆ ของการดำเนินกิจการตลาดน้ำ จะมีการประชุมบ่อยครั้ง แต่เมื่อการจัดการต่าง ๆ เริ่มเป็นระบบมากขึ้นแล้ว ความถี่ในการประชุมก็ลดลง ส่วนใหญ่มักเรียกประชุมเมื่อจะมีการจัดงาน เช่น ก่อนวันหยุดนักขัตฤกษ์หรือเทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ค้าเตรียมตัว หรือเมื่อมีความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญกับตลาดที่ต้องการแจ้งหรือทำความเข้าใจกับผู้ค้า และขอความร่วมมือให้ปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมกันต่าง ๆ แต่หากใครมีเรื่องที่เห็นว่าน่าจะมีการพูดคุยกันในประเด็นต่าง ๆ เช่น ปัญหาที่พบในการดำเนินการตลาด แล้วมาแจ้งแก่ผู้นำชุมชน ก็อาจมีการเรียกประชุมในประเด็นนั้น ๆ เช่นกัน

“แรก ๆ มีประชุมบ่อย ..เรื่องว่า จะพัฒนาตลาดอย่างไร ปรับปรุงอย่างไร ดึงลูกค้าอย่างไร ทำอย่างไรให้ลูกค้ามาแล้วประทับใจ ส่วนมากจะให้เราเสนอแนะ...ประชุมเรื่องการดูแลลูกค้า ความสะอาด จัดสถานที่ ประชาสัมพันธ์ โฆษณา” (เชิดศักดิ์ ประไพทอง, สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2552)

“ก็มีประชุม แต่ระยะหลังไม่ค่อยบ่อย แรก ๆ ประชุมเยอะ บางทีเดือนหรือสองเดือนครั้งหนึ่ง เดียวนี้อาจจะแจ้งให้ทราบ..ก็ไม่ค่อยเป็นทางการ” (ปราโมทย์ เลิศสถาพร, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2552)

เวลาจะมีกิจกรรมหรืออะไรที่หนึ่งนี้ เขาก็เรียกประชุม...ตั้งแต่มาอยู่ที่นี่ เขาก็ประชุมอยู่สองครั้งเท่านั้นเอง...ส่วนมากก็เป็นการเตรียมตัวนะ เช่น จะมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น อย่างช่วงนั้น เขามีทีวีหรืออะไรจะมาถ่ายทอด...ขอให้คนขายของแต่งตัวอย่างนั้นอย่างนี้...แล้วก็ช่วยทำให้สะอาดเรียบร้อย (อุไรวรรณ หาญณรงค์, สัมภาษณ์, 2 สิงหาคม 2552)

จากข้างต้น สอดคล้องกับที่นายสุรัชย์ รุณบุญรอดให้สัมภาษณ์ว่า ในช่วงเริ่มต้นดำเนินกิจการตลาดน้ำ ได้มีการประชุมกับชาวชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อวางแผนหรือแนวทางการปฏิบัติสำหรับผู้ค้าในเรื่องต่าง ๆ ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยเงื่อนไขในที่นี้ ได้แก่ การกำหนดระเบียบข้อปฏิบัติร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ตลาดน้ำตามเป้าหมาย

ดังกล่าวข้างต้น โดยระเบียบหลัก ๆ ที่ทางผู้นำชุมชนและคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม ได้ขอความร่วมมือผู้ค้าให้ปฏิบัติตาม ได้แก่

- 1) การรักษาความสะอาดของพื้นที่ร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ
- 2) การสวมหมวกและผ้ากันเปื้อน โดยเฉพาะผู้ค้าอาหาร เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ

ในความสะอาด

3) การใช้กระบะใบตองเป็นภาชนะใส่อาหารที่ขาย เพื่อสร้างเอกลักษณ์วิถีชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง

- 4) การสวมเสื้อม่อฮ่อม เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของความเป็นชุมชนชาวสวน

ทั้งนี้ เรื่องการรักษาความสะอาดจะเป็นเรื่องที่แกนนำชุมชนให้ความสำคัญมากที่สุด เห็นได้จากการที่ผู้นำชุมชนจะคอยเดินสอดส่องอยู่เสมอ ส่วนเรื่องอื่น ๆ เช่น การแต่งกาย อาจไม่ได้มีการบังคับให้ผู้ค้าทุกคนทำตามระเบียบข้างต้นอย่างเข้มงวดแต่อย่างใด แต่แกนนำชุมชนก็จะใช้วิธีการขอความร่วมมือและให้เหตุผลดังที่ได้กล่าวมาแล้ว พร้อมทั้งทำเป็นแบบอย่างด้วย เช่น การสวมใส่เสื้อม่อฮ่อมอยู่เสมอ จากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย ร้านค้าเกือบทั้งหมดปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมกันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะการสวมหมวกและผ้ากันเปื้อน แต่เรื่องการสวมเสื้อม่อฮ่อมกับการใช้กระบะใบตองใส่อาหารนั้นยังมีผู้ค้าบางรายที่มีข้อจำกัดส่วนตัว ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามได้อย่างสมบูรณ์ ส่วนใหญ่จึงใช้วิธีปฏิบัติตามโอกาสและความเหมาะสม

ตัวอย่างเช่น จำสับเอก ชิน เรื่องศรี ผู้ค้าต้นไม้บริเวณลานจอดรถด้านหน้าทางเข้าตลาดน้ำ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ระเบียบของคณะกรรมการในเรื่องการแต่งตัวก็เป็นสิ่งที่ดี ในการสร้างระเบียบวินัยและเอกลักษณ์ความเป็นวิถีชาวบ้าน ซึ่งตนเองก็ใส่ แต่บางครั้งถ้ามีภารกิจต้องไปประชุมหรือปฏิบัติหน้าที่ในราชการก็ไม่ได้ใส่ เพราะไม่สะดวก ดังที่ จำสับเอก ชิน กล่าวไว้ว่า “เป็นแนวคิดที่ดี...แต่เมื่อเราไปธุระ...อย่างวันนี้จะมีประชุม ก็แต่งม่อฮ่อมไม่ได้” (ชิน เรื่องศรี, สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2552)

นางเพิ่ม วันสอน ผู้ค้าขนมตาล ขนมกล้วยและขนมฟักทองในตลาด ก็ให้สัมภาษณ์ว่าตนเองพบข้อจำกัดในการที่จะใช้กระบะใบตองใส่อาหารเช่นกัน เพราะต้องไปขายขนมหลายแห่งและขายเกือบทุกวัน ต้องเตรียมขนมจำนวนมาก ทำให้ไม่มีเวลาพอจะเย็บกระบะใบตอง จึงได้คุยกับนายชวนว่าไม่สะดวกที่จะปฏิบัติตามระเบียบข้อนี้ แต่ในส่วนอื่น ๆ ก็ยินดีปฏิบัติตาม เช่น การสวมหมวกและผ้ากันเปื้อน ซึ่งก็ยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ดี สร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในเรื่องของความสะอาด

ดังนั้น ในส่วนของการปฏิบัติตามระเบียบต่าง ๆ แกนนำชุมชนจึงไม่ได้มีการบังคับผู้ค้าว่าต้องทำตามอย่างเคร่งครัด แต่ก็ขอความร่วมมือ เพราะถ้าหากทำก็จะเกิดประโยชน์แก่ตนเองและชุมชนโดยรวม ดังที่นายสุรัชย์ได้กล่าวเสริมว่า “...ถ้าคุณทำ คุณก็ได้ประโยชน์กับตัวคุณเอง คุณไม่ทำก็แล้วแต่คุณ เราไม่ถึงขั้นว่า คุณไม่ทำ คุณต้องออกจากที่นี่ไปนะ ไม่ใช่ขนาดนั้น ยังเป็นหลักอะลุ่มอล่วยกันอยู่” (สุรัชย์ รุณบุญรอด, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2552)

จะเห็นได้ว่า การจัดวงสนทนากับการประชุมโดยทั่วไปของชุมชนนั้น ถือเป็นสื่อที่มีรูปแบบ (Form) ใกล้เคียงกัน คือเป็นการสื่อสารสองทางที่ต้องการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้แสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) เพื่อให้ผู้ส่งสารได้นำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการดำเนินการเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับชุมชนและตลาดน้ำต่อไป อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า เนื้อหา (Content) ในการสื่อสารสองรูปแบบนั้น ยังคงมีความแตกต่างกันเล็กน้อย กล่าวคือ วงสนทนาเป็นช่องทางสื่อสารที่ทำให้ได้รับรู้ความคิดความรู้สึกที่อาจสะท้อนถึงอารมณ์เบื้องต้น (Sensational) ได้มากกว่าการประชุม เพราะต้องอาศัยความใกล้ชิดสนิทสนมและความไว้วางใจที่จะเปิดเผยข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้ต่อกันได้ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการ ความทุกข์ ความสุขต่าง ๆ ในขณะที่เนื้อหาสารในการประชุม มักจะเป็นเรื่องกฎ ระเบียบและข้อตกลงร่วมกัน ดังนั้น การสื่อสารในรูปแบบของการจัดวงสนทนาจึงมีความเคร่งครัดน้อยกว่าการประชุม มีเป้าหมายที่ต้องการรับรู้ไปถึงความรู้สึกที่แท้จริงภายในแต่ละบุคคล จึงเป็นการสื่อสารที่ต้องสร้างการมีส่วนร่วมให้ทุกคนในวงได้มีโอกาสพูดโดยเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ บุคคลที่เกี่ยวข้องที่มากระทำการสื่อสารในวงสนทนายังอาจจำกัดวงแคบเข้ามา อยู่ในวงเฉพาะคนในชุมชน เช่น การพูดคุยกันในเฉพาะชุมชน เพื่อทราบความต้องการของคนในชุมชนและกำหนดจุดยืนในการพัฒนาชุมชน หลังจากนั้นจึงมีการตัดสินใจร่วมกันและมอบหมายความรับผิดชอบในเรื่องนั้น ๆ ให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง แต่การประชุมเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจการตลาดน้ำ เช่น การขอความร่วมมือจากผู้ค้าในการปฏิบัติตามข้อตกลงต่าง ๆ ทำให้ต้องเกี่ยวข้องกับผู้ค้าที่มาจากภายนอกด้วย

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการจัดวงสนทนาหรือการประชุม ก็ถือว่าเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่จะช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนด้วยกันได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (Human Communication) ที่เปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารสองทางได้มากด้วยลักษณะที่เป็นสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face Communication) ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้เห็นปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างกันได้ทันที จึงเป็นช่องทางที่ช่วยสร้างความคุ้นเคยสนิทสนมระหว่างคนในชุมชน

และทำให้แกนนำชุมชนได้รับรู้ความรู้สึกนึกคิดของชาวชุมชนรวมถึงผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและการดำเนินงานเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมด้วย เพราะเมื่อคนในชุมชนมีความคุ้นเคยกันแล้ว ก็จะมีความสะดวกใจที่จะเปิดเผยความรู้สึกของตนเองมากยิ่งขึ้น เนื้อหาสารที่นำมาพูดคุยกันจึงมีหลากหลาย นับตั้งแต่เรื่องทั่วไป สารทุกข์สุกดิบ ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ในชุมชน เช่น การดำเนินการของตลาดน้ำ นอกจากนี้ หากมีความเข้าใจผิดในหมู่ชาวบ้าน แกนนำชุมชนก็จะสามารถทราบและชี้แจงเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องได้ทันที

3. ใบปลิว

เนื่องจากผู้ค้าในตลาดนั้น มีทั้งผู้ที่อยู่ในชุมชนและมาจากภายนอกซึ่งมีภาระต้องไปขายของที่อื่น ๆ ต่อ ทำให้บางครั้งไม่สามารถเข้าร่วมประชุมโดยพร้อมเพรียงกันได้ จึงอาจพลาดข้อมูลข่าวสารที่ควรทราบไป ดังนั้น หลังจากที่มีการประชุมกันแล้ว ทางคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม จึงได้มีการพิมพ์ใบปลิวลงกระดาษขนาด A4 สรุปบันทึกการประชุมแจกผู้ค้ารายต่าง ๆ เมื่อมาขายของในสัปดาห์ต่อไปด้วย เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ค้าได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นที่มีการประชุมกัน มติที่ประชุม รวมถึงความเป็นไปในตลาดโดยทั่วกันอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) และเป็นการสื่อสารเชิงวัจนภาษา (Verbal Communication)

4. เสียงตามสาย

บริเวณลานจอดรถด้านหน้าตลาดน้ำ จะมีเรือนเล็ก ๆ ตั้งอยู่ ภายในมีเครื่องเสียงสำหรับประกาศเสียงตามสาย ถือเป็นจุดศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์เรื่องต่าง ๆ แก่ผู้ค้าและผู้มาเยือนในแต่ละวันที่มีการเปิดตลาด เสียงตามสายนี้ ถือเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว เมื่อมีข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ก็สามารถประกาศผ่านไมโครโฟนหรือเสียงตามสายได้โดยทันที เช่น การนัดหมายผู้ค้ามาประชุม หรือการขอความร่วมมือร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับแขกหรือบุคคลสำคัญผู้มาเยือน

นอกจากนี้ ในการเรียกประชุมผู้ค้า บางครั้งการใช้วิธีบอกปากต่อปาก สารอาจตกหล่นไปไม่ทั่วถึง การประกาศเสียงตามสายจะเป็นการตอกย้ำอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้แน่ใจว่า ผู้ค้าในตลาดได้รับทราบโดยทั่วกัน อีกทั้ง หากมีบุคคลสำคัญหรือคณะบุคคล เช่น ที่ผ่านมา เมื่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือคณะนักท่องเที่ยวที่มากับเจ้าหน้าที่กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มาเยี่ยมเยือนและศึกษาดูงานที่ตลาดน้ำ ก็จะมีการประกาศเสียงตามสาย เป็นการต้อนรับและกระจายข่าวสารให้ทั้งผู้ค้าและนักท่องเที่ยวได้รับทราบและเตรียมตัวสำหรับการมาเยือนของท่านเหล่านั้นด้วย ดังที่ผู้ค้ารายหนึ่งให้สัมภาษณ์ว่า “เขาเพียงแค่บอก กระจายเสียง บอก

ทางไมค์ ออกเสียง ประชาสัมพันธ์สื่อสารทางเสียง..เครื่องเสียงเขามี...วันนั้นนะ วันนั้นนะ ผู้ว่าฯ เขาจะมา เวลานั้น ขอให้พวกเรา ทำความสะอาดร้านให้ดูสวยงาม ผู้ว่าฯ เขาจะได้เบาใจ” (ชิน เรืองศรี, สัมภาษณ์, 11 กรกฎาคม 2552)

5. สื่อกิจกรรม เป็นรูปแบบการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งในชุมชนที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชาวชุมชน และปลูกจิตสำนึกให้ชาวชุมชนเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ชุมชนด้วย สื่อกิจกรรมหลัก ๆ ในชุมชน ได้แก่

5.1 การจัดกิจกรรมอาสาสมัครในชุมชน

กิจกรรมอาสาสมัครถือเป็นสื่อที่ดึงให้คนในชุมชนมามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลองและสิ่งแวดล้อม ในที่นี้ ได้แก่ กิจกรรมอาสาสมัครเก็บขยะในคลอง ซึ่งอาสาสมัครที่เข้ามาร่วมไม่ได้จำกัดว่าต้องเป็นวัยใด ที่ผ่านมาก็มีทั้งเด็กและผู้ใหญ่ กิจกรรมดังกล่าวไม่ได้กำหนดเป็นตารางเวลาแน่นอน ทั้งนี้ เป้าหมายของกิจกรรมนี้ ไม่ใช่การเก็บขยะให้หมดเกลี้ยง เพราะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก แต่เป้าหมายที่แท้จริงคือ ต้องการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนหันมาตระหนักที่จะไม่ทิ้งขยะลงในแม่น้ำลำคลองมากกว่า ดังที่นายชวนได้ให้สัมภาษณ์ว่า “เป้าหมายเราจริง ๆ แล้วไม่ใช่เก็บให้หมด เพราะอย่างไรก็ไม่หมด แต่เป้าหมายคือ ต้องการสร้างจิตสำนึกให้กับคนที่อยู่ริมคลอง คนที่พบเห็นว่า ต้องช่วยกัน...ขยะไม่มีวันหมด ถ้าคุณยังทิ้ง ไม่ใช่ขยะหมดเพราะว่าคุณเก็บ ..มันจะหมดเมื่อคุณไม่ทิ้ง” (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 19 มิถุนายน 2551)

ในการเก็บขยะก็จะใช้เรือที่นายชวนมีอยู่เป็นพาหนะ หรือบางครั้งในกรณีที่อาสาสมัครมาจำนวนมาก ก็อาจขอความสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยทางเจ้าหน้าที่เขตก็ให้ความสนับสนุนเป็นอย่างดี ทั้งอุปกรณ์และเรือที่ใช้ในการเก็บขยะ เพราะเป็นกิจกรรมที่ดีและเป็นการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ เนื่องจากลำพังแม้ว่าทางเขตจะเป็นหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาด เก็บขยะในคลองอยู่ตลอด แต่ถ้าหากคนที่อยู่อาศัยริมคลองเอง ไม่ร่วมมือกันที่จะไม่ทิ้งขยะหรือของเสียลงคลอง ก็จะเป็นภาระหนักสำหรับคนที่เก็บ เพราะเก็บอย่างไรก็ไม่วันหมดหรือสะอาดได้ ซึ่งทุกวันนี้ ผู้นำชุมชนก็มองว่า คนในชุมชนก็เริ่มที่จะตระหนักในเรื่องนี้มากขึ้นแล้ว

นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมอาสาสมัครเก็บขยะ ยังเป็นส่วนหนึ่งที่อาจช่วยลดความขัดแย้งในชุมชนได้ เช่น ในกรณีที่มีคนบางกลุ่มไม่เห็นด้วยกับการสร้างตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในช่วงเริ่มต้น แต่ในเวลาต่อมา กลุ่มคนที่เห็นด้วยกับความคิดการสร้างตลาดน้ำก็ได้ร่วมกันดำเนินการต่าง ๆ เพื่อพิสูจน์ว่า การมีตลาดน้ำของชุมชนไม่ได้เป็นการสร้างความเดือดร้อนให้คนในชุมชนแต่อย่างใด อาจจะมีกิจกรรมที่น่าหนักท่องเที่ยวไปในคลอง แต่ก็ไม่ได้ทำ

ความรบกวนให้แก่ชาวบ้าน นอกจากนี้ ยังช่วยเก็บขยะในคลอง รักษาความสะอาดให้ด้วย เหล่านี้ เป็นส่วนที่จะชี้ให้คนในชุมชนเห็นเป็นรูปธรรมว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการสร้างตลาดน้ำคือ ประโยชน์ของชาวชุมชนส่วนรวม ไม่ใช่การแสวงกำไรหรือเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจแต่อย่างใด

จากที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าเป้าหมายทางการท่องเที่ยวจะไม่ใช่ว่า เป้าหมายหลักของการสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมขึ้นมา แต่ก็จำเป็นต้องมีสิ่งที่ดีดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามา เพื่อให้ชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้า และจุดเด่นของตลาดแห่งนี้ก็คือ ธรรมชาติ พื้นที่สวนและแม่น้ำลำคลอง จึงต้องมีการดูแลรักษาความสะอาดอยู่เสมอ เมื่อ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแล้วพบว่า มีการจัดการเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสะอาดเป็นอย่างดี ก็จะไม่แปลกใจกับลูกค้าและชาวชุมชน สิ่งเหล่านี้ ถือเป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งที่กระตุ้นจิตสำนึกของชาวชุมชนได้ด้วย

ทุกอย่างเป็นการสื่อสารทางอ้อม เราอาจไม่ต้องบอกว่า ต้องรักษาคลอง แต่คนที่มาเที่ยวตลาดเขาบอกว่าคลองสวย น้ำใส พุดให้แม่ค้า พุดให้คนของเรา ได้ยินบ่อย ๆ มันก็เป็นทางอ้อมที่จะเตือนจิตสำนึกเขาว่า..ที่เขามา เขาอาจจะไม่ชอบขนมที่คุณทำนะ อาจจะไม่อยากกินอะไรที่คุณขายหรอก แต่เขาบอกว่า อยากจะมานั่งไต่ต้นไม้เย็น ๆ... นี่ต่างหากที่จะเตือนเขาว่า คนอยากจะมาเห็นคลองสะอาด นี่ก็เป็นตัวหนึ่งที่จะสื่อให้เขาได้เห็น (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

5.2 การสอนต่อเรือจำลอง

เป็นกิจกรรมซึ่งนายสุรัชย์ รุณบุญรอด เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเป็นวิทยากร เนื่องจากนายสุรัชย์เองเป็นผู้มีความรู้และความถนัดในเรื่องเรือและการต่อเรือ จึงมีความคิดริเริ่มในการจัดพื้นที่บริเวณใกล้บ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑสถานเรือจำลอง ให้เป็นสถานที่สำหรับเปิดสอนการต่อเรือจำลองประเภทต่าง ๆ แก่คนในชุมชนและละแวกใกล้เคียง โดยเฉพาะเยาวชน

นายสุรัชย์กล่าวว่า การจะโน้มน้าวให้คนตระหนักในความสำคัญของการอนุรักษ์คลองนั้น ต้องทำให้คนเกิดความคุ้นเคยกับคลองและหันมาใช้คลองเสียก่อน ในขณะที่ปัจจุบันคนใช้คลองกันน้อยลง ทั้งในการสัญจรและการบริโภคอุปโภค ดังนั้น การสร้างกิจกรรมให้เยาวชนมาเรียนต่อเรือ จึงอาจเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เยาวชนเริ่มมีความเชื่อมโยงกับคลอง เพราะเมื่อต่อเรือได้สำเร็จ ก็ต้องนำไปเล่นในแม่น้ำลำคลอง โดยเริ่มจากเด็ก ๆ ในชุมชนก่อน

เราเรียกร้องให้คนอนุรักษ์ดูแลคลอง แต่ผมถามว่าตอนนี้คนเราใช้คลองกันขนาดไหน บ้านที่อยู่ริมคลองบางครั้งรดน้ำต้นไม้ยังใช้น้ำประปาเลย

เพราะฉะนั้น ทำอย่างไร...ถ้าเราไม่มีความคุ้นเคย ไม่มีความสนิทกับคลอง..

เราห่างเหินคลอง...เลยคิดว่า ในฐานะคนต่อเรือ ผมจะเอาเรื่องนี้ละ เป็นสื่อให้

คนเข้าไปหาคลอง (สุรัชย์ รุณบุญรอด, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2552)

ดังตัวอย่างที่กล่าวมา เมื่อเด็ก ๆ ได้นำเรือไปเล่นในคลองแล้ว ก็จะเริ่มเกิด ความสนใจที่จะลงไปพายเรือจริง ๆ เมื่อได้พายเรือก็จะมีกิจกรรมให้ช่วยกันพายเรือ เก็บขยะไปด้วย ช่วยสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ รักษาความสะอาดของคลอง นอกจากนี้ ที่ผ่านมามีผู้นำ ชุมชนที่เคยพาเด็ก ๆ ในชุมชนและละแวกใกล้เคียงไปลองเรือ เรียนรู้ความเป็นมาของชุมชนและ สำรวจคุณภาพแวดล้อมต่าง ๆ การใช้พื้นที่ทั้งของหมู่บ้านจัดสรรและสวนริมคลอง เมื่อเด็ก ๆ ได้ มองเห็นและเปรียบเทียบด้วยตัวเอง มีการตั้งคำถามว่า พวกเขามีความคิดความฝันจะอย่างไร ต่อไปในอนาคตกับสิ่งที่เขาเห็น คือไม่ได้เป็นการชักจูงโดยตรงหรือบอกสั่งให้เด็ก ๆ ต้องทำอะไร แต่ผู้ใหญ่ในชุมชนจะเป็นผู้ชี้แนะ ให้ความรู้ และกระตุ้นให้เด็กได้คิดและเลือกตัดสินใจในสิ่งที่พวกเขา คิดว่าเหมาะสมต่อไป

จากข้างต้น แสดงให้เห็นว่า สื่อกิจกรรมมีส่วนสำคัญในการสร้างจิตสำนึก ของชาวชุมชนในการรักษาความสะอาดและช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติ แม่น้ำลำคลองอันเป็น จุดเด่นของตลาดน้ำได้เป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ต้องอาศัยการใช้สื่อบุคคลร่วมด้วย ได้แก่ การที่ผู้นำ ชุมชน แกนนำชุมชน รวมถึงสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมคนอื่น ๆ ร่วมกันโน้มน้าวและสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างชาวชุมชนให้มาร่วมกันพัฒนาชุมชน แสดงถึงความตั้งใจจริง ในการทำงานเพื่อชุมชน และการดำเนินการแบบค่อยเป็นค่อยไปในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับคน ในชุมชนอย่างต่อเนื่องว่าตลาดน้ำสำหรับชุมชนสามารถเกิดได้จริง จนกระทั่งหน่วยงานภายนอก ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้เห็นผลงานที่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม เป็นโอกาสให้ชุมชนได้รับความ สนับสนุนในด้านต่าง ๆ ต่อไป

2. การสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

ได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อหรือช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ท่องเที่ยวและเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชน รวมถึงตอกย้ำภาพความเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นทั้งแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ให้ผู้มาเยือนได้มาพักผ่อนหย่อนใจในบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ทำกิจกรรมต่าง ๆ หลากหลายที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และยังเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต ชาวสวนอีกด้วย โดยรูปแบบการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอาจแบ่งตาม ประเภทของสื่อได้ ดังนี้

2.1 สื่อบุคคล

บางครั้งนักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ของตลาดน้ำคลองลัดมะยม ก็มักจะมาติดต่อกับนายชวน ชูจันทร์หรือผู้นำชุมชนก่อน เพราะถือว่าเป็นจุดศูนย์กลางข้อมูลในชุมชน ผู้นำชุมชนจึงเป็นสื่อบุคคลอันดับแรกในการให้ข้อมูลเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับตลาดน้ำแก่ผู้สนใจด้วยตนเอง เช่น เวลาเปิด-ปิดตลาดน้ำ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและการติดต่ออำนวยความสะดวกเรื่องเรือให้ไว้พระ ฯลฯ ซึ่งจากการสังเกตการณ์ พบว่า ผู้นำชุมชนจะเป็นผู้ที่ทราบข้อมูลในภาพรวมทั้งหมดและสามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาสอบถามได้อย่างคล่องแคล่วโดยทันที

นอกจากนี้ ผู้นำชุมชนยังคอยทำหน้าที่เสมือนเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นพูดคุยกับนักท่องเที่ยวที่ผ่านไปมาตามโอกาสที่เอื้ออำนวย หรือในเวลาที่นายชวนนำเรือเครื่องหรือเรือพายพานักท่องเที่ยวชมคลอง ก็จะมีการแนะนำสถานที่ต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบ ให้ข้อมูลประวัติศาสตร์พื้นที่ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างตลาดน้ำของชุมชนและการอนุรักษ์คลอง พร้อมกับพูดคุยสอบถามความคิดเห็นคร่าว ๆ ของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบปฏิกิริยาตอบกลับของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงานของตลาดน้ำด้วย

ตัวอย่างเช่น บางครั้งมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยือนชุมชน นายชวนได้มีโอกาสนำไปนั่งเรือชมคลอง สวน และวิถีชีวิตผู้คน จากการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็ทำให้ทราบว่า ชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาเยือนชุมชนก็เพราะต้องการไปในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เห็นวิถีชีวิตที่เขาไม่เคยพบเห็นในบ้านเมืองของเขา ดังนั้น ชุมชนจึงไม่จำเป็นต้องไปเสริมแต่งอะไร เพียงแต่รักษาวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชน และธรรมชาติที่ยังมีความสมบูรณ์อย่างนี้เอาไว้

“ต่างชาติเขามาเที่ยว ก็บอกไม่ต้องไปทำอะไร ไม่ต้องไปเสริมอะไร นี่คือนิเวศของเขา ฝรั่งเขามา เขาบอกว่า ผมจะไปที่นี่ไม่มีฝรั่งไปนะ ที่ฝรั่งเยอะ ๆ ผมไม่ไป ..ผมก็นั่งเรือไปในคลอง ในสวน เห็นคนซักผ้าบ้าง อาบน้ำบ้าง...” (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

ด้วยบุคลิกของผู้นำชุมชนที่เป็นคนเปิดกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็นและมีอัธยาศัยไมตรีต่อผู้มาเยือน ก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนสะดวกใจที่จะเข้ามาพูดคุยแสดงความคิดเห็นให้ผู้นำชุมชนทราบด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นคำติหรือคำชม เพราะเห็นว่านายชวนทำเพื่อชุมชน และความคิดเห็นต่าง ๆ ก็จำเป็นและจะเป็นประโยชน์ให้ชุมชนได้นำไปเป็นแนวทางปรับปรุงการทำงานต่อไป ดังที่นายชวนให้สัมภาษณ์ถึงการรับคำติชมจากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาบอกด้วยตนเองว่า “ก็เคยมี เพราะทำที่ที่เราปรากฏ...เขาเชื่อใจเรา ที่ดีก็มี เช่น

คนของตลาดคนนั้นพูดจาไม่เพราะ...หรือของบางอย่างที่ซื้อมาแล้วกินไม่ได้เลย นี่เขาก็มาบอกกับผม...คือบางที่เขาเห็นเราทำอะไรเพื่อคนอื่น ทำอะไรเพื่อส่วนรวม เขาก็ยินดีที่จะมาแนะนำ” (ชวนชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

นอกจากผู้นำชุมชนแล้ว แกนนำชุมชนและสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมคนอื่น ๆ รวมถึงชาวชุมชนหรือผู้ค้าก็ถือเป็นสื่อบุคคลที่จะช่วยประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้ด้วยเช่นกัน โดยการร่วมกันอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวสวนและสะท้อนความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้ผู้มาเยือนเห็น พร้อมทั้งต้อนรับผู้มาเยือนด้วยอัธยาศัยไมตรี ดังที่ คุณพิชญากาญจน์ เกื้อศิริกุล นักท่องเที่ยวท่านหนึ่งได้กล่าวแสดงความรู้สึกประทับใจในความเป็นชุมชนที่ยังมีวิถีชีวิตดั้งเดิม รวมทั้งอัธยาศัยไมตรีและความเป็นกันเองของชาวชุมชนหรือผู้ค้าว่า “ชอบนะค่ะ เพราะคนขายเขาก็เป็นกันเอง อัธยาศัยดี..ยิ้มแย้มแจ่มใสจากร้านที่ไปซื้อของกินมา...ร้านก๋วยเตี๋ยวบก...เขาใจดีมากเลย” (พิชญากาญจน์ เกื้อศิริกุล, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2552)

หรือคุณปิยาภรณ์ สันต์เกษม นักท่องเที่ยวอีกท่านหนึ่งที่มาพร้อมครอบครัว ก็ได้กล่าวแสดงความคิดเห็นว่า “โอเคนะค่ะ คนขายเขาอัธยาศัยดี ธรรมชาติหรือความเป็นชุมชนก็ยังมียู...แล้วก็รู้สึกที่เขาใช้ก็เน้นธรรมชาติ เห็นเขาใช้ใบตอง” (ปิยาภรณ์ สันต์เกษม, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2552)

จากการที่ผู้ค้ามีอัธยาศัยไมตรีกับผู้มาเยือน ก็จะเป็นประโยชน์ให้สามารถประเมินประสิทธิผลของการสื่อสารของชุมชนไปในตัวด้วย เช่น การที่ชาวชุมชนได้พูดคุยกับนักท่องเที่ยว ก็จะทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด ดังที่คุณมารยาท ชูพัก ผู้ค้าในตลาดซึ่งเป็นคนในชุมชนได้ให้สัมภาษณ์ถึงสิ่งที่ตนเองได้รับทราบจากการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวว่า “นักท่องเที่ยวส่วนมากก็จะชอบ บอกว่า หนึ่ง..อาหารถูก สอง..บรรยากาศยังเดิม ๆ อยู่ สามารถเดินเข้าไปเที่ยวสวนได้ ..เขายังชอบบรรยากาศอย่างนี้กันอยู่ค่ะ..มันไม่ได้เป็นเหมือนธุรกิจ มันเหมือนกับชาวบ้านมาร่วมมือกันขาย มีอะไรก็เก็บเอามาขายกัน” (มารยาท ชูพัก, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2552)

2.2 ใบปลิว

จะเห็นได้ว่า ชุมชนได้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์อย่างง่ายของตนเองขึ้นมา เป็นใบปลิวขนาดกระดาษ A4 ถ่ายสำเนา สำหรับแจกให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเข้าร่วม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวทางเรือ ค่าบริการและวิธีการติดต่อเพื่อนำคณะนักท่องเที่ยวมาเยือนเป็นกลุ่ม เป็นต้น

2.3 เสียงตามสาย

นอกจากจะเป็นช่องทางในการสื่อสารกับคนในชุมชนโดยเฉพาะผู้ค้าแล้ว ยังถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสื่อสารกับผู้มาเยือนเพื่อแจ้งข่าวสารความเป็นไปเกี่ยวกับตลาดน้ำ กล่าวต้อนรับและเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาร่วมกิจกรรมที่ตลาดน้ำตลอดจนตอกย้ำภาพลักษณ์ของตลาดน้ำคลองลัดมะยมด้วย ดังจะเห็นได้ว่า ผู้ประกาศเสียงตามสายซึ่งอาจเป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายหน้าที่โดยตรงหรือผู้นำชุมชนเอง ก็จะคอยประกาศแนะนำตลาดน้ำเป็นระยะ ๆ ว่าเป็นตลาด “เล็ก ๆ แต่เป็นกันเอง” “ตลาดน้ำแห่งความสุขของทุกคน” หรือ “ตลาดน้ำแห่งคุณความดี”

2.4 สื่อสถานที่

ได้แก่ การจัดพื้นที่ของชุมชนเพื่อจะสื่อหรือสะท้อนให้เห็นชุมชนในแง่ของความเป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติและวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า ชุมชนมีการจัดพื้นที่ของตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นสถานที่ให้ความรู้และสร้างความตระหนักในหมู่ผู้มาเยือนให้เห็นความสำคัญของการรักษาธรรมชาติ แม่น้ำลำคลอง และวัฒนธรรม สิ่งต่าง ๆ ที่บรรพบุรุษสร้างไว้ ให้คงอยู่ตราบนานชั่วลูกชั่วหลาน ได้แก่ บ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์เรือจำลองและสวนเจียมตน รวมถึงพื้นที่สวนอื่น ๆ ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปชมเพื่อศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการเกษตรและวิถีชีวิตชาวสวน

บ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์เรือจำลอง ตั้งขึ้นจากความคิดริเริ่มของนายสุรัช รุณบุญรอด เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความถนัดและชื่นชอบในการต่อเรือ จึงได้เก็บรวบรวมเรือประเภทต่าง ๆ ทั้งเรือจริงและเรือจำลอง รวมถึงเครื่องมือจับปลาต่าง ๆ ไว้ในพิพิธภัณฑ์ ภายในพิพิธภัณฑ์มีการจัดนิทรรศการอย่างง่าย เพื่อที่จะบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ในเชิงพื้นที่ของชุมชน วิถีชีวิตสมัยโบราณที่มีความผูกพันอยู่กับเรือและคลอง เพื่อเป็นสื่อหนึ่งที่จะเชื่อมโยงให้คนเห็นความสำคัญและร่วมกันหวงแหนอนุรักษ์คลองไว้

สวนเจียมตน เป็นแหล่งเรียนรู้อีกหนึ่งแห่งของชุมชน ภายในบริเวณพื้นที่ประมาณ 6-7 ไร่ ถูกจัดสรรแบ่งเป็นส่วน ๆ ประกอบด้วย พื้นที่ซึ่งอยู่บริเวณทางเข้าด้านหน้าสำหรับให้เด็ก ๆ มาทำกิจกรรมสร้างงานศิลปะต่าง ๆ เช่น ระบายสีปูนปลาสเตอร์ บันดินเหนียวเป็นรูปต่าง ๆ ฯลฯ เมื่อเดินลึกเข้าไป ภายในสวนจะมีห้องสมุดของชุมชน ลานเอนกประสงค์สำหรับทำกิจกรรมเรียนรู้ต่าง ๆ รวมถึงสวนไม้ผล เช่น มะพร้าว ขนุน และสวนเครื่องดัดม้ายา ได้แก่ ขิง ข่า ตะไคร้ มะกรูด ฯลฯ

นอกจากนี้ ในฐานะที่ชุมชนแห่งนี้ เป็นที่ตั้งของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรประจำแขวงบางระมาด เมื่อมีเจ้าหน้าที่จากกรมส่งเสริมการเกษตรมา

อบรมให้ความรู้เรื่องการเกษตร หรือนำดินและปุ๋ยมาแจก ก็จะใช้พื้นที่ในสวนเจียมตนแห่งนี้เป็นสถานที่อบรม โดยจะมีโรงปุ๋ยและพันธุ์พืชสำหรับสาธิตการทำปุ๋ยอินทรีย์ด้วย นายชวนกล่าวว่า

เหตุที่ตั้งชื่อสวนแห่งนี้ว่า สวนเจียมตน ก็เพื่อจะสื่อถึงความพอเพียง ไม่ฟุ้งเฟ้อเห่อเหิม ไม่ว่าจะเป็นบ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์เรือจำลอง สวนเจียมตน หรือพื้นที่สำหรับการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ ล้วนสื่อถึงความพยายามของชุมชนที่จะนำเสนอแง่มุมเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมาและวิถีชีวิตของชุมชนริมคลองที่มีความผูกพันกับเรือ คลอง สวนและวิถีชีวิตที่พอเพียง โดยการจัดสรรพื้นที่เพื่อเปิดให้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับคนทุกเพศทุกวัย ซึ่งสามารถเป็นสื่อที่ให้ทั้งความรู้ ความเพลิดเพลินและประสบการณ์แก่ผู้มาเยือนที่จะได้สัมผัสกับวิถีชุมชนด้วยตนเองได้เป็นอย่างดี (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

สื่อสถานที่เหล่านี้ ยังถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของตลาดน้ำคลองลัดมะยม ที่ทำให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมแตกต่างจากตลาดน้ำอื่น ๆ ด้วย ในขณะที่ตลาดน้ำหลายแห่งในปัจจุบันพยายามขยายขยายใหญ่โตและเน้นพัฒนาในด้านเศรษฐกิจชุมชน แต่ตลาดน้ำคลองลัดมะยมกลับต้องการเป็นเพียงตลาดน้ำเล็ก ๆ แต่เป็นตลาดน้ำแห่งความสุขของทุกคน เป็นทั้งสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและให้แง่คิด ปลุกจิตสำนึกแก่ผู้มาเยือนในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และชักชวนให้คนหันกลับเข้าหาธรรมชาติ

2.5 สื่อกิจกรรม

จะเห็นได้ว่า ตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้จัดกิจกรรมสำหรับผู้มาเยือนไว้อย่างหลากหลาย และส่วนใหญ่ก็เป็นกิจกรรมที่ช่วยตอกย้ำภาพลักษณ์ของชุมชน ในการเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม เป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและแหล่งเรียนรู้สำหรับทุกคนที่ได้มาเยือน โดยอาจแบ่งกิจกรรมหลัก ๆ ได้ดังนี้

2.5.1 กิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนคิดสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งมักสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนเกษตรกรรม ชาวคลองชาวสวน เช่น การพายเรือ การล่องเรือไหว้พระ การนั่งเกวียนชมบรรยากาศชุมชน ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวที่ล่องเรือไปตามเส้นทางคลอง ก็จะได้เห็นความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ที่มีบ้านเรือนติดกับสวน มีพืชน้ำตลอดสายคลองหลายชนิดที่ปัจจุบันไม่ค่อยพบเห็นนัก เช่น นุ่น ก้ามปู ฯลฯ

2.5.2 กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปะต่าง ๆ เป็นกิจกรรมที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเยาวชนและครอบครัว เช่น ปั้นดินเหนียวเป็นรูปสัตว์หรือสร้างสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ เช่น

กะลามะพร้าว ซึ่งปัจจุบันก็ได้มีการจัดพื้นที่ให้เป็นลานศิลปะโดยเฉพาะ ผังเดียวกับพิพิธภัณฑ์เรือจำลอง ภายในบริเวณมีทั้งร้านค้าที่ผลิตชิ้นงานศิลปะและขายผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือ ตลอดจนมีการเปิดพื้นที่ให้ผู้ปกครองได้พาบุตรหลานมาใช้เวลาร่วมกันเป็นประโยชน์ด้วยการทำงานศิลปะที่สนุกสนาน

2.5.3 การสอนต่อเรือจำลอง ถือเป็นกิจกรรมที่นายสุรัชย์ รุณบุญรอด เป็นวิทยากรให้ความรู้และสอนต่อเรือจำลองด้วยตนเองกล่าวว่า น่าจะเป็นสื่อสัมพันธ์ที่จะช่วยเชื่อมโยงคนกับแม่น้ำลำคลองได้ เพราะการที่จะทำให้คนหันมาตระหนักเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ดูแลคลองกันมากขึ้นนั้น ก็ต้องมีสื่อที่ทำให้คนเกิดความคุ้นเคยและหันมาใช้คลองเสียก่อน ตัวอย่างเช่น การต่อเรือ เมื่อเด็ก ๆ ต่อเรือแล้ว ก็จะได้ลองนำไปเล่นในคลอง และเป็นโอกาสที่ผู้สอนจะได้ให้ความรู้ถึงที่ไปที่มา ประวัติของเรือประเภทต่าง ๆ และเกร็ดความรู้อื่น ๆ ไปในตัวด้วย โดยกิจกรรมดังกล่าวนอกจากจะจัดสอนแก่เยาวชนในชุมชนแล้ว นายสุรัชย์ยังเปิดสอนให้แก่ผู้มาเยือน รวมถึงบุคคลภายนอกทุกเพศทุกวัยที่สนใจด้วย โดยเปิดสอนทุกวันเสาร์และอาทิตย์

ดังที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ชุมชนใช้สื่อและรูปแบบการสื่อสารของชุมชน ทั้งการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนและการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนในรูปแบบที่ค่อนข้างง่าย ไม่ซับซ้อน มักเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษา ยังไม่พบว่า ชุมชนมีการผลิตสื่อขนาดใหญ่ของตนเองที่จะสามารถกระจายข่าวสารได้ในวงกว้าง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อมวลชนที่เป็นของตนเอง แต่การที่ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพการเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับในหมู่ผู้มาเยือนได้สำเร็จ ก็สามารถสร้างจุดสนใจและดึงดูดให้สื่อมวลชนต่าง ๆ เข้ามาสัมผัสวิถีชุมชนและช่วยสนับสนุนนำเสนอเรื่องราวของชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้ออกไปในวงกว้าง อันเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ

บทบาทของการสื่อสารของชุมชน

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ของชุมชนนั้น มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของคนในชุมชนและผู้มาเยือน ในประเด็นหลัก ๆ ได้แก่

1. บทบาทในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชุมชนชาวคลอง
2. บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนและตอกย้ำจุดเด่นให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

บทบาทในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชุมชนชาวคลอง

เป็นผลมาจากการสื่อสารผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคล สื่อการประชุม ใบปลิว เสียงตามสายและสื่อกิจกรรม ซึ่งทำให้ชาวชุมชนได้รับรู้ข่าวสารความเป็นไปของชุมชน อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะและพฤติกรรม กล่าวคือทำให้ชาวชุมชนมีความตระหนักว่า การมีตลาดในชุมชนนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการรักษาพื้นที่สวน แม่น้ำลำคลองให้สะอาด สร้างจิตสำนึกให้แก่คนในชุมชนในการร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกระตุ้นให้ชาวชุมชนมีพฤติกรรมสนับสนุนและเข้ามามีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจการตลาดน้ำคลองลัดมะยมอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้พบว่า สื่อบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารดังกล่าว โดยจะเห็นได้ว่า การที่ชาวชุมชนเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ในที่สุด จุดเริ่มต้นก็มาจากการที่แกนนำชุมชนและคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน จากนั้น จึงมีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ขอความร่วมมือชาวชุมชนหรือผู้ค้าให้ร่วมกันรักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและพื้นที่ตลาดน้ำเพื่อต้อนรับผู้มาเยือน

นอกจากนี้ ผู้นำชุมชนและสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมยังได้ลงมือกระทำเป็นแบบอย่างด้วยความตั้งใจจริง เช่น การพายเรือเก็บขยะในคลอง การสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยม การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ขึ้น รวมถึงการสอดส่องดูแลการปฏิบัติตนของผู้ค้าร้านต่าง ๆ อยู่เสมอ เป็นต้น เหล่านี้ล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชาวชุมชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนมากขึ้น เพราะเห็นว่าแกนนำชุมชนเสียสละทั้งทุนทรัพย์และเวลามาดูแลสิ่งเหล่านี้ โดยไม่ได้รับผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน แต่ทำไปเพื่อประโยชน์ของชุมชนอย่างแท้จริง เมื่อสิ่งที่แกนนำชุมชนได้กระทำลงไปเริ่มเห็นผลสำเร็จเป็นรูปธรรม ก็จะเป็นการโน้มน้าวให้ผู้ที่ไม่เห็นด้วยในตอนแรกเริ่มเปลี่ยนความคิด และเมื่อเปลี่ยนความคิดแล้ว กลุ่มคนเหล่านี้ก็สามารถเข้ามาติดต่อพูดคุยกับผู้นำชุมชนหรือแกนนำคนอื่น ๆ ได้อย่างไม่ต้องอึดอัดใจ ไม่ว่าจะมาขอความรู้หรือมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในตลาดน้ำ เช่น ขายอาหาร เนื่องจากไม่ได้มีการกีดกันผู้ที่ไม่เห็นด้วยกับความคิดของแกนนำชุมชนตั้งแต่แรก

นอกจากผู้นำชุมชนและคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมแล้ว ชาวชุมชนด้วยกันเองก็ยังสามารถเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญด้วยเช่นกัน เห็นได้จากการที่ชาวชุมชนหรือผู้ค้าส่วนใหญ่ร่วมกันปฏิบัติตามระเบียบเพื่อสร้างวัฒนธรรมกลุ่ม อันเป็นการกระตุ้นให้คนที่ยังไม่ปฏิบัติให้หันมาปฏิบัติตามคนส่วนใหญ่ ทั้งในเรื่องการรักษาความสะอาด การให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี

แบบสังคมชนบทที่มีความเป็นกันเองแบบชาวบ้านชาวสวน ประกอบกับการรับปฏิบัติกิจริยาตอบกลับจากผู้มาเยือนก็มีส่วนเสริมย้าให้ชาวชุมชนเห็นความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชุมชนชนบทเอาไว้ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นจุดเด่นที่สำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังมีการสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมอาสาสมัครเก็บขยะในคลอง ซึ่งก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ชาวชุมชนเกิดความตระหนักและสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและรักษาสีเขียวของชุมชน หันมาร่วมแรงร่วมใจกันเป็นหูเป็นตา รักษาความสะอาดของคลอง เมื่อชาวชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวม ก็จะเกิดสำนึกในความเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกันและหวงแหนชุมชนของตนเองโดยปริยาย

บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนและตอกย้ำจุดเด่นให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

อาจกล่าวได้ว่า สำหรับจุดเด่นของตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้ อาจไม่ได้เป็นสิ่งที่จับต้องได้ชัดเจนนัก เพราะชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้นต่างจากชุมชนท่องเที่ยวหลายแห่งที่เกิดมาจากชุมชนที่ผู้คนอาศัยอยู่อย่างถาวรมาหลายร้อยปี วางรกราก วัฒนธรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้อย่างเหนียวแน่นจนมีเอกลักษณ์ชัดเจน เช่น สามชุก..ตลาดร้อยปี ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่ห้องแถวเป็นเรือนไม้และกลิ่นอายของวิถีชีวิตในสมัยอดีต เนื่องจากเป็นตลาดหรือแหล่งค้าขายมานับร้อยปี หรือตลาดอัมพวาที่มักนำเสนอจุดเด่นที่ธรรมชาติยามค่ำซึ่งมีหิ่งห้อยเป็นตัวชูโรง หรือตลาดดอนหวายที่มีอาหารขึ้นชื่อหลายอย่างอันเป็นที่รู้จักกันดี

ทว่า ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้นเป็นชุมชนในลักษณะที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ที่มาร่วมกิจกรรมตลาดน้ำ และชุมชนแห่งนี้ก็ไม่ได้เป็นชุมชนที่ได้รับการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ การตั้งบ้านเรือนก็ไม่ได้เกาะกลุ่มกัน มีคนย้ายเข้า-ออกอยู่เนื่อง ๆ การสร้างตลาดน้ำคลองลัดมะยมขึ้นมา เป้าหมายก็เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนไปพร้อม ๆ กับอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชาวสวน สื่อกิจกรรมและการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ในทุกระดับจึงมุ่งตอบสนองเป้าหมายดังกล่าว ได้แก่ การโน้มน้าวให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้อยู่สภาพที่ดี นำไปสู่การตอกย้ำจุดเด่นของตลาดน้ำที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทั้งผู้นำชุมชน คณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมและผู้ค้า ต่างก็บอกเป็นเสียงเดียวกันว่า อยู่ที่ธรรมชาติ คลองที่สะอาดและความเป็นวิถีชาวบ้าน ที่มีการต้อนรับผู้มาเยือนด้วยอัธยาศัยไมตรีนั่นเอง ดังที่ผู้นำชุมชนให้สัมภาษณ์ว่า

จุดเด่นในชุมชนแถวนี้ มันก็เป็นเรื่องของธรรมชาติ เราอาจจะไม่มีจุดเด่นเรื่องอาหารการกินอะไรมากมายนัก ต่างกับบางจังหวัดที่ชุมชนเขาอยู่กันมาถาวร อยู่กันมาแบบหนาแน่น ซึ่งจะมีกิจกรรมชุมชน กิจกรรมวัฒนธรรมหลากหลาย แต่ตรงนี้มันเป็นท้องนาและบ้านอยู่ห่าง ๆ...เพราะฉะนั้น เราก็ต้องรักษาตรงนี้ไว้ไม่ให้สกปรก... (ชวน ชูจันทร์, สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2551)

นอกจากนี้ การจัดพื้นที่ให้พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นธรรมชาติ วิถีชนบท มีส่วนสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ และมีแหล่งเรียนรู้ ได้แก่ บ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์เรือจำลองและสวนเจียมตน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ ถือเป็นสื่อสถานที่ที่สะท้อนความพยายามของชุมชนที่จะสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวถึงจุดยืนของชุมชนที่ไม่ได้เน้นในเชิงธุรกิจค้าขายเพื่อเอากำไร แต่ต้องการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ให้คนในชุมชนยืนได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งสามารถดำเนินชีวิตตามวิถีดั้งเดิมที่เป็นมา คือทำการเกษตรเลี้ยงชีพ และนำผลผลิตส่วนที่เหลือมาขายเป็นรายได้เสริม ตลอดจนยื่นมือเตือนให้คนในชุมชนและผู้มาเยือนได้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน เพื่อให้ชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน เป็นทั้งพื้นที่ทำกินและพื้นที่สีเขียวของกรุงเทพมหานคร นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของคนรุ่นต่อไป