

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวผ่านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารของชุมชนบ้านครัว (ระหว่างชาวชุมชน และระหว่างชุมชนกับภายนอก) ผ่านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชนบ้านครัว
2. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารของชุมชนบ้านครัวเมื่อสภาพและวิถีการดำเนินชีวิตและเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ

5.1.1 ชุมชนบ้านครัว กระบวนการผลิตธุรกิจผ้าไหมในอดีตปัจจุบัน และปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อสังคมของชาวชุมชนบ้านครัว

5.1.1.1 ชุมชนบ้านครัว เป็นชุมชนกลางกรุงเทพมหานครที่มีประวัติความเป็นมาและก่อกำเนิดมา 200 กว่าปี จากชาวชุมชนชาวไทยมุสลิมเชื้อสายแขกจามที่บรรพบุรุษได้ถูกกองทัพไทยกวาดต้อนมาจากกัมพูชาเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณริมคลองมหานาคต่อกับคลองแสนแสบด้านตะวันออกของกรุงเทพฯ ตั้งแต่เมื่อครั้งต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ปัจจุบันแบ่งเป็นชุมชนบ้านครัวเหนือ ชุมชนบ้านครัวตะวันตกซึ่งมีพื้นที่อยู่ในเขตราชเทวี และชุมชนบ้านครัวใต้อยู่ในเขตปทุมวัน ประชากรส่วนใหญ่ของชุมชนบ้านครัวนับถือศาสนาอิสลาม ภายในชุมชนมีโรงเรียน มัสยิด สุสาน ศูนย์ชุมชน ศูนย์ดับเพลิงและสาธารณสุขชุมชน เป็นชุมชนมุสลิมใหญ่ที่สุดแห่งกรุงเทพมหานครที่มีสาธารณูปโภคพื้นฐานครบถ้วน ประชากรของชุมชนในอดีตจะมีแต่ชาวมุสลิมเกือบทั้งหมด และมีอาชีพหลักคือการทำธุรกิจผ้าไหม แต่ปัจจุบันนอกจากชาวมุสลิมแล้ว ยังมีกลุ่มคนไทยที่นับถือศาสนาอื่น ได้แก่ กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มคนไทยพุทธจากภาคอีสานและภาคอื่นๆ เข้ามาอยู่อาศัยร่วมกันในชุมชนอย่างสงบสุข ทั้งๆ ที่คนเหล่านี้มีแบบแผนการดำเนินชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ศาสนา และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แต่ก็สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ สิ่งแวดล้อมต่างๆ ภายในชุมชนได้เป็นอย่างดี แต่ในปัจจุบันธุรกิจผ้าไหมของชุมชนลดลงจนเหลือน้อยกว่าเดิมมาก รวมทั้งชุมชนได้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพแวดล้อม กลุ่มเชื้อชาติ สภาพเศรษฐกิจ สังคมและ

วัฒนธรรม ไปจากอดีตอย่างมากมาย แต่อย่างไรก็ตามชุมชนบ้านควนนั้น ยังนับว่าเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง มีความโดดเด่นในเรื่องอัตลักษณ์ของชุมชนและความสามัคคีร่วมมือ โดยจะเห็นได้จากความรู้สำนึก และการมีส่วนร่วมในทางการเมือง กรณีพิพาทกับทางการพิเศษแห่งประเทศไทย คัดค้านการสร้างทางด่วนผ่านมัสยิดและสุสานของชุมชนจนมีความสำเร็จในระดับหนึ่ง

5.1.1.2 กระบวนการผลิตผ้าไหม

กระบวนการผลิตผ้าไหมของชุมชนบ้านควนประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้คือ

5.1.1.2.1 การจัดหาไหมดิบ

เนื่องจากชุมชนบ้านควนไม่สามารถเลี้ยงไหมและปลูกหม่อนเองได้ เพราะพื้นที่ไม่เพียงพอและสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม จึงต้องไปซื้อไหมดิบจากแหล่งอื่นๆ ซึ่งในอดีตคือประเทศเขมรและจังหวัดทางอีสานของไทย แต่ปัจจุบันจะซื้อไหมดิบจากประเทศญี่ปุ่น สาธารณประชาธิปไตยประชาชนจีน บราซิล เกาหลี โดยผ่านตัวแทนในกรุงเทพฯ แต่ก็ยังซื้อจากอีสานและจากไร่ของกำนันจุล คุ่มวงษ์

5.1.1.2.2 การฟอกและย้อมไหม

ได้แก่การนำไหมดิบมาฟอกและย้อมสี ในอดีตการฟอกทำโดยต้มในหม้อน้ำเดือดที่ใส่ขี้เถ้าและไม้แสม แล้วย้อมโดยสีธรรมชาติ แต่ปัจจุบันฟอกในหม้อต้มน้ำเดือดที่ใส่สบู่และโซดาไฟ แล้วย้อมด้วยสีวิทยาศาสตร์

5.1.1.2.3 การกรอไหม สาวไหม และขึ้นหัวม้วน

หลังจากย้อมไหมและตากแห้งแล้ว จะต้องเอาไหมไปกรอ โดยสมัยก่อนใช้ระวิงที่หมุนด้วยแรงคน เป็นกรอจากใจเข้าหลอดใหญ่ แล้วกรอเข้าหลอดเล็กเพื่อใส่ในกระสวยสำหรับทอไหมที่ใส่ในหลอด แล้วจะต้องนำไปสาวแล้วนำขึ้นหัวม้วนเพื่อที่จะนำไปทอ สมัยก่อนวิธีการทั้งหมดนี้ใช้แรงงาน แต่ปัจจุบันมีทั้งเครื่องกรอไหมและสาวไหม

5.1.1.2.4 การเก็บตะกอ

ตะกอเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องทอผ้าซึ่งจากตะกอจะมีเชือกโยงไปที่ไม้เท้าเหยียบทั้งสองข้าง ใช้กับที่กระตุก ในอดีตมีแต่ที่พุ่งซึ่งไม่มีการเก็บตะกอ

5.1.1.2.5 การทอ

ในอดีตทอด้วยที่พุ่งซึ่งทอได้ช้า หลังจากจิม ทอมป์สัน เข้ามาแนะนำจึงเปลี่ยนเป็นที่กระตุกซึ่งทำให้ทอได้เร็วขึ้น

5.1.1.3 ธุรกิจผ้าไหมในอดีตและปัจจุบัน

ในอดีตนั้นการทำธุรกิจผ้าไหมเป็นอาชีพหลักของชุมชนบ้านครัว โดยมีการทอผ้าไหมแทบทุกครัวเรือน โดยทำกันในหมู่เครือญาติ และเจริญรุ่งเรืองอย่างมาก หลังจาก จิม ทอมป์สัน เข้ามา มีบทบาทในการทำธุรกิจผ้าไหมของชุมชนบ้านครัว โดยการเปลี่ยนแปลงไปใช้วิทยาศาสตร์ในการย้อม การใช้กักระตุกแทนที่พุ่ง รวมทั้งรับซื้อผ้าไหมของชาวบ้านโดยออกทุนให้ก่อน และให้เจ้าของธุรกิจผ้าไหมเข้าเป็นผู้มีส่วนของบริษัผ้าไหมไทยของจิม ทอมป์สัน ซึ่งทำให้ชื่อเสียงของผ้าไหมไทยบ้านครัวแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ มีผลให้เศรษฐกิจของชาวชุมชนบ้านครัวในช่วงนั้นรุ่งเรืองมาก จนกระทั่ง จิม ทอมป์สัน หายสาบสูญไปในปีพ.ศ. 2510 ทำให้ธุรกิจผ้าไหมของชุมชนบ้านครัวซบเซาลง เพราะไม่มีทุนและไม่มีตลาด จนปัจจุบันเหลือคนที่ทำธุรกิจผ้าไหมในชุมชนบ้านครัวเพียง 3 ราย ทำให้มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของชาวชุมชนบ้านครัวเป็นอย่างมาก

5.1.1.4 ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อสังคมของชาวชุมชนบ้านครัว

5.1.1.4.1 โครงการตัดถนน พระรามที่ 6 (ตัดใหม่) เชื่อมถนนพระรามที่ 1 ผ่านตลาดเจริญผล (เก่า) บ้านครัวใต้ ผ่านคลองแสนแสบใต้ ผ่านบ้านครัวเหนือ แต่ย้ายแนวถนน พ้นจากมัสยิดและสุสานไปผ่านหมู่บ้านแทน ชุมชนบ้านครัวจึงกลายเป็นสังคมเปิดเพราะมีถนนบรรทัดทองตัดผ่าน ทำให้ชาวมุสลิมบางส่วนย้ายออกไปหาที่อยู่ใหม่นอกชุมชน เพราะที่ดินบริเวณที่อยู่อาศัยถูกเวนคืน

5.1.1.4.2 กรณีพิพาทระหว่างชุมชนบ้านครัวกับการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2531 โดยรัฐบาลมีพระราชกฤษฎีกาเวนคืนที่ดินบริเวณชุมชนบ้านครัวและชุมชนใกล้เคียง เพื่อก่อสร้างทางด่วนขั้นที่ 2 (พญาไท-บางโคล่) ชาวมุสลิมบ้านครัวได้รวมตัวกันต่อสู้คัดค้านด้วยสันติวิธี จนโครงการดังกล่าวยกเลิก แสดงถึงความเข้มแข็งและสามัคคีของชุมชน

5.1.1.4.3 ปัญหาเสพติด คณะกรรมการชุมชนบ้านครัวเหนือได้ให้ความสำคัญกับปัญหานี้และได้ร่วมมือกับชาวมุสลิมในการแก้ปัญหา โดยใช้วิธีณรงค์ในชุมชน และอาศัยการสื่อสารความสัมพันธ์ว่ากล่าวตักเตือน รวมทั้งความร่วมมือของชาวมุสลิม ทำให้ปัญหาเสพติดในชุมชนลดลงมาก

5.1.2 การสื่อสารภายในชุมชนบ้านครัวในอดีตและปัจจุบัน

5.1.2.1 การสื่อสารระหว่างบุคคล

เป็นการสื่อสารที่ใ้มากที่สุดและในชุมชนบ้านครัวทั้งในอดีตและปัจจุบัน มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ การทักทายพูดคุยกันโดยเฉพาะระหว่างชาวมุสลิมด้วยกัน

ในอดีตลักษณะการสื่อสารภายในชุมชนบ้านครัวจะเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปาก และมีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติ เพราะส่วนใหญ่จะเป็นชาวมุสลิมด้วยกัน

ปัจจุบันมีบุคคลภายนอกย้ายเข้าอยู่ในชุมชนมากขึ้น มีทั้งชาวไทยเชื้อสายจีนและไทยอีสาน ซึ่งส่วนใหญ่จะออกไปทำงานนอกชุมชน ทำให้การสื่อสารและความสัมพันธ์ของชาวชุมชนในปัจจุบันต่างไปจากสมัยก่อนมาก สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ ความสัมพันธ์ระหว่างคนไทยมุสลิมด้วยกัน ความสัมพันธ์ระหว่างคนไทยมุสลิมและไทยอีสาน และความสัมพันธ์ระหว่างคนไทยมุสลิมและคนไทยเชื้อสายจีน

5.1.2.2 การสื่อสารภายในกลุ่มผู้ร่วมกระบวนการผลิตผ้าไหม

ในอดีตและปัจจุบัน จะเป็นลักษณะเดียวกัน คือ เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง และเป็นแบบวงล้อ (Wheel Network) โดยมีเจ้าของกิจการเป็นศูนย์กลาง เป็นผู้นำกลุ่ม รับผิดชอบและมีอำนาจสั่งการ โดยมีผู้ร่วมกระบวนการผลิตเป็นสมาชิก ลักษณะการสื่อสารมีทั้งทางเดียว สองทาง อย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

5.1.2.3 การสื่อสารระดับชุมชน

การสื่อสารระดับชุมชนของชุมชนบ้านครัวในอดีตนั้น เนื่องจากยังไม่มีคณะกรรมการชุมชน มีเพียงอิหม่าม ซึ่งเป็นผู้นำทางศาสนา และผู้นำชุมชนอย่างไม่เป็นทางการ การสื่อสารระดับชุมชนในอดีตจึงเป็นแบบส่วนบุคคล สื่อสารแบบปากต่อปาก ใช้สัญญาณบางอย่างเช่น การตีกลอง (ซึ่งปัจจุบันเลิกใช้แล้ว)

สำหรับปัจจุบันชุมชนบ้านครัว มีคณะกรรมการชุมชนทำหน้าที่บริหารงานในชุมชน การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการชุมชนกับชาวชุมชนจึงมีหลายรูปแบบที่นิยมใช้มากคือ เสียงตามสาย ซึ่งแจ้งข่าวต่างๆ ให้ชาวชุมชนทราบ ทั้งเรื่องของราชการ การณรงค์แก้ปัญหาต่างๆ ของชุมชน รวมทั้งเรื่องส่วนตัว เช่น แจ้งข่าวการตาย เป็นต้น ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียวอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ยังมีช่องทางการสื่อสารอื่นๆ อีก คือ การปิดประกาศที่มัสยิด การบอกกันปากต่อปาก และการใช้วิทยุสื่อสารระหว่างคณะกรรมการชุมชนและการประชุมของคณะกรรมการชุมชน

5.1.2.4 การสื่อสารระหว่างชาวชุมชนบ้านครัวที่เป็นไทยมุสลิม ไทยเชื้อสายจีน และไทยอีสาน

ในอดีตชาวชุมชนบ้านครัวจะมีแต่มุสลิมเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นสื่อสารระหว่างมุสลิมด้วยกัน ได้แก่การทักทายพูดคุยกันฉันท์ญาติพี่น้อง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเครือญาติ โดยมีสื่อบุคคลที่มีบทบาทสำคัญคือ อิหม่ามผู้เป็นแกนนำทางศาสนา จะเป็นผู้ส่งสารกระจายข่าวสารไปสู่กลุ่มคนมุสลิม โดยเนื้อหาสารจะเป็นเรื่องของกิจกรรมทางศาสนาและการไต่ถามสารทุกข์สุกดิบ

ปัจจุบันจะมีทั้งการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนมุสลิมด้วยกัน ซึ่งจะสนิทสนมรักใคร่กันมาก มุสลิมกับกลุ่มคนที่นับถือศาสนาอื่น และการสื่อสารของกลุ่มคนที่นับถือศาสนาอื่นๆ ซึ่งสื่อบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารคือ คณะกรรมการชุมชน โดยผ่านช่องทางเสียงตามสายเพื่อแจ้งกิจกรรม

ของชุมชนและขอความร่วมมือ รวมทั้งมีการพบปะรายบุคคล สำหรับการสื่อสารระหว่างคนไทยมุสลิมกับคนไทยเชื้อสายจีน และคนไทยอีสานนั้น จะเป็นการพูดคุยทักทายธรรมดาเมื่อพบกัน ความสัมพันธ์ระหว่างคนไทยมุสลิมกับคนไทยอีสานนั้นเป็นลักษณะของการพึ่งพาอาศัยกัน เพราะคนไทยอีสานมาเช่าบ้านของคนไทยมุสลิมอยู่ และส่วนใหญ่ออกไปทำงานนอกชุมชน จึงไม่ค่อยมีเวลาพบปะสังสรรค์กัน ส่วนมากจะเป็นการพบปะสื่อสารกันเองในหมู่คนอีสานด้วยกัน

5.1.2.5 การสื่อสารผ่านกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่ใช่กระบวนการผลิตผ้าไหม

5.1.2.5.1 การต่อต้านการสร้างทางด่วนขั้นที่ 2 (พญาไท-บางโคล่) ของทางรถไฟแห่งประเทศไทย ชาวชุมชนบ้านครัวได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารทั้งภายในชุมชนคือการรวมตัวกันต่อสู้โดยสันติวิธี การประชุมของกลุ่มแกนนำ และการใช้สื่อเฉพาะกิจเช่น ใบปลิว ป้ายผ้า และกลยุทธ์การสื่อสารภายนอกชุมชน ได้แก่ การใช้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสารของชุมชนให้เป็นประเด็นข่าวในระดับประเทศ

5.1.2.5.2 การรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือ ชาวชุมชนทุกคน ผู้ขายและผู้เสพ รูปแบบของการสื่อสารได้แก่ การประชุมคณะกรรมการชุมชน เลียงตามสาย และสื่อบุคคล (ตักเตือนโดยตรง)

5.1.2.5.3 การป้องกันอัคคีภัย กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร คือ ชาวชุมชนทุกคน โดยใช้ช่องทางเลียงตามสายเพื่อรวมตัวกัน

5.1.3 การสื่อสารระหว่างชาวชุมชนบ้านครัวกับบุคคล/สังคมภายนอกในอดีตและปัจจุบัน

5.1.3.1 การสื่อสารระหว่างชาวชุมชนบ้านครัวกับบุคคล/สังคมภายนอกในอดีต

ในอดีต ชุมชนบ้านครัวเป็นสังคมปิด อาชีพหลักของชาวชุมชนคือการทำธุรกิจผ้าไหม ดังนั้นบุคคล/สังคมภายนอก ที่ชาวชุมชนมีการสื่อสารด้วย จึงเป็นแหล่งไหมดิบ จิม ทอมป์สัน และผู้บริโภคร (ตลาดผ้าไหม) ซึ่งมีลักษณะการสื่อสารจะเป็นการสื่อสารบุคคลทั้งสิ้น อาจเป็นสื่อสารทางเดียวหรือสองทาง อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสาร และสภาพการณ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

5.1.3.2 การสื่อสารระหว่างชาวชุมชนบ้านครัวกับบุคคล/สังคมภายนอกในปัจจุบัน

ในปัจจุบันชุมชนบ้านครัวเป็นสังคมเปิดและธุรกิจผ้าไหมก็ลดน้อยลงมาก ดังนั้นการสื่อสารกับภายนอกจะประกอบด้วย

5.1.3.2.1 การสื่อสารระหว่างชาวชุมชนบ้านครัวกับชุมชนอื่นๆ ใกล้เคียง ได้แก่ ชุมชนบ้านครัวใต้ ชุมชนบ้านครัวตะวันตก ชุมชนพญาไท ชุมชนกิ่งเพชร เป็นต้น โดยมีช่องทางการสื่อสารคือ โทรศัพท์ วิทยุสื่อสาร และมีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมของชุมชนต่างๆ

5.1.3.2.2 การสื่อสารกับหน่วยงานรัฐ

ได้แก่ สำนักงานเขตราชเทวี ในเรื่องของการที่คณะกรรมการชุมชนรับนโยบายจากเขต มาปฏิบัติรวมทั้งการของงบประมาณเพื่อนำมาใช้พัฒนาชุมชน ในบางครั้งจะเป็นเรื่องขอความร่วมมือ จากชุมชนนำผ้าไหมไปแสดงและจำหน่ายในงาน OTOP

นอกจาก สำนักงานเขตราชเทวีแล้ว ชุมชนบ้านครัว ยังมีการสื่อสารกับการเคหะ แห่งชาติในเรื่องของการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคของชุมชน

ทั้งหมดนี้จะเป็นการสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการ

5.1.3.2.3 การสื่อสารกับสื่อมวลชน ซึ่งเกิดขึ้นเป็นครั้งคราว เมื่อสื่อมวลชนเข้ามา สัมภาษณ์ หรือทำการรายการโทรทัศน์ เพื่อนำไปเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนบ้านครัว รวมทั้งผ้าไหมบ้าน ครัวด้วย ทั้งนี้จะเป็นสื่อสารผ่านคณะกรรมการชุมชน

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาการสื่อสารของชุมชนบ้านครัวนี้เป็นงานวิจัยเพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อสะท้อนวิถีชีวิตของชาวชุมชนบ้านครัวผ่านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบ้านครัวผ่าน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบ้านครัว ซึ่งเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวชุมชนบ้านครัว การอภิปรายได้แบ่งตาม หัวข้อต่างๆ จากสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้ คือ

5.2.1 ชุมชนบ้านครัว กระบวนการผลิต และธุรกิจผ้าไหมในอดีตและปัจจุบัน

5.2.1.1 ธุรกิจผ้าไหมและกรณีอื่นๆ ในชุมชน กับ การสื่อสารของชุมชนบ้านครัว

ในกรณีของธุรกิจผ้าไหมของชุมชนบ้านครัวโดยเฉพาะในอดีตนั้น การทำธุรกิจผ้าไหม เป็นอาชีพหลักของชุมชนบ้านครัว จะมีการทอผ้าไหมอยู่แทบทุกครัวเรือน จึงนับว่ากรณีผ้าไหมสามารถ เป็นสื่อในการศึกษาการสื่อสารของชุมชนบ้านครัวได้เพราะชาวบ้านแทบทุกคนในอดีตจะมีส่วนร่วม ในธุรกิจผ้าไหมในบทบาทที่แตกต่างกัน คือ การเป็นเจ้าของกิจการ การออกไปหาแหล่งไหมดิบ เป็นคนฟอกและย้อมไหม คนกรอไหม คนทอ รวมทั้งการนำผ้าไหมไปขายหรือส่งร้านคนกลาง รวมทั้งการที่จิม ทอมป์สัน เข้ามามีบทบาทในธุรกิจผ้าไหมของชุมชนบ้านครัวก็เป็นอีกลักษณะหนึ่ง (ทั้งนี้ก็เพราะในการทำธุรกิจผ้าไหมนั้นจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ คือ การจัดหาแหล่งไหมดิบ การฟอกและย้อมไหม การกรอและสาวไหม การทอ และการตลาด ซึ่งทุกขั้นตอนนี้สามารถเป็นสื่อ เพื่อการศึกษาถึงการสื่อสารแสดงความสัมพันธ์ของชาวชุมชนบ้านครัวได้) และจากการศึกษาการ สื่อสารของชาวชุมชนบ้านครัวผ่านธุรกิจผ้าไหมนี้ก็จะสามารถสะท้อนถึงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน ในชุมชนบ้านครัวได้

แต่ปัจจุบันนี้ การทำธุรกิจผ้าไหมของชาวชุมชนบ้านครัวลดน้อยลงมาก การสื่อสารผ่านกระบวนการผลิตผ้าไหมจึงลดน้อยตามลงไปด้วย กลายเป็นการสื่อสารของเฉพาะคนกลุ่มหนึ่งที่ทำธุรกิจผ้าไหมเท่านั้น ดังนั้นจึงอาศัยกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่ใช่กระบวนการผลิตผ้าไหมเป็นสื่อในการศึกษา การสื่อสารของชุมชนบ้านครัว โดยศึกษาทั้งการสื่อสารระหว่างชาวชุมชน และระหว่างชุมชนกับภายนอก

จากงานวิจัยของ เสาวภา พรศิริพงษ์ และคณะ (2532:75) ได้เขียนไว้ว่า อุตสาหกรรมผ้าไหมบ้านครัวเหนือ นับเป็นอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนที่เก่าแก่ที่ทำกันมาเป็นร้อยๆ ปีจนถึงปัจจุบัน และนับเป็นสิ่งที่แปลกมากที่มีหมู่บ้านทอผ้าไหมอยู่ในใจกลางเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร ขั้นตอนการทำก็ใช้เทคโนโลยีแบบพื้นบ้านที่ดัดแปลงมาใช้กันภายในครัวเรือนน่าที่จะได้รับการสนับสนุน และส่งเสริมจากทางการในเรื่องของการตลาดและซื้อไหมดิบในราคาที่ไม่แพงนัก มิฉะนั้นอีกไม่นานกิจการผ้าไหมในบ้านครัวเหนือก็คงจะหมดไป ซึ่งนับว่าสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

5.2.1.2 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ชุมชนบ้านครัวดำรงอยู่ได้

ในขณะที่สังคมภายนอกชุมชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แต่ภายในชุมชนบ้านครัวแล้ว นับว่าการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับที่ไม่รวดเร็วนัก ทั้งนี้ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ชุมชนบ้านครัวยังคงดำรงศักยภาพอยู่มาได้เป็นเวลานานท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ได้แก่

ชุมชนบ้านครัวเป็นชุมชนดั้งเดิมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีวิถีชีวิตที่สืบทอดกันมาเป็นเวลานาน มีรกรากทางวัฒนธรรมที่ฝังแน่น และมีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง รวมทั้งมีการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนผ่านสื่อบุคคล คือ จากบรรพบุรุษไปสู่รุ่นลูกหลาน การสืบทอดเรื่องราวผ่านพิธีกรรมทางศาสนาอิสลาม ผ่านสื่อมวลชนจากรายการโทรทัศน์และคอลัมน์ และคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์และนิตยสารเพื่อสืบทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ อีกทั้งคุณเรื่องศักดิ์ คำรหัสเลิศ ได้ผลิตหนังสือของชุมชนเรื่อง “ประวัติศาสตร์บ้านครัวและการต่อต้านทางวัฒนธรรมของชาวชุมชน” เมื่อปี พ.ศ. 2545 ซึ่งผลสัมฤทธิ์ที่จะเกิดจากหนังสือเล่มนี้คงจะเอื้อประโยชน์แก่ชาวชุมชนบ้านครัว และเป็นสื่อกลางในการรวมกลุ่มร่วมมือร่วมใจที่จะพัฒนาชุมชนบ้านครัว

อีกปัจจัยหนึ่งที่เสริมให้ชุมชนบ้านครัวดำรงอยู่ได้ คือการที่ชาวชุมชนมีความสามัคคี รู้สึกผูกพันกับชุมชนของตนและผสานความร่วมมือต่างๆ ภายในชุมชน ซึ่งพบว่าปัจจัยนี้ก็คือความเป็นมุสลิม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้ชาวชุมชนรวมตัวกันได้อย่างเหนียวแน่นเนื่องจากหลักคำสอนของศาสนาอิสลามที่เน้นย้ำให้มุสลิมยอมรับการเป็นสมาชิกแห่งศาสนาเดียวกันที่ให้การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มุสลิมสอนให้รวมกลุ่มทั้งที่เป็นการปฏิบัติศาสนกิจ (การละหมาด) และทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชนบ้านครัว

ลักษณะของกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ชาวชุมชนมีความรู้สึกผูกพันต่อชุมชน โดยการแสดงออกในลักษณะของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน

นอกจากนี้ชาวชุมชนยังมีความเชื่อมั่นและภาคภูมิใจในชุมชนของตน โดยสามารถพัฒนาชุมชนผ่านการดำเนินงานของคณะกรรมการชุมชน รวมทั้งสามารถจัดการกับปัญหาต่างๆ ภายในชุมชนได้เองโดยไม่ต้องพึ่งหน่วยงานของรัฐ เช่น ปัญหาเสพติด การป้องกันอัคคีภัย เป็นต้น

เมื่อใช้แนวคิดและทฤษฎีมาวิเคราะห์การดำรงอยู่ได้ของชุมชนบ้านครัว

อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2546:207) ได้เขียนไว้ในเรื่องโลกาภิวัตน์กับอัตลักษณ์ของชุมชนว่า ผลกระทบจากกระบวนการโลกาภิวัตน์มิได้จำกัดตัวอยู่เฉพาะด้านการเมืองและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังมีผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน แต่ถ้าชุมชนนั้นยังคงยืนหยัดปฏิบัติตามค่านิยมและวิถีชีวิตเดิมได้ก็จะเป็นเพราะชุมชนนั้นเป็นชุมชนเชิงประวัติศาสตร์ มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ ซึ่งข้อเขียนนี้ใช้อธิบายการดำรงอยู่ของชุมชนบ้านครัวได้เป็นอย่างดี

5.2.1.3 การอยู่ร่วมกันได้ของคนต่างศาสนา

ดังได้กล่าวแล้วว่าชาวชุมชนบ้านครัวนั้นประกอบด้วยทั้งคนมุสลิมและคนที่นับถือศาสนาอื่น แต่ชาวชุมชนก็สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข อีกทั้งมีความร่วมมือร่วมใจกันในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาชุมชนและแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างคนมุสลิมกับคนที่นับถือศาสนาอื่น กล่าวคือ ผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่จะอยู่ในฐานะที่มาทีหลังและมีสถานภาพต่ำว่า (เช่น เป็นผู้มาเช่าบ้านของคนมุสลิม) จึงมีความเคารพ เชื่อฟังผู้อาวุโสกว่า โดยเฉพาะผู้นำของชุมชน (ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ) มีการปรับตัวเข้าหาชาวชุมชนที่อยู่เดิม รวมทั้งเชื่อฟังและยอมปฏิบัติตามกติกาของชุมชน ทั้งนี้ต้องยอมรับว่าเกิดจากความเข้มแข็งในการบริหารจัดการของคณะกรรมการชุมชน รวมทั้งความสัมพันธ์และการสื่อสารที่คณะกรรมการชุมชนมีต่อชาวชุมชนทั้งหมด

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสวภา พรศิริพงษ์ และคณะฯ (2532:21) ที่เขียนไว้ว่าศาสนาที่สำคัญของชุมชนบ้านครัวคือศาสนาอิสลาม โดยมีผู้นับถือศาสนาอิสลามถึงร้อยละ 70 ที่เหลือนับถือศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลามมีอิทธิพลต่อการจัดองค์กรทางสังคมในชุมชน มีมัสยิดเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน ส่วนศาสนาพุทธไม่มีอิทธิพลต่อการจัดองค์กรทางสังคมในชุมชนนี้เนื่องจากชาวไทยส่วนใหญ่อพยพมาจากภาคอีสานและอยู่ในฐานะผู้เช่าอาศัย

5.2.2 การสื่อสารภายในชุมชนบ้านครัวในอดีตและปัจจุบัน

จากผลการวิจัยซึ่งพบว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบการสื่อสารในชุมชนบ้านครัวทั้งในอดีตและปัจจุบัน และเป็นการสื่อสารที่ใช้มากที่สุด การสื่อสารของชาวชุมชนทั่วไป ได้แก่ การติดต่อไปมาหาสู่พบปะกันในกลุ่มกิจกรรม โดยเฉพาะกิจกรรมทางศาสนาของกลุ่มมุสลิม เช่น การละหมาดในทุกวันศุกร์ ซึ่งก็จะมีการเทศน์สอน พูดคุยกันในเรื่องของชุมชน เช่น กิจกรรมการเรียนการสอนศาสนา งานบุญ งานแต่งงานของคนในชุมชน ตามได้สารทุกข์สุขดิบ ดังนั้น

จึงทำให้ข่าวสารต่างๆ ไหลเวียนอยู่ในมัสยิดและพิธีกรรมทางศาสนาไปด้วย ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนในชุมชนเกิดการเชื่อมโยงกันด้วยความเป็นเครือญาติและการเข้าร่วมปฏิบัติศาสนกิจ

ในอดีตจะมีการสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ร่วมกระบวนการผลิตผ้าไหม ซึ่งในปัจจุบันลดน้อยลงมาก แต่ก็ยังมีความสัมพันธ์กันอยู่

สำหรับปัจจุบันการสื่อสารภายในชุมชนบ้านครัว นอกจากการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเป็นพื้นฐานและใช้มากที่สุดในการชุมชนแล้ว ก็ยังมีการประชุมของคณะกรรมการชุมชน และคณะกรรมการมัสยิด ซึ่งเป็นการสื่อสารระดับกลุ่ม เนื้อหาสาระของการประชุมก็จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสวัสดิการในชุมชนและกิจการอื่นๆ ของชุมชน (คณะกรรมการชุมชน) และกิจกรรมทางศาสนา (คณะกรรมการมัสยิด)

การสื่อสารภายในบ้านครัวในปัจจุบันอีกระดับหนึ่ง คือ ระดับชุมชน ซึ่งจะเป็นการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการชุมชนกับชาวชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อแจ้งให้ทราบโดยผ่านช่องทางที่นิยม คือ เสียงตามสาย ซึ่งมีลักษณะการไหลเวียนข่าวสารแบบทางเดียว เป็นการกระจายข่าวสารได้ทั่วถึง เนื้อหาของสารที่กระจายออกไปมีทั้งข่าวสารจากทางราชการ สุขภาพอนามัย การขอความร่วมมือในการบริจาคทรัพย์ การป้องกันอัคคีภัย และกิจกรรมในชุมชน นอกจากเสียงตามสายแล้วก็ยังมีการปิดประกาศที่มัสยิด กรณีนี้ข่าวสารจะกระจายไปไม่ถึงชาวชุมชนที่นับถือศาสนาอื่น ซึ่งต่างจากเสียงตามสายที่จะไปถึงชาวชุมชนทุกคน

สำหรับเรื่องของการใช้กิจกรรมเป็นสื่อ นั้น ในอดีตจะได้แก่กิจกรรมทางศาสนาและกิจกรรมการผลิตผ้าไหม แต่ในปัจจุบันกิจกรรมการผลิตผ้าไหมลดน้อยลงมาก แต่กิจกรรมทางศาสนา ยังคงเดิมและเพิ่มกิจกรรมอื่นๆ ขึ้นอีก เช่น กรณีการต่อต้านทางด่วนฯ ซึ่งการสื่อสารภายในชุมชนก็จะแตกต่างกันไปจากปกติ คือ จะเป็นการสื่อสารซึ่งเน้นเรื่องการรวมคนในชุมชนให้เป็นปึกแผ่นเพื่อเป็นพลังในการต่อสู้ หรือในการรณรงค์เพื่อต่อต้านยาเสพติดในชุมชน, การป้องกันไฟไหม้ เป็นต้น ซึ่งหากกิจกรรมในชุมชนดี การสื่อสารก็ย่อมจะดีไปด้วย และถ้าทั้งกิจกรรมและการสื่อสารดี ก็ย่อมได้รับความร่วมมือด้วยดีจากชาวชุมชน

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์ (2543:119) ซึ่งเขียนไว้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวในการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นภายในชุมชนนั้น พื้นฐานที่สำคัญที่สุด คือ การปฏิสัมพันธ์ภายในชุมชนซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับชุมชน ปฏิสัมพันธ์ของชาวชุมชนบ้านครัวยังเป็นการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ ได้แก่ การประชุมซึ่งมี

ลักษณะการสื่อสารในแนวระนาบ และการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ เช่น การทักทายพูดคุยกัน ทั้งนี้ นับว่าสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

5.2.3 การสื่อสารระหว่างชุมชนบ้านครัวกับบุคคล/ สังคมภายนอก ในอดีตและปัจจุบัน

เดิมที่บ้านครัวมีพื้นที่ครอบคลุมผืนเดียวกันทั้งหมด มาในสมัยของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้มีโครงการตัดถนนผ่านทางบ้านครัว คือถนนบรรทัดทองในปัจจุบัน ทำให้พื้นที่ของบ้านครัวถูกแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกอยู่ในความดูแลรับผิดชอบของสำนักงานเขตราชเทวี ได้แก่ บ้านครัวเหนือและบ้านครัวตะวันตก และส่วนที่สองอยู่ในความรับผิดชอบของสำนักเขตปทุมวัน ได้แก่ บ้านครัวใต้ ปี พ.ศ. 2521 การเคหะแห่งชาติได้เข้ามาพัฒนาระบบสาธารณูปโภคภายในชุมชน และได้จัดตั้ง “บ้านครัว” เป็นชุมชน เรียกว่า “ชุมชนบ้านครัว” แบ่งออกเป็น 3 ชุมชน คือ ชุมชนบ้านครัวเหนือ ชุมชนบ้านครัวตะวันตก และชุมชนบ้านครัวใต้

การสื่อสารระหว่างชุมชนบ้านครัวกับภายนอกในอดีต ในหัวข้อนี้ที่ถูกต้องจึงยังเป็นเพียง “บ้านครัว” มิใช่ชุมชน และยังไม่ได้แบ่งเป็น 3 ชุมชน (อดีตในที่นี้ นับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบ้านครัวจนถึง พ.ศ. 2510 ซึ่งจิม ทอมป์สัน หายตัวไป)

ดังนั้นการสื่อสารระหว่างชุมชนบ้านครัวกับภายนอกในอดีตจึงเกิดขึ้นเป็นส่วนน้อย เพราะขณะนั้นบ้านครัวเป็นสังคมปิด (พ.ศ. 2376-2500) อยู่กันแบบครอบครัวชั้นที่พี่น้อง จะมีการติดต่อสื่อสารกับภายนอกก็เฉพาะในเรื่องของธุรกิจผ้าไหมคือ การออกไปซื้อไหมดิบและค้าขายเท่านั้น จนกระทั่ง พ.ศ. 2489 จิม ทอมป์สัน เข้ามามีบทบาทสำคัญในธุรกิจผ้าไหมของบ้านครัว จึงจัดว่าการสื่อสารกับจิม ทอมป์สัน นับเป็นการสื่อสารระหว่างชุมชนกับภายนอกในอดีตด้วย

ดังนั้นลักษณะการสื่อสารระหว่างชาวชุมชนกับแหล่งไหมดิบ จึงเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง แบบไม่เป็นทางการ แต่การสื่อสารระหว่างเจ้าของกิจการผ้าไหมกับจิม ทอมป์สัน จะมีทั้งการสื่อสารทางเดียวแบบออกคำสั่ง คือการที่จิม ทอมป์สัน กำหนดลายและสีการทอผ้าให้เจ้าของกิจการฯ หรือคนทอ และมีการสื่อสารสองทาง แบบเป็นทางการคือ การตกลงทำธุรกิจผ้าไหมด้วยกันคือ จิม ทอมป์สัน จะให้เจ้าของกิจการฯ มีหุ้นส่วนในบริษัทของจิม ทอมป์สัน และให้เจ้าของกิจการฯ ทอผ้าตามคำสั่งส่งให้บริษัทของจิม ทอมป์สัน ทั้งหมด นับว่าจิม ทอมป์สัน เป็นผู้ที่ทำให้กิจการทอผ้าไหมของชุมชนบ้านครัวในอดีตรุ่งเรืองและมีความสัมพันธ์อันดีกับจิม ทอมป์สัน กลุ่มเป้าหมายที่ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องของจิม ทอมป์สัน ทุกคนจะพูดอย่างนิยมนชื่นในการทำกิจการกับจิม ทอมป์สัน และจิมเองก็มีความผูกพันกับบ้านครัว

การสื่อสารระหว่างชุมชนบ้านครัวกับภายนอกในอดีต นอกจากมีการสื่อสารกับแหล่งไหมดิบและจิม ทอมป์สัน แล้วก็ยังมีการสื่อสารกับผู้บริโภคและตลาดผ้าไหม ซึ่งมีทั้งการที่ชาวชุมชน

บ้านครัวนำผ้าไหมออกไปขายตามจังหวัดต่างๆ และการมีร้านขายผ้าไหมที่มาติดต่อซื้อจากชาวบ้าน ครัวเป็นประจำ

สำหรับปัจจุบันซึ่งกิจการทอผ้าไหมของชุมชนบ้านครัวลดลงเหลือเพียง 3 ราย ดังนั้นการสื่อสารกับบุคคล/ สังคมภายนอก จึงเป็นเรื่องของการสื่อสารกับชุมชนอื่นๆ กับหน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน รวมทั้งนักวิจัย นักศึกษาจากภายนอกชุมชนที่เข้ามาวิจัย ศึกษา และดูงานด้านต่างๆ ของชุมชนบ้านครัว แต่การสื่อสารกับแหล่งใหม่ดิบ แหล่งสีย้อม และตลาดผ้าไหมก็ยังคงอยู่ แต่ก็เป็นเรื่องของธุรกิจส่วนตัว ไม่ใช่การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวโดยตรง

การสื่อสารระหว่าง 3 ชุมชน หมายถึง ชุมชนบ้านครัวเหนือ ชุมชนบ้านครัวตะวันตก และชุมชนบ้านครัวใต้ การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการชุมชนของทั้ง 3 ชุมชน จะมีลักษณะเป็นการสื่อสารกลุ่มโดยผ่านช่องทางการสื่อสารคือโทรศัพท์บ้านและโทรศัพท์มือถือ มีเป้าหมายเพื่อนัดประชุมกันและแจ้งข่าวสารต่างๆ ถึงกัน และยังใช้วิทยุสื่อสารเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งมีข้อดี คือสามารถติดต่อกันได้โดยเฉพาะกลุ่มและจะมีรหัสที่รู้จักกันเฉพาะกลุ่มด้วย วิธีการสื่อสารสำคัญที่คณะกรรมการชุมชนใช้คือ การประชุม มีเป้าหมายเพื่อระดมความคิดเห็นและปรึกษาหารือในเรื่องที่เกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ของแต่ละชุมชน และการจัดกิจกรรมร่วมกัน

การสื่อสารกับหน่วยงานรัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของเขตรักษาพันธุ์ และการเคหะแห่งชาติ พบว่า กรรมการชุมชนใช้การสื่อสารแบบตัวต่อตัวที่มีการพูดคุยกันอย่างเป็นทางการ เนื้อหาเรื่องราวที่ติดต่อกับเจ้าหน้าที่เขตฯ จะเป็นการรับนโยบายจากเขตมาปฏิบัติ เช่น การร่วมรณรงค์ในเรื่องความสะอาด การต่อต้านยาเสพติด การร่วมกิจกรรมในวันสำคัญ เป็นต้น รวมทั้งการของบประมาณเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชน รวมทั้งเรื่องของการนำผ้าไหมบ้านครัวไปแสดงและจำหน่ายในงาน OTOP ส่วนการสื่อสารกับการเคหะแห่งชาติก็จะเป็นเรื่องของการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคของชุมชน เป็นต้น

การสื่อสารกับกลุ่มคนภายนอก เช่น กลุ่มนิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่เข้ามาศึกษาวิจัย ดูงานในชุมชน หรือสื่อมวลชนที่เข้ามาขอข้อมูลของชุมชน ก็จะต้องติดต่อผ่านกรรมการชุมชนซึ่งจะเป็นคนคอยตรวจสอบและกลั่นกรองเรื่องราวและประสานงาน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารกับบุคคลภายนอก ผู้ที่มีบทบาทสำคัญและเป็นตัวกลางการไหลเวียนของข่าวสารจากในชุมชนไปยังภายนอกชุมชน และจากภายนอกเข้ามาสู่ในชุมชน

“คณะกรรมการชุมชน” ซึ่งเป็นเพราะเป็นกลุ่มคนที่มีหน้าที่รับผิดชอบติดต่อประสานงานกับกลุ่มคนนอกชุมชน ในการสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพของชุมชนได้อีกแนวทางหนึ่ง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับชุมชนบ้านครัว

5.3.1.1 ควรเปิดสังคมของชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้มุมมองใหม่ๆ เช่น การเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะการเป็นศูนย์วัฒนธรรมผ้าทอกลางกรุง เพื่อให้ผ้าไหมบ้านครัวคงอยู่ต่อไป

5.3.1.2 ชุมชนควรมีการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และการทอผ้าไหมบ้านครัวให้แก่คนรุ่นใหม่ เพื่อให้ชุมชนบ้านครัวยังคงอัตลักษณ์ของชุมชนต่อไป

5.3.1.3 ควรมีการปรับปรุงสื่อของชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ควรมีการปรับปรุงป้ายประกาศและระบบเสียงตามสายที่มีอยู่ โดยเพิ่มจำนวนให้มากขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ หรือควรมีการผลิตหนังสือพิมพ์ของชุมชนเพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชนสู่คนในชุมชน เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยชุมชน

5.3.2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการใช้สื่อภายในชุมชนของชุมชนอื่นๆ เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์และหาแนวทางปรับปรุงสื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

5.3.2.2 ในการเลือกผู้ที่จะขอสัมภาษณ์เป็นเรื่องสำคัญ เพราะบางครั้งเมื่อสัมภาษณ์แล้วปรากฏว่าผู้นั้นมิใช่ผู้รู้เรื่องจริงๆ ตามที่กล่าวอ้าง จึงควรต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายจากหลายๆ ทาง และจากบุคคลที่เป็นผู้นำ (อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ) ของชุมชนนั้น

5.3.2.3 ในการวิเคราะห์ข้อมูลต้องคำนึงถึงตัวแปรต่างๆ ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้ถูกสัมภาษณ์ เช่น แสดงสถานะทางอารมณ์หรือทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อหัวข้อที่กำลังพูดถึง(เชิงอารมณ์) เป็นต้น