

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ข้อมูลทั้งหมดได้มาจากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview), การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participatory Observation) และการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (Document Analysis)

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย

2.1 ลักษณะภาคีเครือข่ายและรูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

2.2 กระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

2.3 กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลระหว่างภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับสาธารณชน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น

ที่มาของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เกิดขึ้นมาได้เนื่องจากในอดีตกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ให้ชาวบ้านในพื้นที่ทำการสัมปทานเก็บไข่เต่าทะเลบริเวณ อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง และรอบอ่าวสัตหีบ เพื่อนำไปจำหน่ายและทำการเพาะฟัก จำนวนเต่าทะเลจึงลดลงอย่างรวดเร็ว สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระราชินีนาถ ทรงเป็นห่วงกลัวเต่าทะเลจะลดลงจนสูญพันธุ์ไปจากประเทศไทย จึงได้มีพระราชเสาวนีย์ให้กรมประมงและกองทัพเรือร่วมกันดำเนินงานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กรมประมงจึงโอนงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลไปให้กองทัพเรือดูแล และได้ออกประกาศตามพระราชบัญญัติว่าด้วยเขต

ปลอดภัยทางทหาร โดยให้ชาวบ้านออกจากพื้นที่แล้วจัดสรรทหารเข้าไปดูแลแทน การดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือจึงเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2493 เป็นต้นมา

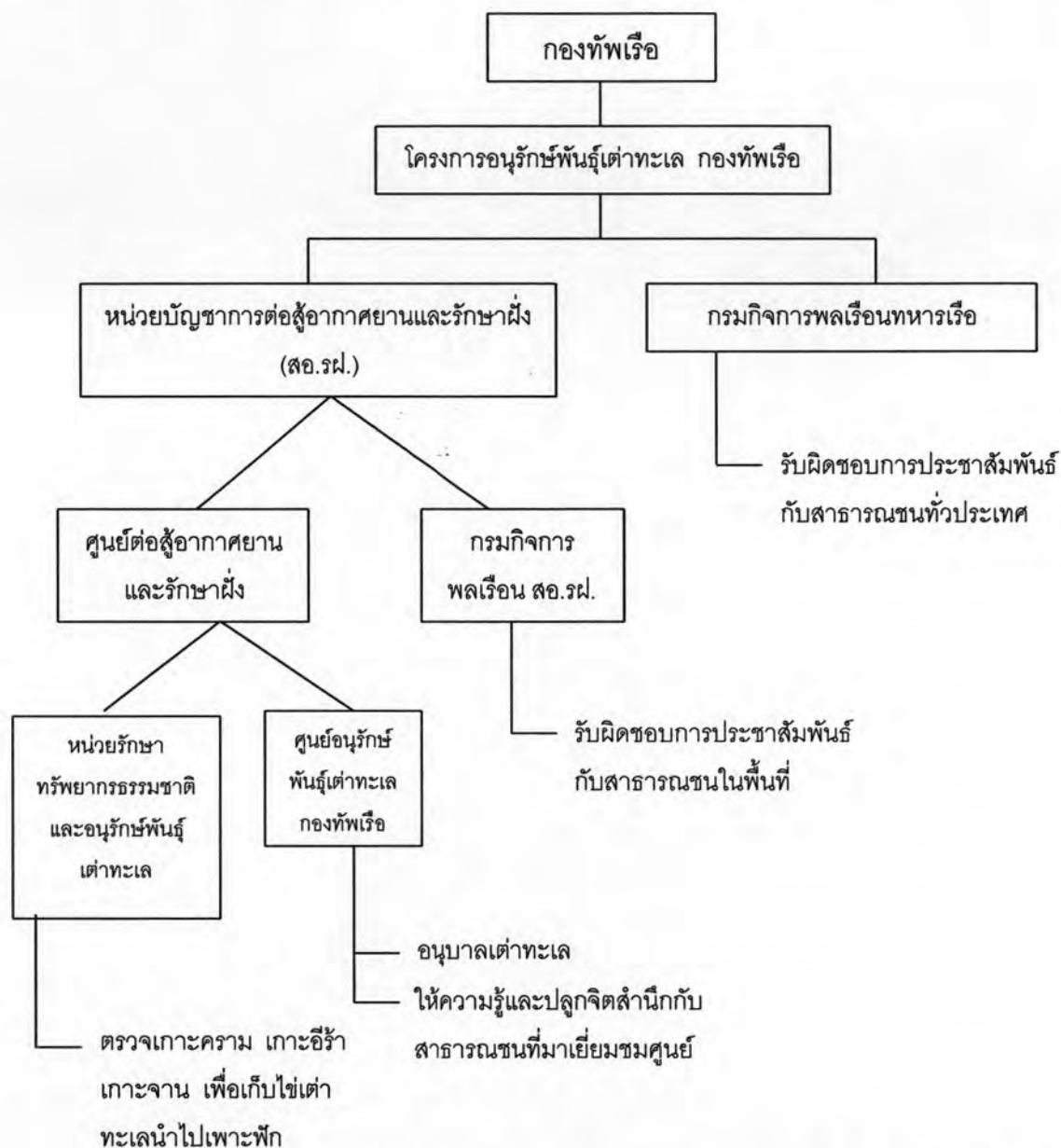
ในระยะแรกกองทัพเรือยังไม่ได้ตั้งโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือขึ้นมา แต่ได้มีการจัดตั้งศูนย์เก็บและเพาะฟักไข่เต่าทะเลขึ้นที่หาดหน้าบ้านเกาะคราม อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นบริเวณที่เต่าทะเลขึ้นมาวางไข่เป็นจำนวนมาก โดยดำเนินการเก็บไข่เต่าทะเลมาจำหน่ายตามที่ได้รับสัมปทาน และส่วนหนึ่งไม่น้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ จะทำการเพาะฟักแล้วปล่อยลูกเต่าทะเลคืนสู่ธรรมชาติตั้งแต่เกิด โดยไม่ได้นำมาอนุบาลและทำการประชาสัมพันธ์เหมือนอย่างเช่นในปัจจุบัน

ระยะต่อมาตั้งแต่ พ.ศ. 2535 กองทัพเรือได้แต่งตั้งคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่งขึ้น เพื่อดูแลโครงการอนุรักษ์ต่าง ๆ ของกองทัพเรือ จึงได้มีการจัดตั้งโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือขึ้นมา พร้อมกับประกาศยกเลิกการจำหน่ายไข่เต่าทะเล และทำการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างจริงจัง โดยนำไข่เต่าทะเลที่ได้มาเพาะฟักทั้งหมด พร้อมดำเนินการอนุบาลลูกเต่าทะเลจนกระทั่งมีอายุ 3-6 เดือน แล้วจึงปล่อยกลับคืนสู่ธรรมชาติ

ในปี พ.ศ. 2544 กองทัพเรือได้จัดงานอนุรักษ์ทั้งหมดไว้เป็นสายงานปกติ โดยมีกรมกิจการพลเรือนทหารเรือเป็นหน่วยงานอำนวยการ สำหรับงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ได้มอบหมายให้หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง (สอ.รฝ.) เป็นหน่วยดำเนินการ และเริ่มให้ความสำคัญกับการทำประชาสัมพันธ์ ด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้สาธารณชนเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เมื่อการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือมากขึ้น จำนวนผู้ที่เยี่ยมชมเกาะครามจึงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อความสะดวก ปลอดภัย และไม่เป็นการรบกวนแม่เต่าทะเลที่ขึ้นวางไข่บริเวณรอบเกาะคราม หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง จึงได้สร้างศูนย์เพาะเลี้ยงเต่าทะเลขึ้นที่บริเวณชายหาดของหน่วยฯ และสร้างอาคารบรรยาย เพื่อให้ความรู้แก่สาธารณชนที่มาขอเยี่ยมชม

จากผลการวิจัย พบว่า ในปัจจุบันกองทัพเรือได้แบ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบและมีโครงสร้างการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดังนี้

แผนภาพที่ 23 โครงสร้างการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ



จากแผนภาพที่ 20 จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันมี 2 หน่วยงานในกองทัพเรือที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล คือ หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง และกรมกิจการพลเรือนทหารเรือ โดยแบ่งภาระงานออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนการเฝ้าระวังรักษาแหล่งวางไข่เต่าบริเวณเกาะคราม เกาะอีร้า เกาะจาน เพื่อป้องกันผู้บุกรุกทำลายแหล่งวางไข่ และทำการเก็บไข่มาทำการเพาะฟัก ซึ่งภาระงานส่วนนี้อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติและอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล “นธต” ซึ่งขึ้นตรงกับศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง

“ตอนนี้เรามีกำลังพลที่จะไปประจำพื้นที่ต่าง ๆ ที่เรากำลังทำการอนุรักษ์อยู่ เช่น เกาะคราม เกาะอีร้า เกาะจาน เป็นพื้นที่หลักที่เราจะเก็บไข่เต่าแล้วนำมาเพาะฟัก หลังจากเพาะฟักเป็นตัวเสร็จแล้วก็เอามาอนุบาลที่ศูนย์ฯ ของเรา”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

ซึ่งนอกจากภาระงานที่กล่าวข้างต้นแล้วหน่วย นธต. นี้ยังมีภาระงานแฝงด้านการสื่อสารทำความเข้าใจกับชาวประมง ซึ่งเป็นประชาชนในพื้นที่ด้วยในกรณีที่ชาวประมงได้มีการบุกรุกแหล่งวางไข่เต่าแล้วถูก นธต. ดำเนินการจับกุม ในระหว่างนั้นเจ้าหน้าที่ นธต. ก็จะทำให้ความรู้ทางด้านกฎหมายเต่าทะเลว่าการกระทำนี้ผิดเพราะอะไร มีระวางโทษอย่างไร และการกระทำใดบ้างที่เป็นการกระทำที่เสี่ยงต่อการทำผิดกฎหมายเต่าทะเล ถ้ากระทำแล้วจะต้องได้รับโทษเช่นกัน ทั้งยังบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ถูกต้องให้กับชาวประมงด้วย

“นธต. เป็นหน่วยปฏิบัติโดยตรง เช่น ถ้าชาวประมงไปรุกรานที่เกาะคราม เขาต้องเข้าไปบอก ไปทำความเข้าใจ กับชาวบ้าน รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย ให้ปฏิบัติตนให้ถูกต้อง”

(น.ต. หญิง พัชรี ศิริมาก, นายทหารประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการพลเรือน สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2551)

ด้วยความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ บางครั้งประชาชนในพื้นที่จะนำปัญหาในการทำประมงต่าง ๆ มาเล่าสู่กันฟัง ซึ่งหนึ่งในปัญหานั้นก็มีปัญหาเต่าทะเลรวมอยู่ด้วย เมื่อเจ้าหน้าที่ นธต. รับฟังและทราบปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว จึงรายงานไปยังศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ซึ่งเป็นหน่วยงานตามสายงานบังคับบัญชา และศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง รายงานไปยังหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ซึ่งเป็นหน่วยงานขึ้นตรง เพื่อดำเนินการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไป ฉะนั้นหน่วยงานนี้นอกจากจะให้ความรู้ สร้างความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่แล้ว ยังเป็นหน่วยงานที่รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนในพื้นที่เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน และหาทางช่วยประชาชนในพื้นที่ต่อไป

สำหรับการอนุบาลลูกเต่าทะเล โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะทำการอนุบาลลูกเต่าทะเลตั้งแต่แรกเกิดให้เจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์แข็งแรง จนถึงอายุประมาณ 3-6 เดือน ก่อนที่จะทำการปล่อยกลับคืนสู่ท้องทะเล

"หลังทำการเพาะปักเสร็จแล้วเราก็ย้ายมาที่ศูนย์ฯ เราก็จะมีคนดูแลเรื่องการให้อาหาร การเปลี่ยนถ่ายน้ำ การให้ยา การตรวจเช็ค"

(น.อ.ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้สู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

รวมถึงการให้ความรู้ และปลูกจิตสำนึกของสาธารณชนที่มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ให้ความรู้ความสำคัญของเต่าทะเล ซึ่งภาระงานส่วนนี้จะอยู่ในความรับผิดชอบของศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่เป็นหน่วยขึ้นตรงต่อศูนย์ต่อสู้สู้อากาศยานและรักษาฝั่ง หน่วยบัญชาการต่อสู้สู้อากาศยานและรักษาฝั่ง โดยเมื่อสาธารณชนได้เดินทางมาถึงศูนย์ฯ จะมีวิทยากรประจำศูนย์ฯ คอยให้คำแนะนำ และเชิญรับฟังการบรรยายสรุปเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล และก่อนที่จะมีการบรรยายสรุปจากวิทยากรประจำศูนย์ฯ จะมีการเปิดวีดิทัศน์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับวงจรชีวิตเต่าทะเล สถานการณ์เต่าทะเลในประเทศไทย การดำเนินงานของโครงการฯ สาเหตุที่ทำให้เต่าทะเลตาย ฯลฯ ให้ชมก่อน จากนั้นวิทยากรประจำศูนย์ฯ จะมีการถาม-ตอบ เพื่อกระตุ้นความสนใจจากสาธารณชนก่อนจะเริ่มพูดเพื่อโน้มน้าวใจให้สาธารณชนเห็นถึงความสำคัญของเต่าทะเล และขอความร่วมมือจากสาธารณชนให้ช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเล

"เรามีมัตติมีเดียให้ชมก่อนประมาณ 12 นาที จะพูดถึงการกำเนิดของเต่าตั้งแต่ 130 ล้านปี เต่าทะเล 70 ล้านปี เราจะส่งวิทยากรของเราไปในความรู้ในเรื่องของเต่าทะเล และการอนุรักษ์ที่เราทำอยู่ปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชน เข้าใจมีเอาเต่าสตีฟมาโชว์ เพื่อให้เขาเห็นจริง ๆ ว่าเต่ารูปร่างหน้าตาเป็นงัย แล้วก็บรรยายกระตุ้นให้เกิดความสนใจ รวมทั้งการซักถามปัญหา ถ้าเขาไม่ถามเราก็จะถามกลับ เพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บรรยายและผู้รับฟัง"

(น.อ.ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้สู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

หลังจากนั้นจะมีการพาชมห้องนิทรรศการ ซึ่งเป็นห้องที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์เต่าทะเลของโครงการ ขอบเขตภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในงานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล การร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล ฯลฯ จากนั้นจะนำชมคอกอเลียม เป็นสถานที่จัดแสดงโชว์เต่าทะเลตามช่วงอายุ ซึ่งแบ่งเป็น 2 โซน คือ โซนเต่าทะเลขนาดเล็ก และโซนเต่าทะเลขนาดใหญ่ ต่อจากนั้นจะพาไปสัมผัสกับเต่าทะเลที่บ่ออนุบาลเต่าทะเล ซึ่งในระหว่างที่สาธารณชนสัมผัสเต่าทะเล วิทยากรประจำศูนย์ฯ จะทำการพูดโน้มน้าวใจด้วยเนื้อหาสาระที่เร้าอารมณ์ความรู้สึกอีกครั้ง

หนึ่ง เพื่อให้สาธารณชนเกิดการจดจำ เกิดความประทับใจ และสิ่งที่วิทยากรพูดขอความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลจะได้ฝังอยู่ในความทรงจำ รวมถึงการจัดทำเว็บไซต์ของศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปสามารถหาความรู้ได้สะดวกรวดเร็วอีกทางหนึ่ง

ส่วนของการสื่อสารกับสาธารณชนภายในพื้นที่ ด้วยการประชาสัมพันธ์จะอยู่ในความรับผิดชอบของกรมกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ด้วยการเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ดึงสาธารณชนในพื้นที่ให้มาเป็นแนวร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล ด้วยการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ ทำความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่ โดยลงพื้นที่ไปจัดนิทรรศการตามงานต่าง ๆ ทั้งที่กองทัพเรือจัดเอง หรือหน่วยงานภายนอกจัดขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงสาธารณชนในพื้นที่ให้ได้มากที่สุด อาทิ งานวัด งานโครงการเทศบาลเคลื่อนที่ งานคอนเสิร์ตรักษารักษาเต่าทะเล ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสื่อท้องถิ่น เพื่อให้สื่อเหล่านั้นช่วยประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชนในพื้นที่อีกทางหนึ่งด้วยผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เคเบิลทีวีท้องถิ่น

“เราจะใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก คือ มุ่งแล้วตั้งกลุ่มเป้าหมายไว้แล้ว เรา จะรุกไปก่อนที่เขาจะอยากรู้ อยากเห็น ทำให้เค้ารู้โดยที่เค้าไม่ได้อยากที่จะรู้มาก่อน ใส่ความรู้เข้าไป คือบังคับรู้ “รุกไปหาเค้า” เช่น การออกไปจัดนิทรรศการ การเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ”

(น.ต.หญิง พัชรี ศิริมาก, นายทหารประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการพลเรือน สอ.รฟ., สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2551)

และส่วนของการทำประชาสัมพันธ์ไปสู่สาธารณชนทั่วประเทศ จะอยู่ในความรับผิดชอบของกรมกิจการพลเรือนทหารเรือ ซึ่งมีความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนส่วนกลางทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ดังนั้นเมื่อโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลระดับประเทศขึ้นมา หน้าที่การทำประชาสัมพันธ์จะถูกโอนมาให้กับกรมกิจการพลเรือนทหารเรือดำเนินการเชิญสื่อมวลชนมาร่วมกิจกรรม การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปตามสื่อต่าง ๆ เพื่อขอสนับสนุนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สาธารณชนทั่วไปได้รับรู้ รับทราบ และมาทำกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการฯ นอกจากนี้กรมกิจการพลเรือนทหารเรือยังได้มีการทำรายการสารคดีโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ขึ้นเพื่อนำไปขอสนับสนุนออกอากาศตามสถานีโทรทัศน์ของต่าง ๆ และยังได้มีการเขียนข่าวสารคดีส่งไปตามหนังสือพิมพ์ และวารสาร เพื่อให้สาธารณชนได้รับข่าวสารอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ไม่ได้มีกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล

“เราพยายามทำออกมาในรูปสารคดีลงหนังสือพิมพ์ ลงวารสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เราจะสามารถ approach เข้าไปได้”

(พล.ร.ต. เริงฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

การที่ทั้งหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง และกรมกิจการพลเรือนทหารเรือ ต้องรับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์เต่าทะเล กองทัพเรือเหมือนกัน แต่ต่างกันตรงที่ระดับความเล็ก-ใหญ่ของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงต้องมีการติดต่อสื่อสารกันระหว่าง 2 หน่วยงานอย่างใกล้ชิด ด้วยการประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์เต่าทะเลให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

เป้าหมายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

กองทัพเรือมีการวางเป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ คือ ดำเนินการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลไม่ให้สูญพันธุ์ โดยอนุรักษ์เต่าทะเลที่มีอยู่ในขณะนี้ให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ต่อไปได้ โดยปราศจากการรุกรานของมนุษย์ และพยายามเพิ่มจำนวนเต่าทะเลให้มีปริมาณมากขึ้น รวมถึงเป็นแหล่งวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล และการอนุรักษ์เต่าทะเลกับสาธารณชนทั่วไป

“เป้าหมายไม่เปลี่ยนตามที่สมเด็จท่านให้ไว้ คือ อนุรักษ์สิ่งที่มีอยู่แล้วให้คงอยู่ และเพิ่มจำนวนเต่าทะเลให้เพิ่มมากขึ้นจนเป็นสัตว์ที่ปลอดภัยจากสัตว์ใกล้สูญพันธุ์ วิธีการก็อย่างที่เล่าให้ฟังทั้งโดยตรง และโดยอ้อม สื่อทั้งประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสารมวลชน ทั้งสื่อท้องถิ่น ในเรื่องประชาสัมพันธ์ให้คนรู้ทั่วถึง”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

วัตถุประสงค์ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งอนุบาลอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ จนสามารถปล่อยเต่าที่อนุบาลแล้วกลับคืนสู่ทะเลในที่มีระบบนิเวศวิทยาที่สมบูรณ์ รวมทั้งให้เป็นแหล่งศึกษาวิจัยข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลที่เป็นต้นแบบที่ดี และเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ โดยการกระตุ้นเร่งเร้าให้สาธารณชนทั่วไปหันมาร่วมกันส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

“เพิ่มจำนวนเต่าทะเลที่มันกำลังจะสูญพันธุ์ และรณรงค์ให้คนได้รู้เกี่ยวกับเรื่องการอนุรักษ์ครั้งนี้ เพื่อให้คนเค้าได้รู้ จะได้ช่วยกันร่วมมือกัน ก็เป็นลักษณะที่สร้างจิตสำนึก แล้วเราก็สอดแทรกความรู้ไปด้วยว่าเต่าเป็นไง มีกี่ชนิด เพื่อให้เขารู้สภาพที่แท้จริงตรงนั้น มันก็จะช่วยให้เขาเข้าใจมากขึ้น”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

และเนื่องจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นโครงการฯ ที่กองทัพเรือได้ดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งมีการตั้งเป้าหมายการดำเนินงานในระยะยาว โดยคาดหวังให้ประชาชนมีความรู้ มีจิตสำนึก อันนำไปสู่การเข้ามาร่วมกันกับกองทัพเรือทำการอนุรักษ์เต่าทะเล จึงต้องการความร่วมมือจากสาธารณชน และภาคีเครือข่ายจากทุกภาคหน่วยทั่วประเทศ เข้ามาร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเลทั้งในเรื่องของการปฏิบัติตนอย่างถูกต้องในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และการให้ความร่วมมือสนับสนุนโครงการฯ ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้โครงการฯ สามารถดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเลได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ

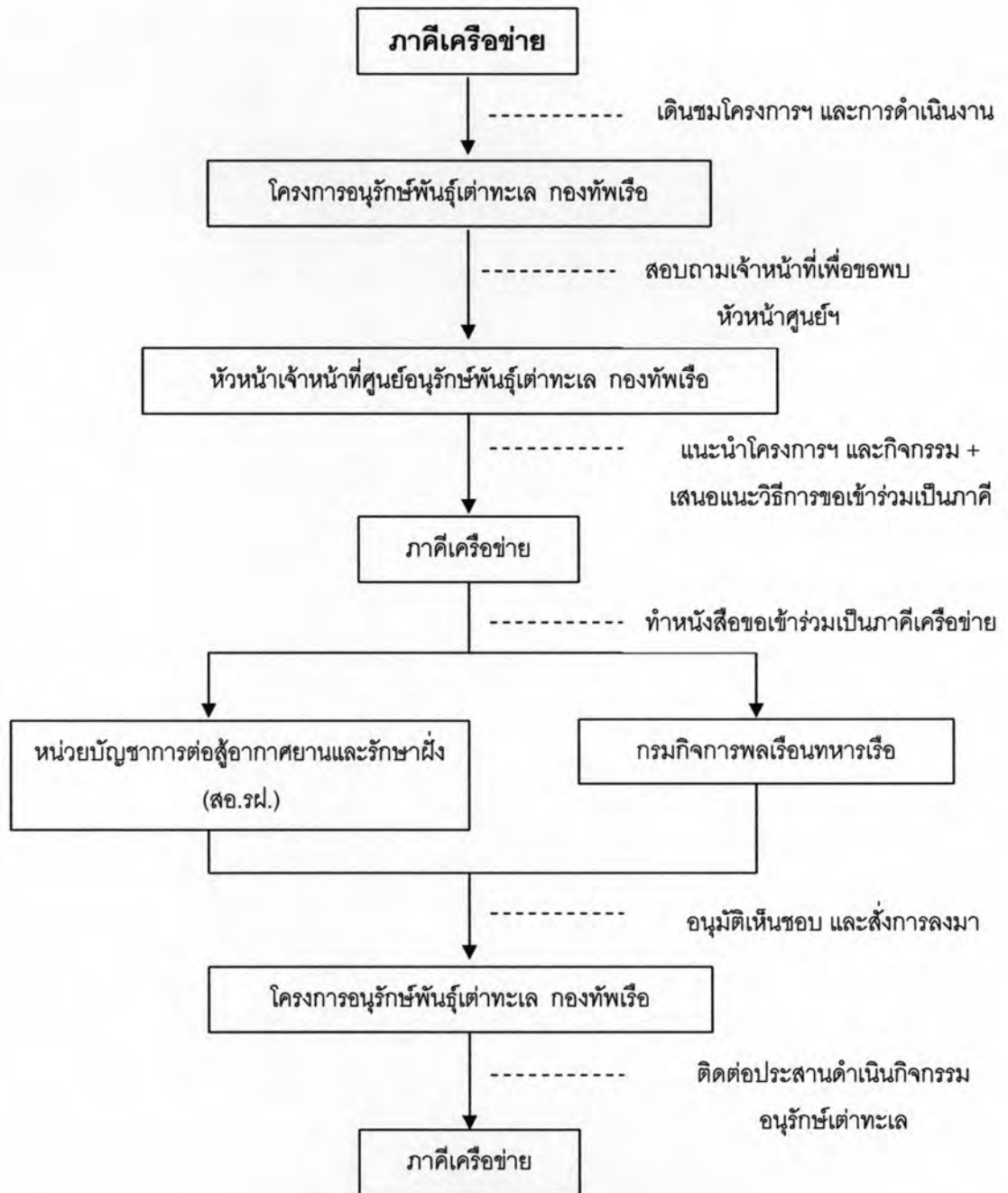
“กองทัพเรือคงจะทำไปเรื่อย ๆ ไม่ลดบทบาทตรงนี้ลง เพียงแต่อาจต้องฝากเรื่องนี้ไว้กับประชาชน และพันธมิตร ให้มาร่วมกัน แต่อย่างไรก็ตามเราก็จะดำเนินการตรงนี้ต่อไป”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

การประสานขอเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย

เมื่อมีหน่วยงานต่าง ๆ ติดต่อเข้ามาขอเป็นภาคีเครือข่าย เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ทั้งในรูปแบบการให้การสนับสนุนโครงการในด้านต่าง ๆ อาทิ การช่วยทำการเผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเล ช่วยด้านงบประมาณและการหาสปอนเซอร์ ช่วยทำประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการ และเข้ามาดำเนินกิจกรรมร่วมกับโครงการฯ การประสานงานเพื่อขอเข้าเป็นภาคีเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จึงเกิดขึ้น ซึ่งสามารถสรุปเป็นขั้นตอนการติดต่อประสานขอเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายโครงการ ดังนี้

แผนภาพที่ 24 ขั้นตอนการติดต่อประสานขอเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายโครงการ



จากแผนภาพที่ 21 จะเห็นได้ว่า ขั้นตอนการติดต่อประสานขอเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายโครงการฯ จะเป็นขั้นตอนของการติดต่อสื่อสารกันทั้งอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ โดยในขั้นแรก ภาคีเครือข่ายจะทำการไปสำรวจที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อดูโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ การดำเนินงานส่วนต่าง ๆ ภายในโครงการฯ เพื่อให้ได้รู้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโครงการฯ ก่อน และเมื่อพิจารณาเห็นแล้วว่าโครงการฯ มีการดำเนินงาน

อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลที่เป็นรูปธรรม มีความน่าสนใจ เป็นประโยชน์ ประกอบกับนโยบายของหน่วยงานนั้น ๆ ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายกับโครงการฯ เพื่อดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกัน

“ก็ walk in เข้าไปครั้งแรก ก็ขอเยี่ยมชมที่ศูนย์ฯ ตามปกติ ไปชมไปดู เหยย! ตายแล้ว เขาทำเป็นเรื่องเป็นราว มือควอเลียมเต่าด้วยหรอไม่เคยรู้มาก่อน มีเป็นเรื่องเป็นราวก็เข้าไปศึกษา เขามีที่อนุบาลเต่าด้วย มีเกาะทำเป็นเรื่องเป็นราวเลยนะ ก็มาดูมันมีศักยภาพที่จะพัฒนา ก็เลยอยากมาร่วมด้วย”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

จากนั้นจึงติดต่อเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อขอเข้าพบผู้ที่สามารถแนะนำขั้นตอนการติดต่อเข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายได้ เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ฯ จึงแนะนำให้พบกับหัวหน้าเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ ซึ่งจะเล่ารายละเอียดเกี่ยวกับโครงการฯ ทั้งหมดให้ฟัง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงผลการดำเนินงาน ผู้เยี่ยมชมศูนย์ฯ กิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลที่โครงการจัดขึ้นอีกครั้ง แล้วจึงแนะนำขั้นตอนการติดต่อไปยังหน่วยงานหลักที่มีอำนาจในการตัดสินใจอนุมัติการเข้ามาร่วมมือกับโครงการฯ ดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเล และเนื่องจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นโครงการของกองทัพเรือที่เป็นหน่วยงานราชการ หน่วยงานที่ต้องการจะเข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการฯ จะต้องทำหนังสืออย่างเป็นทางการส่งไปที่หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง และกรมกิจการพลเรือนทหารเรือ ซึ่งทั้ง 2 หน่วยงานนี้จะมีอำนาจในการอนุมัติให้แต่ละหน่วยงานเข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายโครงการฯ ได้

“พี่เข้าไปเอง เข้าไปสอบถามเค้า แล้วเขาก็ brief ให้ฟัง แล้วพี่ปุ่นเขาก็แนะนำถ้าถ่ายทำมันมีกฎว่าต้องทำหนังสือ แจ้งที่กองทัพเรือก่อน แจ้งตามขั้นตอนก็ได้รับความร่วมมือดีนะ ไม่ได้มีปัญหาอะไรเลย แค่แจ้งให้ทราบแล้วเขาก็ตอบกลับมาแบบให้ความร่วมมือดีนะ”

(วินา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

เมื่อมีการอนุมัติให้หน่วยงานนั้น ๆ สามารถเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายได้ จะมีการส่งการลงมาที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อีกครั้งหนึ่ง ให้ทำการติดต่อกลับไปยังหน่วยงานนั้น ๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกัน

วัตถุประสงค์และเป้าหมายในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลของภาคีเครือข่าย

จากผลการวิจัย พบว่า หน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการฯ ทั้งภาคีเครือข่ายในพื้นที่อำเภอสัตหีบ ภาคีเครือข่ายในจังหวัดชลบุรี ภาคีเครือข่ายในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการเข้าร่วมมีอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการฯ อย่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละหน่วยงาน อาทิ ต้องการให้ความรู้ ปลุกจิตสำนึก ให้เห็นความสำคัญและร่วมกันอนุรักษ์เต่าทะเล ต้องการเผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ต้องการคืนกำไรให้กับสังคม และเป็นภารกิจขององค์กร ดังนี้

ตารางที่ 2 : วัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ ปลุกจิตสำนึกและเชิญชวนร่วมกันอนุรักษ์เต่าทะเล

ชื่อองค์กร	วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล	เป้าหมายในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล
องค์กรสื่อมวลชนสวนภูมิภาค	อยากบอกให้ประชาชนทราบว่าเต่าทะเลมีพระคุณต่อประเทศไทย	ต้องการให้เต่าทะเลอยู่คู่กับท้องทะเลไทย และเพิ่มปริมาณมากขึ้น
รายการ Navigator	สนใจที่จะเผยแพร่ข้อมูลโครงการฯ ไปสู่ประชาชน	อยากให้คนดูมีจิตสำนึก และอยากร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเการอนุรักษ์เต่าทะเล
รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ	อยากให้ประชาชนรู้ว่าควรอนุรักษ์เต่าทะเล	ต้องการทำการสื่อสารให้ประชาชนรู้และปฏิบัติตนถูกต้อง
รายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD	เต่าทะเลน่าสนใจ จึงอยากหาช่องทางนำเสนอข้อมูลเหล่านี้ให้ประชาชนรู้	ต้องการให้ประชาชนได้รู้ว่าประเทศของเราก็มีการอนุรักษ์เต่าทะเล และงานวิจัยเต่าทะเล
เทศบาลเมืองสัตหีบ	อยากสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น และให้หน่วยงานราชการในพื้นที่เข้ามาร่วมด้วย	ต้องการเผยแพร่ให้ประชาชนในพื้นที่มีความรู้
เทศบาลเมืองศรีราชา	อยากร่วมมือกับหน่วยงานที่ทำการอนุรักษ์เต่าทะเลมีศักยภาพเหนือกว่า	ต้องการปลุกจิตสำนึกให้ชาวประมงประชาชน อนุรักษ์เต่าทะเล
โรงเรียนจุฑาเสมิต	อยากทำให้มนุษย์เกิดความตระหนักถึงการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีสาเหตุมาจากการกระทำของมนุษย์	ต้องการให้เด็กมีความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม สัตว์ในท้องถิ่น เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข
Underwater World	อยากเพิ่มสถานที่ให้คนได้สัมผัสเต่าทะเลมากขึ้น	ส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องของเต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า มีหลายหน่วยงานที่มีวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการเข้ามาร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เนื่องจากต้องการเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยเผยแพร่ความรู้ ช่วยปลูกจิตสำนึก และเชิญชวนให้สาธารณชนหันมาร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเล เพราะหน่วยงานนั้น ๆ มองเห็นว่าการอนุรักษ์เต่าทะเลเป็นเรื่องที่สำคัญ และมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากสาธารณชนทั่วประเทศ การอนุรักษ์เต่าทะเลจึงจะได้ผล แล้วภาคีเครือข่ายต่าง ๆ เหล่านี้เป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพ คือ มีช่องทางการสื่อสารที่สามารถจะนำพาสารทั้งในเรื่องของการให้ความรู้ การปลูกจิตสำนึก และเชิญชวนให้ช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเล ไปสู่สาธารณชนได้ในวงกว้างจึงเข้ามาร่วมมือกับโครงการฯ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีหน่วยงานหลากหลายทั้งสื่อมวลชน องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานราชการ และหน่วยงานภาคเอกชน ที่เข้ามาร่วมมือกับโครงการฯ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

“สนใจที่จะเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไปสู่ประชาชน โดยเราอยากถ่ายทอดกระบวนการทำงานตั้งแต่เต่าเริ่มมาวางไข่ตามเกาะต่าง ๆ การเพาะฟักเป็นตัว การอนุบาลเต่าทะเล ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจมากอยากให้ประชาชนได้เห็นและรับรู้”

(เจษฎาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

“อยากให้มนุษย์เกิดความตระหนักเนี่ย ปัญหาคือ มนุษย์ไม่ตระหนักถึงการแก้ปัญหาของเต่าทะเล และจริง ๆ แล้วที่เต่าทะเลลดลงมันไม่ใช่เกิดจากธรรมชาติ แต่มันเกิดจากมนุษย์เสียส่วนใหญ่จึงอยากปลูกฝังเค้าให้มาช่วยกันทั้งที่ยังเป็นเด็กเนี่ยแหละ”

(กฤษณา ไฉสุวรรณ, ครู คศ. 3 ร.ร. จุกเสม็ด, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

ตารางที่ 3 : วัตถุประสงค์เพื่ออยากช่วยเหลือเต่าทะเล

ชื่อองค์กร	วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล	เป้าหมายในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล
คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	อยากช่วยเต่าทะเล	ต้องการรักษาเต่าทะเลที่ได้รับบาดเจ็บให้หายป่วย
ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ	อยากช่วยเต่าทะเล	อยากเป็นผู้จุดฉนวนให้มีการเผยแพร่และช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเลเยอะ ๆ

จากผลการวิจัย พบว่า มีบางหน่วยงานที่ก้าวเข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เนื่องจากผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ หรือผู้บริหารมีความรู้สึกสงสารเต่าทะเล จึงอยากช่วยเหลือให้มันมีชีวิตรอดอยู่บนโลกได้ต่อไป ประกอบกับภาคีเครือข่ายแต่ละหน่วยงานมีลักษณะความสามารถของหน่วยงานที่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์ในการเข้ามาร่วมมือกับโครงการฯ จะเหมือนกัน แต่เป้าหมายในการเข้าร่วมกลับมีความแตกต่างกัน ดังนี้

“ที่เราเข้ามาทำตรงนี้เพราะอยากช่วยเต่าส่วนหนึ่ง แต่เป้าหมายของเราจริง ๆ คือ อยากให้มันมีการเผยแพร่ แล้วก็ช่วยกันเยอะ ๆ ถือว่าเราเป็นคนจุดชนวนมากกว่า เป็นผู้จุดชนวนในการทำแบบนี้โดยเป็นภาคเอกชน สมมุติถ้าทุกห้างทำเหมือนกันถามว่าเสรี เสียใจมั๊ย ไม่เสียใจ มันเป็นจุดที่เราดีใจที่สุดแล้ว เราเป็นผู้จุดชนวนทำให้ทุกห้างเห็นความสำคัญของเต่าทะเล เรามองว่ามันจำเป็นต่อสิ่งแวดล้อม มันจำเป็นต่อภาพรวมของประเทศเรื่องการใช้อวนอะไรพวกนั้น”

(โอฟาร์ นุรักษ์เช, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

ตารางที่ 4 : วัตถุประสงค์เพื่ออยากคืนกำไรกลับสู่สังคม

ชื่อองค์กร	วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล	เป้าหมายในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล
บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)	ต้องการตอบแทนสังคม	อะไรที่ช่วยเหลือสังคมได้ก็ช่วยในสิ่งที่เขาต้องการ
บริษัท สยาม โอเชียน เวิร์ล กรุงเทพ จำกัด	อยากคืนกำไรกลับสู่สังคม	เข้าไปให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่เขาต้องการ

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่ออยากคืนกำไรกลับสู่สังคมนั้นเป็นหน่วยงานภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจต่าง ๆ จนถึงจุด ๆ หนึ่งหันกลับมามองว่าเราควรตอบแทนสังคมกลับไปบ้าง ด้วยการให้ความช่วยเหลือหน่วยงานที่ทำประโยชน์ต่อสังคม และมีความสอดคล้องกับการดำเนินงาน และนโยบายขององค์กร

“เหมือนกับเป็นการตอบแทนสังคมนั้นแหละ ทั้งหมดก็มาไฉนเดียวกับที่นายมอง อะไรที่พอจะช่วยเหลือสังคมได้เราก็ตช่วย ถ้ามันอยู่ในวิสัยที่เราทำได้ เราก็ตยินดีช่วย”

(กัปตัน อัฐพร พัฒนวิบูลย์, ผู้ช่วยนายท่าไทยออยล์, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“เรามองว่าหน่วยงานไหนขาดอะไร เราจะเข้าไปช่วยเหลือมากกว่า วัตถุประสงค์ก็คือเราเป็นที่ ๆ มีศักยภาพในเรื่องของสัตว์น้ำ มีทุกอย่างค่อนข้างครบ ต้องหาอะไรที่ link กับเราได้ แล้วเราเข้าไป support เขาได้โดยที่เรามีศักยภาพ เรามีทีมงาน เรามีความรู้ พอมาถึงจุดนี้แล้วเนี่ยสิ่งที่ทีมงานต้องการ คือเราอยากทำอะไรกลับคืนสู่สังคม ประเทศไทย”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเซียน เวิร์ด, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

ตารางที่ 5 : วัตถุประสงค์เป็นภารกิจขององค์กร

ชื่อองค์กร	วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วม อนุรักษ์เต่าทะเล	เป้าหมายในการเข้าร่วม อนุรักษ์เต่าทะเล
องค์การบริหารส่วนตำบล สัตหีบ	เป็นภารกิจขององค์กร	ประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่า ทะเล กองทัพเรือ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี)	สอดคล้องกับภารกิจขององค์กร	ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่มีเอกลักษณ์หนึ่งเดียวในประเทศไทย
สถานีวิจัยเสียงจาก ทหารเรือ สทร 5 พัทยา	เป็นภารกิจขององค์กร	ประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์เต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า ภารกิจขององค์กร ก็เป็นอีกวัตถุประสงค์หนึ่งที่ทำให้ภาคีเครือข่ายเข้ามาร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมองว่าภาคีเครือข่ายเหล่านี้ถ้าไม่ได้มีภารกิจหลักที่จะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ การร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเลอาจไม่เกิดขึ้นก็เป็นได้

“ศูนย์ฯ มันก็มีเอกลักษณ์ด้วย เป็นอะไรที่มันเฉพาะตัวด้วย มันก็เลยต้องส่งเสริม แล้วมันเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม การอนุรักษ์ด้วย มันก็ต้องสนับสนุนโครงการของรัฐบาลอยู่แล้ว มันเป็นภารกิจขององค์กร อะไรที่เป็น Product การท่องเที่ยว โดยเฉพาะหน่วยงานรัฐบาลทำมันก็ต้องเสริมซึ่งกันและกัน”

(ร้อยตรี ชัยวัฒน์ เจริญสุข, ผอ. ททท. ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี), สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

“เป็นหน้าที่ของหน่วยงานของเราอยู่แล้ว ที่ต้องทำหน้าที่ตอบสนองการประชาสัมพันธ์ตามที่หน่วยงานร้องขอมาให้ได้มากที่สุด”

(น.อ.สมบุรณ์ วิวรรณนาวิน, หัวหน้าสถานีวิจัย ส.ทร. 5 พัทยา 104.75 MHz, สัมภาษณ์ 15 มกราคม 2551)

“มันเป็นหน้าที่ของเราที่จะต้องประชาสัมพันธ์โปรโมทศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ให้ เพราะศูนย์ฯ มันอยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของเรา ”

(แฟง บัวหอม, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสตึก, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2551)

ตารางที่ 6 : วัตถุประสงค์จากสัมพันธภาพส่วนบุคคล

ชื่อองค์กร	วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล	เป้าหมายในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล
เทศบาลเมืองพญา	ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล เลยเข้ามาช่วยเหลือโครงการฯ	อยากให้โครงการฯ และกิจกรรมโครงการฯ สำเร็จ

จากผลการวิจัย พบว่า มีบางหน่วยงานมีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพราะว่ามีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับบุคลากรที่รับผิดชอบโครงการฯ ประกอบกับภาคีเครือข่ายนี้มีศักยภาพในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่มีงบประมาณที่สามารถให้การสนับสนุนโครงการฯ ได้ จึงต้องการช่วยเหลือให้โครงการฯ ดำเนินงาน และกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง และสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

“เนื่องจาก Connection ส่วนตัว แล้วการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลดูดี ก็เลยเข้ามาช่วยตรงนี้ อยากให้โครงการฯ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการฯ จัดขึ้นสำเร็จลุล่วงไปได้ดี เนื่องจากหน่วยงานของเราอยู่ในจังหวัดเดียวกัน”

(วิไล บุญอ่อน, นักพัฒนาการท่องเที่ยว ฝ่ายการท่องเที่ยวเมืองพญา, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

สำหรับผลที่ทางภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ คาดหวังว่าจะได้รับหลังจากร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการฯ นี้ คือ สาธารณชนมีความรู้ มีจิตสำนึก และร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

“เด็ก และประชาชนจะมีความรู้ และได้ข้อมูลเต่าทะเลเพิ่มขึ้น เพราะว่ามันเป็นการกระจายความรู้ เป็นการกระจายพื้นที่ ๆ ทำให้ประชาชนเข้าถึง”

(ตรงค์ ยิ่งชล, ผู้จัดการส่วนดูแลสัตว์น้ำ Underwater World, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2551)

“ทำให้คนมีจิตสำนึกมากขึ้น เมื่อได้เต่าทะเลมากก็เอามาฝากแทนที่ชาวประมงจะเอาเต่าไปขายในตลาด หรือเอาเต่าไปต้มเอากะดอง”

(อาทิตย์ ชาติโย, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

“ผู้ปกครองพาเด็ก ๆ มาที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพราะเมื่อเขาได้มาที่นี่แล้วเขาจะได้รับความรู้ ได้มาสัมผัสกับเต่าทะเลและธรรมชาติ ทำให้เขาอยากที่จะอนุรักษ์มันไว้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะติดตัวเขากลับไป”

(เชษฐาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะขอเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามปัญหำการวิจัย ทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

1. ลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นอย่างไร และมีรูปแบบความร่วมมืออย่างไรบ้าง
2. โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีกระบวนการสื่อสารกันภายในภาคีเครือข่ายอย่างไร
3. ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีกระบวนการสื่อสารกับสาธารณชน ในการอนุรักษ์เต่าอย่างไร

ปัญหำการวิจัยข้อที่ 1 : ลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือเป็นอย่างไร และมีรูปแบบความร่วมมืออย่างไรบ้าง

จากปัญหำการวิจัย เพื่อให้เห็นภาพของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่เกิดมาจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เข้ามาให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการอนุรักษ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยใคร่ขอนำเสนอผลการวิจัย ที่ประกอบไปด้วยประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ลักษณะของภาคีโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ประกอบด้วยองค์ประกอบของภาคีเครือข่าย และลักษณะการสื่อสารของภาคีเครือข่าย
2. รูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

องค์ประกอบของภาคีเครือข่าย

จากการนำแนวคิดเรื่อง การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network Analysis) (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2547) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ พบว่า เครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ประกอบด้วยกลุ่ม 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มแกนนำ คือ กองทัพเรือ 2) กลุ่มภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และ 3) กลุ่มพันธมิตร ซึ่งในแต่ละกลุ่มมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในลักษณะเป็นเครือข่าย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. **กลุ่มแกนนำ** คือ กองทัพเรือ ภายใต้การนำของ พลเรือเอก สถิรพันธุ์ เกยานนท์ ผู้บัญชาการทหารเรือ ซึ่งมีหน่วยงานภายในที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในสายงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ซึ่งจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า กองทัพเรือมีหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จำนวน 3 หน่วยงาน ประกอบด้วย หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง (สอ.รฝ.) กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ และกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพเรือ

1.1 **หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง (สอ.รฝ.)** เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อย่างครบวงจร เนื่องจากพื้นที่เกาะคราม เกาะอีร้า เกาะจานที่เต่าทะเลขึ้นมาวางไข่อยู่ในความดูแลของหน่วยนี้ กองทัพเรือจึงมอบหมายให้หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่งเข้ามาดูแลโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่อยู่นอกเหนือจากภารกิจรบ โดยมี พลเรือตรี ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์ ผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง มีหน้าที่เป็นผู้กำหนดนโยบายการดำเนินการของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ โดยใช้หลักเกณฑ์ของตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นตัวกำหนด ดังที่ พลเรือตรี ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์ ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ ดังนี้

“งานอนุรักษ์เต่าทะเลมันไม่ขัดกับภารกิจรบนะ เพราะตอนนี้เมื่อไม่มีการรบ เราเอาคนกลุ่มนี้มาใช้ ก็ไม่เสียหายอะไร เพียงแต่ต้อง Manage ให้ได้ เรามอบให้ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง (ศสร.) ดูแล มันก็ไม่ได้ขัดอะไร อย่างที่เกาะคราม เกาะอีร้า เกาะจาน เราจะมีการไปสำรวจหาเต่าทุกวัน เต่ามันจะขึ้นมาวางไข่ตอนกลางคืนโพล้เพล้ เพื่อหลบอันตราย”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

จากผลการวิจัย พบว่า หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคนควบคุมข้อมูล (Gatekeeper) ในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เนื่องจากเป็นหน่วยงานในกองทัพเรือที่มีอำนาจในการควบคุมการกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือการหมุนเวียนข้อมูลข่าวสารระหว่างโครงการกับภาคีเครือข่าย ว่าข่าวสารใดในโครงการควรจะเผยแพร่ไปสู่ภาคีเครือข่าย หรือควรปรึกษาหารือเฉพาะภายในกลุ่มแกนนำเครือข่าย เมื่อพิจารณาแล้วจะส่งการลงมายังศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง และฝ่ายกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง เพื่อดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารต่อไป

นอกจากนี้ภายในหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ยังมีหน่วยงานภายในอีก 2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้แก่ ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง และฝ่ายกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง

1) ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง มีนายทหารที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบงานต่าง ๆ ในโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทั้งในเรื่องการนํานโยบายของกองทัพเรือ ที่สั่งการมาจากผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม ทั้งในเรื่องของการรักษาแหล่งวางไข่เต่าทะเล การเพาะฟัก การอนุบาล รวมถึงการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ และกระตุ้นให้ประชาชนทั่วไปหันมาส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ดังนี้

“กองทัพเรือ มีระบบการทำงานอย่างจริงจัง จะมีเจ้าหน้าที่ไปดูแลเต่าทะเลที่บริเวณเกาะ ที่เต่าขึ้นไปไข่ห้ามคนขึ้นไป ตรวจสอบว่ามีเต่าขึ้นมาไข่ไหม แล้วก็เอาไข่นั้นไปอยู่ในโรงเพาะฟัก พอเพาะฟักเป็นตัวก็เอาไปอยู่โรงอนุบาลที่ สอ.รฝ. การเลี้ยงนี้ก็ต้องให้อาหารดูแลทุกอย่างเลย เมื่อถึงเวลาระยะหนึ่งแล้วที่เขาพร้อมที่จะต่อสู้ชีวิต ก็จะปล่อยคืนสู่ธรรมชาติ แล้วก็มีการรณรงค์ให้คนได้รู้เกี่ยวกับเรื่องการอนุรักษ์ตรงนี้ เพื่อให้คนเค้าได้รู้จะได้ช่วยกันร่วมมือกัน”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

ผลจากการศึกษาพบว่า นายทหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีจำนวน 69 นาย ประกอบด้วย

- นาวาเอก ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์ ผู้อำนวยการศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ทำหน้าที่เป็นผู้บัญชาการศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ รับผิดชอบ กำกับดูแล การ

บริหารจัดการภายในศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ให้เป็นไปตามนโยบายที่กองทัพเรือ ได้วางไว้

- นาวาเอก ทินกร กาญจนเดมิย์ รองผู้อำนวยการศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง เป็นรองผู้อำนวยการศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยผู้อำนวยการศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในการกำกับดูแล และบริหารจัดการศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

- นาวาตรี ขจรยศ ปูนศิริ หัวหน้าเจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นผู้กำกับดูแลกำลังพลให้ปฏิบัติหน้าที่ประจำวันในศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ให้เป็นไปตามความเรียบร้อย โดยมีหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเต่าทะเลไปสู่สาธารณชนทั่วไปที่มายเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และดูแลการบริหารจัดการที่บ่ออนุบาล

- เจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จำนวน 66 นาย ทำหน้าที่ปฏิบัติงานประจำบนบก 39 นาย ณ อาคารอควอเลียม อาคารบรรยาย ได้แก่ ห้องบรรยาย ห้องนิทรรศการ และบ่ออนุบาล และจำนวน 27 นาย ปฏิบัติงานบนเกาะคราม เกาะอีร้า เกาะจาน ที่เป็นแหล่งวางไข่ของเต่าทะเล โดยมีหน้าที่คอยดูแลหาต 24 ชั่วโมง เพื่อป้องกันนักท่องเที่ยว ชาวประมง และบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องบุกรุกขึ้นไปรบกวนเต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นดาวเด่น (Star) เนื่องจากเป็นหน่วยงานภายในกองทัพเรือที่ทำการสื่อสารเชื่อมต่อกับภาคีเครือข่ายจำนวนมาก โดยทำหน้าที่ในการส่งต่อข้อมูล และการรับข้อมูล เพื่อมากระจายต่อภายในเครือข่าย ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานการดำเนินกิจกรรม และการร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเลระหว่างโครงการฯ และภาคีเครือข่าย เพื่อให้การร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเลดำเนินไปอย่างราบรื่น และนอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่ให้ข้อมูลโครงการ และข้อเสนอแนะเบื้องต้นแก่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาร่วมเป็นหนึ่งในภาคีเครือข่ายโครงการ

2) ฝ่ายกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง มีนายทหารที่ดูแลรับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่ได้รับการสั่งการลงมาจากผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ด้วยการปฏิบัติการทางจิตวิทยากับประชาชนในพื้นที่ และสื่อมวลชนในพื้นที่ ดังนี้

“เรื่องการสื่อสาร ประชาชนทั่วไปยังไม่ตระหนักถึงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เพราะมันเป็นเรื่องไกลตัวเค้า เราก็เลยทำอะไรเค้าถึงตระหนัก ก็พยายามดึงมวลชนเข้ามาส่วนร่วม มันก็โยงเข้าไปถึงยุทธศาสตร์เชิงรุก คือ ดึงมวลชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมก่อน”

(น.ท. สถาพร วาจรัตน์, หัวหน้าสื่อสารและรักษาราชการฝ่ายกิจการพลเรือน, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

ผลจากการศึกษาพบว่า นายทหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนของการประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีจำนวน 18 นาย ดังนี้

- นาวาโท สถาพร วาจรัตน์ หัวหน้าสื่อสาร และรักษาราชการฝ่ายกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง เป็นผู้คุมงานปฏิบัติการจิตวิทยา และการประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

- นาวาตรีหญิง พัชรี ศิริมาก นายทหารประชาสัมพันธ์ฝ่ายกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง เป็นผู้วางแผน อำนวยการ ประสานงาน กำกับดูแล และปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

- เจ้าหน้าที่กิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง จำนวน 16 นาย เป็นทีมงานประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่ช่างภาพ ช่างเขียน บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ ประสานงานทางโทรศัพท์ ได้ตอบจดหมาย บันทึกสถิติ รับหนังสือเข้า รับหนังสือออก ฯลฯ

จากผลการวิจัย พบว่า ฝ่ายกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นสะพาน (Bridge) เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่เป็นตัวแทนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีบทบาทเป็นตัวเชื่อมกับภาคีเครือข่ายกลุ่มอื่น ๆ โดยทำหน้าที่ประสานงานกับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อจัดกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกันในพื้นที่อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

1.2 กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ วางแผน อำนวยการ ประสานงาน กำกับดูแล และดำเนินการเกี่ยวกับการกิจการพลเรือน งานดำเนินการปฏิบัติการจิตวิทยา การประชาสัมพันธ์การพัฒนาประเทศ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของกองทัพเรือ และสนับสนุนงานตามโครงการพระราชดำริ หนึ่งในนั้นก็คือ โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ผลการวิจัยพบว่า กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ จะเข้ามารับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์เมื่อมีการจัดกิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในระดับกองทัพเรือ โดยมีพลเรือตรี เรืองฤทธิ์ บุญสง เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ เป็นผู้กำหนดนโยบายการดำเนินด้านการประชาสัมพันธ์ และมีการติดต่อกับสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อเชิญมาร่วมงาน และเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

“งานนี้เป็นงานของกรมกิจการพลเรือน ถ้าเป็นงานระดับกองทัพเขาก็จะทำ เขามีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนอยู่แล้ว เมื่อมีงานต่าง ๆ เขาก็จะยกขบวนกันมาทำ อย่างตอนที่เราปล่อยเต่าทะเลในวันที่ 16 ธ.ค. 50 ผู้บัญชาการทหารเรือมา กรมกิจการพลเรือนก็มา”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

“ความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในส่วนกลาง จะเป็นของกรมกิจการพลเรือนทหารเรือ เราดูแลสื่อมวลชนในพื้นที่ เพราะเราไม่มี connection กับสื่อมวลชนในส่วนกลาง แต่กรมกิจการพลเรือนทหารเรือจะมีตรงนี้ ก็ช่วยกัน”

(น.ท. สถาพร วาจรัตน์, หัวหน้าสื่อสารและรักษาราชการฝ่ายกิจการพลเรือน, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

นอกจากนี้จากผลการวิจัยยัง พบว่า กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นสะพาน (Bridge) เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่เป็นตัวแทนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีบทบาทเป็นตัวเชื่อมกับภาคีเครือข่ายกลุ่มอื่น ๆ โดยทำหน้าที่ประสานงานกับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อจัดกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกันในระดับประเทศ

1.3 กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการ กองทัพเรือ มีหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการและงานธุรการให้กับผู้บัญชาการทหารเรือ รองผู้บัญชาการทหารเรือ ผู้ช่วยผู้บัญชาการทหารเรือ เสนาธิการทหารเรือ และผู้ดำรงตำแหน่งตามที่ผู้บัญชาการทหารเรือมอบหมาย รวมทั้งมีหน้าที่วางแผน อำนวยความสะดวกประสานงานกำกับดูแล และดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ

จากผลการวิจัย พบว่า สำหรับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการ กองทัพเรือ แทบจะไม่มีบทบาทในเครือข่าย แต่จะเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อผู้บังคับบัญชาดังกล่าวข้างต้นมาร่วมงานเท่านั้น ซึ่งจะทำให้การติดต่อกับหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง และกรมกิจการพลเรือนทหารเรือในเรื่องเกี่ยวกับ

กำหนดการของงานที่จัดขึ้น เพื่อเสนอให้ผู้บังคับบัญชาทราบ และเชิญมาเข้าร่วมในกรณีที่เป็น
ประธานเปิดงาน

“เราทำงานให้กับนาย หน้าที่หลักของเรา คือ ดูแลนาย อย่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เมื่อมีกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล ผู้บัญชาการทหารเรือไปเป็นประธานในพิธี เรา ก็จะเข้ามาเกี่ยวข้องในส่วนของ การเตรียมข้อมูลให้นาย ตอบเวลาที่นักข่าวขอสัมภาษณ์ แต่ถ้า นายไม่ไปเราก็จะไม่ได้เข้าไปตรงนั้น”

(น.อ. ประชาชาติ ศิริสวัสดิ์, ผอ. กองประชาสัมพันธ์ สลก., สัมภาษณ์ 30 มกราคม 2551)

2. กลุ่มภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ คือ หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน จำนวน 16 หน่วยงาน ที่ให้การสนับสนุน และเข้ามามีส่วนร่วมอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อให้มีความรู้พื้นฐาน และเข้าใจแต่ละภาคีเครือข่ายมากขึ้น ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอข้อมูลเบื้องต้น บทบาทเชิงการสื่อสาร ผู้ทำการสื่อสาร และบทบาทของผู้ทำการสื่อสารในแต่ละภาคีเครือข่าย

จากผลการวิจัย และนำมาวิเคราะห์กับแนวคิดเรื่อง “การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร” (communication network analysis) (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2547) พบว่า ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีกลุ่มย่อยในเครือข่าย (Subgroups) ประกอบด้วย เทศบาลเมืองศรีราชา เทศบาลเมืองพัทยา เทศบาลเมืองสัตหีบ และองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ

1. เทศบาลเมืองศรีราชา

เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ติดชายฝั่งทะเล อาชีพเดิมของชาวศรีราชาส่วนใหญ่ คือ การทำประมงเป็นอาชีพหลัก พอได้ปลามาก็นำมาขายบ้าง ส่วนหนึ่งนำมาประกอบเป็นอาหารบ้าง บางครั้งเมื่อมีเต่าทะเลติดมาด้วย จึงนำมาต้ม และนำเนื้อมาทำเป็นอาหาร หรือยาชูกำลัง ส่วนกระดูกเต่าก็จะนำมาขายให้ร้านทำเครื่องประดับ เทศบาลเมืองศรีราชาได้มองเห็นความสำคัญของสัตว์ทะเล จึงคิดจะอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ซึ่งเทศบาลเมืองศรีราชามีบทบาทในการช่วยโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำลูกเต่าทะเลมาทำการอนุบาลที่บ่ออนุบาลเต่าทะเลบริเวณเกาะลอย อำเภอศรีราชา นอกจากนี้ยังทำการเผยแพร่แนวทางการอนุรักษ์เต่าทะเลไปยังชุมชน และโรงเรียนต่าง ๆ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ว่าถ้าชาวประมงพบเต่าทะเล

สามารถนำมาฝากไว้ที่เทศบาลได้ ซึ่งในอดีตท่านนายกเทศมนตรีได้ใช้เงินส่วนตัวในการรับซื้อเต่าทะเลจากชาวประมงในราคาตัวละ 200 - 300 บาท เพื่อนำมาบำบัดที่บ่อเต่า และดำเนินกิจกรรมร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2544 นอกจากเทศบาลเมืองศรีราชายังเป็นแกนนำในการจัดประชุม และส่งผ่านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีเทศบาลเมืองพัทยา เทศบาลเมืองสัตหีบ และองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ ที่เป็นภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลด้วยกัน มาร่วมพูดคุยปรึกษาหารือถึงกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น จะจัดขึ้นร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อหาทิศทาง และรูปแบบแนวทางในการจัดกิจกรรม ก่อนที่จะติดต่อสื่อสารไปยังหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยาน และรักษาฝั่ง

คุณอาทิตย์ ซาซियो หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทในการติดต่อสื่อสาร เมื่อเทศบาลเมืองศรีราชามีกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลร่วมกับหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ซึ่งทั้งหน่วยงานของเทศบาลเมืองศรีราชา และโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้ทำการอนุบาลเต่าทะเลเหมือนกัน แต่กองทัพเรือมีศักยภาพที่เหนือกว่า เพราะดูแลเต่าทะเลตลอดปี มีกระบวนการดูแลเต่าทะเลอย่างครบวงจร ตั้งแต่แม่เต่าออกไข่แล้วนำมาเพาะฟัก และก็มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดูแลเต่าทะเลโดยตรงรองรับ เทศบาลจึงได้มีการเข้าไปร่วมประสานทำงานด้วยกัน และมีการติดต่อสื่อสารกันเรื่อย ๆ ในด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล กฎหมายเต่าทะเล และการทำกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลร่วมกันกับโครงการ

2. เทศบาลเมืองพัทยา

เป็นหน่วยงานที่ให้ข้อมูล และคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เมื่อมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเที่ยว จึงมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างต่อเนื่อง อาทิ การแข่งขันเรือใบมด การแข่งขันเจ็ตสกีนานาชาติ การแข่งขันเทนนิส ดุสิต ภูเขาเม่น การแข่งขันมาราธอน การจัดงานเค้ทดาวปีใหม่ กิจกรรมดำน้ำเก็บขยะ ฯลฯ และยังมี การทำประชาสัมพันธ์อย่างยิ่งใหญ่ผ่านสื่อต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งทั้ง เว็บไซต์ แผ่นพับ โบปปลิว โปสเตอร์ ไลน์ ตัว ATM ฯลฯ และได้ทำการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ในเมืองพัทยาเป็นจำนวนมาก จึงเข้ามามีบทบาทในการเป็น Co-operation unit ที่เข้ามาช่วยหาสปอนเซอร์ให้กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นอกจากนี้ก็ยังเป็นหน่วยงานหนึ่งที่เข้าร่วมประชุมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี อาทิ เทศบาล

เมืองศรีราชา เทศบาลเมืองสัตหีบ และองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ เพื่อพูดคุยปรึกษาหารือถึงกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจะจัดขึ้นร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อหาทิศทาง และรูปแบบแนวทางในการจัดกิจกรรม ก่อนที่จะติดต่อสื่อสารไปยัง สอ.รฝ.

คุณวิไล บุญอ่อน นักพัฒนาการท่องเที่ยว รักษาการหัวหน้างานธุรการ ฝ่ายการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เทศบาลเมืองพัทยา เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทเป็นผู้แนะนำโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ให้หน่วยงานที่ดำเนินธุรกิจในเมืองพัทยาที่มีสายสัมพันธ์ที่ดี และมีความสนิทสนมรู้จักกันเป็นส่วนตัว เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการนำมาใช้ดำเนินกิจการต่าง ๆ ของโครงการ ทั้งยังเป็นผู้แนะนำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้มาเยี่ยมชมการทำงานของศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และบริจาคเงินสมทบทุนค่าให้กับอาหารเต่าทะเล

3. เทศบาลเมืองสัตหีบ

เป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีภารกิจหนึ่งในการดูแลสิ่งแวดล้อมในพื้นที่รับผิดชอบที่อยู่ในเขตเทศบาลเมืองสัตหีบ และมีนโยบายที่จะออกไปพบปะประชาชนในพื้นที่ โดยนำบริการของเทศบาลทั้งหมดไปบริการประชาชนในพื้นที่ของตนเอง ซึ่งหนึ่งในกิจกรรมทั่วไปที่ให้บริการประชาชน คือ โครงการเทศบาลเคลื่อนที่ ที่มีภารกิจให้บริการรักษาพยาบาลเบื้องต้น การถอนฟัน การฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า มีการนำแบบสร้างบ้านไปให้คำแนะนำประชาชน และมีการบริการยื่นการเสียภาษีในพื้นที่ นอกจากนี้ฝ่ายกิจการพลเรือน สอ.รฝ. ได้นำเอานิทรรศการเต่าทะเลไปจัดแสดงเผยแพร่ภายในงานด้วย โดยเทศบาลเมืองสัตหีบมีบทบาท เป็นเสมือนตัวเชื่อมให้ทหารกับประชาชนในพื้นที่ได้เข้ามาใกล้ชิดกัน โดยเป็นโครงการสื่อกลางให้หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่งได้มาเผยแพร่ข้อมูลของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไปสู่ประชาชนในพื้นที่ได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้เทศบาลเมืองสัตหีบได้เข้าร่วมประชุมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ในจังหวัดชลบุรีที่เป็นภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อาทิ เทศบาลเมืองศรีราชา เทศบาลเมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ เพื่อพูดคุยปรึกษาหารือถึงกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจะจัดขึ้นร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อกำหนดทิศทาง และรูปแบบแนวทางในการจัดกิจกรรม ก่อนที่จะติดต่อสื่อสารไปยังหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง

คุณอ้อย ปลีเจริญ ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม รักษาการผู้อำนวยการกองสวัสดิการและสังคม เทศบาลเมืองสหัสขันธ์ เป็นผู้ทำการสื่อสาร ด้วยความที่ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว จึงมีหน้าที่ดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เขตเทศบาลไปโดยปริยาย ประกอบกับเขตพื้นที่ทะเลของหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่งกับของเทศบาลเชื่อมติดกัน ความรู้ใดที่จะเผยแพร่เพื่อให้เกิดความรู้กับประชาชนในท้องถิ่นได้ ก็จะต้องดึงหน่วยงานนั้นเข้ามาช่วยด้วย เพื่อให้ประชาชน และเยาวชนในพื้นที่ที่มีความรู้มากยิ่งขึ้นในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ก็ยังมี การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ของเทศบาลเมืองสหัสขันธ์ เนื่องจากต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วมในท้องถิ่น

4. องค์การบริหารส่วนตำบลสหัสขันธ์

เป็นองค์กรส่วนท้องถิ่น ที่มีหน้าที่ดูแลในส่วนของโครงสร้างพื้นฐาน และความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น หลังจากทำงานด้านโครงสร้างพื้นฐานเรียบร้อยแล้ว จึงหันมาทำงานด้านการพัฒนาสังคม โดยจะเน้นไปที่งานสวัสดิการสังคม กิจกรรมเพื่อมวลชน การพัฒนาคน พัฒนาสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาในพื้นที่ โดยมีบทบาทเข้ามาสนับสนุนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในส่วนของการแนะนำนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดชลบุรี และการทำงานร่วมกันในเรื่องปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ เนื่องจากศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อยู่ในพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลสหัสขันธ์ด้วย จึงต้องทำงานส่งเสริมซึ่งกันและกัน มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 นอกจากนี้ในบางกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลสหัสขันธ์ ยังมีการติดต่อสื่อสารในรูปแบบการประชุมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ในจังหวัดชลบุรีที่เป็นภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเหมือนกัน อาทิ เทศบาลเมืองศรีราชา เทศบาลเมืองพัทยา และเทศบาลเมืองสหัสขันธ์ เพื่อพูดคุยปรึกษาหารือถึงกิจกรรมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจะจัดขึ้นร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อหาทิศทาง และรูปแบบแนวทางในการจัดกิจกรรม ก่อนที่จะติดต่อสื่อสารไปยังหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง

คุณพงษ์ บัวหอม ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสหัสขันธ์ เป็นผู้ทำการสื่อสาร ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงานระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่อำเภอสหัสขันธ์ และประสานงานระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับสื่อมวลชน ที่ต้องการเข้ามาถ่ายทำกิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ รวมถึงดำเนินการตามที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ร้องขอความ

ร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนตำบลสตึบในด้านต่าง ๆ ซึ่งคุณเพิ่งมองว่า เมื่อองค์การบริหารส่วนตำบลสตึบ และโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกันแล้ว ถ้ามีอะไรขาดเหลือ องค์การบริหารส่วนตำบลสตึบยินดีที่จะให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่

ภาคีเครือข่ายที่เป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) ได้แก่ ภาคีเครือข่ายที่มีการติดต่อสื่อสารเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับสังคมภายนอก หรือหน่วยงานภายนอกเครือข่าย อันทำให้เกิดการหมุนเวียน หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในเครือข่าย กับข้อมูลอื่นๆ ในสังคม นอกจากนี้ทำให้เกิดแนวร่วม หรือพันธมิตรในการสนับสนุนโครงการฯ ขึ้นมาจากการติดต่อสื่อสารนั้น ๆ ประกอบด้วย สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ และรายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD

5. องค์กรสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค

เป็นตัวแทนของสื่อมวลชนส่วนกลาง ถ้าเป็นพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ จะเรียกว่า สื่อมวลชนส่วนกลาง แต่ถ้าเป็นพื้นที่ในเขตปริมณฑลและต่างจังหวัดที่ห่างไกลกรุงเทพฯ จะเรียกว่า สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค ซึ่งก็มีบทบาทหน้าที่เหมือนกันคือ เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนทั่วไป ซึ่งในที่นี้จะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และกิจกรรมโครงการฯ ไปให้ประชาชนทราบผ่านหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และนอกจากนี้ยังได้มีการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกภาคีเครือข่ายเพื่อขอสนับสนุนให้สื่อเหล่านั้นช่วยทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอีกทางหนึ่งด้วย ทางสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ ช่อง 3 ASTV The Nation และ Cable TV ท้องถิ่น

คุณพัชรพล ปานรักษ์ สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค เป็นผู้ทำการสื่อสาร ซึ่งได้ทำหน้าที่ 2 บทบาทในเวลาเดียวกัน คือ บทบาทในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค และบทบาทที่เป็นเหมือนตัวแทนในการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ มีคติในการทำงานว่า “เราอยู่แล้ว คนอื่นเขารู้หรือยัง” และนำเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมา โดยยึดหลักอะไรที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และประโยชน์ต่อท้องถิ่นก็นำเสนอ นอกจากนี้ด้วยจิตสำนึกของความเป็นทหารของกองทัพเรือ ซึ่งเป็นอีกบทบาทหนึ่ง เมื่อกองทัพเรือมีกิจกรรมอะไร ๆ ก็สมควรเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทั่วไปทราบว่านอกเหนือจากรบแล้ว กองทัพเรือทำหน้าที่อีกมากมายที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ เช่น โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

6. บริษัท สยาม โอเชียน เวิร์ล กรุงเทพ จำกัด

เป็นผู้ประกอบธุรกิจอุทยานสัตว์น้ำอันดับ 1 ของโลก ซึ่งถือเป็นอุทยานสัตว์น้ำที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เข้ามาเยี่ยมชม และได้เพลิดเพลินกับโลกใต้น้ำแห่งใหม่ของเมืองไทย และทั้งยังเป็นแหล่งความรู้ความบันเทิงให้เยาวชนอีกด้วย โดยได้รวบรวมสัตว์น้ำที่หายากจากทั่วโลกมาจัดแสดงแบ่งออกเป็น 7 โซน อาทิ Weird and Wonderful, Deep Reef, Living Ocean, Rainforest, Open Ocean, Sea Jellies และ Rocky Shore ประกอบกับมีนโยบายการช่วยเหลือสังคม และพัฒนาส่งเสริมหน่วยงานอื่น ๆ ในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงเข้ามามีบทบาทในการนำเต่าทะเล และเต่าตนุ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ตั้งแต่เมื่อเดือนมิถุนายน ปี 2550 มาจัดโชว์ในโซน Rocky Shore เพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปได้ชมอย่างใกล้ชิด พร้อมจัดนิทรรศการแสดงเต่าทะเล เพื่อให้ความรู้กับผู้เยี่ยมชมด้วย และเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการฯ ในกรุงเทพฯ พร้อมกับส่งสัตวแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลเป็นที่ปรึกษาโครงการฯ ทางด้านวิชาการ และได้ติดต่อสื่อสารกับคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นหนึ่งในภาคีเครือข่ายโครงการฯ มาทำกิจกรรมการรักษาเต่าทะเลร่วมกันอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังได้ติดต่อหน่วยงานภายนอกเครือข่าย เพื่อขอการสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุคลื่น ZEED FM 97.5 MHz

คุณจิตราวดี ตั้งตระกูล ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท สยาม โอเชียน เวิร์ล กรุงเทพ จำกัด เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทเป็นผู้ติดต่อประสานงานการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่าง บริษัท สยาม โอเชียน เวิร์ล กรุงเทพ จำกัด กับ โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในการจัดกิจกรรมร่วมกันต่าง ๆ ทั้งยังเป็นผู้ให้ข้อมูลกิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับสื่อมวลชน และใช้ความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมโครงการฯ ไปสู่ประชาชนทั่วไป โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อโทรทัศน์ ช่อง 3 5 7 9 ในช่วงข่าวภาคเบรก สื่อวิทยุ สถานีวิทยุคลื่น ZEED FM 97.5 MHz สื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์วารสาร สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ โปสเตอร์ สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ รวมถึงสื่อบุคคลด้วย โดยใช้กลยุทธ์การใช้สื่อแบบผสมผสาน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการสูงสุด

7. ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ

เป็นศูนย์การค้าบนถนนศรีนครินทร์ มีแห่งเดียวสาขาเดียว ที่เปิดมา 10 กว่าปีแล้ว โดยมีสินค้าวางจำหน่ายอย่างหลากหลาย เช่น ของตกแต่งบ้าน อุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยี อาทิ โทรศัพท์มือถือ เครื่องคอมพิวเตอร์ ฯลฯ ซึ่งกลุ่มคนที่มาเที่ยวที่เสรีเซ็นเตอร์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่ กลุ่มครอบครัวเป็นหลัก จึงมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเอาใจกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ โดยมีบทบาทเหมือนกับเป็นผู้จัดงานที่เป็นเอกชนรายแรกที่เข้าไปร่วมทำกิจกรรมนอกสถานที่กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในงานปลาสวยน้ำใจใส ที่จัดขึ้นประมาณเดือนสิงหาคมของทุกปี โดยได้ทำกิจกรรมร่วมกับกองทัพเรือมา 2 ปีแล้ว ซึ่งเหมือนกับเป็นเวทีในการให้ประชาชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่ใกล้เคียงสามารถมาสัมผัสกับเต่าทะเลได้อย่างสะดวกโดยไม่ต้องขับรถไปชมถึงสัตว์หีบ นอกจากนี้ยังได้มีการติดต่อกับศูนย์ปลาสวยงามอควินา ซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอกเครือข่าย มาเป็นพันธมิตรช่วยสนับสนุนงบประมาณบางส่วนมาช่วยในการทำกิจกรรมโครงการ

คุณโอฬาร นุรักษ์เข ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทในการติดต่อประสานงานกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ตั้งแต่การเริ่มเข้าไปขอทำกิจกรรมร่วมกันกับโครงการฯ รวมถึงการประสานจัดเตรียมงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยคุณโอฬารมองว่า เต่าทะเลมีความสำคัญ จำเป็นต่อสิ่งแวดล้อม และภาพรวมของประเทศที่เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์สัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์

8. รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ

เป็นรายการเกี่ยวกับเยาวชน ที่เน้นในเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย เราจะเน้นการนำเสนอกิจกรรมที่เยาวชนสามารถทำร่วมกับทางภาครัฐได้ โดยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.30 – 07.00 น. โดยมีบทบาทเป็นสื่อกลางในการนำเสนอกิจกรรมของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เนื่องจากกิจกรรมที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กำลังดำเนินการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ทำอย่างจริงจังได้ค่อนข้างสมบูรณ์ ซึ่งเข้ากับรูปแบบของรายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ จึงสนใจนำเสนอ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้ความรู้ว่ามีการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลเกิดขึ้นในสังคมไทย นอกจากนี้ยังมีการติดต่อสื่อสารนำข้อมูลของโครงการและกิจกรรมโครงการ ไปสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกเครือข่ายที่เป็นเพื่อนสื่อมวลชนด้วยกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก ให้เขาสนใจมาช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโครงการฯ อีกทางหนึ่ง

คุณวีณา อุไรรัตน์ ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ เป็นผู้ทำการสื่อสารในบทบาทของการตัดสินใจที่จะกิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มานำเสนอในรายการ เนื่องจากคุณวีณามองว่า เต่าทะเลในประเทศไทยมีจำนวนน้อยมาก จึงคิดว่าน่าจะนำเสนอไปสู่กลุ่มเยาวชนให้เกิดการรับรู้ รับประทาน จะได้ช่วยกันอนุรักษ์ นอกจากนี้ยังมี คุณเอื้อะ – กิรติ เทพธัญญ์ ดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียง และน้องน้ำหวาน – ด.ญ. ปัญญรัตน์ แต่งสิงห์ตรง ซึ่งเป็นตัวแทนเด็ก เป็นพิธีกรดำเนินรายการคู่กัน โดยที่เอื้อะจะทำการสื่อสารในลักษณะที่สอนน้อง เล่าให้น้องฟัง สอดแทรกเนื้อหาไปโดยที่เด็กไม่รู้ตัว แล้วน้องน้ำหวานก็จะเป็นตัวแทนเด็ก ๆ ที่คอยซักถามข้อสงสัยต่าง ๆ ในการดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเล ของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

9. รายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD

เป็นรายการสำรวจธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ ที่นำเสนอสัตว์หลากหลายประเภท อาทิ เต่าทะเล กิ้งกือ ไล่เดือน ฯลฯ โดยรูปแบบรายการเมื่อเข้าไปถ่ายทำแล้วพบอะไรก็นำเสนอแบบนั้น ถ้าไม่พบ ก็นำสิ่งที่ไม่พบมานำเสนอในรายการ และมีการนำเสนอขยายผลไปยังต่างประเทศว่า สัตว์ประเภทเดียวกันต่างประเทศเป็นอย่างไร โดยในประเทศไทยมีการอนุรักษ์ในลักษณะนี้ โดยมีบทบาท เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล โดยจะนำเสนอข้อมูลเชิงงานวิจัยเกี่ยวกับเต่าทะเลที่สามารถตอบคำถามได้ และพิสูจน์ได้จริง ๆ มานำเผยแพร่สู่สาธารณชนว่าเต่าทะเลมีประโยชน์อะไรกับมนุษย์และโลกของเรา กินอะไรเป็นอาหาร อาศัยอยู่ตรงไหน เมื่อไข่เสร็จแล้วจะไปที่ไหน แล้วจะกลับมาไข่ตรงที่เดิมหรือไม่ และเมื่อไรที่เต่าทะเลจะกลับมา ซึ่งงานวิจัยจะมีคำตอบเหล่านี้ให้ทราบข้อเท็จจริง โดยนำเสนอในรายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD ที่ออกอากาศทางช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 06.00 – 06.30 น. สำหรับเรื่องเกี่ยวกับเต่าทะเลออกอากาศครั้งแรกในปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน รวมได้ 9 เรื่อง ดังนี้ ในปี พ.ศ. 2545 ได้แก่ คินผีนน้ำให้เต่าทะเล และงานวิจัยเต่าตนุ ในปี พ.ศ. 2546 ได้แก่ วันคืนสู่ธรรมชาติของลูกเต่าตนุ ในปี พ.ศ. 2547 ได้แก่ ชีวิตใต้สมุทรของเต่าทะเล ในปี พ.ศ. 2548 ได้แก่ เรื่องของเต่าจากอันดามัน ในปี พ.ศ. 2549 ได้แก่ ตอนเกาะหุยง แหล่งกำเนิดเต่าตนุแห่งอันดามัน ตอน เขื่อน + เต่ามะเฟือง ในปี พ.ศ. 2550 ได้แก่ Ganirmatha แหล่งวางไข่เต่าหญ้า และนรกหรือสวรรค์ของเต่าหญ้า นอกจากนี้รายการยังได้มีการติดต่อสื่อสารกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และเมื่อทางรายการฯ ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย อาทิ กฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเลที่มีการแก้ไข ก็จะมาแจ้งภายใต้ภาคีเครือข่ายให้รับรู้ รับประทานข้อมูล และนำไปสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มีความรู้ทันยุคทันเหตุการณ์ และปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง

คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว ผู้ควบคุมการผลิต รายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทเป็นผู้ดำเนินรายการ และมองว่างานวิจัยเกี่ยวกับเต่าทะเลนี้มีข้อมูลให้เราได้ทราบเยอะมาก และน่าสนใจ ถ้าหากสามารถนำเสนอข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ ประชาชนทั่วไปจะได้มีความรู้ตรงนี้ด้วย แต่ถ้าไม่มีสื่อที่เข้าไปนำเรื่องนี้ไปนำเสนอสาธารณชนทั่วไปก็จะไม่ทราบ จึงทำหน้าที่ตรงนี้ในการไปหยิบ ไปนำเรื่องเกี่ยวกับเต่าทะเลเอามาร้อยเรียงให้ประชาชนได้ดู ได้เห็น

ภาคีเครือข่ายคู่ปลีทวีเวก เป็นการติดต่อกันเองของภาคีเครือข่ายโดยไม่สนใจการติดต่อกับภาคีเครือข่ายหน่วยงานอื่น ๆ ในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้แก่ องค์การสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค กับ บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด ซึ่งได้กล่าวแนะนำภาคีเครือข่ายไปแล้วข้างต้น และ บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด กับ คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

10. คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เป็นคณะหนึ่งในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาอันดับ 1 ของประเทศ ที่ทำหน้าที่ผลิตบุคลากรทางการแพทย์ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการรักษาสัตว์สัตว์ทุกชนิด ทั้งสัตว์เล็ก และสัตว์ใหญ่ โดยเปิดสอนนิสิตระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ซึ่งคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีบทบาทเป็นสถาบันทางการศึกษาที่เปิดกว้างในการให้ความช่วยเหลือหน่วยงานอื่น ๆ ในการให้คำแนะนำ ให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาสัตว์ต่าง ๆ ให้มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง และในกรณีที่สัตว์เกิดอาการเจ็บป่วยหนัก ทางคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะมีอาจารย์หมอคอยช่วยทำการรักษาให้ตามแต่หน่วยงานที่ร้องขอความช่วยเหลือมา นอกจากนี้ในการทำกิจกรรมการรักษาเต่าทะเลร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในแต่ละครั้งคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจะทำการติดต่อผ่านทาง บริษัท สยาม โอเชียน เวิลด์ กรุงเทพ จำกัด ทุกครั้ง เพื่อปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และมาทำกิจกรรมร่วมกัน โดย บริษัท สยาม โอเชียน เวิลด์ กรุงเทพ จำกัด จะเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างโครงการ และคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ สัตวแพทย์หญิง ดร. นันทริกา ชันช้อย์ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยโรคสัตว์น้ำ คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ทำการสื่อสาร ในการให้ข้อมูลความรู้ในการดูแลเต่าทะเลให้อยู่ดี มีความสุข รวมถึงการอนุเคราะห์ผ่าตัดเต่าทะเลที่เป็นหนอง

เนื่องจากอาจารย์หมอมี่ 2 บทบาทในเวลาเดียวกัน คือ ความเป็นอาจารย์ และความเป็นสัตวแพทย์ เมื่อลูกศิษย์ที่เรียนปริญญาโท และเป็นคุณหมอประจำอยู่ที่สยามโอเชียนเวิร์ลมาขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการรักษาเต่าทะเลที่เป็นโรค อาจารย์จึงให้คำปรึกษาในการดูแลรักษาไป แต่ในกรณีที่เป็นโรคที่รุนแรง มีความซับซ้อน และต้องทำการผ่าตัด อาจารย์หมอมี่มีประสบการณ์ จะสวมบทบาทที่เป็นสัตวแพทย์ ทำการรักษาเต่าทะเลที่เป็นหนองด้วยการผ่าตัดเอาหนองออก เพื่อให้เต่าทะเลรอดพ้นจากอันตราย ซึ่งหลังจากทำการผ่าตัดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว อาจารย์หมอมี่จะคอยให้คำแนะนำกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในการดูแลสุขภาพของเต่าทะเล ทั้งการให้ยา อาหาร ที่อยู่ เรื่องความเครียด ฯลฯ เพื่อรักษาเต่าทะเลให้หายเป็นปกติ ซึ่งความรู้ทางด้านสัตวแพทย์เป็นความรู้เฉพาะทาง และผู้ที่มาทำหน้าที่ดูแลเต่าทะเลเป็นทหารที่มีประสบการณ์ในการดูแลเต่าทะเล แต่ไม่ได้ทำการศึกษาค้นคว้า และวิจัยทางการวิชาการอย่างจริงจัง อาจารย์หมอมี่จึงช่วยเสนอแนะวิธีการในการดูแลเต่าทะเลกับโครงการ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดูแลเต่าทะเลต่อไป

ภาคีเครือข่ายที่เป็นผู้ปลักวิเวก (Isolate role) เป็นภาคีเครือข่ายที่มักเก็บตัว ไม่ค่อยสูงส่งหรือติดต่อสื่อสารภาคีเครือข่ายหน่วยงานอื่นๆ ในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้แก่ โรงเรียนจุกเสม็ด บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) Underwater World สถานีวิทยุ สท. 5 พัทยา 104.75 MHz และรายการ Navigator

11. โรงเรียนจุกเสม็ด

เป็นโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 3 ที่มีพื้นที่อยู่ในบริเวณความรับผิดชอบของหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง เปิดสอนนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ซึ่งนักเรียนในโรงเรียนส่วนมากเป็นเด็กที่อาศัยอยู่ในช่องแสมสาร ซึ่งเป็นพื้นที่ชุมชนชาวประมง และผู้ประกอบการประกอบอาชีพทำการประมง ซึ่งโรงเรียนมีบทบาทในการจัดการเรียนรู้ ด้วยการนำปัญหาของชุมชนในท้องถิ่นมาจัดเป็นหลักสูตรการอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อปลูกฝังเด็กให้มีส่วนร่วมในการรับรู้ สิ่งแวดล้อมชุมชน ปัญหาชุมชน อันนำไปสู่การรู้จักแก้ไข ปัญหา และตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น โดยการ “แก้ ป้องกัน อนุรักษ์”

คุณกฤษณา โฉมสวรรค์ ครูชำนาญการพิเศษ โรงเรียนจุกเสม็ด จังหวัดชลบุรี เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทหน้าที่ในการสอนนักเรียนด้วยการนำการสอนแบบกระบวนการ 9 ขั้น มาใช้ โดยเป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ให้นักเรียนได้รู้จักการคิด

วิเคราะห์ แล้วก็ไปหาแหล่งศึกษาค้นคว้า ซึ่งเป็นกระบวนการที่คิดออกมาจากข้างในตัวเด็กให้ตระหนักถึงปัญหาเอง โดยเด็กจะได้วิเคราะห์ สังเคราะห์ อภิปราย และนำเสนอผลงานเองทั้งหมด

12. สถานีวิทยุ สท. 5 พัทธา 104.75 MHz

สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ 5 พัทธา กรมสื่อสารทหารเรือ (ส.ท. 5 พัทธา 104.75 MHz) เป็นสถานีที่กองทัพเรือจัดตั้งขึ้น เพื่อทำการเผยแพร่กิจการของกองทัพเรือ อยู่ในความรับผิดชอบของกรมสื่อสารทหารเรือ ภายใต้การบริหารงานของกิจการวิทยุกระจายเสียงทหารเรือ (กบว.ท.ร.) ทำการกระจายเสียงตั้งแต่เวลา 05.00-02.00 น. โดยมีบทบาทเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่กิจการของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ โดยผ่านสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงไปให้ประชาชนภายนอกได้รับรู้ รับทราบ

นาวาเอกสมบุรณ์ วิวรรธนาวิน หัวหน้าสถานีวิทยุ ส.ท. 5 พัทธา 104.75 เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทในการรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ ความเป็นมาของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ แนวทางในการให้การสนับสนุนโครงการฯ สามารถทำอย่างไรได้บ้าง การขอความร่วมมือจากประชาชนทั่วไปในการอนุรักษ์เต่าทะเล รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการฯ จัดขึ้น ในรายการร่วมเครือนาวิ รายการคลื่นลูกใหม่ รายการนาวิสัมพันธ์ (สท. 1 ทุ่งมหาเมฆ) ออกอากาศผ่านทางระบบถ่ายทอดดาวเทียม และรายการดอกประดู่สู่ชาวเรือ (ดำเนินรายการเอง) ในเวลา 12.00 – 13.00 น. ในรูปแบบ radio spot ข้อความ โฆษณา และการประกาศข่าว

13. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี)

เป็นหน่วยงานที่ทำในเรื่องส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เชิญชวนชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยมีบทบาท คือ เมื่อศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานราชการในลักษณะอนุรักษ์ แล้วมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีแห่งเดียวในประเทศไทย ททท. ก็ต้องหาคนเข้าไปท่องเที่ยวที่ศูนย์ ทำให้เกิดการเดินทาง และมีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมและการอนุรักษ์ของรัฐบาลด้วยแล้ว จึงต้องเสริมซึ่งกันและกัน

ร้อยตรี ชัยวัฒน์ เจริญสุข ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทในการประสานงานการท่องเที่ยวในการนำเข้าไปที่ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการไป เยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และสื่อมวลชนที่ต้องการไปถ่ายทำรายการ โทรทัศน์ที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร และในบาง กรณีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) จะเป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทในการประสานงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกันกับผู้อำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) แต่เพิ่มในเรื่องของงานด้าน เอกสาร เช่น การแฟกซ์ข้อมูลที่ต้องการไปให้กองทัพเรือ ฯลฯ และทำหน้าที่ Office Information ให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจหลักขององค์กร

14. Underwater World

เป็นสถานที่ประชาสัมพันธ์สัตว์ทะเล หรือสัตว์น้ำ ในลักษณะอะควาเรียม ที่เป็นทั้ง สถานที่ท่องเที่ยว และให้ความรู้กับนักเรียน นักท่องเที่ยว หรือประชาชนทั่วไปที่เข้ามาเยี่ยมชม โดยแนวความคิดของ Underwater World คือ ต้องการให้มีสัตว์ทะเลหลากหลายชนิดมาจัดโชว์ จึงคิดว่าน่าจะนำเต่าทะเลมาจัดโชว์ด้วย โดยมีบทบาทหน้าที่ในการผลักดัน และส่งเสริมให้ ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องของเต่าทะเล มีโอกาสในการสัมผัสอย่างใกล้ชิด และเป็นอีก สถานที่หนึ่งที่เพิ่มให้คนทั่วไปได้สัมผัสกับเต่าทะเลมากขึ้น อันนำไปสู่การตระหนักว่าทำไม Underwater World และหน่วยงานอื่น ๆ ถึงได้ร่วมกันที่จะอนุรักษ์เต่าทะเลให้คงอยู่ต่อไป

คุณตรงค์ ยิงชล ผู้จัดการสวนดูแลสัตว์น้ำ Underwater World เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทในการประสานงานกับ สอ.รฟ. ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2549 ในการขอยืมลูกเต่าตะนามาเลี้ยง พร้อมทั้งจัดแสดงโชว์ใน Underwater World นอกจากนี้ยังได้มีการคิดทำโครงการร่วมกันใน ลักษณะการจัดแสดงหรือโชว์การเจริญวัยของเต่าทะเล เริ่มตั้งแต่ที่อยู่ในไข่ แล้วออกมาจนโต เหมือนเป็นโมเดล ซึ่งจะทำให้ผู้ที่มาเข้าชมเห็นภาพวิวัฒนาการของเต่าทะเลตลอดทั้งกระบวนการ ซึ่งคุณตรงค์มองว่า จะทำให้ผู้เข้าชมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งนำไปสู่การร่วมมือกัน อนุรักษ์เต่าทะเลได้

15. บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)

เป็นโรงกลั่นน้ำมันที่เป็นบริษัทคนไทย รับซื้อน้ำมันดิบจากมากตะวันตกกลางมากล้นแล ให้กับการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยนำไปขายให้กับบริษัทค้าน้ำมันต่าง ๆ อย่างในประเทศ แล้วบริษัทเหล่านั้นก็นำมาค้าปลีกให้กับประชาชนอีกทีหนึ่ง อาทิเช่น เอสโซ่ เชลล์ รวมถึงปตท.เอง ด้วย ฯลฯ ซึ่งขณะนี้ ปตท. ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่สุดของไทยออยล์อยู่ถึง 49% โดยบทบาทที่เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เนื่องจากเป็นบริษัทเอกชนที่ต้องการตอบแทนสังคม ด้วยการคืนกำไรให้กับสังคมในรูปแบบการบริจาคเงิน เพื่อนำไปสนับสนุนในการซื้ออุปกรณ์ตู้แช่แข็งอาหารเต่าทะเลให้กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่เสื่อมสภาพการใช้งาน และมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่ต้องใช้ในกิจการโครงการฯ

กัปตัน อิทธิเดช เกษมสุข ผู้จัดการแผนกท่าเรือ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ทำการสื่อสาร โดยมีบทบาทเป็นผู้ประสานระหว่างบริษัทไทยออยล์ กับ โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในส่วนของการติดต่อประสานกับผู้บริหารระดับสูงภายในบริษัท ชี้แจงรายละเอียด เพื่อขออนุมัติงบประมาณในการสนับสนุนตู้แช่แข็งอาหารเต่าทะเล จนได้รับการอนุมัติงบประมาณจำนวนดังกล่าวในการนำไปสนับสนุนโครงการ ซึ่งถึงแม้ว่าในขณะนี้กัปตัน อิทธิเดช เกษมสุข จะดำรงตำแหน่งหน้าที่เป็นผู้จัดการแผนกท่าเรือ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) แต่ในอดีตก็เคยเป็นนายทหารในกองทัพเรือ และจบมาจากโรงเรียนเตรียมทหาร จึงมีความผูกพันกับกองทัพเรืออย่างใกล้ชิด จึงยินดีช่วยเหลือ และให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี ทั้งยังเป็น การเพิ่มสายสัมพันธ์ระหว่างกองทัพเรือ และไทยออยล์ ซึ่งเป็นหน่วยงานในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมี กัปตัน อัฐพร พัฒนวิบูลย์ ผู้ช่วยนายท่าไทยออยล์ เป็นผู้ช่วยในการติดต่อประสานงานหลังจากที่ กัปตัน อิทธิเดช เกษมสุข ได้แจ้งไปทาง พลเรือตรี ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์ ผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ให้ทราบผลการอนุมัติงบประมาณจากผู้บริหารระดับสูงว่า ได้ทำการอนุมัติเป็นที่เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นจึงได้มอบหมายให้ กัปตัน อัฐพร พัฒนวิบูลย์ เป็นผู้ประสานงานในการติดต่อกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อมารับงบประมาณสนับสนุนดังกล่าวไปใช้ในกิจการของโครงการ

16. รายการ Navigator

เป็นรายการผจญภัยที่จะนำพาทุกท่านไปในสถานที่ต่าง ๆ ในอีกมุมมองหนึ่งที่คุณอาจไม่เคยได้ไปสัมผัส เนื่องจากรายการส่วนใหญ่เป็นแนวผจญภัยสุดซึ้ง แต่ในครั้งนี้ได้นำเสนอในรูปแบบการผจญภัยเบา ๆ ผ่างด้วยการอนุรักษ์ ที่เยาวชน และประชาชนทั่วไปจะได้เรียนรู้ตั้งแต่

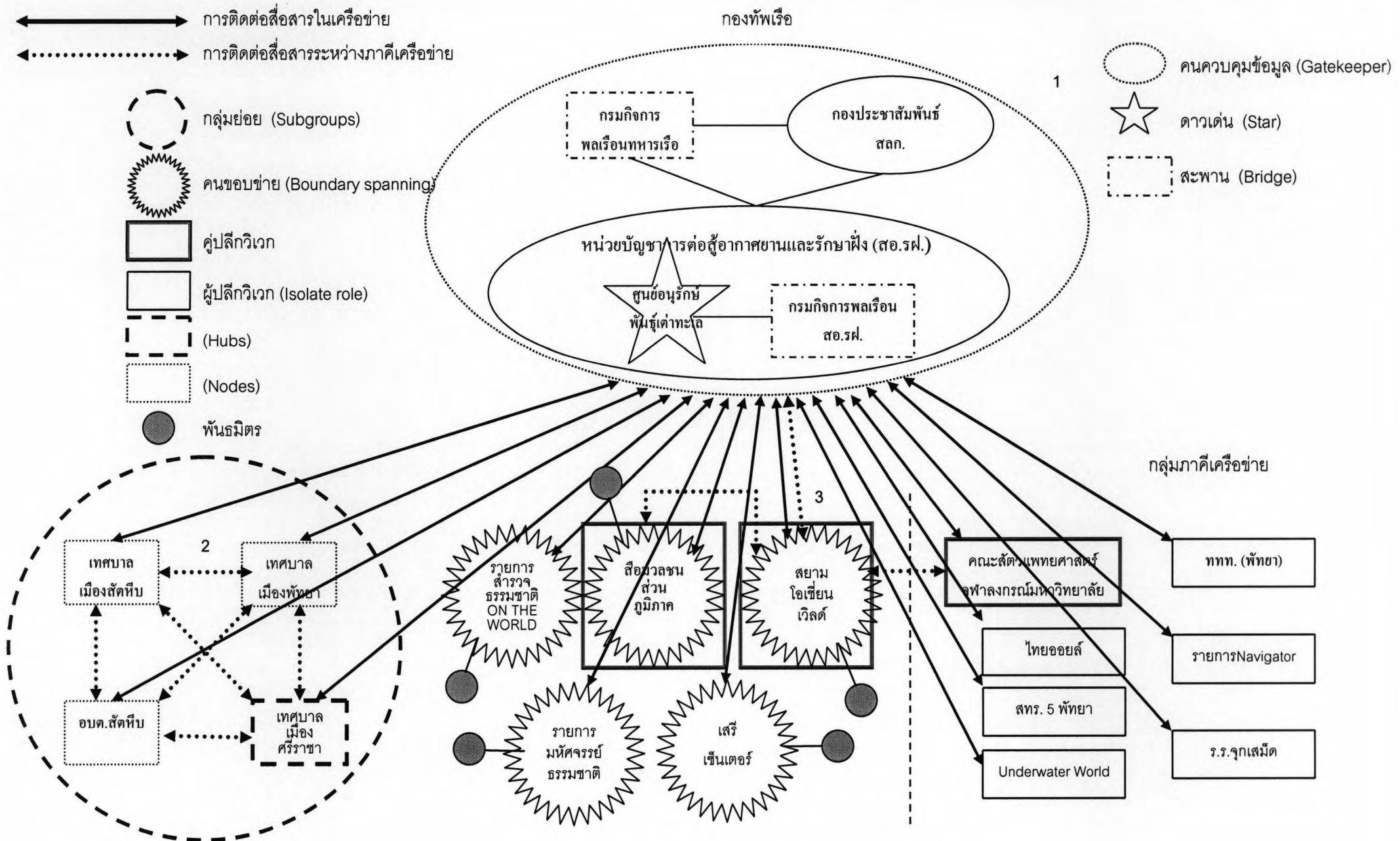
ภูเขา ไปจนถึงใต้ท้องทะเล ซึ่ง scope รายการเป็นลักษณะนี้จึงสนใจที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล โดยมีบทบาทหน้าที่เป็นสื่อกลางในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลการอนุรักษ์เต่าทะเลของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือไปสู่เยาวชน และประชาชนทั่วไป โดยผ่านรายการ Navigator ที่ออกอากาศทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทางช่อง 3 เวลา 12.30 – 13.15 น. จำนวน 2 ตอน ในวันที่ 31 ธันวาคม 2550 และ 1 มกราคม 2551

คุณแจษฎาภรณ์ ผลดี ผู้ดำเนินรายการ Navigator เป็นผู้ทำการสื่อสาร ด้วยความเป็นดารา นักแสดง ที่เป็นที่รู้จักของประชาชน และเยาวชนทั่วไป และตัวตนที่แท้จริงของพี่ตึกเป็นคนรักธรรมชาติอยู่แล้ว จนได้รับคัดเลือกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ดำรงตำแหน่งทูตการท่องเที่ยว จึงได้สวมบทบาทในการสอดแทรกเนื้อหาสาระการอนุรักษ์ธรรมชาติโดยเน้นไปที่ “ให้น้อง ๆ เยาวชนมีหัวใจเป็นนักอนุรักษ์”

3. **กลุ่มพันธมิตร** คือ หน่วยงานภายนอกที่ไม่ได้เป็นภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ แต่มีส่วนช่วยสนับสนุนเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือในเรื่องต่าง ๆ หลังจากได้ติดต่อสื่อสารกับภาคีเครือข่ายโครงการฯ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างโครงการฯ กับสังคมภายนอก หลังจากนั้นจึงดึงหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาร่วมเป็นพันธมิตรกับโครงการฯ อาทิ ให้การสนับสนุนด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ช่อง 3 ASTV The Nation และ Cable TV ท้องถิ่น สื่อวิทยุคลื่น ZEED FM 97.5 MHz หนังสือพิมพ์คมชัดลึก ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ได้แก่ ศูนย์ปลาสวยงามอควอดินา และการให้การสนับสนุนด้านแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือข้อคิดเห็นต่างๆ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัด ภูเก็ต

จากองค์ประกอบของภาคีเครือข่ายที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นแผนภาพที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทเชิงการสื่อสารของแต่ละภาคีเครือข่าย และทิศทางการไหลของข้อมูลในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้ดังนี้

แผนภาพที่ 25 ลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ



จากแผนภาพที่ 22 ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย และเครือข่ายการสื่อสารมาเปรียบเทียบวิเคราะห์ พบว่า ทิศทางการสื่อสาร (Direction) ของเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีทิศทางการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal Network) แบบสองทาง คือ เป็นการสื่อสารในลักษณะที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และทุกภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำการอนุรักษ์เต่าทะเล อาทิ ภาคีเครือข่ายเทศบาลเมืองศรีราชา ภาคีเครือข่ายรายการ Navigator ภาคีเครือข่ายศูนย์การค้าเสรี เซ็นเตอร์ กรุงเทพ ฯลฯ โดยทุกภาคีเครือข่ายมีสถานภาพ ความเสมอภาคเท่าเทียมกัน และไม่ได้มีการสั่งการลงมาจากภาคีเครือข่ายใดภาคีเครือข่ายหนึ่ง หรือจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ แต่เป็นการสื่อสารจากภาคีเครือข่ายในระดับเดียวกัน

แต่ทิศทางการสื่อสาร (Direction) ระหว่างบุคลากรภายในกองทัพเรือด้วยกันเอง ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นั้นจะมีทิศทางการสื่อสารในแนวตั้ง (Vertical Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารจากบุคคลที่มีอำนาจ / สถานภาพสูงกว่าไปสู่บุคคลที่มีอำนาจ/สถานภาพต่ำกว่า คือ เป็นการสั่งการลงมาจากนายทหารระดับบังคับบัญชา ถึงนายทหารระดับปฏิบัติการ เพื่อให้ดำเนินภารกิจในการอนุรักษ์เต่าทะเล และติดต่อสื่อสารกับภาคีเครือข่ายในบางประเด็นที่ผู้บังคับบัญชาเห็นสมควร

นอกจากนี้ จากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีทิศทางการไหลเวียนของข้อมูล (Information flow) ในเครือข่าย 3 แบบ ดังนี้

- การสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network)¹

จากผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) เป็นการสื่อสารส่วนใหญ่ของเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ คือ เป็นการสื่อสารที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นศูนย์กลางในการสื่อสาร โดยมีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นดาวเด่น (Star) คือ เป็นหน่วยงานหลักที่เชื่อมต่อกับภาคีเครือข่ายอื่นๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งทำหน้าที่ในการส่งต่อข้อมูลและการรับข้อมูลเพื่อมากระจายต่อในเครือข่าย มีฝ่ายกิจการพลเรือน หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง และกรมกิจการพลเรือนทหารเรือ มีบทบาทเชิงการสื่อสาร เป็นสะพาน (Bridge) เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่เป็นตัวแทนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีบทบาทเป็นตัวเชื่อมกับภาคีเครือข่ายกลุ่มอื่น ๆ โดยทำหน้าที่ประสานงาน

กับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อจัดกิจกรรมจัดกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกันในพื้นที่อำเภอสตึกหีบ จังหวัดชลบุรี และระดับประเทศตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่งมีบทบาทเชิงการสื่อสาร เป็นหน่วยงานควบคุมข้อมูล (Gatekeeper) โดยจะเป็นผู้ตัดสินใจที่จะทำการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้นไปสู่แต่ละภาคีเครือข่ายด้วยตนเอง โดยจะพิจารณาว่าจะติดต่อสื่อสารไปยังภาคีเครือข่ายใดบ้างที่จะชวนเข้ามาทำกิจกรรมในลักษณะนี้ โดยไม่ได้ทำการติดต่อสื่อสารไปทุกเครือข่าย ซึ่งการติดต่อสื่อสารโครงการจะติดต่อแต่ละภาคีเครือข่าย และเมื่อโครงการติดต่อไปที่ภาคีเครือข่ายที่หนึ่งแล้ว ภาคีเครือข่ายที่ได้รับสารเป็นหน่วยงานแรกก็ไม่ได้นำสารนี้ไปพูดคุยปรึกษาหารือ หรือส่งต่อให้ภาคีเครือข่ายอื่น แต่โครงการฯ จะเป็นผู้ทำการสื่อสารไปยังภาคีเครือข่ายอื่นเอง นอกจากนี้ลักษณะการแพร่กระจายของข้อมูล (Information diffusion) มีแบบแผนการกระจายของข้อมูลอยู่ในลักษณะ (radial network) คือ มีการกระจายข้อมูลจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไปสู่ภาคีเครือข่ายอื่นๆ ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

นอกจากนี้ในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ยังมีทิศทางการไหลเวียนของข้อมูล (Information flow) ในลักษณะการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) ที่เกิดขึ้นในการสื่อสารของกลุ่มย่อยในเครือข่าย และการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) ที่เกิดขึ้นในการสื่อสารของคู่ปลีทวีเวก ดังนี้

• การสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network)²

จากผลการวิจัย พบว่า มีกลุ่มย่อย (Subgroups) เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของ 4 ภาคีเครือข่าย ได้แก่ เทศบาลเมืองศรีราชา เทศบาลเมืองพัทยา เทศบาลเมืองสตึกหีบ และองค์การบริหารส่วนตำบลสตึกหีบ โดยเส้นทางการสื่อสารในกลุ่มย่อย (Subgroups) มีทิศทางการไหลเวียนของข้อมูล (Information flow) ในลักษณะการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) คือ ภาคีเครือข่ายทั้ง 4 ในกลุ่มย่อยสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้หมดทุกทิศทางโดยไม่ได้ผ่านโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในการรับและส่งข่าวสาร เนื่องจากภาคีเครือข่ายทั้ง 4 นี้ เป็นสมาชิกโครงการจัดการชายฝั่งแบบบูรณาการจังหวัดชลบุรี (CHONBURI Integrated Coastal Management, ICM) ภายใต้ความร่วมมือกับ (Partnerships in Environment Management for the Sea of East Asia, PEMSEA) ซึ่งเป็นโครงการที่มีจุดมุ่งหมายเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่ง โดยใช้ทรัพยากรด้วยความตระหนัก และเร่งร่วมกันฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเล ภาคีเครือข่ายเหล่านี้จึงมีการจัดประชุมกัน

ระหว่างสมาชิกอย่างต่อเนื่อง เมื่อที่ประชุมมีมติเห็นชอบ และ PEMSEA สนับสนุนงบประมาณเทศบาลศรีราชาจึงเป็นหน่วยงานที่เป็นตัวแทนกลุ่มย่อยทำการติดต่อไปยังโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อเชิญชวนให้มาร่วมจัดโครงการปล่อยเต่าทะเลคืนถิ่นและพัฒนาชายฝั่งที่เกาะคราม เนื่องในวันแม่แห่งชาติ ครั้งที่ 6 พ.ศ. 2549 และหลังจากที่หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่งอนุมัติให้ดำเนินกิจกรรมร่วมกันแล้วโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะทำการติดต่อกลับไปยังเทศบาลเมืองศรีราชา เพื่อให้เทศบาลเมืองศรีราชาทำการกระจายข้อมูลข่าวสารต่อไปยังเทศบาลเมืองพัทยา เทศบาลเมืองสัตหีบ และองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ

จากการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) ของกลุ่มย่อย (Subgroups) นี้ เทศบาลศรีราชา จะมีลักษณะเป็น (Hubs) คือ เป็นหน่วยงานที่เป็นจุดที่มีศักยภาพในการเชื่อมต่อในเชิงการกระจายข้อมูลข่าวสาร อาทิ ทิศทางนโยบายการอนุรักษ์เต่าทะเลของ ICM ไปยังจุดอื่น ๆ หรือหน่วยงานอื่น ๆ ทุกหน่วยงานในกลุ่มย่อย (Subgroups) ซึ่งได้แก่ เทศบาลเมืองพัทยา เทศบาลเมืองสัตหีบ และองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ ที่มีลักษณะเป็น (Nodes) คือ เป็นหน่วยงานที่เป็นจุดต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกันเองในกลุ่มย่อย และมีการติดต่อสื่อสารอย่างทั่วถึงในกลุ่มย่อย

ซึ่งการติดต่อสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) ของกลุ่มย่อย (Subgroups) นี้จะเกิดขึ้นไม่บ่อยครั้ง โดยประมาณปีละ 1 ครั้ง แต่โดยปกติแล้วภาคีเครือข่ายทั้ง 4 จะแยกกันทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพียงลำพัง ดังนั้น การสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) จะไม่เกิดขึ้น เนื่องจากภาคีเครือข่ายนั้น ๆ จะทำการติดต่อสื่อสารกับโครงการฯ เอง หรือโครงการฯ ติดต่อไปยังภาคีเครือข่ายนั้น ๆ เอง โดยไม่ได้นำไปปรึกษาภาคีเครือข่ายที่เป็นสมาชิก ICM ดังนั้นจากการติดต่อสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) จะกลับมาสู่เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) อีกครั้ง

3

• การสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network)

จากผลการวิจัย พบว่า เนื่องจากบริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด ได้มีการชักชวนคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาร่วมเป็นหนึ่งในภาคีเครือข่ายให้ความร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในการช่วยดูแลรักษาเต่าทะเลที่เกิด

จากการเจ็บป่วย รวมถึงการเสนอแนะให้คำปรึกษาเชิงวิชาการในการดูแลรักษาแต่ละเคส ด้วยเหตุนี้เวลาที่โครงการฯ จะทำการติดต่อสื่อสารกับคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะติดต่อผ่านทางบริษัท สยามโอเซียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด จากนั้นบริษัท สยามโอเซียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด จะทำการสื่อสารเพื่อบอกข้อมูลข่าวสารต่อไปยังคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีกครั้งหนึ่ง และถ้าคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ต้องการจะติดต่อสื่อสารกับโครงการฯ จะฝากผ่านทางบริษัท สยามโอเซียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด ให้ช่วยทำการติดต่อ และแจ้งข้อมูลให้โครงการทราบ ทำให้เกิดการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) คือ การติดต่อสื่อสารที่ทั้งโครงการฯ และคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะทำการติดต่อสื่อสารกันเกือบทุกเรื่องผ่านทางบริษัท สยามโอเซียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด

สำหรับการสื่อสารภายในเครือข่ายที่เป็นการสื่อสารกันเองระหว่างบริษัท สยามโอเซียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด กับคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เกิดขึ้นเป็นประจำในการพูดคุยและประสานความร่วมมือกันในลักษณะทีมงาน เพื่อมาให้คำแนะนำ และดูแลรักษาแต่ละเคสให้กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดังนั้นบทบาทเชิงการสื่อสารของทั้งบริษัท สยามโอเซียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด และคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงเป็นคู่ปพลิเคชัน กล่าวคือ ทั้งบริษัท สยามโอเซียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด และคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นภาคีเครือข่ายของโครงการฯ ทั้งคู่ และมีการติดต่อสื่อสารกันเอง โดยไม่สนใจทำการติดต่อสื่อสารกับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ ในเครือข่าย

แต่มีบางครั้งบางโอกาสที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำการจะติดต่อสื่อสารไปยังคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยตรงโดยไม่ผ่าน บริษัท สยามโอเซียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด เพื่อขอคำแนะนำบางประการในการดูแลรักษาแต่ละเคสในเฉพาะกรณี ซึ่งการติดต่อสื่อสารจากการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) จะเปลี่ยนมาเป็นการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) ที่เหมือนภาคีเครือข่ายอื่น ๆ ทั่วไปที่ทำการติดต่อสื่อสารกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยเพิ่มเติมในส่วนของบทบาทเชิงการสื่อสารของภาคีเครือข่ายอีก 3 บทบาทที่ยังไม่ได้กล่าวถึงข้างต้น ได้แก่ คนขอบข่าย (Boundary spanning) คู่ปพลิเคชัน และผู้ปพลิเคชัน (Isolate role) ดังนี้

- **คนขอบข่าย (Boundary spanning)**

เป็นบทบาทเชิงการสื่อสารที่ภาคีเครือข่ายที่มีการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกเครือข่าย ซึ่งข้อมูลข่าวสารภายในเครือข่ายจะถูกนำไปทำการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกับภายนอกเครือข่าย และได้ข้อมูลใหม่ ๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และโครงการฯ กลับมาสื่อสารภายในเครือข่าย นอกจากนี้การติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกของภาคีเครือข่ายที่เป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) ยังทำให้เกิดแนวร่วม หรือพันธมิตรต่าง ๆ มากมาย ที่มาให้การสนับสนุนช่วยเหลือโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อีกต่อหนึ่งได้แก่

- ภาคีเครือข่ายสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) คือ ได้มีการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกภาคีเครือข่าย ที่เป็นสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ ช่อง 3 ASTV The Nation และ Cable TV ท้องถิ่น มาร่วมเป็นพันธมิตรในการช่วยทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเต่าทะเล และโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไปสู่สาธารณชนอีกทางหนึ่งด้วย

- ภาคีเครือข่ายบริษัท สยามโอเชียนเวิร์ล กรุงเทพฯ จำกัด มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) คือ ได้มีการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกภาคีเครือข่าย คือ สื่อวิทยุคลื่น ZEED FM 97.5 MHz เพื่อตั้งมาเป็นพันธมิตรและช่วยทำการเผยแพร่ข้อมูลของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการ จัดขึ้นไปสู่สาธารณชนทั่วไป ซึ่งผู้ฟังส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น เพื่อชักชวนมาทำกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลร่วมกับโครงการฯ และสยามโอเชียนเวิร์ล

- ภาคีเครือข่ายศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) คือ ได้มีการติดต่อสื่อสารกับศูนย์ปลาสวยงามอควาเรียมซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอกภาคีเครือข่าย มาเป็นพันธมิตรช่วยทำของที่ระลึกเต่าทะเล อาทิเช่น หมวกเต่าทะเล เสื้อเต่าทะเล ตุ๊กตาเต่าทะเล มาบริจาคให้กับโครงการฯ นำไปขาย โดยนำเงินรายได้บางส่วนเข้าบัญชีอาหารเต่าทะเล และบางส่วนมาช่วยในการทำกิจกรรมโครงการ

- รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) คือ ได้มีการติดต่อสื่อสารนำข้อมูลการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และกิจกรรมโครงการไปแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกเครือข่ายที่เป็นเพื่อน

สื่อมวลชนด้วยกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก จนมีความสนใจจึงชักชวนมาเป็นพันธมิตร เพื่อช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโครงการ และกิจกรรมโครงการอีกทางหนึ่ง

- รายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) คือ ได้มีการติดต่อสื่อสารกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จ.ภูเก็ต เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และเมื่อทางรายการฯ ได้รับข้อมูลที่ทันสมัยจากกระทรวงฯ อาทิ การแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล ก็จะทำนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการสื่อสารภายในโครงการฯ เพื่อให้โครงการฯ นำข่าวสารนี้ไปแจ้งให้กับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ อีกต่อหนึ่งให้รับรู้รับทราบข้อมูลโดยทั่วกัน เพื่อภาคีเครือข่ายเหล่านั้นจะได้นำข้อมูลข่าวสารไปสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มีความรู้ทันยุคทันเหตุการณ์ และปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องต่อไป

• คู่ปลีทวีเวก

จากผลการวิจัย และนำมาวิเคราะห์กับแนวคิดเครือข่าย และเครือข่ายการสื่อสาร พบว่า ภายในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีภาคีเครือข่ายที่มีบทบาทเชิงการสื่อสารที่เป็นคู่ปลีทวีเวกอยู่ 2 คู่ โดยหน่วยงานในแต่ละคู่นั้นเป็นภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เหมือนกัน และทำการติดต่อสื่อสารกันเอง โดยไม่สนใจที่จะติดต่อสื่อสารกับภาคีเครือข่ายอื่นๆ ในเครือข่าย ดังนี้

- องค์กรสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค กับ บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด จะเห็นได้ภาคีเครือข่ายคู่นี้มีบทบาทเชิงการสื่อสาร 2 บทบาททับซ้อนกันอยู่ คือ ทั้งองค์กรสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค กับ บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคนขอบข่าย (Boundary spanning) ที่ทำการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอก และในขณะเดียวกันก็มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคู่ปลีทวีเวกที่ทำการสื่อสารกันเอง เมื่อมีการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลขึ้น โดยจะพูดคุยปรึกษาหารือกันบ่อยครั้งในประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อจะได้ช่วยกันกระจายข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมออกไปสู่สาธารณชนอย่างทั่วถึง ทั้งประชาชนในพื้นที่ และทั่วประเทศ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยไม่สนใจติดต่อกับภาคีเครือข่ายอื่น ในเครือข่ายโครงการในประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์ บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัดยังมีการติดต่อสื่อสารกับภาคีเครือข่ายหน่วยงานอื่น ๆ แต่เป็นการติดต่อสื่อสารกันในประเด็นทางด้านวิชาการ

- บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด กับ คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีบทบาทเชิงการสื่อสารเป็นคู่ปลีกวิเวก ที่ทำการติดต่อสื่อสารกันเองในประเด็นด้านวิชาการ ในการพูดคุยและประสานความร่วมมือกัน ร่วมปรึกษาหารือกันในลักษณะการทำงานแบบทีมงาน ช่วยกันค้นคว้าข้อมูลการดูแลเต่าทะเลทุกครั้งก่อนที่จะมาให้คำแนะนำ และการให้ช่วยเหลือในการดูแลรักษาเต่าทะเลที่ได้รับบาดเจ็บให้กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ โดยไม่สนใจติดต่อกับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ ในเครือข่ายโครงการฯ

- **ผู้ปลีกวิเวก (Isolate role)**

เป็นบทบาทเชิงการสื่อสารที่หลายภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือเป็นอยู่ ซึ่งจะมีลักษณะที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนว่าเป็นภาคีเครือข่ายที่มักเก็บตัวไม่ค่อยสูงส่ง หรือติดต่อสื่อสารภาคีเครือข่ายหน่วยงานอื่นๆ ในเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือด้วยตนเอง คือ ถ้ามีการติดต่อสื่อสารภายในเครือข่ายเกิดขึ้นจะเป็นการติดต่อสื่อสารกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เท่านั้น ดังนั้นทิศทางการไหลเวียนของข้อมูล (Information flow) จึงเป็นการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) ได้แก่ โรงเรียนจุกเสม็ด บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) Underwater World สถานีวิทยุ สท. 5 พัทยา 104.75 MHz และรายการ Navigator

รูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานเอกชนได้เข้ามาให้การสนับสนุนการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ โดยมีรูปแบบความร่วมมือที่หลากหลาย และแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับศักยภาพและความพร้อมของหน่วยงานนั้น ๆ รวมถึงนโยบายของหน่วยงานที่มาร่วมกับโครงการว่าสามารถให้การสนับสนุนได้มากน้อยเพียงใด เพื่อให้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดำเนินงานได้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ซึ่งมีรูปแบบความร่วมมือ 12 รูปแบบ และสามารถแสดงให้เห็นภาพรวมรูปแบบความร่วมมือของแต่ละภาคีเครือข่าย ดังนี้

ตารางที่ 7 : ภาพรวมรูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

ลำดับ	กลุ่มภาคีเครือข่าย	รูปแบบความร่วมมือ											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	เทศบาลเมืองศรีราชา			X		X			X				
2	เทศบาลเมืองพัทยา		X							X			
3	เทศบาลเมืองสัตหีบ		X	X				X					
4	องค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ		X		X	X		X		X			X
5	องค์กรสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค					X	X						
6	บ. สยามโอเชียน เวิร์ด กรุงเทพ จำกัด	X	X		X	X	X	X		X	X	X	
7	ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์							X		X			
8	รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ		X		X	X	X						
9	รายการสำรวจธรรมชาติ on the world						X						
10	คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาฯ	X									X		
11	โรงเรียนจุฑาเสมิต			X		X	X						
12	สถานีวิทยุ สทท.5 พัทยา 104.75 MHz		X										
13	ททท. ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี)		X		X					X			
14	Underwater World					X	X						
15	บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)									X			
16	รายการ Navigator		X				X						

X : รูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่าย

1. ให้ข้อมูลด้านวิชาการ
2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการ
3. นำนักเรียน และประชาชนในพื้นที่ไปเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล
4. นำสื่อมวลชนไปทำข่าวที่ศูนย์ฯ
5. ร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล
6. เผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเล
7. ให้พื้นที่จัดงานนิทรรศการเต่าทะเล
8. ช่วยอนุบาลเต่าทะเล
9. สนับสนุนด้านงบประมาณและการจัดหาสปอนเซอร์
10. สนับสนุนด้านสัตวแพทย์
11. สนับสนุนด้านเทคโนโลยี
12. สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน

จากตารางที่ 7 พบว่า ภาคีเครือข่ายแต่ละภาคีมีรูปแบบความร่วมมือหลากหลายตามแต่ความสามารถ และความพร้อมที่จะให้การสนับสนุน ซึ่งผู้วิจัยจะขอนำรูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่ายทั้ง 12 รูปแบบ มาจำแนกลักษณะรูปแบบความร่วมมือตามด้านต่าง ๆ ได้แก่ ร่วมมือในด้านข้อมูล ร่วมมือในเรื่องของการขับเคลื่อนกิจกรรม และร่วมมือในด้านของระบบสนับสนุน เพื่อให้เข้าใจชัดเจนมากยิ่งขึ้น ว่ารูปแบบความร่วมมือนี้ อยู่ในด้านใด และมีบทบาทเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอการจำแนกลักษณะรูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่ายตามด้านต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 8 : จำแนกลักษณะรูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่ายตามด้านต่าง ๆ

	บทบาทสนับสนุน	บทบาทกระทำ
ร่วมมือด้านข้อมูล	- การสนับสนุนด้านวิชาการข้อมูล	-----
ร่วมมือด้านขับเคลื่อนกิจกรรม	- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการฯ	- นำนักเรียน และประชาชนในพื้นที่ไปเยี่ยมชุมชนฯ - นำสื่อมวลชนไปทำข่าวที่ศูนย์ฯ - ร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล
ร่วมมือด้านระบบสนับสนุน	- ให้พื้นที่จัดงานนิทรรศการเต่าทะเล - สนับสนุนด้านเทคโนโลยี - สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน	- เผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเล - ช่วยอนุบาลเต่าทะเล - สนับสนุนด้านงบประมาณและการจัดหาสปอนเซอร์ - สนับสนุนด้านสัตวแพทย์

จากตารางที่ 8 ที่ได้จำแนกลักษณะรูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่ายด้านต่าง ๆ ทำให้ได้เห็นภาพอย่างชัดเจนว่ารูปแบบความร่วมมือแบบนี้ เป็นรูปแบบความร่วมมือด้านข้อมูล ร่วมมือด้านขับเคลื่อนกิจกรรม หรือร่วมมือด้านระบบสนับสนุน นอกจากนี้ยังทำให้ทราบอีกด้วยว่ารูปแบบความร่วมมือนั้นทำบทบาทอะไร ระหว่างบทบาทสนับสนุน หรือบทบาทกระทำ ก่อนที่จะนำเสนอผลการวิจัยในแต่ละรูปแบบความร่วมมือ ดังนี้

รูปแบบความร่วมมือด้านข้อมูล

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความร่วมมือให้ข้อมูลด้านวิชาการ เป็นเพียงรูปแบบความร่วมมือเดียวที่ถูกจัดอยู่ในรูปแบบความร่วมมือด้านข้อมูล โดยมีบทบาทเป็นรูปแบบความร่วมมือที่ให้การสนับสนุน

บทบาทสนับสนุน

1. ให้ข้อมูลด้านวิชาการ

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 2 หน่วยงาน ประกอบด้วย บริษัท สยามโอเชียเนลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร และคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เข้ามาให้การสนับสนุนข้อมูลในเชิงวิชาการ เนื่องจากหน่วยงานทั้ง 2 มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ที่ได้ศึกษาค้นคว้าจนมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเกี่ยวกับเต่าทะเลโดยตรง ต้องการที่จะเข้ามาช่วยเหลือโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ด้วยการเข้ามาแลกเปลี่ยนข้อมูลให้ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศวิทยา การอนุบาล และการดูแลเต่าทะเลว่าควรทำอย่างไร สถานที่อยู่อาศัยควรเป็นอย่างไร ควรให้อาหารก็มื่อ รวมถึงการจัด display ในอควอเลียมด้วย ดังนี้

"เราช่วยเสนอแนะวิธีการแนวทางที่จะทำให้สุขภาพเต่าเหล่านี้ดีขึ้น เพราะปัญหาก็คือว่าเอามาเลี้ยงในบ่อแบบนี้ไม่เป็นธรรมชาติ เต่ามีความเครียดเยอะมาก เพราะอยู่กันหนาแน่นมาก ไม่เหมือนอยู่ในธรรมชาติ รวมทั้งอาหารการกินต่าง ๆ ก็เลียนแบบธรรมชาติไม่ได้ ก็ทำให้สัตว์ค่อนข้างจะมีปัญหาในระยะยาว ก็ช่วยกันชี้แนะว่าจะปรับตรงไหนได้บ้าง"

(รศ.ส.พญ. ดร.นันทริกา ชันช้อย, ผอ.ศูนย์วิจัยโรคสัตว์น้ำ คณะสัตวแพทย์ จุฬาฯ, สัมภาษณ์ 27 มีนาคม 2551)

"ก็เข้าไปคุยกับท่าน ผบ.ชัยวัฒน์ ว่าอะไรที่เขาขาด เขาก็บอกเป็นเรื่องความรู้ การดูแลทีมงานนักอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ เนื่องจากเขาเป็นหน่วยงานราชการมีน้อยคนที่มีความรู้ในสายตรงในเรื่องของ Marine biology ก็เลยบอกเดียวเราเข้ามาดูแลให้ความรู้เพิ่มเติมในช่วงต้น"

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียเนล เวิลด์, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

รูปแบบความร่วมมือด้านขับเคลื่อนกิจกรรม

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความร่วมมือด้านขับเคลื่อนกิจกรรมมี 4 รูปแบบความร่วมมือที่ถูกจัดอยู่ในด้านนี้ ประกอบด้วย รูปแบบความร่วมมือประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการฯ

รูปแบบความร่วมมือนำนักเรียน และประชาชนในพื้นที่ไปเยี่ยมชมศูนย์ฯ รูปแบบความร่วมมือนำสื่อมวลชนไปทำข่าวที่ศูนย์ฯ และรูปแบบความร่วมมือร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล โดยมีบทบาททั้งให้การสนับสนุน และกระทำ ดังนี้

บทบาทสนับสนุน

2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 8 หน่วยงาน ประกอบด้วย เทศบาลเมืองสัตหีบ องค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ เทศบาลเมืองพัทยา สถานีวิทยุ สท. 5 พัทยา 104.75 MHz การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด รายการ Navigator และรายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ เข้ามาช่วยทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดขึ้น

สำหรับสื่อมวลชนทั้งสื่อวิทยุ และรายการโทรทัศน์จะให้ความร่วมมือในการเผยแพร่กิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในลักษณะข่าวประกาศในรายการ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปทราบว่าโครงการฯ จะมีการจัดกิจกรรมอะไร จะจัดขึ้นที่ไหน เมื่อไหร่ และถ้าสนใจก็สามารถเข้าร่วมทำกิจกรรมกับโครงการฯ ได้ ดังนี้

“ทางสถานีจะเผยแพร่ข้อมูลโครงการฯ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะพูดออกอากาศให้ในเวลาราชการ ตั้งแต่ 11.30-12.00 น. และอีกช่วงหนึ่งคือ 18.00-18.30 น. ทั้งแบบ radio spot ข้อความ โฆษณา รวมถึงประกาศข่าวด้วย”

(น.อ.สมบุญ วิจารณ์วิน, หัวหน้าสถานีวิทยุ สท. 5 พัทยา 104.75 MHz, สัมภาษณ์ 15 มกราคม 2551)

“ที่จะช่วยกองทัพเรือเผยแพร่ข้อมูล ถ้าหากมีกิจกรรมอะไรก็จะช่วยกันตลอดเวลา ตอนนี้ก็เหมือนกับเป็นญาติกัน”

(วินา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

นอกจากนี้หน่วยงานภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุทยานสัตว์น้ำ เข้ามาเสนอที่จะช่วยโครงการทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่จัดขึ้น เนื่องจากหน่วยงานเหล่านั้นมีความรู้ ความ

เข้าใจเกี่ยวกับเต่าทะเลเป็นอย่างดี ประกอบกับมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสัตว์น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีความสัมพันธ์อันดีกับสื่อหลากหลายประเภท ศักยภาพในการทำการประชาสัมพันธ์ของ จึงมีสูง สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้ทุกเพศ ทุกวัย เพื่อจะได้ขยายฐานให้คนมาร่วมกิจกรรม กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้เพิ่มมากขึ้น ดังนี้

“เราจะช่วยทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อ promote โครงการนี้ เพื่อขยายผลยอดเงินบริจาค ลำพังศูนย์ฯ มีค่าใช้จ่ายสูงมาก เราก็บอกโอเคเดียวเราจะช่วย เรามีศักยภาพในเรื่องของผู้ที่มีความรู้ อยู่ศูนย์กลางเมืองทำประชาสัมพันธ์ให้ได้ จัดกิจกรรมส่งเสริมได้ แล้วเราก็มีในเรื่องช่องทางที่จะนำเสนอไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เช่น นักท่องเที่ยว ประชาชน นักเรียนที่มาทัศนศึกษาที่นี้ค่อนข้างเยอะ”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ด, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

ในส่วนของหน่วยงานราชการในพื้นที่ เขาก็ยินดีที่จะช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่โครงการจัดขึ้นให้นักท่องเที่ยวทราบ พร้อมทั้งเชิญชวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศมาเยี่ยมชมการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดังนี้

“เราช่วยเขาประชาสัมพันธ์ ดึงคนเข้ามา เพื่อมาเรียนรู้ มหาประสบการณ์ในศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะอนุรักษ์ และเป็นหน่วยราชการด้วย แล้วก็เป็นที่มันไม่มี มันมีแห่งเดียวในประเทศไทย ”

(ร้อยตรี ชัยวัฒน์ เจริญสุข, ผอ. ททท. ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี), สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

“เมื่อนักท่องเที่ยวมาเราก็แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ หนึ่งในนั้น คือ ที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะมีอะไรให้ท่านชมบ้าง ทั้งคอกอเรียน นิทรรศการ บ่ออนุบาลเต่า มีวิทยากรคอยให้คำบรรยาย”

(เพ่ง บัวหอม, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสตึก, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2551)

บทบาทกระทำ

3. นำนักเรียน และประชาชนในพื้นที่ไปเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 3 หน่วยงาน ประกอบด้วย เทศบาลเมืองสัตหีบ โรงเรียนจุลเสมีด และเทศบาลเมืองศรีราชา ได้เห็นความสำคัญในการนำนักเรียน และประชาชนในพื้นที่เข้าไปเรียนรู้ เข้าไปสัมผัสกับเต่าทะเลอย่างใกล้ชิดที่โครงการอนุรักษ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ภาคีเครือข่ายที่ให้ความสำคัญในการนำนักเรียน และประชาชนในพื้นที่ไปเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นี้ล้วนแล้วแต่เป็นองค์กรส่วนท้องถิ่นที่มองเห็นตรงกันว่า ปัญหาในลักษณะนี้ คนในพื้นที่เป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดกับปัญหา และเป็นกำลังสำคัญ ที่ควรให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาอย่างจริงจัง เพราะมันคือส่วนหนึ่งของชีวิตเขา ทั้งชาวประมงที่เป็นผู้ที่ต้องพบกับเต่าทะเลในการทำประมงหาปลาทุก ๆ วัน ทั้งชาวบ้านที่มีที่พักอาศัยติดริมทะเล รวมทั้งนักเรียน ที่วันหนึ่งพวกเขาจะต้องเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ที่อาจประกอบอาชีพในท้องทะเล เหมือนกับบรรพบุรุษของเขา ถ้ากลุ่มคนเหล่านี้มีความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้อง ในการปฏิบัติตน พร้อมทั้งได้ลองเข้าไปสัมผัสกับโครงการที่ทำการอนุรักษ์เต่าทะเลแล้ว ก็จะทำให้เขาเกิดความตระหนัก รับรู้ รับทราบแนวทางในการปฏิบัติตน เพื่อช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเล ดังนี้

“ได้จัดกิจกรรม โดยแต่ละปีในวันที่ 12 สิงหาคม จะพาชุมชนชาวประมง ไปปล่อยเต่าทะเลในเขตทหารเรือที่เกาะครามมา 5 ครั้งแล้ว แล้วก็ได้เลยไปดูงานในศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือด้วย”

(อาทิตย์ ชาชโย, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

“ที่เคียพ้าผู้ใหญ่เข้าไปดูเต่าทะเลของสอ.รฝ.นะ ตอนนั้นทำโครงการ ICM ได้งบประมาณหนึ่ง ก็จัดกิจกรรมพาผู้ใหญ่ขี่จักรยานเป็น bicycle rally เข้าไปให้ความรู้ แล้วก็ไปดูเต่าทะเล ผู้เข้าร่วมโครงการเป็นคนในพื้นที่ ผู้ใหญ่คือ ปู่ย่า ถ้ามีหลานก็เอาหลานมาได้ พ่อแม่ มีลูกก็เอาลูกมาได้”

(อ้อย ปลืเจริญ, ผอ. กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองสัตหีบ, สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

“ปัญหานี้เป็นปัญหาระดับชาติ แล้วมันมาอยู่ตรงชายฝั่ง เด็กของเรามาจากช่องแสมสาร ที่เป็นชุมชนชาวประมง ความเป็นอยู่ของเขา ต้องเจอตรงนี้อยู่แล้ว ไม่ใช่ให้เรียนตามตัวหนังสือ ครั้นจะปลุกฝังเมื่อโตมาแล้วมันก็ได้ เนิยเป็นเด็กเล็ก ๆ เราปลุกฝังได้ แล้วเขาชอบที่จะไปที่ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เราก็เลยจัดสัปดาห์การอนุรักษ์เต่าทะเลขึ้นมา”

(กฤษณา ไกรสินธุ์, ครู คศ. 3 ร.ร.จุกเสม็ด, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

4. นำสื่อมวลชนไปทำข่าวที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 4 หน่วยงาน ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบล หีบ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพ จำกัด และรายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ ได้นำสื่อมวลชนไปทำข่าวที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

ภาคีเครือข่ายรายการโทรทัศน์ ที่เคยเข้ามาช่วยนำเสนอการดำเนินงานภายในโครงการฯ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดขึ้นไปสู่สาธารณชนมาบ้างแล้ว และมองเห็นว่ากิจกรรมที่กองทัพเรือทำเป็นประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติโดยรวม จึงชักชวนเพื่อนสื่อมวลชนด้วยกันในแขนงต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งหนังสือพิมพ์ แมกกาซีน มาร่วมทำกิจกรรมกับโครงการฯ และสื่อเหล่านั้นเกิดความประทับใจ จึงนำเสนอไปสู่ประชาชน การนำเสนอข่าวผ่านสื่อจึงมีความหลากหลาย ดังนี้

“พี่ไปร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าคืนสู่ท้องทะเล พร้อมนำคณะผู้สื่อข่าวไปร่วมกิจกรรมนี้ด้วย เพื่อไปดูว่ามันเป็นยังไง เต่าทะเลมีกี่ชนิดในเมืองไทยอะไรแบบเนี่ย เขาก็ได้ความรู้เยอะเหมือนกัน แล้วก็มืออย่างคมชัดลึกก็กลับมาเขียนข่าวให้”

(วินา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

ซึ่งสอดคล้องกับที่พลเรือตรี ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์ ผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการต่อสู้ อากาศยานและรักษาฝั่ง ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“เราก็คุยให้ฟัง เดี่ยวเค้าสนใจเค้าก็มาเอาไปออกเอง โดยผ่านสื่อที่เรารู้จัก สื่อก็ไปขยายกับสื่อ โดยที่ไม่ให้สื่อเหล่านั้นต้องรู้สึกว่าจะบังคับมาทำ แต่อยากให้เค้ารู้สึกอยากเข้ามาทำเอง เราไม่อยากรัดเยียด”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

สำหรับภาคีเครือข่ายโครงการในประเทศอย่างบริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด ที่เข้ามาช่วยทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการฯ อยู่แล้ว แต่ถ้ามีสื่อมวลชนใดที่สามารถเข้ามาช่วยกันเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อีก ก็จะทำให้การชักชวนกันมาช่วยอีกแรง เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับเต่าทะเล และกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลจัดขึ้นได้แพร่กระจายไปสู่สาธารณชนได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ดังนี้

“ก็จะมีการเชิญชวน partner อื่น ๆ เพิ่ม เพื่อมาช่วยกันกระจายข่าวมากขึ้น ให้คนรู้มากขึ้น เช่น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์อะไรแบบนี้”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิลด์, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

นอกจากนี้ภาคีเครือข่ายโครงการในพื้นที่อำเภอสัตหีบ ก็ได้นำสื่อมวลชนที่มีความสนใจการดำเนินงานเพาะเลี้ยง และอนุบาลเต่าทะเลของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไปทำการถ่ายทำรายการถึงสถานที่จริง พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ให้กับสื่อมวลชนเป็นอย่างดี ทั้งเรื่องการเดินทางงานขอเข้าไปถ่ายทำ ฯลฯ เนื่องจากการร่วมทำกิจกรรมกันมาอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

“ก็มีช่อง 9 ติดต่อขอมาถ่ายทำรายการ “ออดี้ โชน” ก็พาไปถ่ายทำที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ”

(เพ่ง บัวหอม, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2551)

5. ร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 7 หน่วยงาน ประกอบด้วย องค์การสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค องค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ โรงเรียนจุลเสมีต เทศบาลเมืองศรีราชา Underwater World บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด และรายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ ได้เข้ามาร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล

กิจกรรมปล่อยเต่าทะเล เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีโอกาสปล่อยลูกเต่าทะเลอายุประมาณ 4-5 เดือน ที่มีความแข็งแรงพอ และพร้อมที่จะไปเผชิญชีวิตในโลกกว้างด้วยตนเองลงสู่ท้องทะเลด้วยมือของเราเอง ซึ่งเมื่อปล่อยลูกเต่าทะเลไปแล้วจะก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหน และผูกพันกับเต่าทะเลเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังสามารถสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์เต่าทะเล และไม่ทำลายเต่าทะเลให้เกิดขึ้นในระยะยาว ซึ่งกิจกรรมนี้ถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญที่ภาคีเครือข่าย และประชาชนทั่วไปให้ความสนใจ และอยากที่จะเข้าร่วมอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

“กิจกรรมปล่อยเต่ากลับคืนสู่ธรรมชาติเราทำมา 2 ครั้งแล้ว เมื่อชาวต่างชาติที่เขามาเที่ยวที่นี้เราก็บอกเขา เมื่อถึงวันปล่อยเต่าก็ขับรถกันไปปล่อยถึงสัตว์หีบ ก็สนุกสนาน สำเร็จเป็นอย่างดี”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

สำหรับภาคีเครือข่ายที่เป็นสื่อมวลชนมองว่าการที่เราจะเผยแพร่ หรือเชิญชวนให้ประชาชนทั่วไปหันมาร่วมมือได้นั้น เราควรเข้ามาร่วม เข้ามาสัมผัสกิจกรรมนี้ด้วยตนเอง เพราะจะก่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วม จากนั้นเมื่อนำไปสื่อให้ประชาชนทราบจะได้สามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกในขณะนั้น ที่อยากให้ทุกคนได้มาสัมผัส แล้วจะเกิดความรู้สึกรัก และหวงแหน ไม่อยากทำลายเต่าทะเล ดังนี้

“กิจกรรมปล่อยเต่า ทำบ่อย เมื่อเรามีกิจกรรมอะไรเราก็ร่วมนะ กิจกรรมปล่อยเต่าทะเลนี้ทำแทบทุกกิจกรรม เช่น ปล่อยเต่าทะเลเฉลิมพระเกียรติ”

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

รูปแบบความร่วมมือด้านระบบสนับสนุน

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความร่วมมือด้านระบบสนับสนุนมี 7 รูปแบบความร่วมมือที่ถูกจัดอยู่ในด้านนี้ ประกอบด้วย รูปแบบความร่วมมือให้พื้นที่จัดงานนิทรรศการเต่าทะเล รูปแบบความร่วมมือสนับสนุนด้านเทคโนโลยี และรูปแบบความร่วมมือสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน รูปแบบความร่วมมือเผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเล รูปแบบความร่วมมือช่วยอนุบาลเต่าทะเล รูปแบบความร่วมมือสนับสนุนด้านงบประมาณและการจัดหาสปอนเซอร์ รูปแบบความร่วมมือสนับสนุนด้านสัตวแพทย์ โดยมีบทบาททั้งให้การสนับสนุน และกระทำ ดังนี้

บทบาทสนับสนุน

6. ให้พื้นที่จัดงานนิทรรศการเต่าทะเล

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 4 หน่วยงาน ประกอบด้วย เทศบาลเมืองสัตหีบ องค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด และศูนย์การค้าเสรี เซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ เข้ามาให้พื้นที่ในการจัดงานนิทรรศการเต่าทะเล

เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้มองว่า การที่กองทัพเรือได้เข้ามาดำเนินโครงการอนุรักษ์พันธุ์ เต่าทะเลอย่างจริงจังจนเห็นเป็นรูปธรรมนั้น เป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ กองทัพเรือจะนำสิ่งเหล่านี้ไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ เพื่อนำมาสู่การ ร่วมมือกันกับกองทัพเรือในการอนุรักษ์เต่าทะเล เมื่อหน่วยงานเหล่านี้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมา จึงเชิญชวนกองทัพเรือให้นำนิทรรศการเต่าทะเลไปจัดภายในงานด้วย เพื่อเป็นการกระจาย กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ต่าง ๆ ให้เกิดการรับรู้อย่างหลากหลายและทั่วถึง ดังนี้

“เวลาเราจัดงานโครงการเทศบาลเคลื่อนที่ สอ.รฝ. เขาเอานิทรรศการเต่าทะเลมาจัด แสดงโชว์ มันก็เป็นการประชาสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้น แทนที่จะรุกเข้าไปในแต่ละชุมชนเล็ก ๆ มันก็ เสียเวลามาก ทีนี้ถ้านำมาจัดในจุดใหญ่ ๆ หรือที่มีกิจกรรม ประชาชนเขาก็ได้ดูง่าย หน่วยงานก็ จะทำงานง่ายขึ้น จริง ๆ แล้วทหารกับประชาชนไม่ค่อยเจอกันหรอก ก็จะใช้ท้องถิ่นเป็นตัวเชื่อมให้”

(อ้อย ปลื้เจริญ, ผอ. กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองสัตหีบ, สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

“เมื่อก่อนเรามีศูนย์ปลาสวยงามอควอดินา เขาจัดกิจกรรมปลาสวยน้ำใจใส เราก็มองว่า ปลาสวยงามอย่างเดียวจัดตั้งหลายที่ ไปชวนกองทัพเรือมาร่วมดีไหม เอาในเรื่องของเต่าอย่าง เดียวก็ได้ มันค่อนข้างที่จะสูญเสียพันธุ์เยอะ ถูกทำลายเยอะ ถ้าเกิดเราไม่อนุรักษ์คงจะหมดแน่ ๆ เลยเอาเต่าทะเลมาเป็น Hi light ของงานด้วย”

(ไอฟาร์ นุรักษ์เช, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

7. สนับสนุนด้านเทคโนโลยี

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 1 หน่วยงาน ประกอบด้วย บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด ให้การสนับสนุนในเรื่องของเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อการนำมาใช้ดำเนินงานใน

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เนื่องจากเห็นว่าเครื่องมือเครื่องมือเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ และสิ่งเหล่านี้ก็เป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากมันมีความเกี่ยวเนื่องกับสุขภาพของเต่าทะเล ดังนี้

“เอาเครื่องมือทั้งหมดไปให้ใช้วัดว่าจริง ๆ แล้วเต่าทะเลควรอยู่ในน้ำอุณหภูมิที่เท่าไรหรือ คือ เราให้เป็นอุปกรณ์ ที่อควอเลียมเราใช้อันนี้อยู่เอาไปใช้สิ”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

8. สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน

ประกอบด้วย 1 หน่วยงาน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลสตึก ได้ให้การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน อาทิเช่น ให้สร้างถนนเปิดทางที่จะเข้าไปที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อให้การคมนาคมสะดวก และรวดเร็วขึ้น เนื่องจากในอดีตการที่จะเข้าไปที่ศูนย์ฯ ค่อนข้างลำบาก ถนนหนทางไม่ได้ลาดยางเหมือนอย่างในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังได้สร้างที่จอดรถสำหรับคนทั่วไปที่มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อีกด้วย ดังนี้

“เราให้เป็นโครงสร้างพื้นฐานไป ต้องบอกว่าเมื่อก่อนเนี่ย การไปดูเต่าทะเลลำบากมากเลยเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้ สร้างถนนให้ไปถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยสะดวก เพิ่มที่จอดรถให้”

(เฟิง บัวหอม, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสตึก, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2551)

บทบาทกระทำ

9. เผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเล

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 7 หน่วยงาน ประกอบด้วย องค์การสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค รายการ Navigator รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ รายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD บริษัท สยามโอเชียนเวิลด์ กรุงเทพฯ จำกัด Underwater World และโรงเรียนจุฑาภูมิให้ความร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ด้วยการช่วยทำการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ทั้งในเรื่องเกี่ยวกับชีววิทยาของเต่าทะเล ตั้งแต่การให้กำเนิดของเต่าทะเล การนำมาเพาะฟัก การอนุบาล การเลี้ยงดู การให้อาหาร การอยู่อาศัย จนกระทั่งถึงการแพร่ขยายพันธุ์ของเต่าทะเล

จะเห็นได้ว่ารูปแบบความร่วมมือในลักษณะการเผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเลไปให้ประชาชนทราบนั้น สื่อมวลชนทั้งหลายที่มาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายโครงการฯ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ ต่างให้ความสำคัญและอาสาเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลไปสู่ประชาชน โดยเห็นพ้องต้องกันว่าประชาชนควรจะต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเต่าทะเลก่อนที่จะทำการชักชวนให้เขามาร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเล ประกอบกับสื่อมวลชนสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนในวงกว้างได้ในเวลาอันรวดเร็ว เมื่อสื่ออาสาเป็นสื่อกลางในการทำหน้าทีนี้ให้จึงเป็นประโยชน์กับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือมาก เพราะการอนุรักษ์เต่าทะเลไม่ได้อาศัยคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือกับประชาชนทุกคน ดังนี้

“อยากจะเผยแพร่ให้มากที่สุดทุกแห่งทุกมุมเลยนะ ถ้าบอกแค่ว่ามันสำคัญในเรื่องการพุงเศรษฐกิจอย่างเดียว คนมันก็เท่านั้นแหละ แต่ถ้าบอกด้วยว่ามันมีชีวิตยังไง มันน่ารักไหม การแพร่ขยายพันธุ์ของมันเป็นอย่างไง แต่ถ้ารู้แล้วรัก แล้วหวงแหนเนี่ย แน่ ๆ เลยทุกคนช่วยกันหมด”

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนสวนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

“จริง ๆ แล้วรายการสนใจที่จะเผยแพร่ข้อมูลตลอดกระบวนการทำงาน ตั้งแต่เต่าเริ่มมาวางไข่ตามเกาะ การเพาะฟักเป็นตัว การอนุบาล ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก อยากให้ประชาชนได้เห็น และรับรู้”

(เจษฎาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

“รายการจะไม่บอกว่าสัตว์ตัวนี้เป็นยังไง แต่จะเข้าไปในเรื่องเกี่ยวกับงานวิจัยที่มันตอบคำถามได้ แล้วเต่าทะเลมีประโยชน์อะไรกับโลกใบนี้ กับคนอะไรแบบนี้คะ แล้วไอ้ที่มันบอกว่ามันจะหายไปจะสูญพันธุ์ไปมันจริงรึเปล่า แล้วมีแนวทางใดที่จะช่วยดูแลอะไรประมาณนี้”

(ศศิวิมล อยู่คงแก้ว, ควบคุมการผลิต รายการสำรวจธรรมชาติ on the world, สัมภาษณ์ 14 กุมภาพันธ์ 2551)

นอกจากนี้โรงเรียนที่มีบริเวณอยู่ใกล้ชายทะเล ก็เป็นอีกหนึ่งภาคีเครือข่ายที่ให้ความรู้กับนักเรียน เนื่องจากโดยธรรมชาติของนักเรียนถ้าคุณครูพูดอะไร สอนอะไร ก็จะเชื่อฟัง จะทำตาม และนำกลับไปบอกผู้ปกครองที่บ้าน จึงเพิ่มการเรียนการสอนเรื่องเต่าทะเลในหลักสูตร เด็กนักเรียนจะได้มีความรู้ ถึงแม้ว่าโครงการเขาจะมีการเผยแพร่ข้อมูลอยู่แล้วเป็นประจำ แต่สถานศึกษาก็ควรสอนกระตุ้นด้วยอีกทางหนึ่ง เพราะนี่อดตัวน้อย ๆ จะต้องขับเคลื่อนไปด้วยกัน ถึงจะประสบความสำเร็จ ดังนี้

“เราก็เลยจัดหลักสูตรการอนุรักษ์เต่าทะเลขึ้นมาให้เด็กได้เรียน โดยนำกระบวนการ 9 ขั้นตอนแบบโครงงานมาใช้ ให้เด็กคิดวิเคราะห์ แล้วก็ไปหาที่แหล่งศึกษาค้นคว้า มันเป็นกระบวนการที่ระเบิดออกจากข้างใน เด็กได้ตระหนักถึงปัญหาเอง แล้วมันก็ได้ผล”

(กฤษณา ไฉ่สุวรรณ, ครู คศ. 3 ร.ร. จุกเสม็ด จ.ชลบุรี, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

สำหรับหน่วยงานภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจอุทยานสัตว์น้ำ ในลักษณะอควอเลียม ได้มีรูปแบบความร่วมมือในการเผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเล ด้วยการนำเต่าทะเลไปจัดแสดงโชว์ พร้อม ๆ กับเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเต่าทะเล เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้ทั้งความรู้ และได้ชื่นชมเต่าทะเลอย่างใกล้ชิด ดังนี้

“ช่วงนี้เราก็เอาเต่าทะเลมา display ที่นี่ แล้วเราจะสร้าง area หนึ่งเป็นการพูดถึงกองทัพเรือ พูดถึงการจัดแสดง พูดถึงโครงการ ในทางกลับกันนักเรียนที่มาทัศนศึกษาทุก ๆ คน เราจะแทรกหลักสูตรเกี่ยวกับเต่าทะเลเข้าไปด้วย”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

“เราจะมีเป็นป้ายข้อมูลบอกว่าเต่าทะเลชื่ออะไร มีเป็นรูปภาพ ลักษณะตัวเป็นยังไง กินอะไรเป็นอาหาร อยู่ที่ไหน พบที่ไหน”

(ตรงค์ ยิ่งชล, ผู้จัดการสวนดูแลสัตว์น้ำ Underwater World, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2551)

10. ช่วยอนุบาลเต่าทะเล

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 1 หน่วยงาน ประกอบด้วย เทศบาลเมืองศรีราชา เข้ามาช่วยอนุบาลเต่าทะเล เนื่องจากในช่วงนี้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ สามารถเพาะลูกเต่าทะเลมาได้ประมาณ 8,000 ตัว แต่เนื้อที่บ่ออนุบาลของโครงการฯ รับผิดชอบได้ 2,000 ตัว เมื่อเกิดการแออัดเต่าก็จะเครียด จึงให้หน่วยงานอื่นที่มีบ่ออนุบาลเต่าทะเล และสนใจมารับไปฟักต่อ ซึ่งเทศบาลเมืองศรีราชาก็เป็นหน่วยงานที่มีบ่ออนุบาลเต่าทะเล และต้องการลูกเต่าทะเลไปทำการเพาะฟัก ดังนี้

“บางครั้งที่เราไม่มีเต่า เพราะเต่ามีจำนวนจำกัด กองทัพเรือให้เต่าตัวเล็กที่นำมาเลี้ยงมาช่วยอนุบาลให้มันโตขึ้นแล้วค่อยนำไปปล่อย คือ ทางเทศบาลขอไป เขาจะให้มาทุกปี 7 ละประมาณ 100 ตัว พุดง่าย ๆ เหมือนช่วยแบ่งภาระเขาด้วย”

(อาทิตย์ ขาซियो, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

11. สนับสนุนด้านงบประมาณและการจัดหาสปอนเซอร์

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 6 หน่วยงาน ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลสตึก เทศบาลเมืองพืดยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี) บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท สยามโอเชียนเวสต์ กรุงเทพ จำกัด และศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ กรุงเทพฯ ได้ให้การสนับสนุนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในด้านงบประมาณและการจัดหาสปอนเซอร์

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าภารกิจหลักของกองทัพเรือคือ ภารกิจในการรบ แต่การเข้ามาทำโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลนี้ เพื่อสนองตอบพระราชเสาวนีย์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถที่ทรงมอบหมายให้กองทัพเรือรับเรื่องโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลนี้ไปปฏิบัติ ดังนั้นงบประมาณที่ได้จากกองทัพเรือในการนำมาใช้ดำเนินงานโครงการซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด ภาคีเครือข่ายที่เป็นหน่วยงานภาคเอกชนต่าง ๆ จึงยินดีเข้ามาให้การสนับสนุนช่วยเหลือในด้านงบประมาณกับโครงการฯ อย่างเต็มที่ ทั้งยังเป็นการตอบแทนสังคมอีกทางหนึ่ง ดังนี้

“หลังจากท่าน ผบ.สอ.รฝ. เชิญชวนให้ช่วย ทางเราก็ไฟเขียวหมด นายกีไฟเขียว เรายินดีนะก็ตอบรับกับท่านไป ประสานทำเรื่องจนได้เช็คมา 80,000 บาท กองทัพเรือก็ถามว่าไทยออยล์จะไปต่อตู้ให้เอง หรือจะบริจาคยกให้ สอ.รฝ. เขามีคนทำอยู่แล้วที่ระยอง ผู้ใหญ่ก็เลยบอกว่าเอาเงินให้เขาไปดีกว่า เพราะเราไม่ชำนาญ มันเป็นตัวแข่งแข่งอาหารเต่าทะเล ตู้ฟรีชเลยนะ”

(กัปตัน อัฐพร พัฒนวิบูลย์, ผู้ช่วยนายท่าไทยออยล์, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“การมาจัดงานเราสนับสนุนค่าใช้จ่ายทั้งหมดเลย เบี้ยเลี้ยงทหาร อาหารของเต่าทะเล ค่าเดินทาง ลงทุนทำบอร์ดให้ ถ้าเกิดไปดูเวลากองทัพเรือไปโชว์นิทรรศการของเต่าทะเลจะเห็นโลโก้ของเสรีเซ็นเตอร์ติดอยู่ที่บอร์ดนิทรรศการ เป็นเรื่องราวของเต่าทะเลทำแบบดีเลย เป็นอิ่งค์เจ็ท”

(ไอฟาร์ นุรักษ์เข, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

เนื่องจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นโครงการอนุรักษ์ขนาดใหญ่ จึงจำเป็นที่จะต้องมีงบประมาณมาใช้ในการดำเนินงานมากพอสมควร ทั้งในเรื่องของอาหารเต่า ค่ายารักษาโรคของเต่า และประกอบกับกองทัพเรือเป็นหน่วยงานทางราชการที่ไม่ได้ดำเนินการใน

เชิงธุรกิจ มีความตรงไปตรงมา ไม่มีความซับซ้อน ภาคีเครือข่ายโครงการฯ จึงยินดีให้การสนับสนุนหาสปอนเซอร์ เพื่อให้โครงการฯ สามารถดำเนินงานไปได้อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

“กองทัพเรือให้ช่วยหาสปอนเซอร์ให้ เพราะมีงบประมาณสำหรับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือจำกัด จึงต้องการเงินสนับสนุนเพิ่มเติมเพื่อใช้ในกิจการต่าง ๆ ของโครงการฯ เช่นค่าอาหารเต่าทะเล ค่ายารักษาเต่าทะเล ฯลฯ”

(วิไล บุญอ่อน, นักพัฒนาการท่องเที่ยว ฝ่ายการท่องเที่ยวเมืองพัทยา, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“เรามองว่าจะทำยังไงที่จะให้ได้ทุนทรัพย์เยอะ ๆ ก็พยายามหาพันธมิตรมาทำสินค้า อย่างอควอดิน่าเนี่ยคุณอยากช่วยไหม ทำเสื้อยืดเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลได้ไหม แล้วก็มอบให้กองทัพเรือขายแล้วนำรายได้กลับไป”

(ไอฟาร นุรักษ์เช, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

12. สนับสนุนด้านสัตวแพทย์

ผลการวิจัยพบว่า มีหน่วยงาน 2 หน่วยงาน ประกอบด้วย คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และบริษัท สยามโอเชียนเวิร์ล กรุงเทพฯ จำกัด ที่เข้ามาให้การสนับสนุนด้านสัตวแพทย์ เนื่องจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นโครงการฯ ที่ต้องทำการอนุบาลเต่าทะเลจากการเพาะฟัก หรือจากการที่ชาวบ้านนำเต่าทะเลบาดเจ็บมาให้โครงการฯ ดูแลรักษา แต่โครงการฯ ไม่มีสัตวแพทย์ประจำโครงการฯ มาคอยดูแล และให้การรักษาเต่าทะเลเหล่านี้ เนื่องจากมีงบประมาณจำนวนจำกัด จึงเชิญชวนสัตวแพทย์ อาทิ รศ. สัตวแพทย์หญิง ดร.นันทริกา ชันชื้อ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยโรคสัตว์น้ำ คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสัตวแพทย์หญิง เยาประภา มาธุระ สัตวแพทย์ประจำสยามโอเชียนเวิร์ล มาทำงานร่วมกัน เขาเรียนทฤษฎีมา แต่กองทัพเรือมีเต่าทะเลให้ปฏิบัติ ให้เขามาช่วยดู ช่วยผ่า มาตรวจโรคจริง ๆ และคอยมาเป็นพี่เลี้ยง มาเป็นที่ปรึกษาในเรื่องของเต่าทะเลเมื่อเจ็บป่วยควรให้ยาอะไร ดังนี้

“มีเต่าทะเลมันลอยอยู่ตัวหนึ่งมันไม่จมก็มาดูซิว่ามันเป็นไร จะผ่าตัดก็ไม่ได้ เอาเครื่องมาเอ็กซ์เรย์ก็มองไม่เห็นอีก เป็นเต่าหญ้าหายากด้วย มันเป็นหนอง อาจารย์หมอมจากสัตวแพทย์ จุฬาก็มาผ่าตัดเอาหนองออกให้แต่รู้สึกว่ายังไม่หมด แต่ตอนนี้ก็ happy ดีแล้วเอาแค่นี้ก่อน”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

“อย่างตอนไปช่วยผ่าตัดหนองให้โดได้ที่สะสมไว้เป็น 10 ปี แล้วใหญ่มากเหมือนไขนกกะจอกเทศ พี่ก็ยินดี เวลาไปจะยกทีมนิสิตไปด้วยเพื่อให้เขาได้มีประสบการณ์ ได้เห็นการทำงานในพิวปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเชิงบริหารจัดการ ว่าใครจะอยู่ตรงไหน จะควบคุมยังไง ทางการแพทย์ว่าการผ่าตัดใน case ต่าง ๆ เป็นยังไง ได้มีประสบการณ์ได้เห็นวิธีการทำงานของเรา เมื่อวันหน้าเขาจะได้ประยุกต์ให้ดีขึ้นด้วย”

(รศ.ส.พญ.ดร.นันทริกา ชันช้อย, ผอ.ศูนย์วิจัยโรคสัตว์น้ำ คณะสัตวแพทย์ จุฬาฯ, สัมภาษณ์ 27 มีนาคม 2551)

“สัตวแพทย์ของสยาม โอเชียน เวิร์ล ก็จะไปดูทุกเดือน ให้ลูกเต่าตัวเล็ก ๆ ได้มีชีวิตรอดที่จะปล่อยคืนสู่ทะเลได้ เพราะลูกเต่าตัวเล็ก ๆ มันไม่แข็งแรง อัตราการเสี่ยงในการจะเสียชีวิตจึงมีมาก ต้องการเข้าไปช่วยอยากเห็นผลว่า เมื่อเข้าไปช่วยแล้วอัตราการรอดของลูกเต่าเยอะขึ้น”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีกระบวนการสื่อสารกันภายในภาคีเครือข่ายอย่างไร

สำหรับปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยใคร่ขอนำเสนอกระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ตามประเด็นการสื่อสารหลัก ๆ ที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้ทำการติดต่อสื่อสารกัน 5 ประเด็น โดยแบ่งเป็นประเด็นการสื่อสารเชิงรุก ได้แก่ ประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์ ประเด็นการสื่อสารเชิงรับ ได้แก่ ประเด็นด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน และประเด็นด้านงบประมาณและการหารายได้ ประเด็นการสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไป ได้แก่ ประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล และประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล เพื่อให้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่อง ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลการวิจัยพบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำการสื่อสารกันในประเด็นดังต่อไปนี้

ประเด็นการสื่อสารเชิงรุก

1. ประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์

1.1 สถานการณ์แวดล้อม

เผยแพร่ความรู้ ปลุกจิตสำนึก เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

เป้าหมายสูงสุดของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ คือ การเพิ่มจำนวนเต่าทะเลในประเทศไทยให้มากที่สุด ให้ห่างไกลจากการเป็นสัตว์ใกล้สูญพันธุ์ ที่มีสาเหตุมาจากการกระทำของมนุษย์ ฉะนั้นการจะไปให้ถึงเป้าหมายของโครงการได้นั้น จะต้องแก้ไขที่ต้นเหตุของปัญหา ก็คือ มนุษย์นั่นเอง ดังนั้น การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ให้สาธารณชนทุกเพศ ทุกวัย ได้รับทราบ จึงเป็นหนทางที่จะทำให้สาธารณชนมีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล อันนำไปสู่การมีจิตสำนึก และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการหันมาช่วยกันอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล

ด้วยความที่กองทัพเรือมีสื่อที่สามารถควบคุมได้เพียงสื่อบุคคล คือ ทหารในกองทัพเรือที่รับทราบข้อมูลโครงการที่จัดขึ้นจากการประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพ เว็บไซต์กองทัพเรือ หนังสือเวียน การประกาศหน้าแถว และถ้าเป็นกรณีเร่งด่วนจะใช้รดิวังประกาศภายในหน่วยงาน เพื่อให้ทหารในกองทัพทราบ และช่วยกันไปทำการสื่อสารกับบุคคลภายนอกในการสื่อสารแบบปากต่อปาก และสื่อวิทยุ คือ สถานีวิทยุ สทร. ในการเผยแพร่ข้อมูลโครงการที่จัดขึ้นไปทั่วประเทศ เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบ และให้ความร่วมมือกับโครงการ

“ทุกครั้งที่มีการร้องขอมาจากหน่วยงาน สอ.รฝ. และกรมกิจการพลเรือนทหารเรือ ให้สถานีเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล นอกจากนี้บางครั้งกิจการวิทยุกระจายเสียงทหารเรือก็จะเป็นหน่วยงานที่ร้องขอมาเอง ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักของสถานีส่งตรงลงมาเอง”

(น.อ. สมบูรณ์ วิวรรณนาวิน, หัวหน้าสถานีวิทยุ ส.ทร. 5 พัทยา 104.75 MHz, สัมภาษณ์ 15 มกราคม 2551)

ดังนั้น เมื่อโครงการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลขึ้นมา และต้องการให้สาธารณชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม จึงทำการสื่อสารเชิงรุกเข้าไปหาภาคีเครือข่าย เพื่อให้ภาคีเครือข่ายช่วยทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการที่จัดขึ้นไปสู่สาธารณชนในวงกว้างให้เข้ามาทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับกองทัพเรือ

“เราจะเข้าไปหาสื่อ เช่น การปล่อยเต่าเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา ก็มีออกเคเบิลทีวีในพื้นที่ จะรู้กันหมด ออกประชาสัมพันธ์ตามหนังสือพิมพ์ใหญ่ ๆ แล้วก็ออกโบว์ลัวร์ ส่งไปตามหน่วยต่าง ๆ ที่เขามีความสัมพันธ์กับเราทั้งบริษัทห้างร้าน โรงเรียน เพราะโรงเรียนมาตุกันทั่วประเทศ พอกลับไปเขาก็ไปขยายผลต่อ คือส่งโดยตรงกับผู้ที่เกี่ยวข้อง”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

1.2 การสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์

ก. ติดต่อภาคีเครือข่ายที่เป็นสื่อมาช่วยทำข่าว

ถึงแม้ว่าโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะมีสื่อมวลชนในมือเพียงสื่อวิทยุ แต่ด้วยความที่โครงการมีภาคีเครือข่ายที่มีการติดต่อสื่อสารกันมาระยะหนึ่งแล้ว จึงทำการสื่อสารเชิงรุกไปในภาคีเครือข่าย ซึ่งมีทั้งภาคีเครือข่ายที่เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ ให้เข้ามาช่วยกันทำการประชาสัมพันธ์เมื่อโครงการจัดกิจกรรมขึ้น โดยหวังให้สาธารณชนทั่วประเทศเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลกับกองทัพเรือให้มากที่สุด ดังนั้นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการจึงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ทั้งสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ ช่วยกันประคองข่าวกิจกรรมที่โครงการจะจัดขึ้นให้เผยแพร่ไปทั่วประเทศ ดังนี้

“ถ้ามีข่าวหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจที่จะเป็นข่าวได้ เราก็มีเครือข่ายกับหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ “พีอีเอส” พัชรพล ปานรักษ์ เขาก็จะมาช่วยเขียนข่าวให้ไม่ว่าจะเป็นเต่าบาดเจ็บ เต่าเสียชีวิต เขาก็ช่วยมาทำข่าวประชาสัมพันธ์ให้เรา การปล่อยเต่าเฉลิมพระเกียรติ เขาก็จะมาทำสื่อบอกให้เรา ออกเต็มหน้า ครึ่งหน้าอะไรแบบนี้”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ.ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

“พี่ปุ่นเขาก็จะติดต่อตลอดว่าถ้ามีอะไรใหม่ ๆ เขาก็โทรมาบอกว่าเนี่ยพี่นา เต่าวางไข่แล้วนะ จะมาถ่ายทำไปออกในรายการใหม่ พี่ก็เลยบอกว่า เออพี่สนใจเดี๋ยวไปทำให้”

(วินา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

โดยการติดต่อสื่อสารกันในลักษณะนี้ส่วนใหญ่โครงการจะทำการติดต่อสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) ไปยังภาคีเครือข่ายที่เป็นสื่อมวลชนเอง ในลักษณะการโทรศัพท์ไปพูดคุย เพื่อบอกกล่าวข่าวโครงการจะมีการจัดกิจกรรมขึ้น เมื่อไหร่ ที่ไหน

ภายในงานมีกิจกรรมอะไรบ้าง มีใครมาเป็นประธานเปิดงาน และมีดารา นักแสดง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาร่วมงานหรือไม่ โดยทางภาคีเครือข่ายอาจมีการสอบถามได้ตอบกันไปมา เพื่อปรับความเข้าใจให้ตรงกัน และรับทราบข้อมูลที่มีความถูกต้องชัดเจนที่สุด ข่าวสารที่ออกมาจะได้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้นรูปแบบของการติดต่อสื่อสารเป็นการสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) ในแนวนอน (Horizontal Communication)

นอกจากนี้ยังมีสื่อมวลชนที่เป็นรายการโทรทัศน์บางรายการ ที่บุคลากรของกองทัพเรือได้ใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลทำการติดต่อสื่อสารไปยังรายการโทรทัศน์นั้น ๆ เพื่อบอกเล่าการดำเนินงานอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และชักชวนให้มาถ่ายทำ เพื่อนำไปเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รับทราบ ดังนั้นการติดต่อสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายโครงการในลักษณะนี้จะเป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการก่อน แล้วหลังจากนั้น เมื่อตกลงจะไปถ่ายทำรายการก็จะมีการทำจดหมายอย่างเป็นทางการ เพื่อขออนุญาตกองทัพเรือในการไปถ่ายทำการดำเนินงาน

“ก็แนะนำ พุดง่าย ๆ บอกว่าอยากเป็นเจ้าของแม่ National geographic เมืองไทยใหม่ ถ้าอยากเป็นก็ให้มาทำ ส่วนใหญ่ก็จะโทรศัพท์ มีอะไรก็จะโทรศัพท์คุยกัน อย่างเวลาที่เราทำวิจัยเนี่ยก็ต้องมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม อย่างเต่าบางตัวเนี่ยขึ้นมาไข่เป็น 10 ปีแล้ว บางตัวขึ้นมาไข่ปีเว้นปี เราก็จะให้เขามาทำให้เห็นถึงความต่อเนื่อง และเป็นงานวิจัยที่คนในเมืองไทยน่าจะเห็นถึงความสำคัญ ก็ชวนเรื่อย ๆ เพราะมันเป็นงานต่อเนื่อง เออเนี่ยเขาจะเก็บข้อมูลไว้เยอะมาก”

(น.อ.วินัย กล่อมอินทร์, รองเจ้ากรมจเรทหารเรือ, สัมภาษณ์ 30 มกราคม 2551)

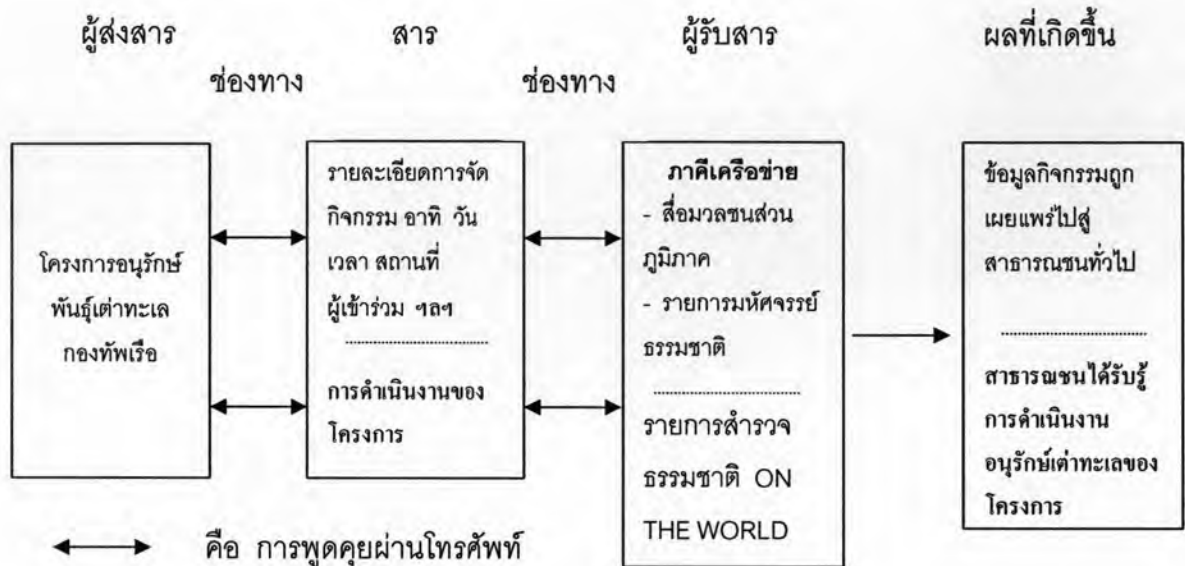
“นอ.วินัยไปทำงานเก็บข้อมูลเต่าทะเลที่พังงาก็ถามว่า เออสนใจมั๊ย โทรชวนไปถ่ายทำตั้งแต่ปี 2538 ก็ตามเขาไปเก็บมาเรื่อย ๆ แล้วรวบรวมออกอากาศในปี 2545 เป็นปีแรก แต่หลัง ๆ ข้อมูลของ นอ.วินัยค่อนข้างชัดเจนว่าเต่าตัวนี้ขึ้นวันนี้ เราก็ไม่เสียเวลามาก”

(ศศิวิมล อยู่คงแก้ว, ควบคุมการผลิต รายการสำรวจธรรมชาติ on the world, สัมภาษณ์ 14 กุมภาพันธ์ 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างโครงการอนุรักษ์เต่าทะเลกองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ในกรณีการติดต่อภาคีเครือข่ายที่เป็นสื่อมาช่วยทำข่าว หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 26 กระบวนการสื่อสารระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย

- กรณีการติดต่อภาคีเครือข่ายที่เป็นสื่อมาช่วยทำข่าว



ข. ติดต่อสื่อมวลชนผ่านภาคีเครือข่ายโครงการที่รู้จักมาช่วยทำข่าว

นอกจากนี้เมื่อเวลาที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดกิจกรรมขึ้นมา กองทัพเรือจะไม่ได้ทำการติดต่ออยู่แต่เพียงภาคีเครือข่ายโครงการที่เคยเข้ามาประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้เท่านั้น แต่ยังพยายามทำความรู้จักสื่อจากภาคีเครือข่ายโครงการที่เป็นสื่อมวลชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับสื่ออื่น ๆ อีกทางหนึ่งด้วย เพื่อข้อมูลข่าวสารกิจกรรมโครงการจะได้ขยายออกไปในวงกว้างที่สุดเท่าที่จะทำได้ ดังนี้

“ทำความรู้จักกับสื่อให้มากขึ้น โดยผ่านสื่อที่เรารู้จัก ให้สื่อไปขยายกับสื่อ โดยที่ไม่ให้สื่อเหล่านั้นต้องรู้สึกว่ามีบังคับมาทำ แต่อยากให้เค้ารู้สึกอยากเข้ามาทำเอง เราไม่อยากยึดเหนี่ยว เราอยากให้เค้าเหมือนรายการทีวีต่าง ๆ ที่วิ่งมาหาเรา”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

“ทุกปีกองทัพเรือเขาก็จะมีการปล่อยเต่าทะเลคืนสู่ทะเล พี่คิดว่าเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ จึงชวนเพื่อน ๆ ที่อยู่แถววงสื่อมวลชนด้วยกันว่าจะไปร่วมไหม แล้วก็เล่าให้เขาฟังโครงการฯ ทำอะไร อนุรักษ์เต่าทะเลยังไง เขาก็สนใจ ก็ล่าสุดพี่ก็พาคณะผู้สื่อข่าวไปร่วมกิจกรรมนี้ด้วย”

(วินา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการหัตถกรรมธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

“เราเห็นการทำงานอนุรักษ์ของโครงการฯ แล้วน่าสนใจ ก็เลยเอาไปเล่าให้รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์อะไรแบบนี้ฟัง แล้วก็ชวนเขามาเป็น partner จะได้ช่วยกระจายข่าวมากขึ้น คนรู้มากขึ้น ว่าเขาทำการอนุรักษ์กันยังไง มาปล่อยเต่าทะเลได้เมื่อไหร่ โครงการฯ เป็นแบบไหน”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและพันธมิตร ในกรณี การติดต่อสื่อมวลชนผ่านภาคีเครือข่ายโครงการฯ ที่รู้จักมาช่วยทำข่าว หากวิเคราะห์ในเชิง กระบวนการสื่อสารที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 27 กระบวนการสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและพันธมิตร

- กรณีติดต่อสื่อมวลชนผ่านภาคีเครือข่ายโครงการที่รู้จักมาช่วยทำข่าว



เนื่องจากกิจกรรมที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดขึ้นส่วนใหญ่เป็น กิจกรรมที่จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นประจำทุก ๆ ปี ดังนั้น ทางโครงการจึงพยายามหาจุดเด่นที่แปลก ใหม่มาเสริมในกิจกรรมด้วย เพื่อช่วยให้สื่อมวลชนมีประเด็นในการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ กิจกรรมไปสู่สาธารณชนได้ง่ายขึ้น ทั้งยังสามารถดึงความสนใจของสาธารณชนให้เข้ามามีส่วน ร่วมกับกิจกรรมได้เป็นอย่างดี ดังนี้

“เรามีเสริมบางช่วง ถ้าผู้ที่บริจาคเงินตั้งแต่ 500 บาท ขึ้นไปก็จะได้รับลูกเต๋าไปปล่อยเงินจำนวนนี้เราก็จะนำขึ้นทูลเกล้าถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มูลนิธิชัยพัฒนา โดยไม่หักค่าใช้จ่าย นี่คือการเสริม สื่อมวลชนเขาก็ได้ข่าวไปเผยแพร่อะไรต่าง ๆ”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฟ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

นอกจากนี้ในบางครั้งที่คณะสื่อมวลชนได้เดินทางมาจัดกิจกรรมอื่น ๆ ขึ้นภายในพื้นที่กองทัพเรือ เมื่อเห็นโอกาสที่จะได้ทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลกองทัพเรือ ทางโครงการจึงทำการติดต่อสื่อสารไปยังสื่อมวลชนเหล่านั้น เพื่อขอสนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ และกิจกรรม ซึ่งเป็นอีกทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์โครงการไปสู่สาธารณชน

“ช่อง 3 มาจัดคอนเสิร์ตลูกทุ่งสัญจรที่นี่ แล้วเราก็เอางานอนุรักษ์เต่าทะเลมาจัดแสดงด้วย คนมานู๊ปเขาก็จะได้มาดูตรงนี้ด้วย เราก็ให้เขาช่วยประชาสัมพันธ์ เขาก็เต็มใจยินดี สื่อเข้ามาเกี่ยวกับเราโดยตรง เมื่อสื่อเข้ามาหาเรา เราก็ใช้ประโยชน์ทุกครั้งเมื่อเขาเข้ามา”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฟ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

ในทางกลับกัน ถ้าเป็นในลักษณะของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่เป็นกระบวนการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างครบวงจรนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อมวลชนที่เป็นรายการโทรทัศน์ที่สนใจการดำเนินงานของโครงการ แล้วทำการติดต่อโครงการ ซึ่งในครั้งแรกจะเป็นการสำรวจด้วยการมาเยี่ยมชมโครงการก่อน หลังจากนั้นจึงทำจดหมายอย่างเป็นทางการเข้ามาที่กองทัพเรือ เพื่อขอล่ายทำการดำเนินงานของโครงการ ฉะนั้นการติดต่อสื่อสารของโครงการในลักษณะนี้จะเปลี่ยนจากการสื่อสารเชิงรุกจากการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่โครงการจัดขึ้น มาเป็นการสื่อสารเชิงรับในการแนะนำ รวมทั้งการเล่ารายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงานของโครงการให้สื่อมวลชนทราบ เพื่อที่จะได้มีข้อมูลที่ถูกต้องในการนำเสนอสู่สาธารณชนทั่วประเทศ ดังนี้

“รายการจะติดต่อกับกองทัพเรือ โดยบอกก่อนว่ารายการเราเป็นรายการผจญภัยในสถานที่ต่าง ๆ และคอนเซ็ปในการถ่ายทำครั้งนี้ก็ คือ อยากรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลหน้าหนาว หลังจากหาข้อมูลแล้วก็เลยรู้จักโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จึงสนใจอยากที่จะนำมาเผยแพร่ในรายการ แล้วก็ทำหนังสือเข้าไปขอถ่ายทำ”

(เชษฐาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

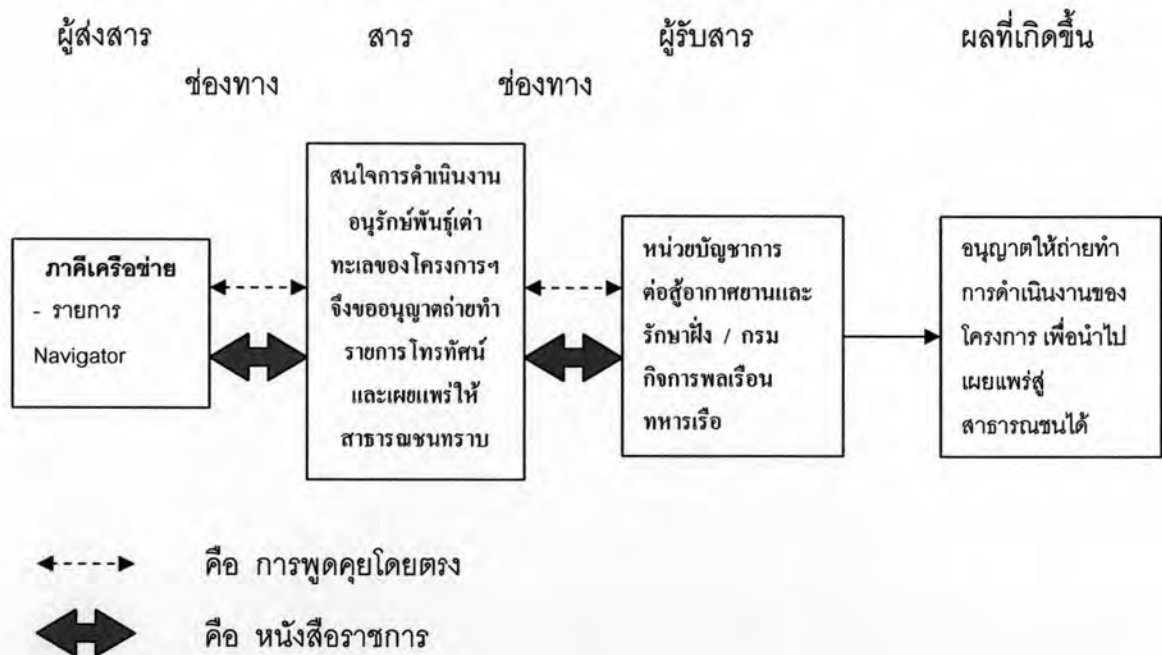
“รายการทีวีต่าง ๆ เป็น 10 รายการตั้งแต่มารับตำแหน่ง 1 ปีครึ่ง ที่วังมาหาเรา เราไม่เคยบอกคุณมาทำรายการให้ผมหน่อยสิ เสียเงินต่าง ๆ เราไม่เคย เมื่อสื่อมาหาเรา ๆ ต้องจริงจังกับเขา เราต้องให้ทั้งความรู้ และความจริง โดยที่เขา happy กลับไปได้ในสิ่งที่เขาต้องการ แล้วผมก็ต้องได้ในสิ่งที่ผมต้องปกป้อง”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง / กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ ในกรณีการติดต่อขอถ่ายทำการดำเนินงานของโครงการผ่านรายการโทรทัศน์ หากวิเคราะห์ให้เห็นเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 28 กระบวนการสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง / กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ

- กรณีติดต่อขอถ่ายทำการดำเนินงานของโครงการผ่านรายการโทรทัศน์



นอกจากสื่อมวลชนแล้ว ยังมีสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงที่สามารถช่วยโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างได้อีกทางหนึ่ง คือ สื่อบุคคลที่เคยเข้ามาเยี่ยมชมโครงการแล้วเกิดความรู้สึกประทับใจ จึงทำการสื่อสารแบบบอกต่อ ๆ กันไปในกลุ่มคนที่ตนเองรู้จัก เพื่อแนะนำให้มาเยี่ยมชมโครงการบ้าง ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้

โครงการ จะเป็นผู้ทำการสื่อสารในเชิงรับ คือ เมื่อมีกลุ่มบุคคลที่ทราบข้อมูลคร่าว ๆ ของโครงการฯ แล้ว ทำการติดต่อสื่อสารเข้ามา เพื่อทราบรายละเอียดที่มากขึ้น ทางโครงการจะเป็นผู้ให้ข้อมูลนั้น ๆ เพื่อให้เขานำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในมาเยี่ยมชมโครงการ

“หน่วยงานอื่นช่วยเราประชาสัมพันธ์ได้เยอะนะ เช่น การบอกกันแบบปากต่อปาก อย่างโรงเรียนเนี่ย เวลาเค้ามาสัมมนาเค้าก็จะบอกกัน ผมไปดูที่นั่นมานะดีมากเลย มันช่วยได้เยอะ เด็กนักเรียนที่มาชมแล้วก็จะบอกต่อ ๆ ข้อมูลก็จะขยายไปในวงกว้าง”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้สู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

1.3 กิจกรรม

การพูดคุยเพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์

แต่สำหรับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในการทำการประชาสัมพันธ์สูง และเคยดำเนินกิจกรรมร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มาระยะหนึ่งแล้ว จะมีการติดต่อสื่อสารกับโครงการอย่างต่อเนื่อง เมื่อทราบว่าทางโครงการจัดกิจกรรมขึ้น จึงสอบถามมายังโครงการว่าจะให้ช่วยทำการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่งไหม ฉะนั้นการติดต่อสื่อสารกับภาคีเครือข่ายในลักษณะนี้จะเป็นการติดต่อสื่อสารสองทางแบบพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะจัดขึ้น เพื่อให้ Key Message ที่จะทำการสื่อสารไปในสื่อต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับโครงการ

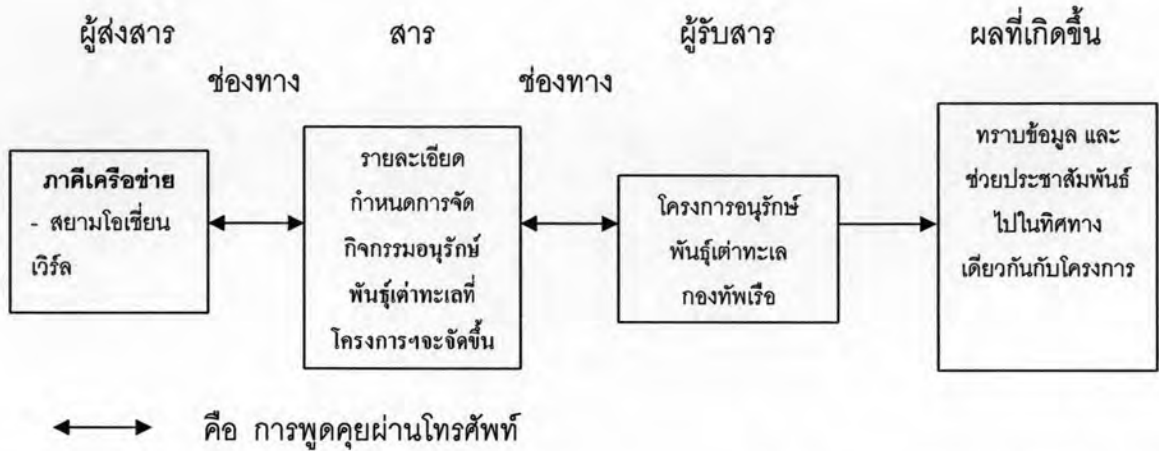
“ที่เราต้องเอาเต่ามาที่นี่ เพราะกำลังแรงโปรโมท ความต่อเนื่อง ศักยภาพการกระจายข่าวมันต่างกัน ที่นั่นคนก็รู้อยู่แล้วเขาก็มีนักข่าวภูมิภาคที่มีศักยภาพที่เก่ง แต่จะทำยังไงให้มันต่อเนื่อง เขามีหนังสือก็เล่ม มีแมกกาซีนเท่าไร ฉะนั้นทุกครั้งที่เชิญนักข่าวมาทำคอลัมภ์เนี่ยสามารถมาตรงนี้ได้ทันที คุณมาดูโชว์เต่า เราก็หากิมมิก มาเห็นเต่าได้จริง ๆ เขาก็เห็นมันมีอะไรมากกว่านั้น”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

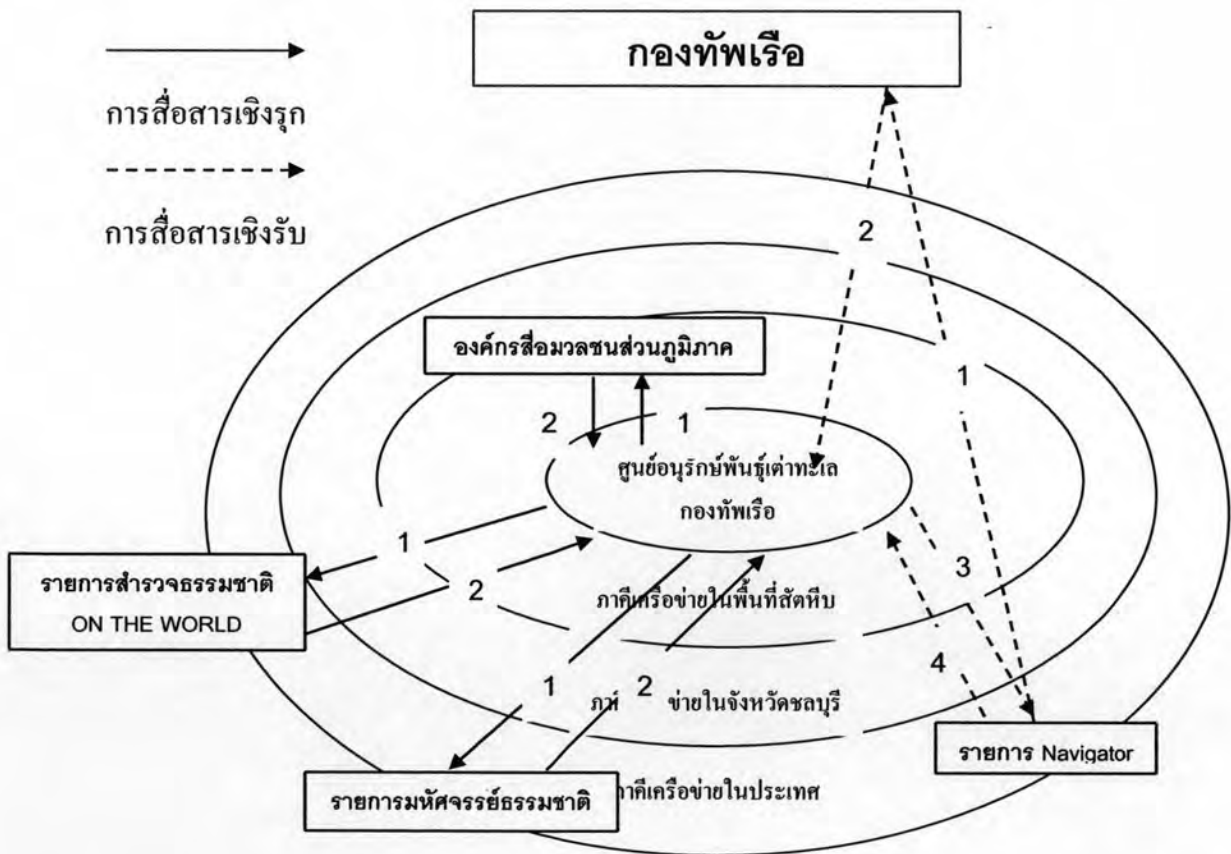
เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในกรณีการพูดคุยเพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์ หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 29 กระบวนการสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการ

- กรณีการการพูดคุยเพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์



จากการสื่อสารภายในเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารทั้งการสื่อสารเชิงรุก และการสื่อสารเชิงรับ หากวิเคราะห์ในเชิงของมหภาค ที่ใช้ทิศทางเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 30 การสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายในประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์

ประเด็นการสื่อสารเชิงรับ

2. ประเด็นด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน

2.1 สถานการณ์แวดล้อม

โครงการอยู่ในกระแสอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในสังคม

ในระยะแรก ๆ ของการดำเนินโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นั้นแทบจะยังไม่มีภาคีเครือข่ายใดติดต่อเข้ามาให้การสนับสนุนโครงการเลย แต่กองทัพเรือก็ดำเนินโครงการมาอย่างต่อเนื่องจนเป็นรูปธรรม และเกิดการรับรู้ในสังคมว่า “ถ้าอยากจะไปดูเต่าทะเล ต้องไปดูที่กองทัพเรือ” ประกอบกับในระยะหลัง 1-2 ปีที่ผ่านมา กระแสการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นประเด็นที่ทุกคนหันมาให้ความสนใจ และในปี พ.ศ. 2549 ที่ประชุม IOSEA (Indian Ocean – South-East Asian) ได้ประกาศให้ “เป็นปีแห่งการอนุรักษ์เต่าทะเล” (Year of the Turtle, YOT) ภายใต้แนวคิดที่ว่า “การร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล - ผู้เป็นดั่งทูตแห่งท้องทะเลของเรา” หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ได้ติดต่อขอเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในภาคีเครือข่ายให้การสนับสนุน ร่วมมือกับโครงการในการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล ดังนี้

“เรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ มันเป็นกระแส องค์กรเอกชนหลายบริษัทก็อยากจะมีส่วนร่วมตรงนี้ ก็จะมาหากิจกรรม พอเราทำเรื่องเต่าเขาก็เข้ามา”

(พล.ร.ต. เริงฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

2.2 การสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน

เมื่อโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดำเนินโครงการมาจนเป็นที่รู้จักในสังคม และเป็นโครงการตัวอย่างในการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ครบวงจร

“โครงการนี้เป็นคล้าย ๆ โครงการตัวอย่างในการอนุรักษ์เต่าทะเล หน่วยงานไหนที่จะมาดูมาศึกษาเต่าทะเลก็จะมาที่นี่ เช่น การดำรงชีวิตของเต่าเลย การศึกษาเรื่องระบาดวิทยาของเต่า เรื่องเลือด เรื่องต่าง ๆ เนี่ย จากจุฬาฯ จากเกษตรฯ มาทำวิจัยบ่อย”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

ฉะนั้นหน่วยงานที่สนใจ และมีนโยบายต้องการสนับสนุนในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับเต่าทะเลสัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ ก็จะติดต่อเข้ามาขอร่วมกับกองทัพเรือ ในการทำกิจกรรมอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกัน และกองทัพเรือเองก็ต้องการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับสาธารณชนให้หันมาเห็นความสำคัญ และช่วยกันอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ดังนั้นการสื่อสารติดต่อสื่อสารจึงเป็นการสื่อสารเชิงรับ เมื่อสาธารณชนในสังคมขาดความตระหนักถึงความสำคัญของเต่าทะเล กองทัพเรือจึงต้องลุกขึ้นมาจัดกิจกรรม เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์เต่าทะเลให้เกิดขึ้นในจิตใจของสาธารณชนทั่วประเทศ และภาคีเครือข่ายหน่วยงานต่าง ๆ ที่เห็นความสำคัญของเต่าทะเลจึงเข้ามาให้การสนับสนุนในการจัดกิจกรรมด้วย

“เวลามีนงานอะไรเกิดขึ้นเกี่ยวกับทะเล การอนุรักษ์ เขาก็จะขอความสนับสนุนมาจาก กองทัพเรือในการเอาเต่าไปโชว์ ไปแสดงก็มีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสิ่งตรงนี้ทำให้มองว่าถ้าเขาคิดถึงเต่าทะเล เขาก็จะคิดถึงกองทัพเรือมากขึ้น”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

ก. เข้าหาผู้กำหนดนโยบาย

หลังจากที่ภาคีเครือข่ายทราบว่านายทหารท่านใดเป็นผู้กำหนดนโยบายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จากการศึกษาไปเยี่ยมชม และติดต่อสอบถามที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในการไปสำรวจโครงการในครั้งแรก จากนั้นจะพยายามนัดหมายเพื่อขอเข้าพบผู้กำหนดนโยบายที่มีอำนาจในการตัดสินใจท่านนั้น และพูดคุยนำเสนอรูปแบบความร่วมมือที่ภาคีเครือข่ายเหล่านั้น ต้องการให้การสนับสนุนและเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมทำกิจกรรมกับโครงการแก่นายทหารผู้กำหนดนโยบาย เพื่อประกอบการตัดสินใจ และส่งการไปยังนายทหารระดับปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ หลังจากนั้นก็จะเป็นการประสานงานตรงไปยังนายทหารระดับปฏิบัติการที่รับผิดชอบต่อไป

“คุยกับท่านชัยวัฒน์ ผบ.สอ.รฝ. ว่าจะมาช่วยกันทำโครงการอะไรกันดี เขาก็มีกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลคืนสู่ธรรมชาติ ก็อยากให้คนมาเข้าร่วม ก็จัดมาได้สักพักหนึ่งแล้ว คนในพื้นที่ได้ข้อมูลแล้ว เขาก็อยากเน้นให้กลุ่มคนมาทัศนศึกษา ก็คิดว่าถ้าอยากให้คนรู้ต้องเป็นข่าว ก็เลยมาคิดโปรแกรมต่อเนื่องเป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะ promote โครงการนี้”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

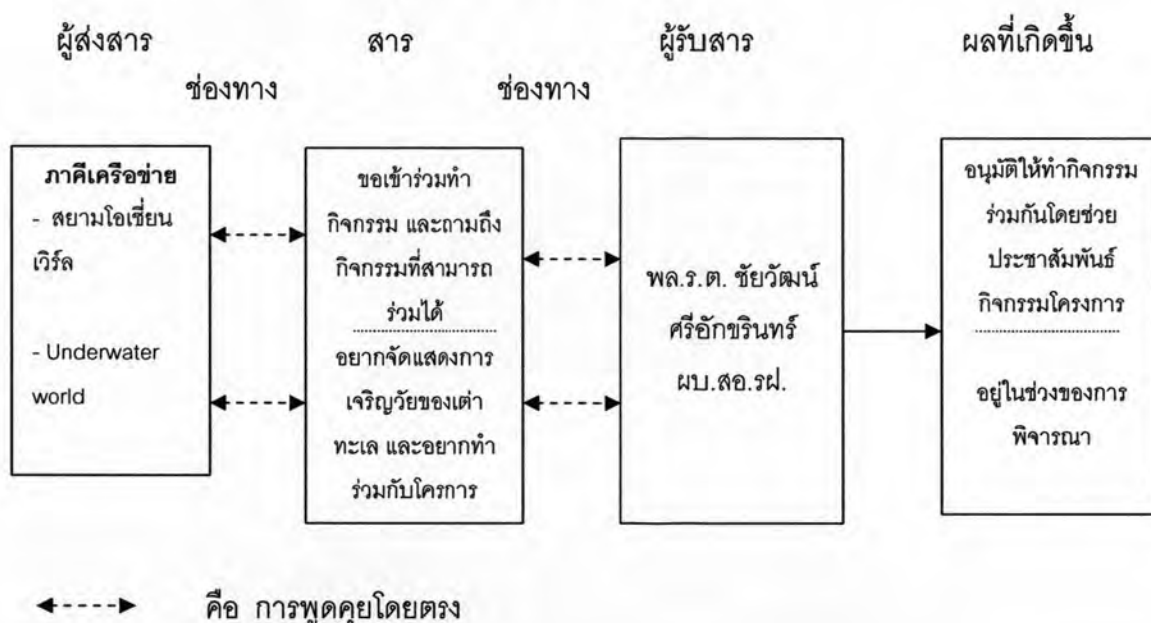
“ระยะแรกที่คุณกับ ผบ.สอ.รฝ. ก็บอกท่านว่าโครงการที่คิดจะทำร่วมกันก็คือ เหมือนการจัดแสดง หรือโชว์การเจริญวัยของเต่าทะเล เริ่มตั้งแต่ที่เขาอยู่ในไข่ แล้วออกมาจนโตเหมือนเป็นโมเดล โดยทางของพี่จะเป็นเหมือนที่ท่องเที่ยว ที่ให้ความรู้”

(ตรงค์ ยิ่งชล, ผู้จัดการสวนดุแลสัตว์น้ำ Underwater World, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและผู้กำหนดนโยบายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในกรณีการเข้าหาผู้กำหนดนโยบาย หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 31 กระบวนการสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและผู้กำหนดนโยบายโครงการ

- กรณีการเข้าหาผู้กำหนดนโยบาย



ข. เครือข่ายจากบุคคลที่รู้จัก

ในบางครั้งการทำกิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ร่วมกับภาคีเครือข่าย จะใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลอย่างไม่เป็นทางการในการพูดคุยกัน ปู่ทางเพื่อนำไปสู่การชักชวนมาทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น การชวนกันไปจัดนิทรรศการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลในโครงการที่องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่นจัดขึ้น ซึ่งประชาชนในพื้นที่ที่เข้ามาร่วมงานนี้ก็จะได้รับรู้ รับทราบเรื่องเต่าทะเลไปโดยปริยาย

โดยใช้บุคคลที่เคยทำงานร่วมกัน มาช่วยกันขยายโครงการไปยังบุคคลกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากสังคมไทยการทำงานร่วมกันกับบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยกัน จะนำมาซึ่งการให้ความช่วยเหลือกันเป็นอย่างดี ในลักษณะเมื่อมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมา จะชักชวนกันไปทำกิจกรรมร่วมกัน ดังนั้น โครงการจึงเชื่อมสัมพันธ์ภาพจากบุคคลใกล้ชิดไปยังบุคคลอื่นที่บุคคลใกล้ชิดรู้จักคุ้นเคย โดยการติดต่อสื่อสารกันจะเป็นการสื่อสารในแนวระนาบ

“เป็นเรื่องความสัมพันธ์ในเรื่องการทำงานกับผู้พันโต้ง เขาก็ชอบทำงานเชิงรุก พี่ก็ชอบทำงานเชิงรุก แล้วเราเคยร่วมงานกันตั้งแต่สมัยอยู่มหาวิทยาลัย คือ เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรามีอะไรดี เขามีอะไรดีก็มาร่วมกัน”

(อ้อย ปลืเจริญ, ผอ.กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองสตหีบ, สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

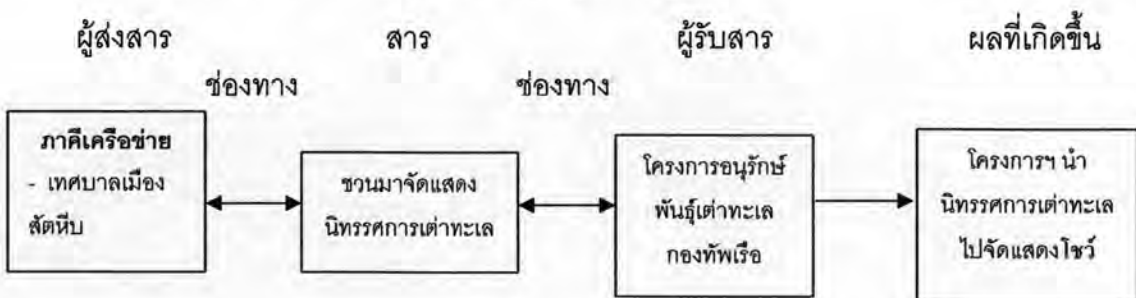
“เราก็ดิวกับเทศบาลจัดแรลลี่เพื่อเต่า ซีจรรย์านมา เอาชุมชนในพื้นที่พร้อมกับครอบครัวที่อยู่ตามตลาด ตามชายทะเลเนี่ย มาเข้าค่ายแล้วปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ทำไงให้ไม่ทิ้งขยะลงทะเล เพราะเมื่อทิ้งขยะลงทะเล เช่น ถูกลงมาติดเมื่อทิ้งเต่าก็กินเป็นอาหารแล้วก็ตาย”

(น.ท. สถาพร วาจรัตน์, หัวหน้าสื่อสารและรักษาราชการฝ่ายกิจการพลเรือน, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในกรณีการติดต่อเครือข่ายจากบุคคลที่รู้จัก หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 32 กระบวนการสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการ

- กรณีการติดต่อเครือข่ายจากบุคคลที่รู้จัก



↔ คือ การพูดคุยผ่านโทรศัพท์

ด้วยความที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นโครงการอนุรักษ์ขนาดใหญ่ที่มีการดำเนินการเป็นกระบวนการ ตั้งแต่การดูแลแหล่งที่แม่เต่าจะขึ้นมาวางไข่ การเก็บไข่เต่าเพื่อนำมาเพาะฟัก การอนุบาลลูกเต่าทะเล การปล่อยเต่าทะเลกับคืนสู่ธรรมชาติ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลสู่สาธารณชน และเชิญชวนให้สาธารณชนหันมาร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลกับกองทัพเรือ จึงจำเป็นที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากมวลชนในพื้นที่ และมวลชนจากทั่วทั้งประเทศ การดำเนินโครงการจึงจะสามารถก้าวไปสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้ คือเพิ่มจำนวนเต่าทะเลให้เพิ่มมากขึ้นจนเป็นสัตว์ที่ปลอดภัยจากสัตว์ใกล้สูญพันธุ์

“การดำเนินกิจกรรมปล่อยเต่าเราก็จะเชิญมวลชนต่าง ๆ เข้ามาร่วมกิจกรรมตรงนี้ ตรงนี้ก็เหมือนสื่อทางหนึ่ง ให้บุคคลเหล่านั้นได้เห็นถึงความสำคัญ เห็นถึงการอนุรักษ์ เห็นการทำงานของกองทัพเรือได้ทำอยู่ เขาก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

“เราจะไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ เราจะรุกเข้าไปเพื่อหาแนวร่วม หามวลชน ดึงให้เขาเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับเรา”

(น.ท. สถาพร วาจรัตน์, หัวหน้าสื่อสารและรักษาราชการฝ่ายกิจการพลเรือน, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

เมื่อภาระงานต่าง ๆ ของโครงการมีความหลากหลาย บางครั้งจึงประสบปัญหาในการดำเนินงาน เช่น เมื่อมีเต่าทะเลเกิดเจ็บป่วยเป็นโรค จำเป็นจะต้องให้สัตวแพทย์มาทำการรักษา แต่กองทัพเรือไม่มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้ จึงจำเป็นต้องทำการติดต่อสื่อสารเข้าไปหาภาคีเครือข่าย หาแนวร่วมที่มีความรู้ ความสามารถ และมีความพร้อมในการดูแล รักษาเต่าทะเล มาทำกิจกรรมร่วมกับโครงการ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจึงเป็นการสื่อสารเชิงรับที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะเป็นฝ่ายรุกเข้าไปติดต่อทำการพูดคุย เพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับภาคีเครือข่ายสยามโอเชียนเวิร์ล จากนั้น สยามโอเชียนเวิร์ลซึ่งมีความสัมพันธ์อันดีกับคณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงพูดคุยเพื่อเชิญชวนให้เข้ามาช่วยเหลือกองทัพเรือทำการรักษาเต่าทะเล และเมื่อคณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยตกลงที่จะดำเนินกิจกรรมการดูแล รักษาเต่าทะเลร่วมกับกองทัพเรือ สยามโอเชียนเวิร์ลจึงติดต่อไปยังกองทัพเรือ เพื่อให้กองทัพเรือทำหน้าที่ขอความร่วมมืออย่างเป็นทางการส่งไปที่หน่วยงานนั้น ๆ เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้เข้ามาช่วยเหลือ และทำกิจกรรมร่วมกับโครงการ และในการติดต่อสื่อสารในการร่วมทำกิจกรรมการรักษาเต่าทะเลร่วมกับคณะ

สัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทัพเรือจะทำการติดต่อสื่อสารผ่านทางสยามโอเชียน เวิร์ลให้บอกผ่านไปยังคณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการมาทำกิจกรรมร่วมกัน

“เราไม่มีสัตวแพทย์ ก็เลยจับสัตวศาสตร์มาทำงานร่วมกัน เค้าเรียนทฤษฎี แต่เรามีให้ปฏิบัติ ให้เขามาดู มาช่วยผ่า มาตรวจโรคจริง ๆ ก็ร่วมกันกับสัตวแพทย์จุฬาฯ”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

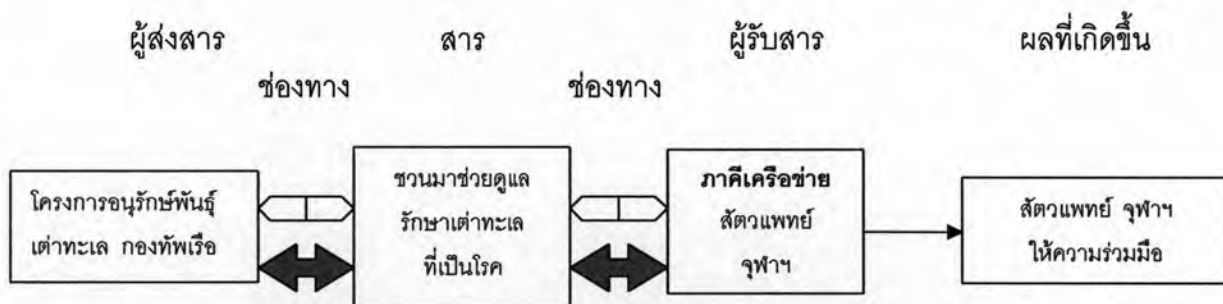
“เมื่อมีการเจ็บป่วยก็มีการเชิญสัตวแพทย์มา อย่างที่บอกว่าการร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัยต่าง ๆ อย่างเช่น ที่จุฬาฯ หมอนันทรিকা หมอเยาว์ ก็มาช่วยให้คำปรึกษา หลังจากเลี้ยงจนได้ที่แล้ว อนุบาลจนได้ที่แล้ว เราก็มีโครงการปล่อยเต่าทะเล”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้สู่อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ในกรณีการเชิญมาดำเนินกิจกรรมร่วมกัน หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 33 กระบวนการสื่อสารระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย

- กรณีการเชิญมาดำเนินกิจกรรมร่วมกัน



◀▶ คือ สื่อบุคคล (สัตวแพทย์จากสยามโอเชียนเวิร์ล)

◀▶ คือ หนังสือราชการ

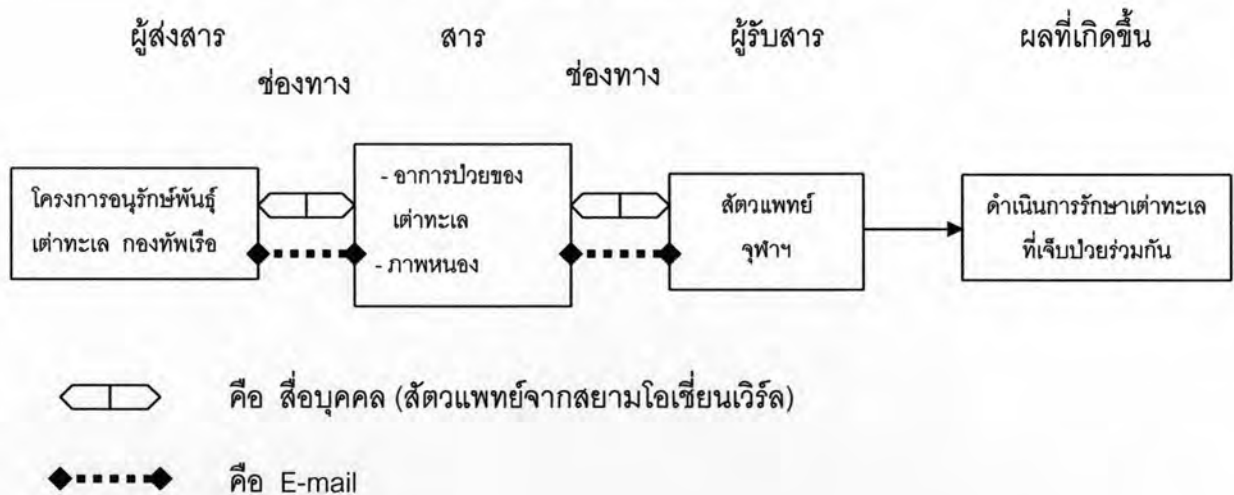
สำหรับการดำเนินกิจกรรมร่วมกันระหว่างโครงการกับคณะสัตวแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะมีการติดต่อผ่านทางสื่อบุคคลที่เป็นบุคลากรของสยามโอเชียนเวิร์ล โดยมีสัตว

แพทย์เยาว์ประภาเป็นสื่อกลางในการทำการสื่อสารระหว่างโครงการและคณะสัตวแพทย์ และมีการติดต่อกันผ่านทางผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และเว็บไซต์ของโครงการ ซึ่งในกรณีที่เต่าทะเลผิดปกติ โครงการจะนำรูปจากผลการเอกซเรย์ไปลงไว้ที่เว็บไซต์ของโครงการเพื่อเป็นฐานข้อมูล จากนั้นคณะสัตวแพทย์ศาสตร์ จุฬาฯ จึงเข้าไปพิจารณาภาพ และทำการวินิจฉัยโรค เช่น ในกรณีที่เต่าทะเลขาหัก อาจารย์หมอนันทริการแนะนำให้เต่าทะเลไปเอกซเรย์ และนำผลการเอกซเรย์มาลงเป็นข้อมูลบนเว็บไซต์ นอกจากนี้ในกรณีพิเศษที่ต้องสั่งซื้อยาเฉพาะโรคในการรักษาเต่าทะเล อาจารย์หมอนันทริการ คณะสัตวแพทย์ จุฬาฯ จะโทรศัพท์ไปคุยกับนายทหารระดับกำหนดนโยบาย คือ พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์ ผบ.สอ.รฝ. เพื่อที่จะขอร้องให้ออกคำสั่งให้กับนายทหารระดับปฏิบัติการทำการซื้อยารายการที่นอกเหนือจากที่ซื้อเป็นประจำ เพื่อให้ทำการรักษาเต่าทะเลตามแต่ละกรณี ๆ ไป

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ในกรณีการเชิญมาดำเนินกิจกรรมร่วมกัน หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 34 กระบวนการสื่อสารระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย

- กรณีดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกัน



2.3 กิจกรรม

การจัดประชุมวางแผนการจัดกิจกรรม

เมื่อโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายตกลงที่จะดำเนินกิจกรรมร่วมกันแล้ว โครงการจะเข้าไปประสานเพื่อวางแผนการจัดกิจกรรม รวมถึงการเข้ามาช่วยดูแลเนื้อหา และรูปแบบกิจกรรม และในที่ประชุมก็จะเป็นเวทีให้ทั้งโครงการและภาคีเครือข่าย ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนพูดคุยกันเกี่ยวกับประเด็นในการวางแผนการจัดกิจกรรมในครั้งนั้น

“เรา่วมประชุมวางแผน เนื้อหาขึ้นอยู่กับเราหมด แบบว่าเราได้พื้นที่ในการจัดนิทรรศการ เขาร่วมสนับสนุนงบประมาณบางส่วน มี pretty มาให้ เรื่องวิชาการยกให้เราเต็มร้อย เป็นนิทรรศการชั่วคราว ระยะเวลา 10-20 วัน”

(น.ต หญิง พัชรี ศิริมาก, นายทหารประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการพลเรือน สอ.รฟ., สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2551)

ในกรณีที่มีการดำเนินกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน การประชุมเพื่อวางแผนการจัดกิจกรรมจะเป็นการประชุมที่ลงลึกถึงรายละเอียดของงานในส่วนต่าง ๆ เพื่อลดความผิดพลาดในการจัดงาน และให้งานออกมาสมบูรณ์แบบที่สุด

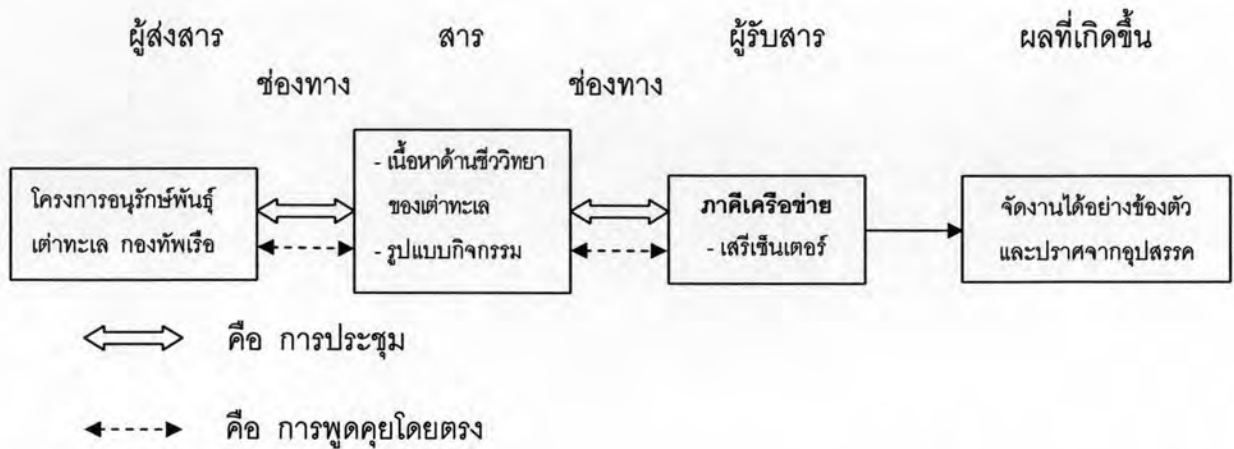
“ในการจัดครั้งแรกมีการประชุมกัน ครั้งที่ 2 ก็อยู่ตัวแล้ว จะใช้บเท่าไหร่ มีอะไรบ้างเราก็เตรียมไว้ ขั้นตอนการมา ๆ ไร งวดนี้มีตัวเล็กตัวใหญ่ ๆ ก็ตัว เราจะได้ทำบ่อกว้างหน่อย น้ำทะเลพอไหม ครั้งนี้ต้องวิ่งรถน้ำทะเลกันก็เที่ยวก็ต้องคำนวณ”

(ไอฟาร นุรักษ์เช, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

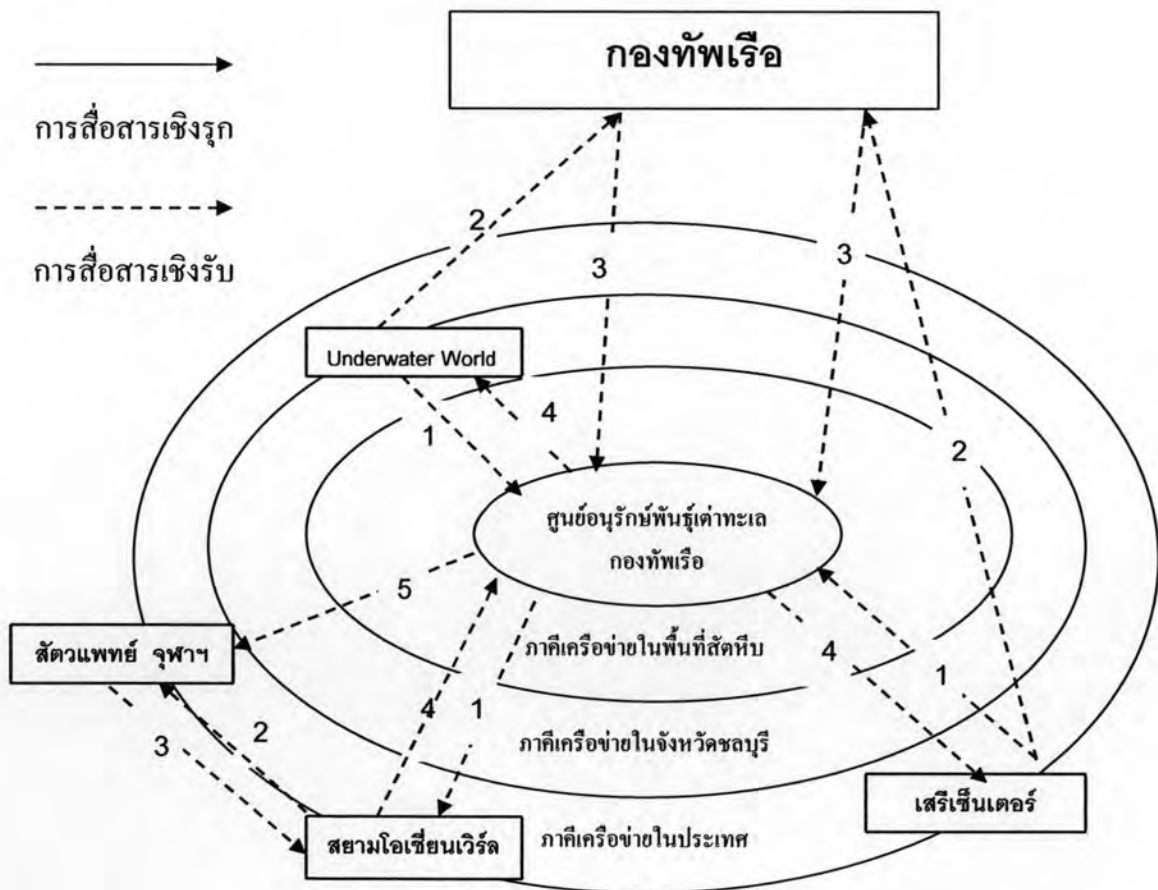
เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ในกรณีการประชุมวางแผนการจัดกิจกรรม หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 35 กระบวนการสื่อสารระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย

• กรณีการประชุมวางแผนการจัดกิจกรรม



จากการสื่อสารภายในเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในประเด็นด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน จะเห็นได้ว่าการสื่อสารเชิงรับ หากวิเคราะห์ในเชิงของมหภาค ที่ใช้ทิศทางเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพดังนี้



แผนภาพ 36 การสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายในประเด็นด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน

3.1 สถานการณ์แวดล้อม

ความต้องการในการสนับสนุนด้านงบประมาณ

เมื่อโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นโครงการอนุรักษ์ที่มีขนาดใหญ่ มีกระบวนการดำเนินงานเป็นขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มต้นในการดูแลแหล่งวางไข่ของเต่าทะเล จนกระทั่งถึงการสื่อสารไปสู่สาธารณชนให้ร่วมมือกับโครงการในการช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเลไม่ให้สูญพันธุ์ จำเป็นต้องใช้บุคลากร และงบประมาณเป็นจำนวนมาก ซึ่งในส่วนของบุคลากรในการดำเนินงาน นั้นทางโครงการมีพร้อมทั้งจำนวนบุคลากร และศักยภาพในการทำงานในหน้าที่

“เราก็มีการจัดระบบองค์กร คนก็มีระเบียบวินัยควบคุมง่าย เมื่อกำหนดเป้าหมายลงไป ผู้ที่รับต่อไปเขาก็ทราบ แล้วก็นำไปปฏิบัติต่อ นอกจากนี้เราพยายามปลูกฝังไม่ให้เกิดเพราะหน้าที่ ให้เกิดเพราะใจรัก บอกว่าทำนี้ได้ประโยชน์นะ พระราชินีมอบหมายมานะ ทุกคนก็จะมี ความภูมิใจ มันไม่ใช่สิ่งยาก ลำบากต่าง ๆ คือคนของเราทำด้วยใจ ไม่ใช่ทำเพราะถูกให้ทำ”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

เนื่องด้วยภารกิจหลักของกองทัพเรือ คือ ภารกิจทางการรบ งบประมาณจากกองทัพที่ให้การสนับสนุนนำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมโครงการที่มีขนาดใหญ่ ที่ทำอย่างครบวงจรในลักษณะนี้มีจำนวนไม่เพียงพอกับภาระค่าใช้จ่ายที่โครงการต้องใช้จ่ายจริงในการดูแลเต่าทะเล จึงต้องหารายได้จากหน่วยงานอื่น ๆ เข้ามาเพิ่มเติม เพื่อให้โครงการสามารถดำเนินงานต่อไปได้ ประกอบกับการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมของโครงการ และเป็นที่ยึดมั่นในสังคม เรื่องการขอสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งที่ไม่ยากนัก

“เมื่อบอกเขาถึง อุปสรรคข้อขัดข้องในเรื่องของงบประมาณที่เราไม่พอดูแลเต่าได้ทั้งหมด เขาก็ยินดีที่จะบริจาค ยินดีที่จะให้ เพื่อให้ได้เห็นกิจกรรมของเรา การทำงานของกองทัพเรือ ว่ามีความตั้งใจ มีระบบการทำงานอย่างจริงจัง”

(พล.ร.ต. เริงฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

3.2 การสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นด้านงบประมาณ และการหารายได้

ถึงแม้ว่างบประมาณในการดำเนินโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะมีจำนวนไม่มากนัก แต่โครงการจะมีรายได้ส่วนหนึ่งมาจากกล่องบริจาคที่สาธารณชนทั่วไปที่มา

เยี่ยมชมโครงการช่วยบริจาคเป็นงบประมาณสนับสนุนในการดูแลเต่าทะเลเพิ่มเติมในส่วนหนึ่ง
ดังนั้นโครงการจึงไม่ได้เน้นทำการสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นด้านงบประมาณ และการหารายได้เป็น
ประเด็นเชิงรุก เพื่อขอสนับสนุนทางด้านงบประมาณจากหน่วยงานอื่น

ก. ใช้สายสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการติดต่อ

แต่เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น และทางโครงการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้งบประมาณอย่าง
เร่งด่วน การใช้สายสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการติดต่อจะเกิดขึ้น โดยการพูดคุยด้วยวาจาสอบถาม
อย่างไม่เป็นทางการไปยังบุคคลที่มีความสนิทสนม และมีกำลังพอที่จะสามารถให้การสนับสนุนได้
เพื่อนำงบประมาณมาใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที เพื่อให้การดำเนินการของโครงการ
สามารถก้าวต่อไปได้อย่างไม่ติดขัด โดยการติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้ พลเรือตรี ชัยวัฒน์ ศรีอักษ
รินทร์ ผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง ในนามโครงการจะเป็นผู้ทำ
การสื่อสารเชิงรับในการไปขอรับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาคีเครือข่ายโครงการ เพื่อ
นำมาแก้ไขปัญหาที่โครงการประสบอยู่ ดังนี้

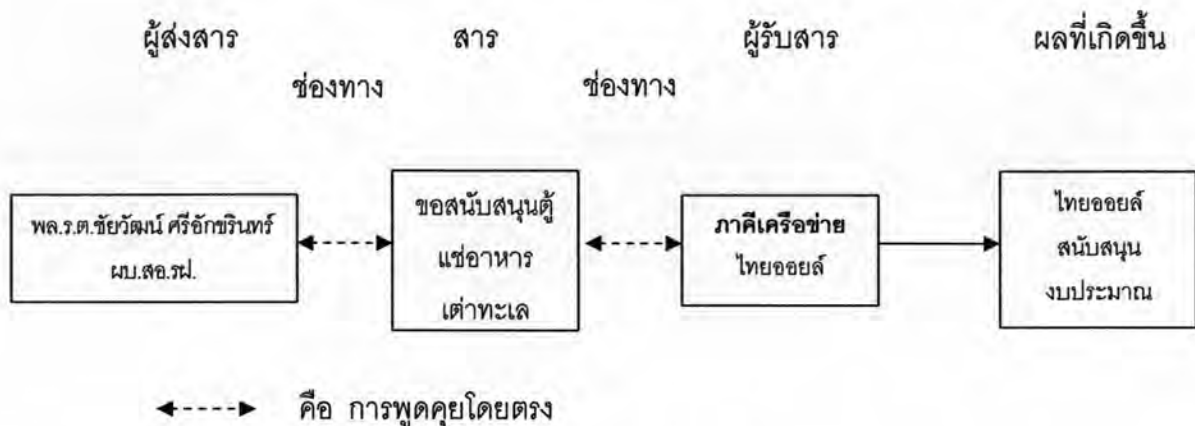
“ด้วยความที่เป็นสามสมอด้วยกันด้วยมัง ท่าน ผบ.สอ.รฝ. เป็นเตรียมทหารรุ่นน้อง พี่
หน่อย รุ่น 11 เป็นรุ่นพี่ ก็ไปเยี่ยมท่านก็เลยได้คุยกัน ท่านนี้แหละถามว่าทางไทยออยล์พอจะมี
ทางช่วยเหลือไหม ตอนนั้นดูเก็บอาหารเต่าทะเลมันแห้ง มันจะได้รวดเร็วขึ้น เพราะตู้หนึ่งเกือบ
80,000 บาท แล้วพาไปชมบ่อเต่า ท่านก็พาบรรยายจนเสร็จกระบวนการนั้นแหละ แล้วถามว่า
พอไหวไหม”

(กัปตัน อัฐพร พัฒนวิบูลย์, ผู้ช่วยนายท่าไทยออยล์, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล
กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ในกรณีการใช้สายสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการติดต่อ หากวิเคราะห์
ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 37 กระบวนการสื่อสารระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย

- กรณีการใช้สายสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการติดต่อ



จะเห็นได้ว่าการใช้สายสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการติดต่อขอสนับสนุนด้านงบประมาณ เป็นเสมือนใบเบิกทางที่จะทำให้ได้รับการสนับสนุนได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีเรื่องของความไว้เนื้อเชื่อใจกัน และอยากช่วยเหลือซึ่งกันและกันแฝงอยู่ ถ้าหน่วยงานนั้น ๆ สามารถพอที่จะหาทางให้การช่วยเหลือได้ การได้รับการสนับสนุนจึงมีสูง บางครั้งโครงการไม่ได้มีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนในการใช้งบประมาณ แต่บุคลากรของโครงการได้ทำการติดต่อสื่อสารพูดคุยกับบุคคลที่มีความสนิทสนมกัน เพื่อให้ช่วยทำการหาสปอนเซอร์ ที่สามารถให้การสนับสนุนทางด้านงบประมาณกับโครงการได้ เพื่อนำรายได้ที่ได้จากสปอนเซอร์มาใช้ในการดำเนินกิจกรรมในโครงการ

“ประสานงานกันด้วยความสัมพันธ์ส่วนบุคคลที่เอื้อกันมากกว่า โดยคุยกันกับ นท. สถาพรเกี่ยวกับการหารายได้ เมื่อทางโครงการฯ จัดงาน ถ้าช่วยได้ในเรื่องของ การหาสปอนเซอร์ ก็จะช่วยอำนวยความสะดวกให้”

(วิไล บุญอ่อน, นักพัฒนาการท่องเที่ยว ฝ่ายการท่องเที่ยวเมืองพัทยา, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

ข. บริษัทเอกชนติดต่อขอเข้าร่วมโครงการ

นอกจากนี้ ด้วยความที่กองทัพเรือเป็นหน่วยงานทางราชการที่มีภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ทำงานเพื่อชาติ และราชบัลลังก์ ความน่าเชื่อถือจึงมีสูง ประกอบกับผลการดำเนินโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่เป็นรูปธรรม ทำให้หน่วยงานภาคเอกชนต่าง ๆ ทำการติดต่อสื่อสารมาที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ โดยยินดีที่จะสนับสนุนโครงการด้วยการเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ช่วยหารายได้ให้กับโครงการ เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินโครงการ จะเห็นได้ว่าหน่วยงานเอกชนเสนอตัวเข้ามาช่วยหารายได้ให้กับโครงการนั้น เป็นหน่วยงานที่เคยร่วม

ทำกิจกรรมกับโครงการมาแล้ว จึงเห็นระบบการทำงานของโครงการว่ามีความตรงไปตรงมา โปร่งใส ประกอบกับการดำเนินงานอนุรักษ์อย่างจริงจัง จึงทำการพูดคุยกับโครงการว่าอยากที่จะเข้ามาช่วยสนับสนุนในด้านการหางบประมาณ เพื่อมาใช้ในกิจการของโครงการ

“ตอนนี้เราก็มีเลขบัญชีของเต่าทะเลอย่างชัดเจน พอเมื่อเราทำการประชาสัมพันธ์ออกไป ก็มีคนมาบริจาคเข้ามา มีการควบคุมโดยคณะกรรมการกองทัพเรือ ในเรื่องของการใช้เงินเรา ไม่ได้ให้หน่วยได้ใช้อย่างเสรี เรามีการควบคุม และต้องมีเหตุผล”

(พล.ร.ต. เจริญฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

“เมื่อยกทีมไปที่ศูนย์ฯ ก็ไปเจอผู้บัญชาการกองทัพเรือที่นั่น เราเลยเสนอไปว่าเราจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะหารายได้มาช่วยในการอนุรักษ์เต่าทะเล ท่านก็บอกว่ามีความยินดีมาก”

(ไอฟาร์ นุรักษ์เช, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

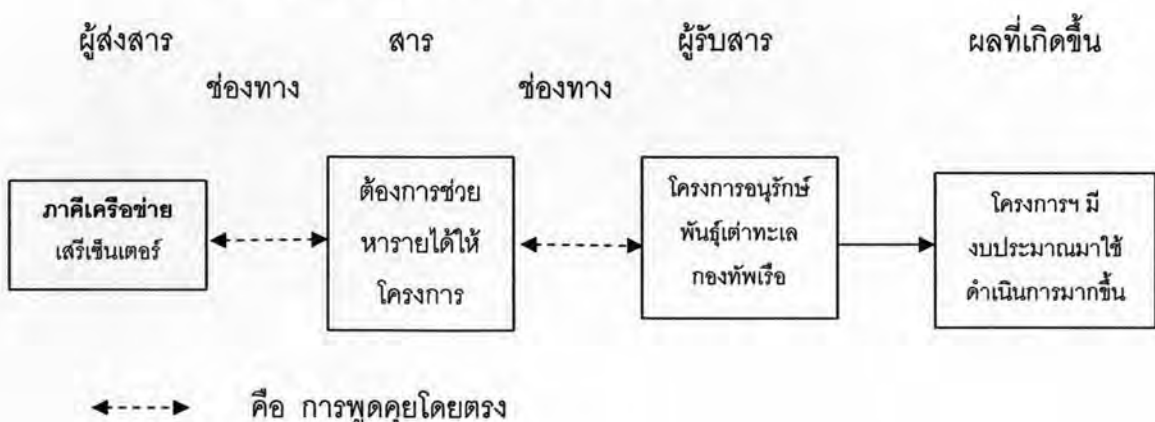
“เงินบริจาคเราไม่ได้เก็บเลย ไม่ได้ผ่านระบบของสยามโอเชียนเวิร์ลเลย ได้ทำไทม์เรายกกล่องบริจาคไปให้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือเลย”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในกรณีบริษัทเอกชนติดต่อขอเข้าร่วมโครงการ หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 38 กระบวนการสื่อสารระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย

- กรณีบริษัทเอกชนติดต่อขอเข้าร่วมโครงการ



3.3 กิจกรรม

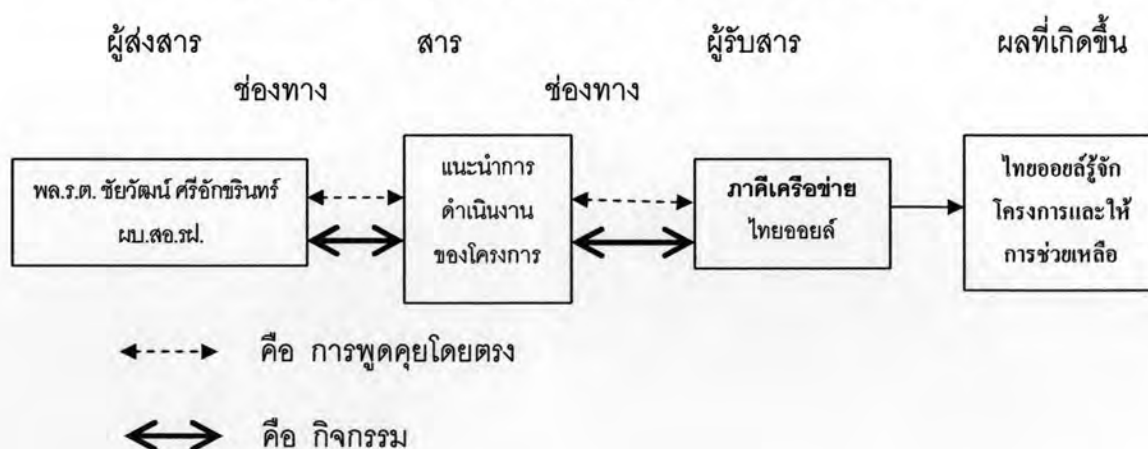
การนำชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

สำหรับการนำชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นกิจกรรมที่ พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์ ผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง นำคณะเจ้าหน้าที่ของบริษัท ไทยออยล์ จำกัด มหาชน ที่มาเยี่ยมชมเยียนท่านเดินชมกิจการของศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อให้เกิดการรับรู้ว่าคุณะนี้กองทัพเรือได้มีการกิจการอนุรักษ์เต่าทะเลเพิ่มขึ้นมาจากภารกิจหลักในการรบ พร้อมทั้งบรรยายให้ทราบว่าโครงการได้ดำเนินการอย่างไรบ้างในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่าเป็นอย่างไรบ้าง จากนั้นจึงเอยปากถึงปัญหาที่โครงการประสบอยู่ในขณะนี้ พร้อมทั้งของความสนับสนุนงบประมาณ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา กิจกรรมนี้จึงเสมือนเป็นสื่อกลางในการนำเสนอผลการปฏิบัติงานของโครงการอันนำไปสู่การขอการสนับสนุนงบประมาณ

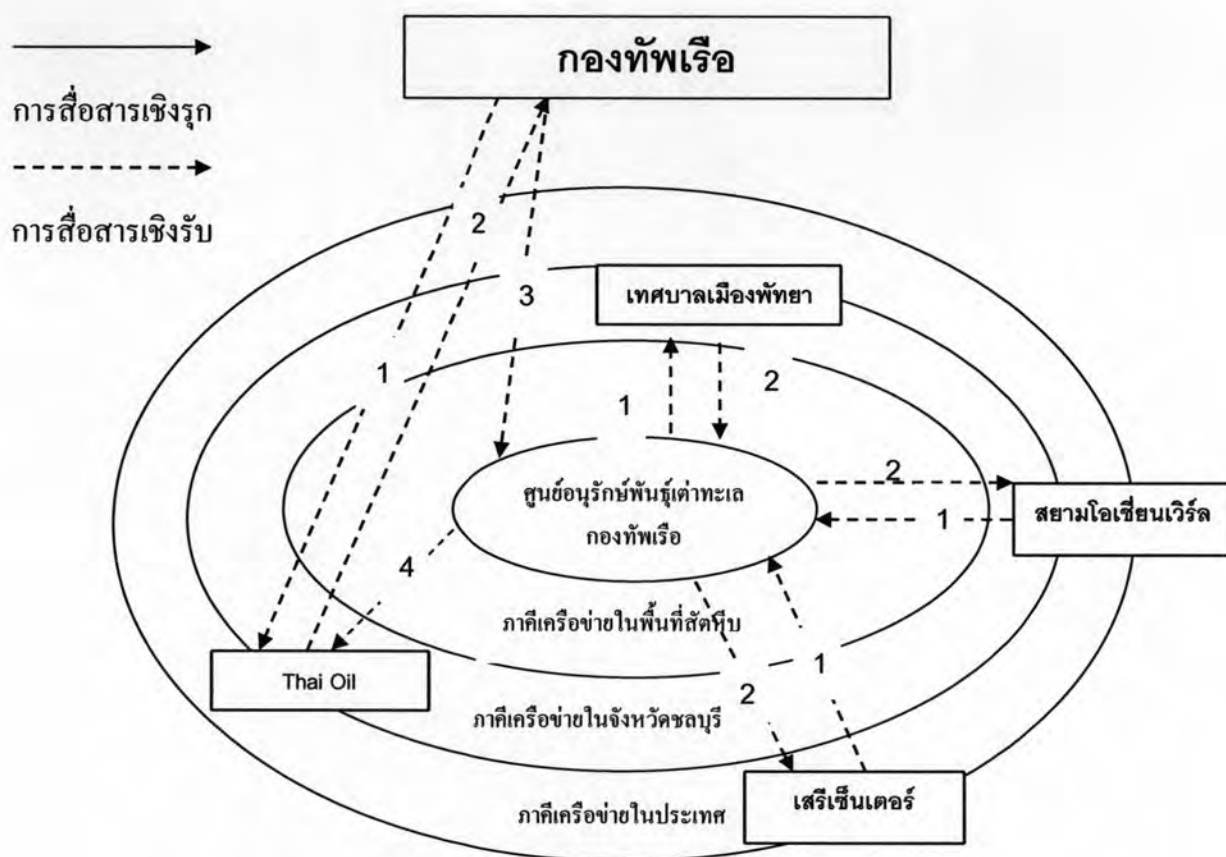
เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ในกรณีการนำชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 39 กระบวนการสื่อสารระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย

• กรณีการนำชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ



จากการสื่อสารภายในเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในประเด็นด้านงบประมาณและการหารายได้ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารเชิงรับ หากวิเคราะห์ในเชิงขงมภาค ที่ใช้ทิศทางเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 40 การสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายในประเด็นด้านงบประมาณและการหารายได้

ประเด็นการสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไป

4. ประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล

4.1 สถานการณ์แวดล้อม

เมื่อการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง บุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลเต่าทะเลจำเป็นจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลในทุก ๆ ด้านอย่างถูกต้องตามหลักการทางวิชาการ เพื่อนำความรู้เหล่านี้ไปใช้ในการปฏิบัติงานและเผยแพร่ไปสู่สาธารณชนอีกต่อหนึ่ง ซึ่งในการดูแลเลี้ยงเต่าทะเลผู้เลี้ยงจะต้องให้ความใส่ใจกับรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ของเต่าทะเล อาทิ การเปลี่ยนถ่ายน้ำทะเล การทำความสะอาด

บ่ออนุบาลเต่าทะเล การให้อาหาร ฯลฯ โดยห้ามมองข้ามอย่างเด็ดขาด เพื่อลดอัตราการสูญเสีย ลูกเต่าทะเล และทำให้ลูกเต่าทะเลสามารถเจริญเติบโตได้อย่างสมบูรณ์แข็งแรง ก่อนที่จะทำการปล่อยกลับคืนสู่ท้องทะเล

“ส่วนมากจะเป็นภาครัฐบาล ที่จะร่วมกับเราในด้านวิชาการ โดยเราจะร่วมกับ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่ link กันในเรื่องของ research เรามีการจับมือกันตลอดเวลา”

(พล.ร.ต. เริงฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

4.2 การสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล

การแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล

เมื่อการดูแลเต่าทะเลเปรียบเสมือนการดูแลเด็กอ่อน และโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไม่ได้มีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านนี้โดยเฉพาะมากนัก จึงจำเป็นที่จะต้องทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลกับภาคีเครือข่ายที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องเต่าทะเล เพื่อนำความรู้เหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ในการดูแลเต่าทะเลให้ถูกต้อง ดังนั้น การติดต่อสื่อสารกันจึงเป็นสื่อสารสองทางในแนวนอน อย่างไม่เป็นการหักการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างสยามโอเชียนเวิร์ล คณะสัตวแพทย์ จุฬาฯ และโครงการ โดยมีการใช้เครื่องโทรสารเป็นสื่อกลางในการในการส่งผ่านขั้นตอนการดูแลเต่าทะเลมาให้โครงการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน และยังมีการติดต่อสื่อสารด้วยการพูดคุยสอบถามถึงการดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อถ้าเกิดปัญหาขึ้นจะได้ช่วยกันหาความรู้เพื่อมาแก้ไขปัญหาได้อย่างทันที่

“เราแลกเปลี่ยนความรู้กันในเรื่องการอนุบาล การเลี้ยงดูเต่าให้อยู่รอด เพราะเต่ามีอายุมาก รวมถึงอุทยานตรงนั้นเป็นที่ร้อน ถ้าปิด ๆ เปิด ๆ แอร์เต่าจะป่วย ถ้าเปิดแอร์ตลอดไม่ได้ก็ต้องทำพัดลม ทำระบายอากาศ เย็น ๆ ร้อน ๆ แนนอนเต่าอยู่ไม่ได้ เราก็ให้ข้อคิดเห็นไป”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

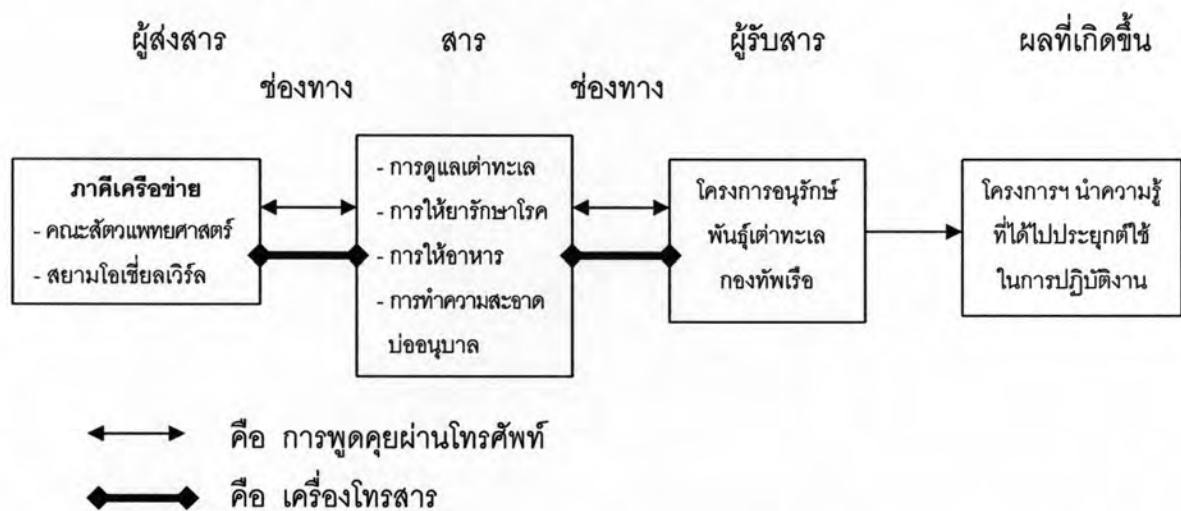
“เมื่ออาทิตย์ก่อนอาจารย์นันทริกา อาจารย์หมอบจากจุฬาฯ ได้פקชีวิตการดูแลเต่าทะเล มาให้ยาวเป็นหางว่าวเลยเกือบ 2 หน้ากระดาษอย่างเนี้ย ว่าต้องดูแลเต่ายังไง การทำความเข้าใจ สะอาดอะไรต่ออะไรยังไง ต้องดูแลอย่างกับเด็กเล็กเลย”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

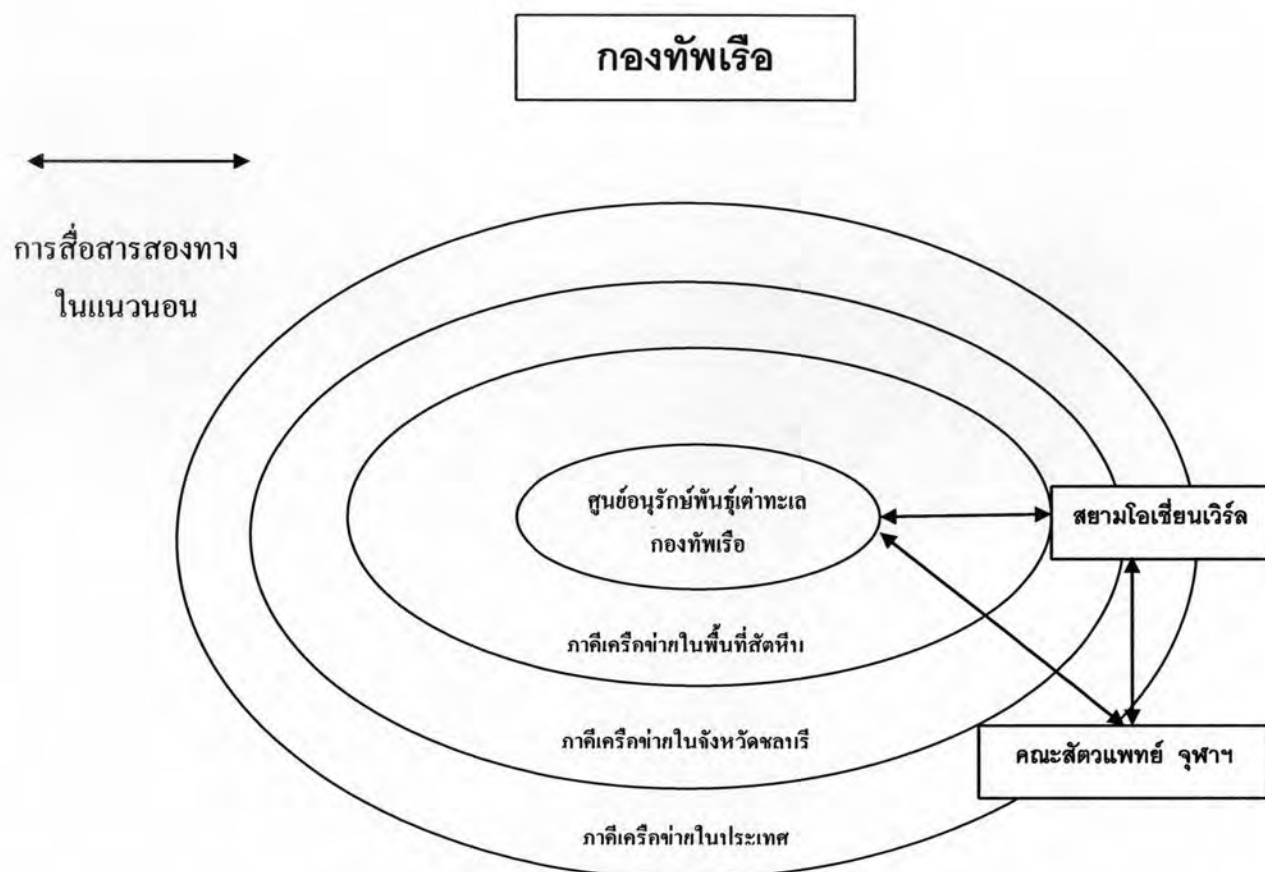
เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการอนุรักษ์ พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในกรณีการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล หากวิเคราะห์ในเชิง กระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 41 กระบวนการสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการ

- กรณีการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล



จากการสื่อสารภายในเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล จะเห็นได้ว่าการสื่อสารสองทางในแนวนอน หากวิเคราะห์ ในเชิงของ มหภาค ที่ใช้ทิศทางเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 42 การสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายในประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล

5. การสื่อสารประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล

5.1 สถานการณ์แวดล้อม

เต่าทะเลทุกชนิดเป็นสัตว์ป่าคุ้มครอง

กองทัพเรือ ถึงแม้ภารกิจหลักจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายต่าง ๆ ที่ประเทศไทย ออกมา เพื่อเป็นเกราะป้องกัน คุ้มครองเต่าทะเลไม่ให้ถูกคุกคามจากมนุษย์ก็ตาม แต่กองทัพเรือ มีภารกิจรอง คือ การปกป้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเล และเมื่อ กองทัพเรือก้าวเข้ามาดำเนินโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อย่างเต็มตัว เพื่อสนอง พระราชเสาวนีย์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถแล้ว จึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงที่จะเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเลได้ เนื่องจากบางครั้งถ้าโครงการ พบเห็นการกระทำผิดกฎหมาย ของประชาชนในการรุกรานเต่าทะเล ไม่ว่าจะเป็นการรุกราน แหล่งวางไข่ การขโมยไข่เต่า หรือแม้กระทั่งการจับเต่าทะเลไปบริโภค หรือทำการค้า โครงการ จำเป็นต้องนำกฎหมายเหล่านี้มาเป็นบรรทัดฐานในการลงโทษผู้กระทำความผิด

5.2 การสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นด้านกฎหมาย

เมื่อเป็นเช่นนี้โครงการจะต้องมีผู้ที่มีความรู้เรื่องกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเลเป็นอย่างดี ทั้งกฎหมายที่ประเทศไทยบัญญัติขึ้น และกฎหมายที่ประเทศไทยได้ไปลงนามความร่วมมือในอนุสัญญาต่าง ๆ กับนานาชาติประเทศ เพื่อเวลาพบเจอสิ่งผิดกฎหมาย จะได้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้องทันที ดังนั้นเมื่อมีการประชุมกับภาคีเครือข่ายในโอกาสต่าง ๆ เช่น การประชุมการทำกิจกรรมร่วมกัน ก็จะมีการนำประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเลมาทำการพูดคุย สอดแทรกกันในที่ประชุม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อให้ภาคีเครือข่ายนำไปทำการสื่อสารกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องโดยตรงให้ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง เพื่อเป็นการช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเล ดังนั้นการติดต่อสื่อสารกันในลักษณะนี้จะไม่มีใครเป็นผู้ทำการสื่อสารเชิงรุก และเป็นผู้ทำการสื่อสารเชิงรับ แต่การสื่อสารจะเป็นไปในลักษณะการสื่อสารสองทางแบบแนวนอน ที่ทำการสื่อสารกันอย่างเป็นทางการ

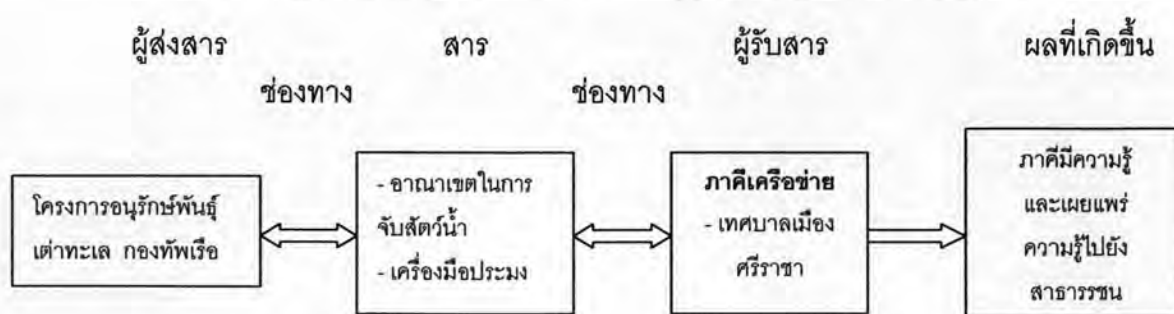
“เวลาคุยกัน เนื้อหาจะลงลึกไปถึงเขตอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กฎหมายการควบคุม อย่างเช่นว่า เขตน้ำน่านน้ำเกี่ยวกับการจับสัตว์น้ำ ห้ามจับเต่าทะเล”

(อาทิตย์ ชาติโย, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย ในกรณีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 43 กระบวนการสื่อสารระหว่างโครงการและภาคีเครือข่าย

- กรณีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล



↔ คือ การประชุม

นอกจากนี้ถ้าภาคีเครือข่ายทราบข้อมูลใหม่ ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการอนุรักษ์เต่าทะเล และสามารถนำไปกำหนดเป็นกฎหมายเต่าทะเลใหม่ ๆ ออกมาได้ จะมีการบอกเล่าสู่กันฟัง เพื่อนำไปสู่การแก้ไขเป็นกฎหมายเต่าทะเลที่มีประสิทธิภาพ และนำมาบังคับใช้ต่อไป การสื่อสารในลักษณะนี้จะเป็นการสื่อสารสองทางแบบแนวนอน ที่ทำการสื่อสารกันอย่างไม่เป็นทางการ

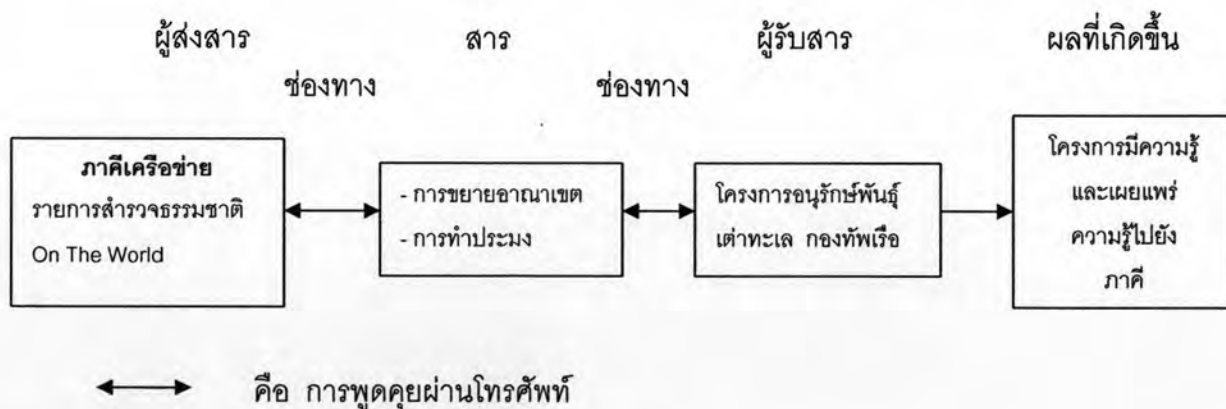
“พอรู้ว่าเต่าหากินบริเวณนี้ก็มาวางกราฟว่าพื้นที่เต่าหากินแค่ไหน ขยายเขตพื้นที่ประมงออกไป 3 กิโลเมตรจากชายฝั่งเป็น 6-10 กิโลเมตร เพราะ 3 กิโลเมตรไม่พอแล้วนะ มันอาจทำให้เต่าต้องตายอีกก็ได้ อันนี้คือ ผลที่ได้จากงานวิจัยไง พอได้ข้อมูลกลับมาก็เอามาปรับ มันก็ต้องมาแนวนี้ ถ้าจะให้ได้ผลในแง่ของการอนุรักษ์”

(ศศิวิมล อยู่คงแก้ว, ควบคุมการผลิต รายการสำรวจธรรมชาติ on the world, สัมภาษณ์ 14 กุมภาพันธ์ 2551)

เพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในกรณีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล หากวิเคราะห์ในเชิงกระบวนการสื่อสาร ที่ใช้ประเด็นเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 44 กระบวนการสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายและโครงการ

- กรณีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล



5.3 กิจกรรม

ภาคีเครือข่ายฉันทน์กำลังบอกกับประชาชน

กฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเลออกมา เพื่อเป็นบทลงโทษสำหรับผู้ทำการฝ่าฝืน ซึ่งบางครั้ง การกระทำนั้นเกิดขึ้นจากการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของคนบางคน ซึ่งเชื่อได้ว่าเป็นคนส่วนใหญ่ของ ประเทศที่ไม่รู้กฎหมายเหล่านี้ ฉะนั้นการอนุรักษ์รักษเต่าทะเลจะได้ผลหรือไม่ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่า กฎหมายมีหลายฉบับ หรือมีบทลงโทษที่รุนแรงแต่เพียงอย่างเดียว แต่มันขึ้นอยู่กับความรู้ของ ประชาชน ที่จะนำไปสู่การปลูกจิตสำนึก และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นการที่ประชาชน จะมีความรู้ในจุดนี้ได้ โครงการและภาคีเครือข่ายจะต้องทำการสื่อสารไปให้ประชาชนทราบด้วย นอกเหนือจากกิจกรรมโครงการที่ได้ทำการประชาสัมพันธ์ไป

“สหรัฐเองก็เคยแอนตี้เราในการส่งกุ้ง เครื่องมือการจับกุ้งจะต้องมีขนาดเท่าไร ที่ จะไม่ทำให้เต่าสูญเสียชีวิต เราก็เอาสิ่งเหล่านี้มาใส่ให้คนที่เขารับฟังเนื้อหาที่เราประชาสัมพันธ์ให้ รับทราบถึงสิ่งเหล่านี้ เพราะบางคนไม่รู้ ปัญหา คือ ไม่รู้ แต่พอรู้เข้าเขาก็อ้อ แล้วจะให้ความ ร่วมมือมากขึ้น”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

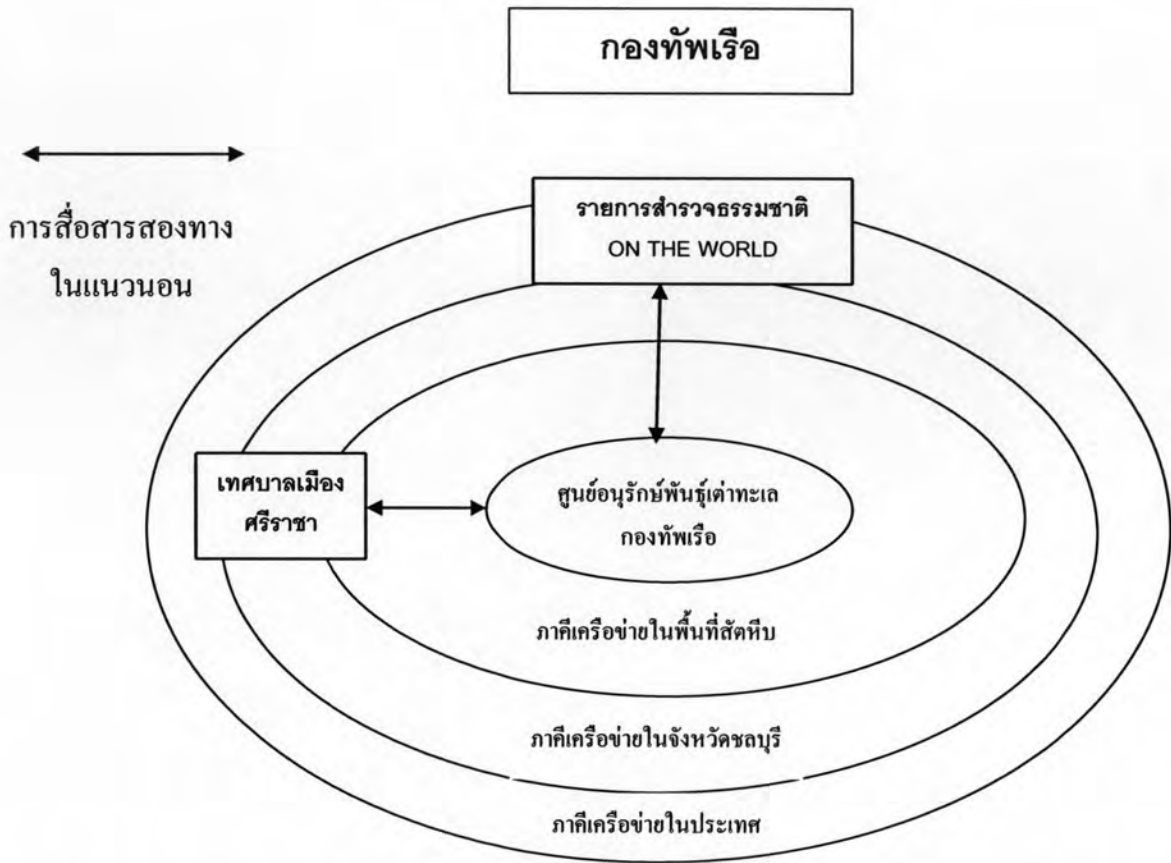
“ในเรื่องของอนุสัญญาต่าง ๆ เหล่านี้เราก็จะบอกประชาชนว่ามันมี พ.ร.บ. ในการห้าม จับเต่า ถ้าจับมาแล้วจะต้องได้รับโทษเท่าไร คือเค้ามีระวางโทษไว้เลย โดยเน้นไปที่ชาวประมง และนักท่องเที่ยวด้วย”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

“เรื่อง CITES มีอนุสัญญาอยู่ข้อหนึ่งเรื่องของการส่งออกอาหารสด คือกุ้งของไทยเนี่ย แหละ มันมีปัญหามาก ๆ กุ้งของไทยเนี่ยนะ จนมันมีข้อหนึ่งที่ไทยยังไม่ถูกบอยคอตเรื่องของการ ส่งกุ้งสดไปอเมริกา เพราะเราอนุรักษ์เต่าทะเล”

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

จากการสื่อสารภายในเครือข่ายของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ใน ประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล จะเห็นได้ว่าการสื่อสารสองทางในแนวนอน หาก วิเคราะห์ในเชิงของมหภาค ที่ใช้ทิศทางเป็นตัวตั้ง สามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพ 45 การสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายในประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 : ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพอากาศ มีกระบวนการสื่อสารกับสาธารณชนในการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างไร

1. เป้าหมายทางการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจุบันจำนวนเต่าทะเลลดลงอย่างรวดเร็ว จนทำให้เต่าทะเลได้รับการจัดให้เป็นสัตว์ที่อยู่ในภาวะเสี่ยงใกล้สูญพันธุ์ และเพื่อเป็นการสนองต่อพระราชเสาวนีย์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงมีพระราชดำริให้มีการส่งเสริมการอนุรักษ์เต่าทะเลในประเทศไทย โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพอากาศ จึงได้ดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเล และมีการกำหนดเป้าหมายทางการสื่อสาร เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารกับสาธารณชน

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้กำหนดเป้าหมายทางการสื่อสารกับสาธารณชน ซึ่งเป็นเป้าหมายระดับบุคคล โดยมุ่งหวังที่จะปรับเปลี่ยนทัศนคติ และปลูกจิตสำนึกของสาธารณชนให้หันมาตระหนักว่าเต่าทะเลมีความสำคัญกับมนุษย์

“เราอยากทรงคีให้คนได้รู้เกี่ยวกับเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลที่เราทำตรงนี้ เพื่อให้เขาได้รู้ แล้วก็ยังเป็นลักษณะที่สร้างจิตสำนึกให้เขาเห็นว่ามันสำคัญ แล้วเราก็นัดแทรกความรู้ไปด้วยว่า เต่าทะเลเป็นไง มีกี่ชนิด เพื่อให้เขารู้สภาพที่แท้จริงตรงนั้น มันก็จะช่วยให้เขาเข้าใจมากขึ้น จะได้ช่วยกัน ร่วมมือกันกับเรา”

(พล.ร.ต. เริงฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

อันนำไปสู่เป้าหมายหลักของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ คือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสาธารณชนให้หันมาร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายทำการอนุรักษ์เต่าทะเลให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จนห่างไกลจากภาวะเสี่ยงใกล้สูญพันธุ์

“เรามีเป้าหมายที่จะทำให้คนมาร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล มาร่วมมือกับเรา เราพยายามให้เค้าเห็นภาพว่าเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลนะมันไม่ใช่เรื่องไกลตัวเลย แต่ทุกคนสามารถช่วยกันทำได้ สิ่งเหล่านี้มันเป็นสี่ส้นแห่งท้องทะเล และมันเป็นการ balance สมดุลทางธรรมชาติ”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

2. วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล

วัตถุประสงค์หลักในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเลของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย คือ

- 2.1 เพื่อให้สาธารณชนมีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล
- 2.2 เพื่อปลูกจิตสำนึกของสาธารณชนให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเล
- 2.3 เพื่อโน้มน้าวใจให้สาธารณชนหันมาให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเล
- 2.4 เพื่อขยายแนวร่วมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในสังคมไทยให้ออกไปในวงกว้าง

3. กลุ่มผู้ทำการสื่อสาร

จากผลการวิจัย พบว่า การทำการสื่อสารกับสาธารณชนในการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น เมื่อภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้เข้ามาร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ในด้านต่าง ๆ แล้ว ภาคีเครือข่ายเหล่านั้นยังได้ช่วยโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนอีกทางหนึ่งด้วย ดังนั้น จึงมีกลุ่มผู้ทำการสื่อสาร 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

3.1 โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลเป็นกระบวนการอย่างครบวงจร ตั้งแต่การเก็บไข่เต่าทะเลเพื่อนำมาเพาะฟัก การอนุบาลเต่าทะเล การปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ และเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนกระตุ้น เร่งเร้าให้สาธารณชนร่วมกันส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล โดยโครงการฯ จะมีการกำหนดเป้าหมายทางการสื่อสาร และวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างชัดเจน เพื่อใช้เป็นกรอบในการสื่อสารกับสาธารณชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.2 ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชนที่ตั้งอยู่ในบริเวณอำเภอสัตหีบ ในจังหวัดชลบุรี และในประเทศไทย ที่มีความประสงค์ต้องการเข้ามาให้ความร่วมมือ หรือเข้ามาสนับสนุนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำการอนุรักษ์เต่าทะเลในรูปแบบต่าง ๆ ตามขีดความสามารถ และศักยภาพที่หน่วยงานเหล่านั้นมีตามนโยบายของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งนอกเหนือจากการให้ความร่วมมือในรูปแบบต่าง ๆ แล้ว ยังมีบางภาคีเครือข่ายได้ช่วยทำการสื่อสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชนด้วย โดยมีเป้าหมายทางการสื่อสาร เหมือนกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ คือ ต้องการให้สาธารณชนหันมาร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเลให้มากที่สุด

สำหรับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารนั้น แต่ละภาคีเครือข่ายจะทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนในทิศทางเดียวกันกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้วางเอาไว้ แต่จะมีความแตกต่างกันตรงที่แต่ละภาคีเครือข่ายอาจเลือกทำการสื่อสารเพียงวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือทำการสื่อสารหลากหลายวัตถุประสงค์อย่างต่อเนื่องก็เป็นได้ ขึ้นอยู่กับนโยบาย และความพร้อมของแต่ละภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

4. กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร

จากผลการวิจัย พบว่า การจะทำการอนุรักษ์เต่าทะเลให้รอดพ้นจากการเป็นสัตว์ใกล้สูญพันธุ์นั้น จำเป็นที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากสาธารณชนทั่วประเทศ ในการช่วยกันปฏิบัติตนเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างถูกต้อง ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย จึงทำการวิเคราะห์และแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Target Segmentation) ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

4.1 กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และโรงเรียน

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และโรงเรียน เป็นกลุ่มที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายมุ่งให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ๆ ในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล เนื่องจากโครงการฯ และภาคีเครือข่ายมีความเห็นว่า เด็กและเยาวชนเปรียบเหมือนผ้าขาว เราสามารถใส่ความรู้สึกนึกคิดที่ถูกต้องเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลให้กับเขาได้ตั้งแต่เยาว์วัย เมื่อเยาวชนเหล่านี้เติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ เขาจะประพฤติปฏิบัติตนอย่างถูกต้องในการอนุรักษ์เต่าทะเล ดังนั้นโครงการฯ และภาคีเครือข่ายจึงทำการสื่อสารโดยเน้นไปที่เรื่องของการให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล การปลูกจิตสำนึกให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเล และการขยายแนวร่วมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในสังคมไทยให้ออกไปในวงกว้าง

“ส่วนมากจะเน้นไปที่กลุ่มเยาวชน เพราะพวกนี้จะเป็นอนาคตของชาติต่อไป เมื่อเรามีจิตสำนึกที่ดีแล้ว เราปลูกฝังเค้าแล้วเนี่ย ในอนาคตต่อไปเค้าก็จะร่วมสร้างสรรค์ตรงนี้ ส่วนกลุ่มเป้าหมายอื่นเราก็ไม่ได้ทิ้ง เราประชาสัมพันธ์ให้เห็นความสำคัญของการสูญเสีย คือ เต่าทะเลเป็นสัตว์สงวน แล้วก็สัตว์อนุรักษ์ แล้วก็สูญเสียดูถ้าเราไม่ช่วยกัน”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา เป็นกลุ่มที่มีบทบาทและพร้อมที่จะเป็นแนวร่วมในการทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลการอนุรักษ์เต่าทะเลจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายไปยังผู้ปกครอง หรือบุคคลทั่วไป เนื่องจากบางครั้งประชาชนที่เป็นผู้ใหญ่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์เต่าทะเล แต่เมื่อเด็กและเยาวชนทำการบอกกล่าว เขาเหล่านั้นจะหันมาให้ความสนใจในการปฏิบัติตนเพื่อช่วยอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างถูกต้องมากขึ้น

“เราไปดึงผู้ใหญ่กลับมาค่อนข้างลำบาก เพราะฉะนั้นเราเอาที่เด็กเนี่ยไปดึงพ่อแม่ ไปดึงครอบครัวให้มาอนุรักษ์เต่าทะเล จะเห็นได้ว่าเด็กสมัยนี้จะไม่ยุ่งเลยกับไข่เต่า แล้วเขาจะเป็นคนนำผู้ใหญ่เข้ามางานอนุรักษ์เอง คือ เขาจะเป็นตัวเชื่อมดึงผู้ใหญ่ให้เข้ามาเห็นว่างานอนุรักษ์มันจำเป็นนะ เด็กตอนนี้จะไม่กินแล้วไข่เต่า แต่ผู้ใหญ่ยังกินอยู่ แล้วมองว่ามันไม่ได้สำคัญหรอก แต่เด็กเนี่ยจะเป็นตัวแอนตี้ผู้ใหญ่”

(น.อ.วินัย กล่อมอินทร์, รองเจ้ากรมจเรทหารเรือ, สัมภาษณ์ 30 มกราคม 2551)

“พอเด็กได้เรียนหลักสูตรเต่าทะเลแล้ว เขาจะไปบอกคนอื่น เราจะคอย control ว่าถ้าในระดับครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติจะได้รับผลอะไรบ้าง ยิ่งเด็กอนุบาลนะพอเขาเรียนไป เขาก็จะไปบอกพ่อแม่ บางทีเจอพ่อแม่ทำ เขาก็จะบอกว่าครูสอนว่าอย่ากินไข่เต่านะ กินไม่ได้ บางทีพ่อแม่มาเจอครูก็จะเล่าให้ฟังว่าถูกเขาพูดอย่างนี้ เหมือนคนเป็นพ่อ-แม่รู้จะทำผิด แต่พอถูกพูดก็จะเขินนะ แล้วก็จะไม่ทำ”

(กฤษณา ไส้สุวรรณ / ครู คศ. 3 รร. จุกเสม็ด, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

สำหรับโรงเรียนต่าง ๆ ที่สนใจการดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้เคยโทรศัพท์มาสอบถามข้อมูลต่าง ๆ กับเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ โดยได้ให้สถานที่ติดต่อของโรงเรียนไว้กับทางเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ ทางโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย จึงได้ทำการจัดส่งเอกสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ไปให้โรงเรียนเหล่านั้นทางไปรษณีย์

“มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีออกโบว์ชัวร์ ก็จะไปลงที่สยามโอเชียนเวลดีย์บ้าง ส่งไปตามหน่วยต่าง ๆ ที่เขามีความสัมพันธ์กับเรา อย่างโรงเรียนมาตุกันทั่วประเทศ พอกลับไป เขาก็ไปขยายผลต่อ เราก็ส่งไปว่าเรามีกิจกรรมอย่างนี้คุณจะมาร่วมไหม นี่คือส่งโดยตรงต่อผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

4.2 กลุ่มประชาชนทั่วไป

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มประชาชนทั่วไป เป็นกลุ่มที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย เน้นทำการสื่อสารในลักษณะการขอความร่วมมือจากประชาชนทั่วไปให้ช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเล เนื่องจากโครงการฯ และภาคีเครือข่ายมีความเห็นว่า

กลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป เป็นกลุ่มเป้าหมายที่กว้างมาก คือ กลุ่มรวมคนทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพเข้าไว้ด้วยกัน การจะทราบได้ว่าแต่ละคนมีพื้นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล และการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์เต่าทะเลมากนักน้อยเพียงใดเป็นสิ่งที่ยาก จึงเน้นไปที่การโน้มน้าวใจให้หันมาให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเล

“เป้าหมายเราก็คือ ประชาชน เราไม่จำกัดอายุ อาชีพ เพศ เมื่อเรามีความจริงใจ เราก็ต้องให้ความรู้ ให้สิ่งที่ถูกต้อง ให้เขาได้รับรู้รับทราบ สิ่งที่เราบอกนี่คือเรื่องจริงทั้งนั้น ไม่ใช่ข้อเท็จจริง แต่มันเป็นข้อจริงทุกเรื่อง ว่าโครงการฯ ทำอะไร อยากจะขอความร่วมมือจากพวกท่านอย่างไรบ้าง”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

4.3 กลุ่มประชาชนในพื้นที่

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มประชาชนในพื้นที่ เป็นกลุ่มที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย เน้นทำการสื่อสารในเรื่องของการปลูกจิตสำนึก การขอความร่วมมือในการไม่ไปถูกรานเต่าทะเล และการขยายแนวร่วมการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เนื่องจากกลุ่มประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมง จึงได้มีโอกาสที่จะได้สัมผัสกับเต่าทะเลมากกว่ากลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ทั้งยังเป็นกลุ่มเสี่ยงด้วย เพราะกลุ่มประชาชนในพื้นที่ส่วนมากจะมีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล ทั้งด้านแนวทางการปฏิบัติตนที่ถูกต้องเพื่อการอนุรักษ์เต่าทะเล ด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล การระวางโทษถ้าทำผิดกฎหมาย ฯลฯ แต่สิ่งสำคัญคือ เมื่อกลุ่มประชาชนในพื้นที่เขามีความรู้ แต่การปฏิบัติไม่เกิดขึ้น คือ เขาไม่ปฏิบัติตนเพื่ออนุรักษ์เต่าทะเล เนื่องจากกลุ่มประชาชนในพื้นที่นี้เป็นกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการอนุรักษ์เต่าทะเล

“ชาวบ้านที่แถวแสมสารนะ เขารู้ เขาทราบดีเลย เพราะเราไปคุยกับเขาบ่อยมากกว่าเต่าทะเลเนี่ยมันเป็นสัตว์สงวน เป็นสัตว์ที่ได้รับความคุ้มครองนะ แต่มันก็มีพ่อค้าที่ได้ออร์เดอร์จากกรุงเทพเนี่ย ก็รอเรา พอเราปล่อยเต่าไป ก็ไปจับเต่าที่เราปล่อยไปหายหมด”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

ฉะนั้นโครงการและภาคีเครือข่ายจึงเน้นไปที่การปลูกจิตสำนึกให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเล โดยนำเอากลยุทธ์ด้านเนื้อหาสาระมาใช้ เพื่อโน้มน้าวใจให้กลุ่มประชาชนในพื้นที่ให้ความร่วมมือ และปฏิบัติตนไปในแนวทางการอนุรักษ์เต่าทะเล และเมื่อกลุ่มประชาชนในพื้นที่เหล่านี้

ให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลแล้ว เขาเหล่านี้ยังสามารถเป็นแนวร่วมที่มีประสิทธิภาพ ที่จะทำการติดต่อประสานกับกลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่ยังเป็นเสี่ยงอยู่ให้พ้นจากความเสี่ยง เพราะความใกล้ชิดสนิทสนม และความเป็นพวกพ้องเดียวกันการทำการสื่อสารจะง่าย และมีแนวโน้มจะให้ความร่วมมือสูง

4.4 กลุ่มนักท่องเที่ยว

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย เน้นทำการสื่อสารในเรื่องของการให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล และการขอความร่วมมือในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ไม่ไปทำลายเต่าทะเลแหล่งวางไข่ของเต่าทะเล เพราะท้องทะเลไทยเชื่อมต่อกัน ถ้ากลุ่มนักท่องเที่ยวช่วยกันปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง ทรัพยากรธรรมชาติจะสามารถคงความอุดมสมบูรณ์ และเต่าทะเลสามารถกลับมาวางไข่ยังแหล่งวางไข่ที่เดิมได้

“นักท่องเที่ยวเราก็มีป้ายปักบอกในพื้นที่ด้วย เพราะบางครั้งขึ้นมาแล้วเนี่ย อย่างแรกเลย เรื่องความสกปรกมีแน่นอน เพราะเต่าทะเลนะ คือมันต้องสะอาด ต้องไม่มีแสงสีเสียง อีกรักคึกโครม มันถึงจะมาวางไข่ อย่างนักท่องเที่ยวที่ผ่านมาเชื่อฟังดีพอสมควร เราบอกเขาเขาก็ให้ความร่วมมือดี”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

5. การกำหนดประเด็นในการสื่อสาร

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้กำหนดประเด็นในการสื่อสารกับสาธารณชนไว้ 4 ประเด็น หลัก ๆ ด้วยกัน ได้แก่ 1) ประเด็นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล 2) ประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความหวงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเล 3) ประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และ 4) ประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม แต่ในขั้นตอนการนำประเด็นการสื่อสารแต่ละประเด็นมาใช้นั้น จะขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ ว่ากลุ่มเป้าหมายใด ควรจะทำการสื่อสารในประเด็นใดก่อน ประเด็นใดหลัง และควรจะเน้นทำการสื่อสารไปในประเด็นใดเป็นประเด็นหลัก เพื่อให้สาธารณชนหันมาร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายทำการอนุรักษ์เต่าทะเล

5.1 ประเด็นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า การที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และภาคีเครือข่ายต้องการให้สาธารณชนให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลนั้น การให้ความรู้ในเบื้องต้นเกี่ยวกับเต่าทะเลเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากยังมีประชาชนอีกจำนวนมากไม่น้อยในประเทศไทยที่ไม่รู้จักเต่าทะเล ซึ่งโดยปกติของคนทั่วไปแล้ว ก่อนที่เขาจะให้ความร่วมมือทำอะไรสักอย่างก็ตาม เขาควรจะรู้จักสิ่งนั้นก่อน ความสนใจ และการให้ความร่วมมือจึงจะเกิดขึ้นตามมา

“อย่างคนทางภาคอีสาน ภาคเหนือ ที่มาดูเต่าทะเลที่ศูนย์เนี่ย บางคนเค้ายังไม่รู้เลยว่า เต่าทะเลมีลักษณะเป็นอย่างไร”

(ร.ต. เสมา คันธ, เจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

ดังนั้นโครงการและภาคีเครือข่ายจึงทำการสื่อสารให้สาธารณชนมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเต่าทะเลในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านชีววิทยาของเต่าทะเล และด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล ซึ่งจะช่วยให้สาธารณชนได้รับทราบข้อมูลคร่าว ๆ เกี่ยวกับเต่าทะเล และทำให้รู้จักเต่าทะเลมากยิ่งขึ้น

● ชีววิทยาของเต่าทะเล

ในการให้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย มักจะหยิบเอาข้อมูลด้านชีววิทยาของเต่าทะเลมานำเสนอว่าเต่าทะเลมีรูปร่างลักษณะเป็นอย่างไร กินอะไรเป็นอาหาร ดำรงชีวิตอย่างไร สามารถพบได้ที่ไหนบ้าง และในประเทศไทยมีกี่ชนิด ฯลฯ ซึ่งข้อมูลเบื้องต้นเหล่านี้จะนำพาผู้รับสารให้ไปรู้จักกับเต่าทะเลมากยิ่งขึ้น รู้ถึงความเป็นตัวตน และวัฏจักรชีวิตของเต่าทะเล

“เราจะบอกเขาว่าจริง ๆ แล้วเต่าทะเลมีในประเทศไทยนะ แล้วก็กำลังจะสูญพันธุ์ด้วย เราจะเขียนข้อมูลให้ เช่น เต่าทะเลคืออะไร ความรู้ของเต่า เต่าทะเลมีกี่สายพันธุ์ เป็นคอแลมร์ก็ ความรู้เต่า ในวารสารของสำนักงานการศึกษา ซึ่งทุกโรงเรียนจะได้ ปีละ 3 เล่ม เป็นวารสาร ไตรมาส”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

“ลูกเต่าเกิดขึ้นมา เขาจะจดจำแหล่งกำเนิด อุณหภูมิ ความชื้น ความเค็ม สุนัขแม่เหล็กโลกที่เขาเกิด ก็จะบรรยายให้รู้ว่าจุดนี้สำคัญ เพราะความทรงจำในแหล่งกำเนิด จะทำให้แม่เต่าที่พร้อมที่จะเจริญพันธุ์เดินทางกลับมาตามหาที่เขาเกิด เพื่อขึ้นมาจับคู่ผสมพันธุ์ แล้ววางไข่ ถ้าไม่มีความทรงจำเต่าตัวนี้ก็เป็นเต่าที่คล้าย ๆ ว่าไม่มีทิศทางที่จะเดินทาง เต่าทะเลจะเกิดที่หนึ่ง ไปโตในทะเลลึก และเมื่อถึงวัยเจริญพันธุ์ก็จะกลับมาที่เดิม”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

นอกจากนี้ยังมีการนำเอาผลการวิจัยที่นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาโท และปริญญาเอก จากในประเทศ และต่างประเทศที่ทำวิจัยเกี่ยวกับเต่าทะเลมาเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ รับทราบ ทำให้ประชาชนรู้สึกตื่นเต้น นำค้นหา นำติดตาม ผลการวิจัยสามารถคลายความสงสัย ที่ว่า พฤติกรรมของเต่าทะเลเป็นอย่างที่บอกกล่าวกันจริงหรือ ซึ่งผลการวิจัยจะสามารถตอบ คำถามได้อย่างไม่มีข้อสงสัยว่า เป็นไปตามที่ได้บอกกล่าวหรือคาดการณ์ไว้หรือไม่

“แล้วลูกเต่าเวลาคลานลงทะเลไปแล้วมันไปไหน จะกลับมาใหม่ วันที่มีการปล่อยเต่า 300 ตัว ที่บอกว่าอีก 10 ปี ต้องกลับมาดูว่ามันจะกลับมาไข่ที่นี่หรือป่าว มันก็จะตอบใจที่ได้ แล้วว่าเต่าเมื่อไปจากที่นี่ ก็จะกลับมาไข่ที่นี่ จากที่พูดกันลอย ๆ อีกไม่กี่ปีมันก็จะชัดเจนแล้ว เพราะเต่าทุกตัวที่ปล่อยไปติดไมโครชิพหมด”

(ศศิวิมล อยู่คงแก้ว, ควบคุมการผลิต รายการสำรวจธรรมชาติ on the world, สัมภาษณ์ 14 กุมภาพันธ์ 2551)

● กฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย มีการสื่อสารในการให้ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเต่าทะเลกับสาธารณชนด้วย ซึ่งมีทั้ง กฎหมายที่ประเทศไทยบัญญัติ และกฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์เต่าทะเลระดับนานาชาติที่ ประเทศไทยเข้าร่วมลงนามและเป็นสมาชิก ซึ่งมีข้อบังคับว่าทุกคนจะต้องไม่กระทำการใด ๆ อัน เป็นการละเมิดต่อเต่าทะเล เพราะเต่าทะเลถูกจัดเป็นสัตว์ป่าคุ้มครอง และมีบทบัญญัติคุ้มครอง เต่าทะเลด้วยการ ห้ามจับ ห้ามล่า ห้ามครอบครอง ห้ามเพาะพันธุ์ ห้ามค้าขาย และห้ามนำเข้า- ส่งออก เต่าทะเล และผลิตภัณฑ์ ผู้ฝ่าฝืนจะต้องระวางโทษ ซึ่งโครงการฯ และภาคีเครือข่ายมี ความเห็นว่า การสื่อสารเกี่ยวกับกฎหมายของเต่าทะเลไปสู่สาธารณชนเป็นเรื่องจำเป็น เนื่องจาก ทุกคนต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย และต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ฉะนั้นเมื่อสาธารณชนมีความรู้เรื่อง

นี้แล้วจะเป็นกรอบในการบังคับการปฏิบัติตนของสาธารณชนในการไม่รุกราน หรือทำร้ายเต่าทะเลไปโดยปริยาย

“เราก็จะเน้นไปที่ชาวประมง บอกว่ามันมี พ.ร.บ. ในการห้ามจับเต่าทะเล ถ้าจับมาแล้วจะต้องได้รับโทษเท่าไร คือ เค้ามี่ระวางโทษไว้เลย”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้สู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

“มีเรื่องที่บ้านไม่ค่อยรู้ก็เรื่อง CITES อนุสัญญาเกี่ยวกับการส่งออกกุ้ง มันมีปัญหามาก แต่ที่ไทยยังไม่ถูกบอยคอตการส่งกุ้งสดไปอเมริกา เพราะเราอนุรักษ์เต่า คนมันมองข้ามไปว่าเต่ามันพุงเศรษฐกิจการส่งออกของอาหารของไทยไว้ปีนึงเยอะนะ มันเป็นพระเอกในท้องทะเล ถ้ากองทัพเรือไม่ได้ทำเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ประเทศไทยไม่ได้สนใจเรื่องนี้ ก็แยเหมือนกันนะ”

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนสวนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

5.2 ประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความหวงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเล

ในการปลูกจิตสำนึกให้สาธารณชนเกิดความรัก ความหวงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเลนั้น โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายจะทำการสื่อสารโดยการสร้างเนื้อหาสาระเพื่อโน้มน้าวใจให้สาธารณชนเกิดจิตสำนึก รู้สึกถึงความหวงแหน จนอยากที่จะช่วยกันดูแลรักษาเต่าทะเล ซึ่งการตีพิมพ์เนื้อหาที่โครงการฯ และภาคีเครือข่ายได้เลือกเอาจุดจับใจ (Appeal) ต่าง ๆ มาใช้ โดยเน้นไปที่จุดจับใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional Appeal) มาเพื่อดึงอารมณ์ความรู้สึกร่วมของสาธารณชนให้หันมาเห็นความสำคัญของเต่าทะเล โดยหวังผลว่าการปลูกจิตสำนึกในลักษณะนี้จะทำให้สาธารณชนก่อเกิดจิตสำนึกที่มีต่อการอนุรักษ์เต่าทะเลในระยะยาว

“เราก็พยายามกระจายการพูดคุยออกไป ก็คุยกับเค้าไม่ต้องในเชิงวิชาการ ไม่ต้องอะไรเยอะมาก บอกว่าเต่ามันน่าอนุรักษ์นะ ขอนเขามาปล่อย พอเขาได้ปล่อยก็จะเกิดความรู้สึกรักและหวงแหนแล้วก็จะไม่กินไข่เต่าแล้ว”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

จากผลการวิจัย พบว่า สำหรับการปลูกจิตสำนึกให้สาธารณชนเกิดความห่วงแหน และช่วยกันดูแลรักษาเต่าทะเลนั้น ได้มีการนำเอาเรื่องของความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นระบบนิเวศมาสอดแทรกในเนื้อหาด้วย เพื่อให้สาธารณชนได้มองเห็นภาพว่าเต่าทะเลเป็นสัตว์ชนิดหนึ่งที่อยู่ในระบบนิเวศ ถ้าไม่มีเต่าทะเลระบบนิเวศก็จะไม่สมบูรณ์ และถ้าเราทำลายระบบนิเวศ ก็เท่ากับว่าเราทำลายเต่าทะเลไปด้วย เนื่องจากเต่าทะเลจะไม่สามารถขึ้นมาวางไข่ได้ ถ้าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตรงนั้นไม่มีความสมบูรณ์ คือ ทุกอย่างไม่สามารถเชื่อมโยงถึงกันหมด

“มันต้องชี้ให้เห็นว่าเต่าทะเลมันสำคัญกับระบบนิเวศอย่างไร ถ้าไม่มีเต่าทะเลระบบนิเวศจะเป็นอย่างไร เต่าทะเลเปรียบเหมือนนกเงือกในป่า ถ้าเต่าทะเลอยู่ไหน บริเวณนั้นก็จะมีอุดมสมบูรณ์ อาจมีกิ้ง หอย ปู ปลา เยอะเต่าทะเลถึงเข้าไปอยู่อาศัย”

(ร.ต. เสมอ คันโช, เจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

“เล่าถึงเกาะครามว่า กองทัพเรือเข้าไปดูแลแหล่งวางไข่ของเต่าทะเลด้วยความทะนุถนอม และลำบากยังไง เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติไว้ให้กับเต่าทะเล แล้วบอกว่าถ้าเราไปเที่ยวเพลิน ๆ แล้วก่อให้เกิดการรบกวน จะทำให้เต่าทะเลไม่มีที่วางไข่ เมื่อไม่มีที่วางไข่ก็ไม่สามารถสืบทอดเผ่าพันธุ์ต่อไปได้”

(น.ต. ขจรยศ ปูนศิริ, หัวหน้าเจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2551)

“สมัยนี้ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไปเยอะ ทะเลเหมือนกับบ่อขยะบ่อใหญ่ มีน่านน้ำติดกันหมด เต่าทะเลก็เป็นสิ่งมีชีวิตเหมือนกับเรา ฉะนั้นทุกอย่างต้องมีความสมดุลของตัวเอง ถ้าทรัพยากรถูกทำลายมาก เราไม่มีเต่า ๆ ก็จะถูกกลายเป็นสัตว์ในประวัติศาสตร์ไป เหมือนไดโนเสาร์”

(อาทิตย์ ขาซิว, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

นอกจากนี้การปลูกจิตสำนึกของสาธารณชนในการให้ช่วยกันหันมาดูแลรักษาเต่าทะเลยังส่งผลถึงเศรษฐกิจการส่งออกอาหารทะเลของประเทศด้วย เนื่องจากประเทศไทยได้ร่วมลงนามในอนุสัญญา CITES เกี่ยวกับการร่วมกันอนุรักษ์เต่าทะเลกับนานาประเทศ ฉะนั้นถ้าสาธารณชนภายในประเทศมีจิตสำนึกในการเห็นคุณค่าของเต่าทะเล และช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเลแล้ว ผลกระทบต่อการส่งออกอาหารทะเลของไทยก็จะไม่เกิดขึ้น แต่ถ้าทุกคนไม่ช่วยกันประเทศไทยก็

จะโดนกีดกันทางการค้าการส่งออกอาหารทะเล ซึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อรายได้มวลรวมของประเทศ และต่อสาธารณสุขในทางอ้อม โดยมีการใช้จุดจับใจแบบเป็นเหตุเป็นผล (Rational Appeal) ที่เน้นการสื่อสารด้วยการใช้เหตุและผล โดยอ้างจากผลไปสู่เหตุเป็นหลัก

“เรามุ่งที่เป้าหมายที่ความสำคัญของตัวเต่าที่เป็นข้อต่อรองการส่งกุ้งไปอเมริกา ซึ่งหลายคนอาจมองว่าเป็นเรื่องไกลตัว แต่จริง ๆ มันเป็นเรื่องใกล้ตัวเพราะมันกระทบถึงระบบเศรษฐกิจของชาติ ทำไงก็ได้ให้รู้ว่ามันเป็นเรื่องจำเป็นที่ทุกคนต้องช่วยกันทำ แล้วหน่วยงานทหารเรือ สอ.รฝ. เนี่ยกำลังทำหน้าที่แทนคุณอยู่”

(น.ต.หญิง พัชรี ศิริมาก, นายทหารประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการพลเรือน สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2551)

นอกจากนี้การปลูกจิตสำนึกยังได้มีการเอาเนื้อหาที่เป็นเรื่องใกล้ตัว และเกี่ยวข้องกับคนที่รักมาสอดแทรกให้เขาเกิดการตระหนักขึ้นมาในความรู้สึกนึกคิด เช่นว่า ถ้าเราไม่ช่วยกัน ไม่เห็นความสำคัญของเต่าทะเล ในวันนี้คุณอาจเคยได้เห็น ได้สัมผัสเต่าทะเล แต่ต่อไปในอนาคตลูกหลานของคุณจะไม่มีโอกาสได้สัมผัส หรือได้เห็นเต่าทะเลสัตว์ดึกดำบรรพ์ที่อยู่คู่กับโลกมายาวนานเหมือนเช่นคุณแน่นอน มันเป็นเรื่องใกล้ตัวเขา เขาสัมผัสได้ จิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลจะเกิดขึ้น

“เราชี้ให้เขาเห็นว่าถ้าไม่มีเต่าแล้วจะเป็นยังไง เหมือนเราเห็นรูปไดโนเสาร์ เห็นโครงกระดูกมันแต่ไม่เห็นตัวเป็น ๆ เต่าเนี่ยเกิดมาพร้อมกับไดโนเสาร์ ปัจจุบันยังมีอยู่ เพราะฉะนั้นถ้าเราจะปล่อยให้เต่าสูญพันธุ์ไปในรุ่นของเรา ๆ จะรู้สึกอย่างไรถ้ารุ่นลูก รุ่นหลานไม่มีเต่าทะเลให้เห็น ก็จะทำให้เกิดความตระหนักว่าเราต้องช่วยกันเพื่อให้เต่าเป็นหนึ่งในสมาชิกในระบบนิเวศวิทยาต่อไป แล้วก็คือมันเป็นสัตว์ที่น่ารัก ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

“คนที่จะรักษาสัตว์ สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติก็ควรเป็นเด็กในท้องถิ่น ด้วยสภาพความเป็นอยู่ต้องเจอตรงนั้นอยู่แล้ว ถ้ายังทำอย่างนี้ต่อไป ปลาจะไม่มีกิน เต่าทะเลก็ไม่มีดู เด็กของเราเคยจับเต่าทะเลได้ ก็เอามาคืนที่ศูนย์ฯ ก็แสดงว่าอย่างน้อยเขาก็มีความตระหนักนะ มันก็ดี”

(กฤษณา โฉมสวรรค์, ครู คศ. 3 รร. จุกเสม็ด, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

5.3 ประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า ประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล นั้น ทางโครงการอนุรักษ์พันธุเต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายต้องการบอกวิธีการในการปฏิบัติตนแล้วการกระทำไม่ส่งผลกระทบต่อ หรือไม่ทำลายเต่าทะเล ซึ่งแนวทางที่โครงการฯ และภาคีเครือข่ายเลือกที่จะทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนเป็นแนวทางที่ทุกคนสามารถปฏิบัติได้ง่าย ๆ แต่ได้ผลในการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งการบอกแนวทางในการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น จะต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายก่อนทำการสื่อสารด้วย เช่น การสื่อสารกับประชาชนทั่วไป กับนักเรียน และนักท่องเที่ยวจะเน้นไปที่การไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลอง การไม่บริโภคไข่เต่าทะเล การไม่ซื้อเครื่องประดับที่ทำจากเต่าทะเล การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

“อย่าทิ้งขยะมูลฝอยลงในทะเล ลงในแม่น้ำลำคลอง เพราะของเหล่านี้ เมื่อออกทะเลไปแล้วทำให้เต่าตาย มันก็กลายเป็นสิ่งแวดล้อมในภาพรวม แต่จริง ๆ ตัวเองก็ได้น้ำไม่สกปรกด้วย ไม่ใช่เป็นการมองมุมเดียว แต่เป็นการมองในมุมกว้าง “เราก็ได้ เขาก็ได้” คือ เราเป็น End product แต่เค้าเป็นตอนต้น เป็นตัวที่ทำให้เกิดปัญหา ถ้าไปหยุดตรงนั้นก็จะทำให้เราไม่มีปัญหา”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

“บ้านเราเต่าทะเลยังคงมีเหลืออีกเล็กน้อย แล้วก็อยากให้แบบว่า คนที่ชอบกินไข่เต่าชอบสะสมอะไรเกี่ยวกับเต่าเนี่ย อยากให้เลิก พี่ก็เลยสื่อออกไปว่า อย่าทำร้ายเขาอะไรแบบนี้”

(วินา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

สำหรับประชาชนในพื้นที่โครงการฯ และภาคีเครือข่ายจะใช้เนื้อหาสารที่บอกเกี่ยวกับวิธีการทำประมงว่าอวนจะต้องมีตาห่างเท่าไร ถ้าเต่าทะเลติดมากับอวนจะต้องปล่อยกลับไป ถ้าเจอเต่าทะเลได้รับบาดเจ็บจะต้องส่งมาให้โครงการฯ หรือภาคีเครือข่ายทำการรักษาให้หายก่อนปล่อยลงสู่ท้องทะเล การไม่นำเต่าทะเลมาทำประโยชน์ทางการค้า

“การทำประมงที่ติดเต่าทะเลขึ้นมาโดยไม่ได้ตั้งใจ ตรงนี้ก็จะต้องให้เขาช่วยในการที่จะปล่อยไป เพราะสหรัฐเองก็เคยแอนตี้เราในการส่งกุ้ง เครื่องมือการจับกุ้งจะต้องมีตราขนาดเท่าไรที่จะไม่ทำให้สูญเสียเต่า เราก็เอาสิ่งเหล่านี้มาเป็นเนื้อหาสาระที่เราประชาสัมพันธ์ให้รับทราบ เพราะบางคนไม่รู้ ปัญหาคือไม่รู้ แต่พอรู้เข้าเขาก็อ้อ แล้วจะให้ความร่วมมือมากขึ้น”

(พล.ร.ต. เริงฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

5.4 ประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการ และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม

จากผลการวิจัย พบว่า ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่กิจกรรมของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วมนั้น ทางโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายมุ่งเน้นที่จะทำการสื่อสารในประเด็นที่บ่งบอกถึงการดำเนินงานของโครงการฯ ในด้านต่าง ๆ เช่น โครงการฯ มีการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างเป็นกระบวนการ เป็นขั้นเป็นตอน ตั้งแต่การเก็บไข่เต่านำมาเพาะฟัก อนุบาลจนโตเต็มที่ แล้วจัดกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ เพื่อเชิญชวนให้สาธารณชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดความใกล้ชิด และความผูกพัน นอกจากนี้ยังได้มีการสื่อสารไปสู่สาธารณชนทั่วไปในเรื่องของความรู้ การปลูกจิตสำนึก เพื่อให้ประชาชนเห็นความสำคัญของเต่าทะเล และหันมาร่วมมือกับโครงการฯ อนุรักษ์เต่าทะเล

“การดำเนินกิจกรรมปล่อยเต่า เราก็จะเชิญมวลชนต่าง ๆ เข้ามาร่วมกิจกรรมครั้งนี้ ก็เหมือนสื่อทางหนึ่ง ให้บุคคลเหล่านั้นได้เห็นถึงความสำคัญ เห็นถึงการอนุรักษ์ เห็นการทำงานของกองทัพเรือที่ได้ทำอยู่ เขาก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย ได้รับทราบข้อมูลตรงนั้นไปด้วย”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

นอกจากนี้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายยังได้ทำการสื่อสารเชิญชวนให้สาธารณชนเข้ามาเยี่ยมชมการดำเนินงานของโครงการฯ ที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่มีควอเลียมจัดแสดงโชว์เต่าทะเล ปออนุบาลเต่าทะเล ห้องนิทรรศการ ห้องบรรยาย และวิทยากรคอยให้ความรู้ ซึ่งสาธารณชนที่มีเยี่ยมชมศูนย์ฯ จะได้ทั้งความรู้ และได้มีโอกาสสัมผัสเต่าทะเลอย่างใกล้ชิด

“เด็ก ๆ อยากให้ผู้ปกครองพามาที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อาจเป็นเพราะภาพที่ถ่ายทอดออกไปทำให้เกิดการดึงดูด ทั้งจากสถานที่ และกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เด็กสนใจเมื่อได้มาที่นี้แล้ว เขาจะได้รับความรู้ ได้สัมผัสกับเต่าทะเลและธรรมชาติ ซึ่งมันจะติดตัวเขากลับไป”

(เชษฐาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

จากผลการวิจัย พบว่า นอกจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือจะทำการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนมาร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลที่โครงการฯ จัดขึ้นแล้ว ภาคีเครือข่ายต่างก็ยินดีที่จะช่วยโครงการฯ ทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการปล่อยเต่าทะเลด้วยอีกทางหนึ่ง เพื่อให้สาธารณชนรู้ และมาร่วมกิจกรรมกับโครงการฯ เป็นจำนวนมาก

“เราอยากช่วยเขาไปโมทโครงการ โดยชวนคนมาปล่อยเต่าทะเล กองทัพเรือไม่ได้ไปเอนอิงในเรื่องของธุรกิจ ที่เราก็กไม่เกี่ยวกับธุรกิจ เราทำเพราะเราอยากช่วยเต่าส่วนหนึ่ง แล้วอีกส่วนหนึ่งคือกองทัพตรงไปตรงมาคือมันไม่ต้องมีอะไรซับซ้อน”

(ไอฟาร์ นุรักษ์เซ, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

และมีบางภาคีเครือข่ายที่ช่วยเผยแพร่การดำเนินงานของโครงการฯ ไปสู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนโครงการฯ ด้วยการบริจาคเงินสนับสนุน เพื่อให้โครงการฯ นำไปใช้ในการดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเล

“เราก็จะบอกแล้วก็เชิญชวนให้เขาทำบุญค่าอาหารเต่าทะเล นักท่องเที่ยวชอบมาก เพราะเชื่อว่าเต่าทะเลเป็นสัตว์มงคล อายุยืน ถ้าทำบุญกับเต่าทะเลจะเป็นสิริมงคลกับตนเอง บอกว่าเต่าทะเลเป็นสัตว์สงวน ให้เขาเกิดความสงสาร เห็นใจ และอยากที่จะช่วยเหลือเต่าทะเล”

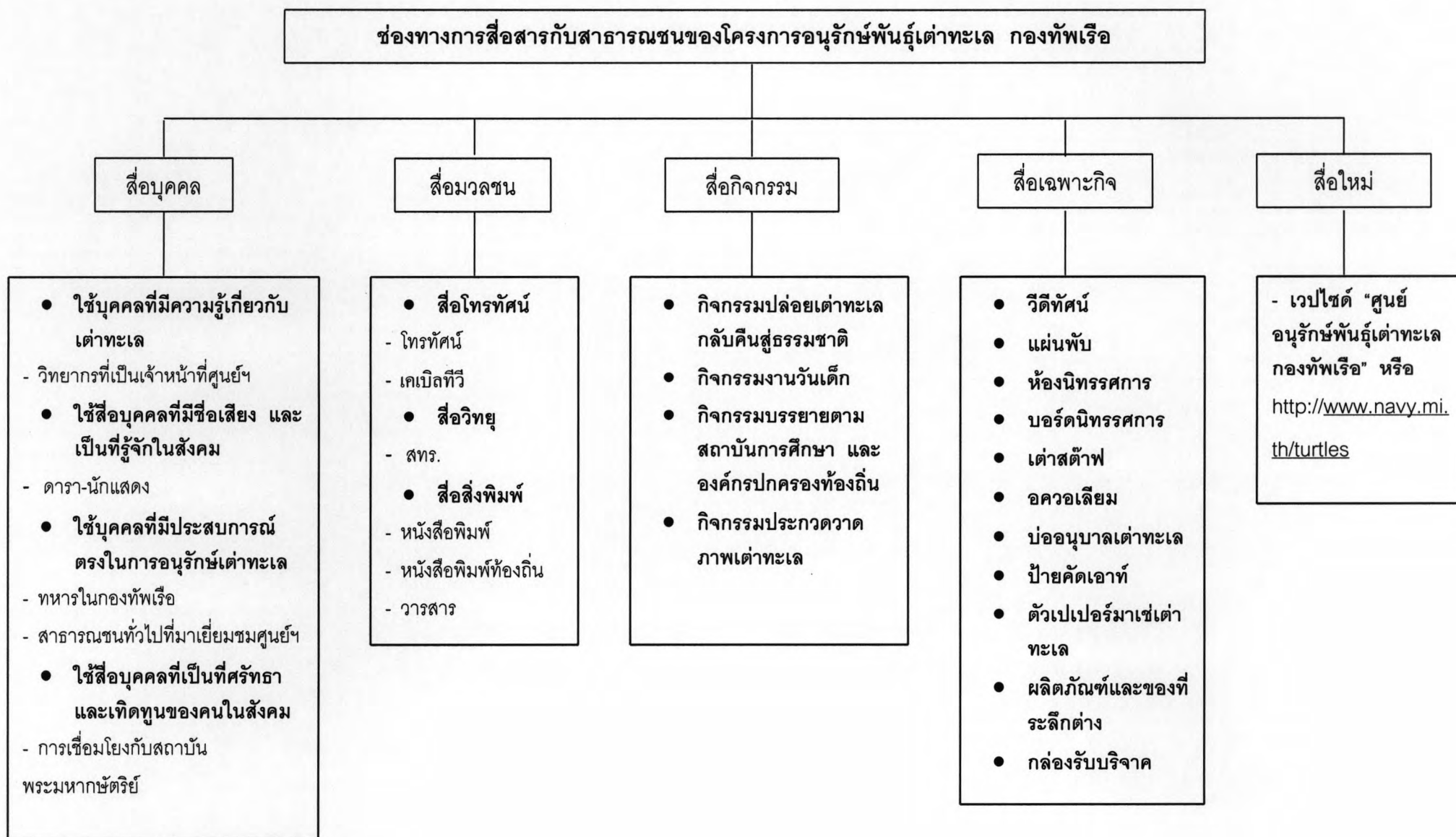
(วิไล บุญอ่อน, นักพัฒนาการท่องเที่ยว ฝ่ายการท่องเที่ยวเมืองพัทยา, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

6. ช่องทางการสื่อสาร

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายได้เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างหลากหลาย เพื่อทำการเผยแพร่ข้อมูลในแต่ละประเด็นไปสู่สาธารณชน โดยการเลือกช่องทางการสื่อสารโครงการฯ และภาคีเครือข่ายจะพิจารณาประเด็นให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำพาสารไปสู่สาธารณชนได้อย่างทั่วถึง ซึ่งการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจะขอแยกนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ช่องทางการสื่อสารที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เลือกใช้สื่อสารกับสาธารณชน และช่องทางการสื่อสารที่ภาคีเครือข่ายเลือกใช้สื่อสารกับสาธารณชน

6.1 ช่องทางการสื่อสารกับสาธารณชนของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

แผนภาพที่ 46 ช่องทางการสื่อสารกับสาธารณชนของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ



6.1.1 การสื่อสารทางสื่อบุคคลจากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เลือกใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อกลางในการทำการสื่อสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ซึ่งสื่อบุคคลที่ทางโครงการฯ นำมาใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารนั้นมีหลายลักษณะ คือเป็นทั้งผู้บรรยายให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล เป็นผู้พูดชักชวน โน้มน้าวใจในการปลูกจิตสำนึกให้หันมาเห็นความสำคัญ และร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเล รวมถึงการปฏิบัติตัวเป็นต้นแบบที่ดีในการอนุรักษ์เต่าทะเล ดังนี้

- ใช้สื่อบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล

- วิทยากรที่เป็นเจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

จากผลการวิจัย พบว่า วิทยากรที่เป็นเจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นสื่อบุคคลที่โครงการฯ ได้มีการฝึกอบรมเรื่องของเต่าทะเลจนมีความรู้เป็นอย่างดี ประกอบกับวิทยากรเหล่านี้มีหน้าที่ในการเลี้ยงดูดูแลเต่าทะเล และได้สัมผัสกับเต่าทะเลอยู่ทุกวัน จึงสามารถทำการถ่ายทอดเนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเต่าทะเลไปสู่สาธารณชนทั่วไปที่มาเยี่ยมชมที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้อย่างอย่างราบรื่น และสามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกในการรัก ห่วงแหนเต่าทะเลได้ ประกอบความบ่อยครั้งในการบรรยายให้ความรู้ ทำให้วิทยากรมีประสบการณ์สูง จึงมีการทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อปรับเปลี่ยนเทคนิคการบรรยายให้ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

บางทีก็มีมุขที่จะแทรกเข้าไปด้วย เราต้องปรับเพราะเค้าคือเด็ก ก็จะมีมุขๆ ให้อ้อ แต่ถ้าเป็นผู้ใหญ่ก็จะเป็นเชิงวิชาการหน่อย ทำอย่างไรก็ได้ให้เค้าสนใจเรื่องที่เราพูดนะ ต้องปรับไปตามกลุ่มเป้าหมาย ถ้าเนื้อหาเชิงวิชาการคนก็จะหลับ จะเบื่อ เราจะแทรกมุขตลกมั้ง อ้อไรมั้ง แต่มันก็อยู่ในเนื้อหา”

(ร.ต. เสมา คันธ, เจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

นอกจากนี้ การสื่อสารในการบรรยายความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลจะเป็นการสื่อสารสองทางที่มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือ วิทยากร และผู้รับสาร คือ ผู้ฟัง ที่สามารถสลับเปลี่ยนบทบาทกันได้ จะช่วยให้วิทยากรสามารถทำการโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์เต่าทะเลได้ง่าย เนื่องจากวิทยากรสามารถใช้คำถามนำเพื่อให้ผู้ฟังเกิดการติดตามได้นอกจากนี้การถาม – ตอบยังสามารถวิเคราะห์ว่าผู้ฟังได้ว่าเขามีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเต่า

ทะเล ให้ความสำคัญในระดับใด เมื่อทราบความคิดพื้นฐานของผู้ฟังแล้ว วิทยากรก็สามารถทำการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้เขาเห็นความสำคัญของเต่าทะเลได้ง่ายขึ้น

“บรรยายกระตุ้นให้ผู้เข้ามาเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจรวมทั้งการซักถามปัญหา ถ้าเขาไม่ถามเราก็จะถามกลับ เพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บรรยายและผู้รับฟัง”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

• ใช้สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักในสังคม

- ดารา-นักแสดงปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดีในการอนุรักษ์เต่าทะเล

จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการนำเอา เจสัน ยัง ดารา-นักแสดง ที่มีชื่อเสียง ซึ่งขณะนั้นเป็นทหารเกณฑ์ในสังกัดกองทัพเรือ มาถ่ายทอดการปฏิบัติหน้าที่ในการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลของโครงการ ตั้งแต่การเก็บไข่เต่า การเพาะฟัก การนำมาอนุบาล การให้อาหาร การให้ยารักษาโรค ฯลฯ เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสาธารณชนในวิถีทัศน์เต่าทะเลที่โครงการฯ จะเปิดให้สาธารณชนได้รับชมก่อนการฟังกบรรยาย

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า โครงการฯ ได้มีการทาบทามดารา-นักแสดง ได้แก่ ตู๋-ธีรภัทร์ และ แอนนา-นาตาชา เปลี่ยนวิถี มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ในการปล่อยเต่าทะเล เพื่อดึงดูดให้สาธารณชนเข้ามามีกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกับกองทัพเรือ ทำให้ภายในงานมีสีสันน่าสนใจ และสื่อมวลชนสามารถไปนำเสนอข่าวได้อีกด้วย

“งานปล่อยเต่าครั้งที่แล้วเนี่ย ก็จะได้ดาราของช่อง 3 เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ตู๋-ธีรภัทร์ และแอนนา-นาตาชา เปลี่ยนวิถี มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ในการปล่อยเต่าทะเล เมื่อเราเน้นร่วมมือกับพันธมิตรแล้วเขาก็จะช่วยเรากระจายข่าวอีกที”

(น.ท. สถาพร วาจรัตน์, หัวหน้าสื่อสารและรักษาราชการฝ่ายกิจการพลเรือน, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

- **ใช้บุคคลที่มีประสบการณ์ตรงในการอนุรักษ์เต่าทะเล**

- **ทหารในกองทัพเรือ**

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการทำการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน เพื่อให้บุคลากรในกองทัพทราบว่าโครงการฯ มีการดำเนินงานอย่างไรบ้าง และมีการจัดกิจกรรมขึ้นเมื่อไหร่ ที่ไหน เพื่อใช้ทหารในกองทัพเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้นบอกต่อไปยังครอบครัว บุคคลที่รู้จัก ญาติสนิทมิตรสหาย เพื่อเชิญชวนให้บุคคลต่าง ๆ มาร่วมทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการฯ

- **สาธารณชนทั่วไปที่มาเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล**

กองทัพเรือ

นอกจากนี้สาธารณชนทั่วไปที่มาเยี่ยมชมที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และมีโอกาสได้เห็นการทำงานอนุรักษ์เต่าทะเลของโครงการฯ ได้สัมผัสกับเต่าทะเล และมีความรู้สึกประทับใจ จึงเป็นสื่อกลางในการทำการสื่อสารแบบบอกต่อ ๆ กันไปให้สาธารณชนทั่วไปได้รับรู้รับทราบ และอยากที่จะมาสัมผัสเยี่ยมชมที่ศูนย์ฯ บ้าง

“การบอกกันแบบปากต่อปาก อย่างโรงเรียนเองเนี่ยเวลาเค้ามาสัมมนาเค้าก็จะบอกกัน เป็นการที่เค้าช่วยประชาสัมพันธ์ให้เรา ผมไปดูที่นั่นมานะดีมากเลย มันช่วยได้เยอะ เด็กนักเรียนที่มาชมแล้วก็จะบอกต่อ ๆ ข้อมูลก็จะขยายไปในวงกว้าง”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

- **ใช้สื่อบุคคลที่เป็นที่ศรัทธา และเทิดทูนของคนในสังคม**

- **การเชื่อมโยงกับสถาบันพระมหากษัตริย์**

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า ภายในอควอเลียมที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ใช้จัดแสดงโชว์เต่าทะเลนั้น ทางโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการอัญเชิญพระบรมฉายาลักษณ์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงกำลังปล่อยเต่าทะเลมาติดไว้ภายในทางด้านทางเข้า ถ้าสาธารณชนที่มีโอกาสได้เข้ามาชมภายในอควอเลียมจะเห็นพระบรมฉายาลักษณ์ได้อย่างชัดเจน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพระองค์ทรงเป็นต้นแบบในการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์เต่า

ทะเล ทำให้สาธารณชนที่ได้ชมเกิดความตื่นต้น และอยากที่จะให้ความร่วมมือกับกองทัพเรือ อนุรักษ์เต่าทะเลต่อไป

6.1.2 การสื่อสารทางสื่อมวลชน

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการนำสื่อมวลชน มาใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารกับสาธารณชน ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อ สิ่งพิมพ์

• สื่อโทรทัศน์

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการใช้สื่อโทรทัศน์ ทั้งโทรทัศน์ช่องหลักที่ออกอากาศเผยแพร่ไปทั่วประเทศ และเคเบิลทีวี ที่ออกอากาศได้จำกัดใน เฉพาะพื้นที่ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี และพื้นที่ใกล้เคียง

- โทรทัศน์

เมื่อโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ ธรรมชาติ โครงการฯ ได้มีการเชิญสื่อมวลชนที่เป็นสื่อโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ อาทิ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง ITV ฯลฯ มาร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล พร้อมทำข่าวเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ ให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบ ซึ่งข่าวที่ออกทางโทรทัศน์ส่วนมากจะเป็นภาพบรรยากาศภายใน กิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้น และออกอากาศหลังจากที่กิจกรรมได้เสร็จสิ้นแล้ว

“อย่างทีวีที่เราเชิญมาช่อง 11 ITV ช่อง 5 ช่อง 7 เวลาเราปล่อยเต่า เขาก็มาตลอด ครั้งก่อน 23 กันยายน 2550 ผบ.สอ.รฝ เป็นประธานก็มา ครั้งนี้ 16 ธันวาคม 2550 ผบ.ทร. ท่านเป็นเจ้าภาพก็มา แต่ส่วนใหญ่แล้วเขาก็มีทีวีในพื้นที่อย่างช่อง 7 ก็อยู่ที่เขายายดา เขาก็มา”

(น.อ. ชาญชัยยศ ชื่นเจริญทรัพย์, ผอ. ศูนย์ต่อสู้สู่อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

นอกจากการเชิญสื่อโทรทัศน์มาร่วมกิจกรรม และทำข่าวแล้ว ทางกองทัพเรือยังได้มีการ นำข้อมูลโครงการประกอบด้วย การดำเนินงานโครงการ กิจกรรมโครงการ ฯลฯ มาจัดทำใน รูปแบบสารคดีส่งไปตามสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เพื่อขอสนับสนุนออกอากาศเผยแพร่ให้ สาธารณชนทราบ

“เรื่องของโทรทัศน์ อันนี้เราไม่มีเป็นของตัวเอง เพราะฉะนั้นมันก็ยาก แต่ก็พยายามทำเป็นสารคดี แล้วก็ขอเวลาตามช่องต่าง ๆ ให้เขาออกให้”

(พล.ร.ต. เจริญฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

- เคเบิลทีวี

สำหรับสื่อโทรทัศน์เคเบิลทีวีที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้ใช้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมโครงการฯ ไปสู่ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งมี 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท ฟลิท เน็ตเวิร์ค จำกัด ที่ใช้สัญญาณ true vision สามารถออกอากาศได้ครอบคลุมพื้นที่ทหารทั้งหมด และบริษัท พี เคเบิลทีวี จำกัด ที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่เขตทหาร และบริเวณข้างนอกด้วย เนื่องจากเคเบิลทีวีเป็นของเอกชน แต่มาสัมปทานพื้นที่ในเขตกองทัพเรือ เมื่อโครงการฯ มีการจัดกิจกรรมขึ้นจึงได้มีขอสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมโครงการฯ ไปสู่ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งในการเผยแพร่ข่าวจากเคเบิลทีวี จะมีการเชิญชวนประชาชนมาร่วมกิจกรรมคือ เผยแพร่ก่อนการจัดกิจกรรมโครงการฯ และเผยแพร่ภาพบรรยากาศภายหลังจากการจัดกิจกรรมที่โครงการฯ ในหลากหลายรูปแบบ

“มวลชนพื้นที่เรายึดหมด สอ.รฝ มีการผลิตข่าวประจำวันของหน่วยออกเผยแพร่ คือ พี เป็นผู้ประกาศ มีตัววิ่ง มีภาพ และเสียง มีสไลด์ประชาสัมพันธ์ powerpoint ภาพนิ่ง แล้วก็ีบทความถึงสารคดีด้วย เราจะแทรกข้อมูลเกี่ยวกับเต่าทะเลทุกครั้ง ทุกกิจกรรม เช่น ท้ายข่าวเนื่องจากเราเป็นผู้ประกาศข่าวเอง เมื่อมีคนสงสัยก็สามารถโทรถามได้โดยตรง โดยมีเบอร์มีือถือโชว์หน้าจอทีวี”

(น.ต.หญิง พัชรี ศิริมาก, นายทหารประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการพลเรือน สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2551)

• สื่อวิทยุ

เป็นสื่อที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ใช้ในการเผยแพร่เชิญชวนสาธารณชนให้ทราบว่าโครงการฯ จัดกิจกรรมขึ้นเมื่อไหร่ ที่ไหน อย่างไร และเชิญชวนให้สาธารณชนมาร่วมกิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้น ซึ่งทางโครงการฯ จะเขียนในลักษณะข่าวประกาศและบทความ แล้วส่งให้สถานีวิทยุ สท. ทำการเผยแพร่ข้อมูลไปสู่สาธารณชน

“ใช้เนื้อหาสาระเหล่านี้กระจายเสียงในช่วงที่เราเป็นเจ้าของเวลา แล้วก็จัดทำบทความออกกระจายเสียงวิทยุไปทางสท.”

(พล.ร.ต. เจริญฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

“เมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา มีการปล่อยเต่าทะเลเฉลิมพระเกียรติ ทางสถานีวิทยุกี้ออกข่าวให้ บอกวัน เวลา สถานที่ในการปล่อยเต่า มีใครมาบ้าง ฯลฯ ข่าวส่วนใหญ่จะพูดออกอากาศให้ในเวลาราชการ คือตั้งแต่ 11.30-12.00 น.และอีกช่วงเวลาหนึ่งคือ 18.00-18.30 น. ในรายการร่วมเครือนาวิ คลื่นลูกใหม่ นาวิสัมพันธ์”

(น.อ. สมบูรณ์ วิวรรณนาวิน, หัวหน้าสถานีวิทยุกี้อ. 5 พัทยา 104.75 MHz, สัมภาษณ์ 15 มกราคม 2551)

● สื่อสิ่งพิมพ์

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินโครงการฯ และกิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้นผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วารสาร

“เราจะทำเป็นรูปสารคดีลงหนังสือพิมพ์ ลงวารสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เราจะสามารถ approach เข้าไปได้”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

- หนังสือพิมพ์

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า ส่วนใหญ่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปสู่สาธารณชน โดยเขียนเป็นสก็๊ปข่าว (Scoop) ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บรรยายใต้ภาพ (Caption) เดินเรื่องด้วยภาพ (Photo Release) ส่งข่าวไปตามหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์มติชน ฯลฯ เพื่อขอสนับสนุนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของโครงการ

- หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า ในส่วนของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะมีการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่จะเป็นเดินเรื่องด้วยภาพ (Photo Release) และสก็๊ปข่าว (Scoop) เนื่องจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีพื้นที่หน้าข่าวที่สามารถนำเสนอได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย หนังสือพิมพ์สื่อตะวันออก

- วารสาร

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะนำเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ และกิจกรรมโครงการฯ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบรรยายใต้ภาพ (Caption) และเดินเรื่องด้วยภาพ (Photo Release) ผ่านวารสารภายในของกองทัพเรือเอง เช่น นิตยสารกระดุกู ซึ่ง เป็นนิตยสารรายเดือนของกองเรือยุทธการ นิตยสารนาวิกศาสตร์ และ ข่าวสารนาวี ซึ่งเป็นนิตยสารรายเดือนที่แจกไปทั่วกองทัพเรือ และเขียนเป็นบทความ สกู๊ปข่าว (Scoop) วาไรตี้ (Variety) ลงในหนังสือทัพหลวง

6.1.3 การสื่อสารทางสื่อกิจกรรม

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการเผยแพร่ให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเล และทำการปลูกฝังให้สาธารณชนหันมาเห็นความสำคัญของเต่าทะเล จนกระทั่งให้ความร่วมมือกับโครงการในการอนุรักษ์เต่าทะเลผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการฯ จัดขึ้น เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล และดึงให้สาธารณชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลกับโครงการ

• กิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ

กิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ เป็นกิจกรรมที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องในวันสำคัญต่าง ๆ อาทิ วันเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และวันเฉลิมพระชนมพรรษาของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยมุ่งหวังที่จะให้กิจกรรมนี้เป็นสื่อกลางในการให้สาธารณชนได้มีโอกาสในการมาสัมผัสเต่าทะเลอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะส่งผลต่อการปลูกฝังจิตสำนึกให้สาธารณชนเห็นความสำคัญของเต่าทะเลโดยผ่านการกระทำ

“พอเขาได้มาเห็น ได้มาปล่อยเต่าทะเล เขาก็จะให้ความร่วมมือ เพราะล่ำฟังแค่ดูทีวี ฟังวิทยุ เขาก็จะฟังแบบผ่าน ๆ แต่ถ้าเขาได้ไปจับต้อง ไปเห็นเขาก็จะเออ เห็นว่าเราทำอย่างจริงจัง แล้วก็มีคุณค่า”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญส่ง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

• กิจกรรมงานวันเด็ก

จากผลการวิจัย พบว่า กิจกรรมงานวันเด็กเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดขึ้น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลกับเด็ก และเยาวชนในพื้นที่ต่าง ๆ ที่กองทัพเรือได้นำอาวุธยุทโธปกรณ์ไปจัดแสดงโชว์ ซึ่งก็ได้นำเอาบอร์ดนิทรรศการเต่าทะเลไปจัดแสดงโชว์ภายในงาน พร้อมนำวิทยากรไปคอยบรรยายให้ความรู้กับเด็กและเยาวชนด้วย

ซึ่งผู้วิจัย พบว่า การนำเอาบอร์ดนิทรรศการเต่าทะเลไปจัดแสดงโชว์ในกิจกรรมงานวันเด็กนั้น โครงการต้องการสอดแทรกเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลให้เด็กเยาวชนได้ทราบว่า ขณะนี้โครงการกำลังทำการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ และเมื่อเด็กและเยาวชนเห็น และได้สัมผัสกับเต่าทะเล วิทยากรก็จะได้นำให้เด็กเห็นความสำคัญ และให้ความร่วมมือกับโครงการฯ อนุรักษ์เต่าทะเล

“เราไปจัดนิทรรศการเกี่ยวกับเต่าทะเลในพื้นที่ ทร. จัด ทั้งเต่าสตีฟ และเต่าเป็น ๆ เพื่อให้ประชาชนหรือเยาวชนได้เห็นลูกเต่า ตัวเต่า แล้วก็ได้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่า โดยใช้วิทยากรทั้งหมดจากศูนย์เราเนี่ยไปเผยแพร่”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

“เป็นการจัดนิทรรศการนอกสถานที่ อาทิ โรงเรียนนายเรือ พัทยา ศาลาว่าการเมือง เป็นการนำข้อมูลข่าวสารในรูปของบอร์ดนิทรรศการไปจัดตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้แก่เด็กและเยาวชน ให้ได้มีโอกาสรู้จักเต่าทะเล และชี้นำให้ช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเลต่อไป”

(น.ต. ขจรยศ บุนศิริ , หัวหน้าเจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2551)

• กิจกรรมบรรยายตามสถาบันการศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

จากผลการวิจัย พบว่า การที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้จัดวิทยากรเดินทางไปบรรยายตามสถาบันการศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เนื่องจากโครงการฯ ต้องการกระจายความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่หน่วยงานอื่น ๆ ที่ให้ความสนใจ เพื่อที่จะได้มาช่วยกันทำการอนุรักษ์เต่าทะเล เพราะลำพังกองทัพเรือเพียงหน่วยงานเดียวไม่สามารถที่จะทำการอนุรักษ์เต่าทะเลให้รอดพ้นจากการสูญพันธุ์ได้ ฉะนั้นเมื่อหน่วยงานอื่น ๆ เห็นความสำคัญของเต่าทะเล โครงการจึงมีความยินดีที่จะส่งวิทยากรไปทำการบรรยายภายนอกสถานที่

“เมื่อเขาจัดการอบรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทั้งหมด เขาจะเชิญเราทุกครั้ง ทางศูนย์ก็จะจัดเจ้าหน้าที่ไปบรรยาย อาทิ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลานครินทร์ เทศบาลเมืองสตูล เทศบาลตำบลบางเสา เทศบาลเมืองศรีราชา”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

นอกจากนี้ที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ที่จังหวัดพังงายังได้มีการจัดกิจกรรมประกวดวาดภาพเต่าทะเล เพิ่มขึ้นมาภายในงานปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติด้วย เพื่อเป็นกิจกรรมเสริมที่สนับสนุนให้เยาวชนได้รู้จักคิด และสื่อออกมาให้คนอื่นได้รับรู้ผ่านภาพวาด ว่าเขามีความคิดเห็นเกี่ยวกับเต่าทะเล และการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างไร

● กิจกรรมประกวดวาดภาพเต่าทะเล

สำหรับกิจกรรมประกวดวาดภาพเต่าทะเล เป็นกิจกรรมที่จัดเพิ่มขึ้นมาสำหรับเด็ก และเยาวชนภายในงานปล่อยเต่าทะเลที่จังหวัดพังงา ซึ่งเป็นการจัดประกวดวาดภาพเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลภายในเวลาประมาณ 3 ชั่วโมง โดยแบ่งออกเป็นเด็กระดับประถมศึกษาตอนต้น ประถมศึกษาตอนปลาย และระดับมัธยมศึกษา ให้วาดภาพตามหัวข้อที่กำหนดให้

“การประกวดวาดภาพ ทำให้เด็กเกิดจินตภาพเกี่ยวกับเต่าทะเล และการอนุรักษ์เต่าทะเล มันต้องคิดลึกซึ้งนะ ถึงจะวาดออกมาเป็นภาพได้ เราไปดึงผู้ใหญ่กลับมาค่อนข้างลำบาก เพราะฉะนั้นเราเอาที่เด็กเนี่ยไปดึงพ่อแม่ ไปดึงครอบครัวให้มาอนุรักษ์”

(น.อ.วินัย กล่อมอินทร์, รองเจ้ากรมจเรทหารเรือ, สัมภาษณ์ 30 มกราคม 2551)

6.1.4 การสื่อสารทางสื่อเฉพาะกิจ

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการนำสื่อเฉพาะกิจที่มีความหลากหลายมาใช้เพื่อเป็นสื่อกลางในการนำเสนอสารในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเนื้อหาสารที่เกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องเต่าทะเล ประวัติความเป็นมาของโครงการฯ การดำเนินงานของโครงการฯ แก่สาธารณชนจะใช้สื่อวีดิทัศน์ ห้องนิทรรศการ บอร์ดนิทรรศการ

• วิดีทัศน์

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า สื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ผลิตขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ให้ความรู้ในเรื่องความเป็นมาของศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กำเนิดของเต่าทะเล วงจรชีวิตของมัน การดำเนินงานของโครงการฯ จากการดำเนินงานของโครงการฯ ก่อให้เกิดประโยชน์กับเต่าได้อย่างไรบ้าง โดยมีความยาวประมาณ 12 นาที ซึ่งรูปแบบรายการในสื่อวีดิทัศน์จะเป็นการนำเสนอในลักษณะการเล่าให้ฟังผ่านเสียงเต่าทะเล มีตัวการ์ตูนเต่าทะเลพูดคุย ทำให้เกิดความเพลิดเพลินเหมือนฟังนิทาน นอกจากนี้ยังมีการนำดารานักแสดง เจสัน ยัง ที่เป็นทหารเกณฑ์ในขณะนั้นมาเป็นพิธีกรทำหน้าที่ดูแลเต่าทะเลในสื่อวีดิทัศน์ด้วย

• แผ่นพับ

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการจัดทำแผ่นพับ เพื่อทำการแจกจ่ายไปยังสาธารณชนที่มาเยี่ยมชมโครงการฯ ซึ่งภายในแผ่นพับจะมีประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลของกองทัพเรือ วัตถุประสงค์ของโครงการฯ ขอบเขตความรับผิดชอบ การดำเนินงาน สถิติจำนวนไข่เต่าทะเล การพัฒนาศูนย์ฯ สาเหตุที่เต่าทะเลลดลง แนวทางการอนุรักษ์เต่าทะเล และวัน เวลา สถานที่เปิดให้เยี่ยมชมศูนย์ฯ

• ห้องนิทรรศการ

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า ห้องนิทรรศการเป็นห้องที่มีการจำลองหาดทรายที่มีเต่าทะเลขึ้นมาวางไข่ และมีการนำเอา การบริหารจัดการของโครงการฯ การร่วมมือกับภาคเอกชนในการอนุรักษ์เต่าทะเล กิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการฯ จัดขึ้น ความรู้ด้านกฎหมาย และความรู้ด้านชีววิทยาของเต่าทะเล

• บอร์ดนิทรรศการ

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า บอร์ดนิทรรศการเป็นบอร์ดที่สามารถนำไปจัดแสดงนิทรรศการเต่าทะเลตามสถานที่ต่าง ๆ ได้ ซึ่งบอร์ดนิทรรศการนี้จะประกอบไปด้วยข้อมูลที่คล้ายกับข้อมูลในห้องนิทรรศการ ที่เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของโครงการฯ ในการอนุรักษ์เต่าทะเล ความรู้เกี่ยวกับเรื่องงานอนุรักษ์เต่าทะเล วงจรชีวิตของเต่าทะเล ฯลฯ

นอกจากนี้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ยังมีสื่อเฉพาะกิจที่เป็นสื่อกลางให้สาธารณชนได้เห็นเต่าทะเลตัวจริงว่าเต่าทะเลมีรูปร่างลักษณะเป็นอย่างไร และมีโอกาสได้สัมผัสเต่าทะเลอย่างใกล้ชิด อาทิ เต่าสตัฟ อควอเลียม และบ่ออนุบาลเต่าทะเล

• เต่าสตัฟ

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า เต่าสตัฟที่ทางโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำมาใช้เป็นสื่อเฉพาะกิจนั้น ทางโครงการฯ จะตั้งไว้ที่ห้องนิทรรศการ และเมื่อมีการไปบรรยายนอกสถานที่โครงการฯ จะนำเต่าสตัฟไปจัดแสดงประกอบการบรรยายด้วย เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้เห็นภาพว่าเต่าทะเลจริง ๆ เป็นอย่างไร จะได้เกิดความเข้าใจ และรู้จักเต่าทะเลมากยิ่งขึ้น

• อควอเลียม

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า อควอเลียมเป็นห้องปรับอากาศที่มีตู้แสดงเต่าทะเล ซึ่งภายในอควอเลียมจะมีการแบ่ง section ทั้งหมดออกเป็น 6 ตู้เล็ก ซึ่งแต่ละตู้จะมีการจัดแสดงเต่าทะเลอายุตั้งแต่แรกเกิด - 2 ปี โดยตู้โชว์เต่าทะเลด้านหน้าจะเป็นเต่าทะเลตัวเล็ก ๆ ส่วนเต่าทะเลตัวใหญ่ ๆ จะมีตู้จัดแสดงโชว์เต่าทะเลทางด้านหลัง

• บ่ออนุบาลเต่าทะเล

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า บ่ออนุบาลเต่าทะเลจะมีทั้งหมด 4 โรง โดยแต่ละโรงจะแบ่งตามช่วงอายุของเต่าทะเล เช่น ลูกเต่าทะเลอายุ 1 เดือนอยู่โรงที่ 1 เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการแยกชนิดของเต่าทะเลโดยเต่ากระจะอยู่บ่อหนึ่ง และเต่าตะนุจะอยู่อีกบ่อหนึ่ง

สำหรับสื่อเฉพาะกิจที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ ได้แก่ ป้ายคัดเอาท์

• ป้ายคัดเอาท์

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการนำเอาป้ายคัดเอาท์มาใช้บอกข้อมูลกิจกรรมที่โครงการฯ จะจัดขึ้น อาทิ วัน เวลา สถานที่ในการทำกิจกรรม

โดยป้ายคัดเอาที่จะฝากวางในพื้นที่ลัดทึบ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลไปสู่สาธารณชนทั่วไปในมารวมกิจกรรมกับโครงการ

นอกจากนี้โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ยังมีสื่อเฉพาะกิจที่สาธารณชนทั่วไปที่ทำให้สาธารณชนเห็นแล้วระลึกถึงเต่าทะเลขึ้นมา ได้แก่ ตัวเปเปอร์มาเซ่เต่าทะเล ผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกต่าง ๆ ที่เป็นรูปเต่าทะเล

• ตัวเปเปอร์มาเซ่เต่าทะเล

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า ตัวเปเปอร์มาเซ่เต่าทะเล เป็นสื่อเฉพาะกิจที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำเอาวัสดุอุปกรณ์มาทำเป็นเต่าทะเล สามารถนำสีอะครีลิกเข้าไป แล้วถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึกได้ ซึ่งสื่อเฉพาะกิจนี้ได้รับความสนใจจากเด็ก ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งโครงการฯ จะนำสื่อนี้ไปจัดนิทรรศการด้วย เพื่อดึงดูดความสนใจจากเด็ก ๆ

• ผลิตภัณฑ์ และของที่ระลึกต่าง ๆ

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการจัดทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบของพวงกุญแจเต่าทะเล ตุ๊กตาเต่าทะเล เผยแพร่และขายให้แก่ผู้ที่มาเยี่ยมชมศูนย์ และสถานที่ต่าง ๆ ที่โครงการ ไปจัดงาน

• กล่องรับบริจาค

จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะมีการนำเอากล่องรับบริจาคค่าอาหารเต่าทะเลไปวางไว้ตามจุดต่าง ๆ ที่สาธารณชนสามารถมองเห็นได้ง่ายเมื่อมาเยี่ยมชมที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อาทิ วางไว้หน้าประตูทางเข้าห้องนิทรรศการ วางไว้ตรงทางเดินก่อนไปถึงบ่ออนุบาลเต่าทะเล หรือเมื่อมีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ทางโครงการฯ จะนำกล่องรับบริจาคนี้ไปวางไว้ภายในงานด้วย เพื่อให้สาธารณชนที่สนใจที่จะให้การสนับสนุนโครงการด้วยเงินตรา มีสื่อกลางในการรับเงินบริจาค

6.1.5 การสื่อสารทางสื่อใหม่

- เว็บไซต์ “ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ”

<http://www.navy.mi.th/turtles>

จากผลการวิจัย พบว่า สาธารณชนในยุคปัจจุบันนิยมที่จะทำการสืบค้นข้อมูลจากสื่อสมัยใหม่ เนื่องจากการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และประหยัดระยะเวลาในการเดินทาง โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือจึงได้มีการจัดทำเว็บไซต์ของศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ <http://www.navy.mi.th/turtles> เพื่อเป็นอีกช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่ทำให้สาธารณชนได้รับรู้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมโครงการฯ และการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งภายในเว็บไซต์ ประกอบด้วยประวัติความเป็นมาของศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเต่าทะเล ชีววิทยาของเต่าทะเล การวิจัยและการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานของศูนย์ฯ การเพาะฟักและอนุบาลเต่าทะเล สาเหตุที่เต่าทะเลลดลง เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับเต่าทะเล จำนวนผู้เยี่ยมชมศูนย์ฯ ภาพกิจกรรมโครงการ

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการจัดขึ้นในเว็บไซต์ของกองทัพเรือ ที่เสี่ยงตามสายทหารเรือ ซึ่งจะเป็นข้อมูลข่าวสารที่เป็นเนื้อข่าว และบทความ

6.2 ช่องทางการสื่อสารที่ภาคีเครือข่ายใช้สื่อสารกับสาธารณชน

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายได้มีการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลกับสาธารณชนผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ภาคีเครือข่ายเหล่านั้นสามารถใช้เป็นช่องทางในการนำพาสารในประเด็นต่าง ๆ ไปสู่สาธารณชนได้อย่างทั่วถึง ซึ่งแต่ละภาคีเครือข่ายก็จะมีช่องทางการสื่อสาร มีสัมพันธภาพที่ดี และมีการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทแตกต่างกัน ประกอบกับภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีทั้งภาคีเครือข่ายหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ดังนั้น การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารของภาคีเครือข่ายจึงมีความหลากหลาย ซึ่งจะช่วยให้สารไปถึงสาธารณชนได้ในวงกว้าง

แผนภาพที่ 47 ช่องทางการสื่อสารกับสาธารณชนของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ



6.2.1 การสื่อสารทางสื่อบุคคล

- ใช้สื่อบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล

- วิทยากร

จากผลการวิจัย พบว่า มีภาคีเครือข่าย สยาม โอเชียน เวิร์ล และ Underwater World ได้นำสื่อบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลมาทำหน้าที่เป็นวิทยากรคอยบรรยาย ให้ข้อมูลกับสาธารณชนทั่วไปที่มาเยี่ยมชมเต่าทะเล เนื่องจากทั้งสยาม โอเชียน เวิร์ล และ Underwater World เป็นองค์กรเอกชนที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุทยานสัตว์น้ำ และอควอเลียม และได้ขอสนับสนุนเต่าทะเลจากโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไปจัดแสดงโชว์ จึงมีเด็กเยาวชน ประชาชนทั่วไป รวมถึงนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเข้ามาเที่ยวในสถานที่ดังกล่าว

ซึ่งการที่ทั้ง 2 ภาคีเครือข่ายมีการจัดวิทยากรคอยบรรยาย จะทำให้ผู้ชมได้รับความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลไปพร้อม ๆ กับการได้ดูเต่าทะเลอย่างใกล้ชิด ซึ่งในขณะที่เพลิดเพลินกับการชมวิทยากรจะพูดสอดแทรกให้สาธารณชนเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของเต่าทะเล นอกจากนี้ถ้าผู้ใดมีคำถามหรือข้อสงสัย สามารถสอบถามจากวิทยากรได้ทันที ซึ่งสื่อบุคคลถือว่าเป็นสื่อที่มีทั้งให้ความรู้ และสามารถปลูกจิตสำนึกของสาธารณชนให้เห็นความสำคัญของเต่าทะเลได้

“วิทยากรก็จะเล่าให้ฟังกลุ่มเด็กนักเรียนฟัง ก็จะมีการอธิบายแล้วพาเดินไปชม มีอธิบายหมดแหละว่า เต่านี้มันคือเต่าอะไร ในธรรมชาติมันเป็นยังไง เต่าที่นี้เราเอามาจากไหน ให้อะไรเป็นอาหาร เลี้ยงมาตั้งกี่ปีแล้ว แล้วเต่าทะเลเป็นสัตว์คุ้มครอง หายาก ทำไมมันถึงคุ้มครอง”

(ดร. ยิ่งชล, ผู้จัดการสวนดูแลสัตว์น้ำ Underwater World, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2551)

- ใช้สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักในสังคม

- ดารา-นักแสดงเป็นผู้ดำเนินรายการ

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายได้นำดารา - นักแสดงมาทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ที่เข้ามาเผยแพร่การดำเนินงาน และกิจกรรมของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อดึงดูดความสนใจของเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปให้หันกลับมาฟัง มารับรู้สิ่งที่ดารา - นักแสดงเหล่านั้นกำลังช่วยกันบูรณรังคิ์ในทุกคนหันมาช่วยกันให้ความร่วมมือ

อนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งนับวันจะยิ่งลดจำนวนลงเรื่อย ๆ จนเกือบสูญพันธุ์ ทั้งยังเป็นต้นแบบที่ดีให้เด็กเยาวชนปฏิบัติตาม อาทิ ฟีดิก - เจษฎาภรณ์ ผลดี พี่เอ๊ะ - กิรติ เทพธัญญ์

“รายการ Navigator เป็นรายการผจญภัยที่จะนำพาทุกท่านไปในสถานที่ต่าง ๆ ในอีกมุมมองหนึ่งโดยผ่านฟีดิก - เจษฎาภรณ์ ผลดี ที่เป็นดารานักแสดง เป็นผู้ดำเนินรายการ โดยจะสอดแทรกเนื้อหาสาระการอนุรักษ์ธรรมชาติโดยเน้นไปที่ “ให้น้อง ๆ เยาวชนมีหัวใจเป็นนักอนุรักษ์”

(เจษฎาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

- ดารา-นักแสดงเป็นพรีเซ็นเตอร์ภายในงาน

จากผลการวิจัย พบว่า ในการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลแต่ละครั้ง ภาคีเครือข่ายได้พยายามนำเอาดารา - นักแสดงมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ภายในงานด้วย เพื่อดึงดูดความสนใจให้สาธารณชนมาร่วมงานกันมาก ๆ อาทิ “งานปลาสวยน้ำใจใส” ที่ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์จัดขึ้นและได้นำเอาเต่าทะเล นิทรรศการเต่าทะเลมาจัดแสดงภายในงานเพื่อเผยแพร่ความรู้ และให้สาธารณชนได้สัมผัสกับเต่าทะเล พร้อมทั้งได้เชิญรณเมล์ - คะนิงนิจ และอ้วน - รังสิต มาร่วมงานซึ่งดารา-นักแสดงนอกจากจะดึงดูดคนให้มาร่วมงานได้แล้ว ยังทำให้สื่อมวลชนสามารถนำไปเสนอข่าวได้

“อย่างในงานก็มีดารามานะ งานปลาสวยน้ำใจใสที่เราจัดครั้งแรกเนี่ย เราไม่แน่ใจว่าคนจะมางานเราเยอะแค่ไหน เราก็เลยเชิญดารามาด้วย ก็มีเชิญรณเมล์กับอ้วนมา พอคนเห็นดารามาจะได้มากันเยอะ ๆ”

(ไอฟาร์ นุรักษ์เข, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

• ใช้สื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด ทักษะ และพฤติกรรม

- ครู

จากผลการวิจัย พบว่า บางภาคีเครือข่าย อาทิ เทศบาลเมืองศรีราชา และโรงเรียนจุลเสมิติ ใช้ครูเป็นสื่อกลางในการสอดแทรกข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลไปสู่เด็กและเยาวชน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษานี้ ครูจะเป็นบุคคลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิด ทักษะ และพฤติกรรมของเด็ก เพราะในชีวิตประจำวันปกติครูก็คอยให้ความรู้อยู่ตลอด เมื่อครู

พูดจะทำให้เด็กจะเชื่อฟังและปฏิบัติตาม ซึ่งครูจะคอยพำสอนแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์เสมอ เมื่อครูพูดให้เด็กฟัง สอนให้เด็กคิด ให้ช่วยกันอนุรักษ์แต่ทะเล เด็กจึงเชื่อ และปฏิบัติตามโดยง่าย

“เอาไปเข้ากับกิจกรรมของนักเรียนลูกเสือ-เนตนารีที่มีอยู่แล้ว ก็มันมีวิชาในการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น การเดินทางไกล เมื่อมาถึงเกาะลอย ครูก็จะอธิบายว่าทางด้านขวาเป็นศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล มีอะไรบ้าง ทำอะไร เพื่อให้เด็กเกิดความรู้ไปด้วย”

(อาทิตย์ ชาติโย, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

“พี่จะสอนให้เด็กสามารถบอกปัญหาการอนุรักษ์ของท้องถิ่นของตัวเองคืออะไร การอนุรักษ์ที่ดีทำยังไง ในสภาพที่เขาเป็นเด็กอย่างนี้สามารถทำอะไรได้บ้าง เขาจะช่วยแก้ปัญหาอย่างไร”

(กฤษณา ไฉสุวรรณ, ครู คศ. 3 รร. จุกเสม็ด, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

- กลุ่มกรรมการชุมชน

จากผลการวิจัย พบว่า ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนในพื้นที่ ภาคีเครือข่ายที่เป็นองค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่นมักใช้สื่อบุคคลที่เป็นกรรมการชุมชน เป็นผู้นำชุมชนมาเป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับชาวบ้าน เนื่องจากสื่อบุคคลเหล่านี้มีความใกล้ชิดสนิทสนม และรู้จักกับชาวบ้านมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว กรรมการชุมชนจึงมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น และพฤติกรรมของชาวบ้าน เมื่อกรรมการชุมชนเหล่านี้พูด แนะนำอะไร ชาวบ้านจะเชื่อและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตาม เป็นการสื่อสารแบบบอกปากต่อปากจากกรรมการชุมชนไปสู่ชาวบ้าน ซึ่งองค์การการปกครองส่วนท้องถิ่นจึงนิยมมีกลุ่มกรรมการชุมชนใช้เป็นสื่อกลางในการชี้แจง ให้ความรู้ และขอความร่วมมือกับชาวบ้านในการอนุรักษ์แต่ทะเล รวมถึงเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ เพื่อเชิญชวนให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วย

“เราจะมีเวทีประชาคม จะจัดในชุมชน แล้วจะมีกลุ่มกรรมการชุมชนที่อยู่ในพื้นที่เป็นตัวเชื่อมข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน จะมีกลุ่ม อสม. กลุ่มผู้สูงอายุ คือทุกเดือนเราจะมีการประชุม อสม. ว่าเดือนนี้เราจะมีกิจกรรมพื้นที่ ให้เขาประชาสัมพันธ์กับชาวบ้านให้เรา เราจะมีกิจกรรมอย่างนี้มาร่วมงานนะ เช่น โครงการเทศบาลเคลื่อนที่ที่ สอ.รฟ. เอานิทรรศการเต่ามาจัดโชว์ด้วย”

(อ้อย ปลืเจริญ, ผอ. กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองสัตหีบ, สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

6.2.2 การสื่อสารทางสื่อมวลชน

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายมีการนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ในการเผยแพร่การดำเนินงาน และกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลที่ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุเต่าทะเล กองทัพเรือร่วมกันจัดขึ้น เพื่อเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รับรู้รับทราบ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ไปตามสื่อมวลชนต่าง ๆ จะแพร่กระจายไปสู่สาธารณชนในวงกว้าง และครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว สาธารณชนจะรับรู้รับทราบข้อมูลอย่างพร้อมเพรียงกัน

• สื่อโทรทัศน์

- โทรทัศน์

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายจะนำสื่อโทรทัศน์มาเป็นสื่อกลางในการนำเสนอสารไปสู่ประชาชน ซึ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารออกอากาศจะมี 2 ลักษณะคือ ออกในรายการโทรทัศน์ที่ภาคีเครือข่ายเป็นเจ้าของรายการ เช่น รายการ Navigator รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ และรายการสำรวจธรรมชาติ ON THE WORLD รายการออกได้ โชน ซึ่งเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์นั้นส่วนใหญ่จะเป็นภารกิจดำเนินงานของโครงการอนุรักษ์พันธุเต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปรู้ว่าโครงการฯ ทำการอนุรักษ์เต่าทะเล ความรู้ด้านชีววิทยาของเต่าทะเล และปิดท้ายด้วยการเชิญชวนให้สาธารณชนหันมาร่วมมือกับโครงการฯ ทำการอนุรักษ์เต่าทะเล

การนำเสนอสารในอีกลักษณะคือ การขอสนับสนุนเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการจัดขึ้นเป็นครั้ง ๆ ไป ตามสื่อโทรทัศน์นี้จะป็นลักษณะภาพข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่โครงการฯ จัดขึ้นตามโทรทัศน์ช่องหลัก อาทิ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 ในช่วงข่าวภาคเบรก และนอกจากนี้ยังมีรายการทีวีที่ให้ความสนใจข่าวเกี่ยวกับเต่าทะเลที่ภาคีเครือข่ายหนังสือพิมพ์ได้เสนอข่าวไป โดยนำเอาไปพูดในรายการ อาทิ รายการเรื่องเล่าเช้านี้ ที่มีสรยุทธ สุทัศนะจินดา เป็นผู้ดำเนินรายการ พร้อมทั้งเชิญชวนให้สาธารณชนหันมาร่วมกันอนุรักษ์เต่าทะเล

“บ้านเราเต่าทะเลยังคงมีเหลืออีกน้อย แล้วก็อยากให้แบบว่า คนที่ชอบกินไข่เต่า หรือชอบสะสมอะไรเกี่ยวกับเต่าเนี่ย อยากรู้ให้เลิก ฟังกี่เลยสื่อผ่านรายการออกไปว่า อย่าทำร้ายเขาอะไรแบบนี้ด้วย”

(วินา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

“อย่างโทรทัศน์เราขออก ช่อง 3 5 7 9 ช่วงข่าวภาคเบรก ซึ่งบางที่เราก็ต้องหา กิจกรรมอะไรมาเสริมจะได้นำมาเป็นข่าว เช่น เอาเด็กมาเป็นกรู๊ปทัวร์ คือ ต้องให้เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ด, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

- เคเบิลทีวี

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายเทศบาลเมืองศรีราชา มีการเชิญนักข่าวท้องถิ่นใน ส่วนของเคเบิลทีวีมาทำข่าวกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลที่เทศบาลเมืองศรีราชา ร่วมกับโครงการอนุรักษ์ พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดขึ้นซึ่งภาพข่าวที่ออกไปจะเป็นลักษณะภาพข่าวกิจกรรมภายในงาน ที่เผยแพร่ไปให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอศรีราชา และพื้นที่ใกล้เคียงได้รับทราบ ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เพื่อให้ประชาชนทราบว่าเรามีการอนุรักษ์เต่าทะเลกันขึ้นในประเทศไทย ด้วย และประชาชนจำนวนมากก็ให้ความสนใจที่ไปเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้เทศบาลเมืองสัต หีบได้นำเอาเคเบิลทีวีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมอีกทางหนึ่งด้วย เพราะท่านรอง นายกเทศมนตรีเมืองสัตหีบเป็นเจ้าของพีเคเบิลที่เป็นสื่อในพื้นที่ การขอความร่วมมือในการเสนอ ข่าวประชาสัมพันธ์จึงได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

• สื่อวิทยุ

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายสยาม โอเชียน เวิร์ดได้มีการประชาสัมพันธ์ข่าว กิจกรรมการปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติเฉลิมพระเกียรติ ที่จะจัดขึ้นในวันที่ 16 ธันวาคม 2550 ผ่านทางสถานีวิทยุ Zeed FM 97.5 MHz เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้ทราบวัน เวลา สถานที่ในการจัดกิจกรรม และมาร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกับโครงการฯ

• สื่อสิ่งพิมพ์

- หนังสือพิมพ์

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายองค์กรสื่อมวลชนส่วนภูมิภาค จะมีการนำเสนอ ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลอย่างต่อเนื่อง และครอบคลุมในหลายประเด็น เพื่อให้ สาธารณชนได้รับรู้ในทุกแง่มุมของเต่าทะเล ทั้งประเด็นความรู้ทางด้านชีววิทยาของเต่าทะเล กฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล รวมถึงกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลที่โครงการฯ จัดขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ จะนำเสนอโดยเขียนเป็นสกู๊ปข่าว (Scoop) และวาไรตี้ (Variety) และที่สำคัญคือจะสอดแทรก

การปลูกฝังจิตสำนึกของสาธารณชนให้หันมาให้ความสำคัญกับเต่าทะเล และเชิญชวนให้ร่วมอนุรักษ์เต่าทะเลกัน ซึ่งพี่อ๊อด - พัชรพล ปานรักษ์ นักข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์จะเขียนข่าวเต่าทะเลให้อย่างต่อเนื่อง และส่งไปให้หนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ช่วยกันลงข่าวเต่าทะเล อาทิ "กองทัพเรือเชิญร่วมปล่อยเต่าทะเล พยุงเศรษฐกิจส่งออกกุ้งไทยคืนสู่ธรรมชาติเฉลิมพระเกียรติ" หนังสือพิมพ์บ้านเมือง และ "ทร.เชิญร่วมปล่อยเต่าทะเล พระเอกตัวจริงช่วยพยุงเศรษฐกิจ" หนังสือพิมพ์เอ็กซ์ - ไซท์ ไทยโพทย์ ฯลฯ

"วงโคจรชีวิตเต่าทะเลเนี่ย ทำมาหลายหนหลายเรื่องราว ทั้งการรอคอยแห่งวัฏจักรของมันทำไมเต่าตัวเดียวถึงได้ออกข่าวบ่อย เหมือนกับว่าเราจะเสนอเรื่องอะไรก็เป็นเรื่องเดียวไปเรื่องนี้เก็บไว้คราวอื่น เพราะมันยังน่าสนใจอยู่นะ เป็นองค์ประกอบ แล้วมันก็จะมาบรรจบกัน เช่น มันย้อนกลับมาอีกแล้วนะ คือ เต่าทะเลมันจะย้อนกลับมาวางไข่ที่เดิมที่ปล่อยไปเมื่อ 10-15 ปีที่แล้ว ยังมีอีก เต่าจะขึ้นมาไข่ 7-8 ครั้ง อะไรแบบนี้"

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า ภาศิเครือข่ายสยาม โอเชียน เวิร์ด และศูนย์การค้าเสรี เซ็นเตอร์ยังได้มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ภาศิเครือข่ายจัดร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไปยังหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ทั้งแบบบรรยายใต้ภาพ (Caption) ในหน้าข่าวสังคม โปรยข่าวก่อนมีการจัดกิจกรรมขึ้น และข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ซึ่งจะทำให้การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ทั้งก่อนการจัดงาน และหลังการจัดงาน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลได้มากที่สุด

- วารสาร

จากผลการวิจัย พบว่า ภาศิเครือข่ายเมื่อมาทำกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลร่วมกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ แล้วถ้าหน่วยงานนั้นมีวารสารภายในหน่วยงาน ก็จะนำข่าวกิจกรรม หรือการให้การสนับสนุนการอนุรักษ์เต่าทะเลลงในวารสารภายในของตนด้วย เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้พนักงานในองค์กรทราบ ซึ่งส่วนมากเป็นบรรยายใต้ภาพ (Caption) และเดินเรื่องด้วยภาพ (Photo Release) เพื่อให้เห็นภาพบรรยากาศกิจกรรมที่จัดขึ้น รวมถึงวารสารเหล่านี้ยังได้ถูกส่งไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ภายนอกด้วย จึงทำให้มีผู้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลมีจำนวนมาก อาทิ วารสารสำหรับเครือไทยออยล์ "อัคนี" เป็นวารสารรายเดือน และวารสารเทศบาลเมืองศรีราชา ที่ออกปีละ 3 ฉบับ ฯลฯ

นอกจากนี้ยังมีภาคีเครือข่ายสยาม โอเชียน เวิร์ล ได้ใช้วารสารเป็นสื่อกลางในการให้ ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลไปสู่เยาวชน ในลักษณะคอลัมภ์ (Column) เต่าทะเล โดยผ่าน วารสารสำนักการศึกษาที่จะจัดส่งไปให้โรงเรียนทุกโรงเรียน เป็นวารสารไตรมาสปีละ 3 ฉบับ

- จุดหมายข่าว

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายองค์การบริหารส่วนตำบลสตึก เมื่อโครงการ อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จัดกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลขึ้น องค์การบริหารส่วนตำบลสตึก จะนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านจดหมายข่าวเป็นสกู๊ปข่าว (Scoop) 2 หน้า A4 ในส่วน“ร่วม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ” หรือบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งจดหมายข่าวจะ ออกปีละ 3 ฉบับ แจกจ่ายไปให้ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่สตึก หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ในพื้นที่

6.2.3 การสื่อสารทางสื่อกิจกรรม

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายแต่ละภาคีมีจัดกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่าง หลากหลาย เพื่อเปิดโอกาสให้สาธารณชนทุกเพศ ทุกวัย และในทุก ๆ ที่ได้มีโอกาสเข้าร่วม กิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งภาคีเครือข่ายมีความหวังว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นนี้จะสามารถ ให้ทั้งความรู้ ปลูกจิตสำนึก และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเล ได้ โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นสร้างการมีส่วนร่วมของสาธารณชนในหลายระดับ ทั้งกิจกรรมที่ให้ สาธารณชนมาดู มาสัมผัส จนกระทั่งถึงกิจกรรมที่ให้สาธารณชนร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ไขปัญหา ในการอนุรักษ์เต่าทะเลด้วย

● กิจกรรมการจัดโชว์เต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า การนำเต่าทะเลที่เป็นเต่าตะนุ และเต่ากระมาจัดแสดงโชว์ในอุทธร ยานสัตว์น้ำ และอควอเลียมของภาคีเครือข่ายนั้น เป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารให้ สาธารณชนทั่วไปที่ไม่มีโอกาสได้มาเยี่ยมชม และสัมผัสเต่าทะเลที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้มีโอกาสเห็น และสัมผัสกับเต่าทะเลอย่างใกล้ชิด ซึ่งทำให้เขาเหล่านั้นเกิดความรู้อันว่าเต่าทะเลเป็นอย่างไร และเมื่อเขาได้ยินได้ฟังการรณรงค์ให้ร่วมกันอนุรักษ์เต่าทะเล เขาจะได้รับความรู้พื้นฐาน และหันมาให้ความสนใจอนุรักษ์เต่าทะเล

“ในภาพรวมทุกหน่วยงานก็พยายามจะส่งเสริมในเรื่องของการอนุรักษ์เต่าทะเลที่นี่ ถ้าเกิดว่าเราสามารถที่จะเป็นอีกที่หนึ่ง อีกหน่วยงานหนึ่ง มันก็จะเพิ่มให้คนได้สัมผัสเต่าทะเลมากขึ้น จะได้ปลูกฝังจิตสำนึกอะไรต่าง ๆ ได้เพิ่มขึ้น”

(ตรงค์ ยิ่งชล, ผู้จัดการส่วนดูแลสัตว์น้ำ Underwater World, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2551)

● กิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายเทศบาลเมืองศรีราชาได้มีการจัดกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ ซึ่งในปีนี้ได้เปลี่ยนสถานที่จากการปล่อยเต่าทะเลที่เกาะคราม อำเภอสัตหีบ มาเป็นเกาะล้าน เมืองพัทยา เพื่ออยากกระจายกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายมากขึ้น ในการมีโอกาสร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ ซึ่งกิจกรรมนี้สามารถทำให้ผู้ที่ได้มีโอกาสปล่อยเต่าทะเลออกจากมือตนเองเกิดความรู้สึกรัก และห่วงแหนเต่าทะเล ซึ่งเป็นสื่อกลางที่นำไปสู่การปลูกจิตสำนึกได้

“ต่อมาเราเปลี่ยนที่ปล่อยเต่า แทนที่ไปปล่อยในเขตทหารก็ไปปล่อยในแหล่งท่องเที่ยว ที่เกาะล้าน พัทยา ก็เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นความสำคัญและตระหนักถึงการอนุรักษ์เต่าทะเล”

(อาทิตย์ ขาซิว, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

● กิจกรรมการจัดนิทรรศการ

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ที่เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์เต่าทะเล เมื่อมีการจัดกิจกรรมที่สามารถนำเต่าทะเลไปจัดแสดงภายในงานได้ ก็จะเชิญชวนโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำเต่าทะเล นิทรรศการเต่าทะเล ของที่ระลึก วิทยากรบรรยาย ความรู้กล่องรับบริจาค ฯลฯ ไปจัดแสดงภายใน เพื่อเปิดโอกาสให้สาธารณชนได้มีโอกาสมาเห็น มาสัมผัสกับเต่าทะเล อาทิ “งานปลาสวยน้ำใจใส” ที่โครงการฯ ร่วมกับ ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ “โครงการเทศบาลเคลื่อนที่” ที่โครงการฯ ร่วมกับ เทศบาลเมืองสัตหีบ และการไปจัดนิทรรศการตามโรงเรียนต่าง ๆ ในต่างจังหวัด อาทิ จังหวัดปราจีนบุรี ของเทศบาลเมืองศรีราชา เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลให้เยาวชนทั่วไป

• การประชุมชุมชน

จากผลการวิจัย พบว่า ภาควิชาครีเอทีฟเทศบาลเมืองศรีราชาได้นำเอาการประชุมชุมชนที่จัดขึ้นเป็นประจำทุก ๆ เดือน มาเป็นสื่อกลางที่ให้เจ้าหน้าที่ของเทศบาลได้มีโอกาสไปพบปะพูดคุยกับชาวบ้าน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่าง ๆ อาทิ ความเป็นอยู่ของชาวบ้าน นอกจากนี้เมื่อคุยเรื่องทั่วไป ๆ แล้ว เจ้าหน้าที่เทศบาลยังได้สอดแทรกสาระที่เป็นการปลูกจิตสำนึกของชาวบ้าน บอกแนวทางในการปฏิบัติตนที่ถูกต้องในการอนุรักษ์เต่าทะเล เพื่อให้ชาวบ้านหันมาร่วมมือกันอนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งสื่อการประชุมชุมชนนี้ถือว่าเป็นสื่อที่ทำให้เทศบาลรับรู้ด้วยว่าชาวบ้านคิดอย่างไรกับการอนุรักษ์เต่าทะเล หรือมีความผูกพันกับเต่าทะเลมากน้อยเพียงใด ซึ่งชาวบ้านมีการตอบรับในการให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลเป็นอย่างดี ทั้งมีการเสนอแนะเทศบาลให้มีการปรับปรุงบ่อเต่า เพื่อให้เต่าทะเลอยู่อย่างสุขสบายด้วย

“เราจะสอดแทรกเรื่องเกี่ยวกับเต่าทะเลในการประชุมชุมชนประจำเดือน มีชาวบ้านมาร่วมประชุม ทั่วไป ๆ ก็จะมีสอดแทรกเรื่องการอนุรักษ์เต่าไปด้วย บอกโครงการต่าง ๆ ที่จะทำ บอกเต่ามันมีผลดี ผลเสียกับเราอย่างไร จะได้ช่วยกันอนุรักษ์”

(อาทิตย์ ชาติโย, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

• กิจกรรมสัปดาห์เต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า กิจกรรมสัปดาห์เต่าทะเลที่ภาควิชาครีเอทีฟโรงเรียนจุลเสมีดจัดขึ้นเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เด็กไปหาความรู้จากสถานที่อนุรักษ์เต่าทะเลจริง ๆ แล้วทำให้เด็กได้รับความรู้ นอกจากนั้นการนำความรู้ที่ได้มาสอนด้วยกระบวนการ 9 ขั้นตอนบูรณาการ ทำให้เด็กได้รู้จักคิดวิเคราะห์ และได้สร้างผลงานเกี่ยวกับเต่าทะเลของตนเองขึ้นมาใหม่ อาทิ เขียนนิทานเต่าทะเล ซึ่งจะทำให้เกิดการปลูกฝังจิตสำนึกเกี่ยวกับเต่าทะเลผ่านการคิด และการลงมือทำ

• การพาไปเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

จากผลการวิจัย พบว่า การที่ภาควิชาครีเอทีฟเทศบาลเมืองสัตหีบได้มีการจัดกิจกรรมพาเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ในพื้นที่ไปเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ทำให้บุคคลเหล่านั้นมีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลเพิ่มขึ้นมา เนื่องจากเทศบาลเมืองสัตหีบเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์เต่าทะเล และคิดว่าประชาชนในพื้นที่เป็นผู้ที่จะต้องสัมผัสกับเต่าทะเลโดยตรง ถ้าจัดกิจกรรมพาเขาไปที่ศูนย์ฯ เขาจะได้ความรู้ เพราะที่ศูนย์ฯ ให้ความรู้หมดทั้งชีววิทยาเกี่ยวกับเต่า

ทะเล กฎหมายเต่าทะเล และแนวทางในการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล คือ เมื่อถ้าเขาได้ประสบพบเจอเต่าทะเล จะทำให้เขาปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง

“คือเรามองว่าถ้าไม่ปลุกฝังตั้งแต่เด็ก ๆ มาปลุกฝังตอนเป็นผู้ใหญ่ โตขึ้นมาเขาจะไม่มีความรู้เลย เราจึงมองว่าในขณะที่เราทำเรื่องผู้ใหญ่ ควรส่งเสริมเยาวชนควบคู่ไปด้วย ที่ต่างประเทศนะ คำจะให้เด็กไปเรียนรู้จากสถานที่จริง การที่คุณเรียนอยู่แต่ในรั้วโรงเรียนก็จะมองไม่เห็นภาพ”

(อ้อย ปลื้เจริญ, ผอ. กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองสัตหีบ, สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

6.2.4 การสื่อสารทางสื่อเฉพาะกิจ

จากผลการวิจัย พบว่า เมื่อภาคีเครือข่ายที่มาร่วมมือกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มาจากหลากหลายหน่วยงาน ฉะนั้นการออกแบบ และการเลือกใช้สื่อเฉพาะกิจก็จะมีหลากหลายตามไปด้วย ตามแต่ที่แต่ละภาคีเครือข่ายคิดว่าสื่อเฉพาะกิจที่ตนเลือกใช้นั้นจะสามารถเป็นสื่อกลางในการให้ความรู้ได้ เมื่อประชาชนเห็นแล้วสามารถหยุดคิด แล้วระลึกถึงเต่าทะเลได้ นอกจากนี้สื่อเฉพาะกิจยังเป็นสื่อที่สามารถแจกจ่ายไปยังสาธารณชนทั่วไปได้สะดวก และบางสื่อสามารถพกพาติดตัวไปด้วยได้

• วิดีทัศน์

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า สื่อวีดิทัศน์ที่องค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบจัดทำขึ้นมาเพื่อบอกกล่าววิธีการปล่อยเต่าทะเลที่ถูกต้องก่อนที่นักท่องเที่ยวจะได้ไปปล่อยเต่าทะเลด้วยตัวเองจริง ๆ ที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อที่เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสปล่อยเต่าทะเลจริง ๆ แล้วจะได้ปล่อยเต่าทะเลได้อย่างถูกวิธี และไม่เป็นการทำร้ายมัน

“นักท่องเที่ยวเค้าก็อยากรู้ว่าเต่าทะเลเป็นยังไง เรามีวีดิทัศน์เปิดบอกว่าวิธีการปล่อยเต่าทะเลทำยังไง แล้วไปที่ศูนย์ฯ เขาก็มีคนบรรยายเรื่องอื่น ๆ เกี่ยวกับเต่าอีกทีหนึ่ง”

(เพ็ง บัวหอม, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2551)

● แผ่นพับ

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า ภาควิชาครีเอทีฟเทศบาลเมืองศรีราชามีการจัดทำแผ่นพับ "สวนเต่าทะเล เกาะลอย เทศบาลเมืองศรีราชา" ขึ้น เพื่อทำการแจกจ่ายไปยังสาธารณชนทั่วไป ซึ่งภายในแผ่นพับจะมีที่ตั้งของสวนเต่าทะเล ความเป็นมา วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน หน่วยงานที่ร่วมกับเทศบาลอนุรักษ์เต่าทะเล ผลที่ได้รับ บอกแนวทางการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล โครงการปล่อยเต่าทะเลคืนถิ่น และสถานที่ติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติม

● สติกเกอร์

จากผลการวิจัย พบว่า ภาควิชาครีเอทีฟเทศบาลเมืองศรีราชามีการจัดทำสติกเกอร์เต่าทะเล ไว้สำหรับแจกจ่ายไปให้ชาวประมง และแจกจ่ายไปตามแหล่งต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ เมื่อชาวประมงออกเรือไปแล้วพบเจอเต่าทะเล จะได้ไม่ทำร้ายเต่าทะเล เพราะมีสติกเกอร์คอยย้ำเตือนความทรงจำเกี่ยวกับการขอความร่วมมือในการอนุรักษ์เต่าทะเล

● โลโก้มาร์ตคอร์ตเต่าทะเล

จากผลการวิจัย พบว่า ภาควิชาครีเอทีฟเทศบาลเมืองศรีราชาได้มีการนำเอาเต่าทะเลมาทำเป็นโลโก้จัดการแข่งขันกีฬาเทศบาลระดับภาคตะวันออก และระดับประเทศ เพื่อต้องการนำเสนอสวนเต่าทะเลให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เมื่อได้ยินการรณรงค์ จะได้รู้จัก และให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเล

"เทศบาลนำเต่าทะเลมาเป็นโลโก้การแข่งขันกีฬาเทศบาล เช่น กีฬาเทศบาลเขตเทศบาลภาคตะวันออก เราก็เอาเต่าทะเลมาทำเป็นตัวมาตคอร์ต แล้วก็เดินภายในงาน นอกจากนี้ยังมีระบำเต่าทะเล นิทรรศการให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล เป็นกิจกรรมเผยแพร่สอดแทรกความรู้ไป"

(อาทิตย์ ชาติโย, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

● ป้าย

จากผลการวิจัย พบว่า ภาควิชาครีเอทีฟ สยาม โอเชียน เวิร์ล และ Underwater World ได้มีการจัดทำป้ายขึ้น เพื่อให้ข้อมูลความรู้ทางด้านชีววิทยาของเต่าทะเล เมื่อสาธารณชนผ่านมาได้

เห็นเต่าทะเลว่ายน้ำอยู่ ก็สามารถอ่านป้ายข้อมูลทางด้านข้าง ๆ ตู้อ่างได้ ก็จะทราบข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับเต่าทะเล

“เป็นป้ายข้อมูลว่า ชื่อเต่าอะไร มีรูปภาพ ลักษณะตัวเป็นยังไง กินอะไรเป็นอาหาร อยู่ที่ไหน พบที่ไหน และมีวิทยาการบรรยาย”

(ตรงค์ ยิ่งชล, ผู้จัดการสวนดูแลสัตว์น้ำ Underwater World, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2551)

• แบรินด์เนอร์

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์มีการนำเอาแบรินด์เนอร์มาใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มีการจัดกิจกรรมขึ้นวัน เวลา ใด เพื่อให้สาธารณชนที่ผ่านไปผ่านหน้าศูนย์การค้ามาเห็นข้อมูลได้อย่างชัดเจน ซึ่งป้ายนี้ยังมีการนำเอารูปภาพสีสันความสวยงามของสัตว์ทะเลชนิดต่าง ๆ มาเป็นจุดดึงดูดความสนใจของสาธารณชนทั่วไป เมื่อเห็นแล้วก็ทำให้อยากมาร่วมกิจกรรมกับโครงการฯ

“หน้าห้างเสรีฯ จะมีการรณรงค์เต่าทะเลทำเป็น brandner ใหญ่ ๆ เป็นรูปเต่าทะเล มีให้จับ ให้เล่นกับมัน ให้อาหาร รูปปลา คือโดยพฤติกรรมเต่าทะเลจะไปอยู่ในภาคเอกชนมันยาก แต่ที่นี้ทำไมมีเต่าทะเล ทำให้คนที่มามีลูกมีหลานไม่เคยเห็นก็พามาดู”

(ไอฟาร์ นุรักษ์เช, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

6.2.5 การสื่อสารทางสื่อใหม่

จากการวิจัย พบว่า เมื่อโลกได้ก้าวมาสู่ยุคโลกาภิวัตน์ สาธารณชนทั่วไปนิยมค้นหาข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีความสะดวก และประหยัด ดังนั้นภาคีเครือข่ายต่าง ๆ จึงนิยมนำข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงภาพข่าวกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลที่จัดขึ้นด้วย เพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้ รับทราบ และรู้สึกอยากมาร่วมทำกิจกรรมกับโครงการฯ และภาคีเครือข่าย ซึ่งสาธารณชนสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเต่าทะเล และการอนุรักษ์เต่าทะเลได้ทางเว็บไซต์ www.srirachamunicipality.com, www.sattahip.net, www.sericenter.co.th

“ถ้ามีเหตุการณ์อะไรก็จะเอาไปลง เช่น กิจกรรมปล่อยเต่าทะเล ชาวก็จะหมุนไปเรื่อย คนที่เขาเข้าไปดูในเวปไซด์เขาก็โทรมาถามนะ เราก็บอกเปิดตลอด ศูนย์ฯ เต่าเปิดตลอด แล้ว เขาก็มีคนบรรยายให้ฟังนะ”

(เพ่ง บัวหอม, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสตึก, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2551)

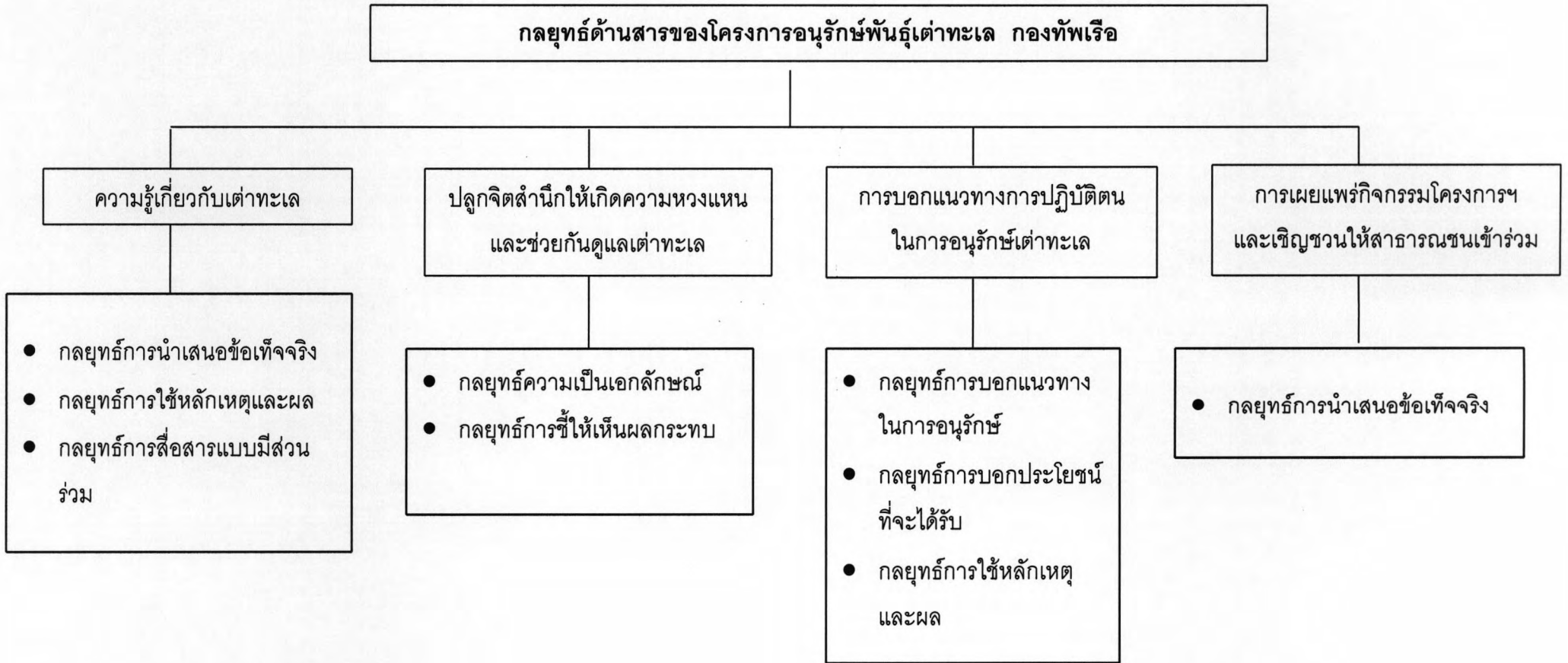
นอกจากนี้ภาคีเครือข่ายสยาม โอเชียน เวิร์ล ยังได้มีการนำเอาเวปไซด์มาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่โครงการจัดขึ้น และมีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปเผยแพร่ยังเวปไซด์ต่าง ๆ อาทิ www.manager.co.th

“เราก็มีโปรโมทในเวปไซด์รุ่น พี่เขยของทีม marketing หา partner เช่น กลุ่ม true มีไป 40-50 คน ใช้ Email บอกต่อ ๆ กันไป จริง ๆ ก็มีหลายเจ้าอยากมาแต่เราเลือกไม่เยอะ peach ทีละเจ้าเพื่อดู feedback จะได้ง่ายขึ้น”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล , ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล , สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

7. กลยุทธ์ด้านสาร

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่ายได้มีการนำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาช่วยในการสื่อสารกับสาธารณชน เพื่อให้สาธารณชนมีความรู้ ปลูกจิตสำนึก และให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเล ซึ่งมีมากมายหลายกลยุทธ์ ซึ่งผู้วิจัยจะขอ นำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านสารที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และ กลยุทธ์ด้านสารที่ภาคีเครือข่ายเลือกใช้ทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชน ดังนี้



7.1 กลยุทธ์ด้านสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์ด้านการนำเสนอสารมาใช้เป็นเทคนิคในการทำการสื่อสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ซึ่งการนำกลยุทธ์ด้านสารใดมาจะพิจารณาจากเพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นการสื่อสารเป็นหลัก ซึ่งการสื่อสารในประเด็นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง กลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล และกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

● กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง

จากผลการวิจัย พบว่า การที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรื่อนำกลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริงมาใช้ ส่วนใหญ่จะนำมาใช้กับข้อมูลที่มีการพิสูจน์ หรือมีการค้นพบแล้วว่าเป็นไปตามนั้นจริง ๆ เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบข้อมูลความรู้ทั่วไปสำหรับประกอบการตัดสินใจในการให้ความร่วมมือกับโครงการฯ อนุรักษ์เต่าทะเล

“เต่าทะเลออกไข่มา 1,000 ตัว จะรอด 1 ตัว คิดเป็น 0.1% ที่เขาจะมาวางไข่ แต่ตอนนี้ที่เราดูแลเขาอยู่พยายามให้เขามีอัตราการรอดที่สูงขึ้น ซึ่งคนข้างนอกไม่ค่อยรู้ พอเขารู้ก็ตกใจ 1,000 ตัว จะรอด 1 ตัว”

(น.ท. สถาพร วาจรินทร์, หัวหน้าสื่อสารและรักษาราชการฝ่ายกิจการพลเรือน, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

นอกจากการนำกลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริงมาใช้แล้ว โครงการยังได้มีการนำกลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผลมาใช้ในการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเต่าทะเลอีกทางหนึ่ง เนื่องจากสาธารณชนในปัจจุบันมีความรู้ มีความคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใด ๆ โครงการจึงหวังว่าการนำกลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผลมาใช้จะช่วยทำให้ประชาชนมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น อันนำไปสู่การเปิดใจรับกับปัญหาที่เกิดขึ้นพร้อมให้ความร่วมมือกับโครงการในเวลาต่อมา

● กลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล (Rational)

“การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของเต่าทะเลให้สมบูรณ์ และเป็นแหล่งธรรมชาติที่เต่าทะเลสามารถกลับขึ้นมาวางไข่ เพื่อสืบทอดเผ่าพันธุ์ต่อไปได้”

(น.ต. ขจรยศ ปูนศิริ, หัวหน้าเจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2551)

• กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนความรู้ และความคิดเห็นกับประชาชน ดังจะเห็นได้จากการมีการตั้งหน่วยงาน นธต. ขึ้นมาเพื่อคอยพูดคุยให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเต่าทะเลกับประชาชน และเมื่อประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเต่าทะเลก็จะแสดงความคิดเห็นผ่าน นธต. จากนั้น นธต. จะนำข่าวสารนี้มาบอกกับกองทัพเรือ เพื่อหาทางดำเนินการแก้ไขปัญหาต่อไป

“มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจากชุมชน แต่เราไม่ได้เข้าไปทำเองเรามีหน่วย นธต และ หน่วยปฏิบัติการจิตวิทยา ส่วนใหญ่เป็นหน่วยรับอยู่ที่เกาะ แล้วเราก็มีหน่วยข่าว ถ้าคนทำผิดก็จะพูดคุยด้วย”

(น.ต.หญิง พัชรี ศิริมาก, นายทหารประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการพลเรือน สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2551)

สำหรับการสื่อสารในประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความหวงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเล ภาศิเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ และกลยุทธ์ชี้ให้เห็นผลกระทบ

• กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้นำเอาเอกลักษณ์ความเป็นตัวตนของเต่าทะเล มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารกับสาธารณชน เนื่องจากเต่าทะเลมีความน่ารักในตัวเอง และเป็นสัตว์ที่ฉลาด สามารถจดจำแหล่งวางไข่ได้ ทางโครงการฯ จึงนำจุดเด่นของเต่าทะเลมาทำการสื่อสารกับสาธารณชน เพื่อปลูกฝังให้สาธารณชนเกิดความรู้สึกรักและอยากช่วยกันดูแลเต่าทะเลเหมือนอย่างที่กำลังดำเนินการอยู่ในขณะนี้

“เราจะบอกคุณค่าของเต่าทะเลเป็นหลัก บอกถึงเนื้อหาสาระความเป็นเต่าทะเล แล้วก็สำคัญกับเค้าอย่างไร เราจะเน้นไปที่การตระหนักรู้ ในการมีจิตสำนึกที่จะเข้ามามีส่วนร่วม และบอกว่าเต่าทะเลมันมีความสัมพันธ์กับเรา”

(น.ต.หญิง พัชรี ศิริมาก, นายทหารประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจการพลเรือน สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 21 มกราคม 2551)

นอกจากนี้การปลูกฝังด้วยการดึงเอาความเป็นตัวตนของเต่าทะเลมาเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารเพียงอย่างเดียวคงยังไม่พอ โครงการจึงเลือกที่จะชี้ให้สาธารณชนเห็นผลกระทบจากการกระทำของตนเองด้วยว่า ถ้าเขากระทำในลักษณะนี้ เขามีความสุขจากการที่ได้ประโยชน์จากเต่าทะเลก็จริง แต่ผลเสียก็จะเกิดขึ้นตามมาอย่างมากมาย เช่น ทำให้เต่าทะเลตาย

• กลยุทธ์การชี้ให้เห็นผลกระทบ

“กลุ่มแม่บ้าน หรือผู้หญิงที่ชอบใช้เครื่องประดับที่ทำมาจากเต่าทะเลอะไรพวกนี้ เราก็ออกเนื้อหาสาระไปว่า ใช้ชิ้นนี้ คือเต่าตัวนี้ ให้เค้ารู้ว่าสิ่งเหล่านั้นมันก็คือ การฆ่าชีวิตเต่าทะเล แล้วเต่าเป็นสัตว์หายาก เพราะฉะนั้นเรามาร่วมกันอนุรักษ์เต่าทะเลกันดีกว่าอะไรแบบนี้”

(พล.ร.ต. เรืองฤทธิ์ บุญสง, เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารเรือ, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

“กว่าจะได้เต่าทะเลมาหนึ่งตัวเนี่ย มันต้องใช้ระยะเวลาตั้งนาน แล้วคุณไปฆ่ามัน แล้วเอากระดูกมันไปทำของที่ระลึกเนี่ย มันทำให้เต่าตายนะ”

(ร.ต. เสมอ คันธ, เจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

สำหรับการสื่อสารในประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การบอกแนวทางในการอนุรักษ์ กลยุทธ์การบอกประโยชน์ที่จะได้รับ และกลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล

• กลยุทธ์การบอกแนวทางในการอนุรักษ์

เป็นกลยุทธ์ที่โครงการบอกกล่าวไปกับสาธารณชนเลยว่าถ้าอยากร่วมอนุรักษ์เต่าทะเล ควรปฏิบัติตนอย่างไร ซึ่งการบอกในลักษณะนี้จะสามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับสาธารณชนได้ และสาธารณชนในทุกระดับสามารถเข้าใจได้โดยง่าย โดยไม่ต้องทำการตีความให้ยุ่งยากซับซ้อน เพียงแค่ปฏิบัติตนตามที่โครงการฯ ให้การแนะนำก็เท่ากับว่าได้ช่วยอนุรักษ์เต่าทะเลทางหนึ่งแล้ว

“เยาวชนจะเข้ามามีส่วนร่วมได้ยังไงบ้าง ก็บอกเค้าว่า ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมที่เต่าอยู่อาศัย ถ้าเราทิ้งขยะ ปล่อยน้ำเสียลงไปเต่าทะเลไม่สามารถอาศัยอยู่ได้ แหล่งวางไข่จะต้องเจียบสงบ ถ้ามีแสงไฟ เสียงดัง แม่เต่าจะไม่มาวางไข่ มันเป็นการลดการขยายพันธุ์ของเต่า”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

“อยู่ในภาคกลางทำนาใช้สารเคมี ปุ๋ยก็ลงมาสู่มแม่น้ำสู่ทะเลก็ต่อเนื่องกัน มันคือระบบนิเวศที่ต่อเนื่อง “ทุกคนก็มีส่วนร่วม” ได้ แค่ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำ แหล่งน้ำ มันก็จะมาไม่ถึงทะเล”

(น.ท. สถาพร วาจรินทร์, หัวหน้าสื่อสารและรักษาราชการฝ่ายกิจการพลเรือน, สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

• กลยุทธ์การบอกประโยชน์ที่จะได้รับ

จากผลการวิจัย พบว่า การใช้กลยุทธ์การบอกประโยชน์ที่จะได้รับควบคู่ไปกับการบอกแนวทางในการปฏิบัติจะสามารถดึงดูดความสนใจให้สาธารณชนปฏิบัติตามได้ เนื่องจากเขาก็อยากรู้ว่าถ้าเขาให้ความร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลแล้ว พฤติกรรมในการปฏิบัติตามก็จะเกิดตามมาได้ง่ายกว่าเพียงแค่บอกแนวทางเพียงอย่างเดียว

“อย่าทิ้งขยะมูลฝอยลงในทะเล ลงในแม่น้ำลำคลอง เพราะของเหล่านี้ เมื่อออกทะเลไปแล้วทำให้เต่าตาย มันก็กลายเป็นสิ่งแวดล้อมในภาพรวม แต่จริง ๆ ตัวเองก็ได้น้ำไม่สกปรกด้วย ไม่ใช่เป็นการมองมุมเดียว แต่เป็นการมองในมุมกว้าง “เราก็ได้ เขาก็ได้” คือ เราเป็น End product แต่เค้าเป็นตอนต้น เป็นตัวที่ทำให้เกิดปัญหา ถ้าไปหยุดตรงโน้นก็จะทำให้เราไม่มีปัญหา”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.ร.ผ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

• กลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล (Rational)

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เลือกใช้กลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่ทำให้เต่าทะเลตาย ซึ่งโครงการฯ ได้ใช้การนำเสนอสารเป็นแบบการอ้างเหตุไปสู่อุบัติ (Cause to Effect) เพื่อให้สาธารณชนมองภาพออกว่าถ้าทำแบบนี้ จะเกิดอะไรขึ้น

“การทำประมงชายฝั่ง การทำวนลาก วนลอย พวกนี้จะทำให้เต่าติดอวนแล้วก็จมน้ำตาย หรือการเดินเรือก็ต้องระมัดระวังเขตการวางไข่ของสัตว์น้ำ เนื่องจากใบจักรสามารถทำให้แม่เต่าได้รับอันตรายได้ โดนกระดองเต่า แล้วเต่าก็ได้รับบาดเจ็บ”

(น.อ. ทินกร กาญจนเดมิย์, รอง ผอ. ศูนย์ต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

สำหรับการสื่อสารในประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 1 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง

● กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง

โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เลือกใช้กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริงเป็นกลยุทธ์หลักในการเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ โดยข้อมูลหรือข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอสู่สาธารณชนนั้นล้วนแล้วแต่เป็นข้อเท็จจริงที่ได้มีการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลขึ้น แล้วจึงนำเสนอข้อมูลไปสู่สาธารณชนได้รับรู้รับทราบ

“แนวทางที่เราจะทำ PR คือ เราต้องมีความจริงใจกับเป้าหมาย หรือกลุ่มคนที่เราจะให้ความรู้เนี่ย เป้าหมายเราก็คือประชาชน เราไม่จำกัดอายุ อาชีพ เพศ เมื่อเรามีความจริงใจเราก็ต้องให้สิ่งที่ถูกต้อง ให้เขาได้รับรู้รับทราบ สิ่งที่เราบอกนี่คือเรื่องจริงทั้งนั้น ไม่ใช่ข้อเท็จจริงแต่มั่นเป็นข้อจริงทุกเรื่อง ว่าเราทำอะไร เราอยากจะขอความร่วมมือจากพวกท่านอย่างไรบ้าง”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่ภารกิจการดำเนินงานของโครงการฯ เพื่อให้สาธารณชนรับรู้รับทราบว่าขณะนี้กองทัพเรือกำลังดำเนินการอนุรักษ์เต่าทะเลอยู่ และอยากที่จะเข้ามาร่วมมือกับกองทัพเรือเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์เต่าทะเลให้คงอยู่ต่อไป

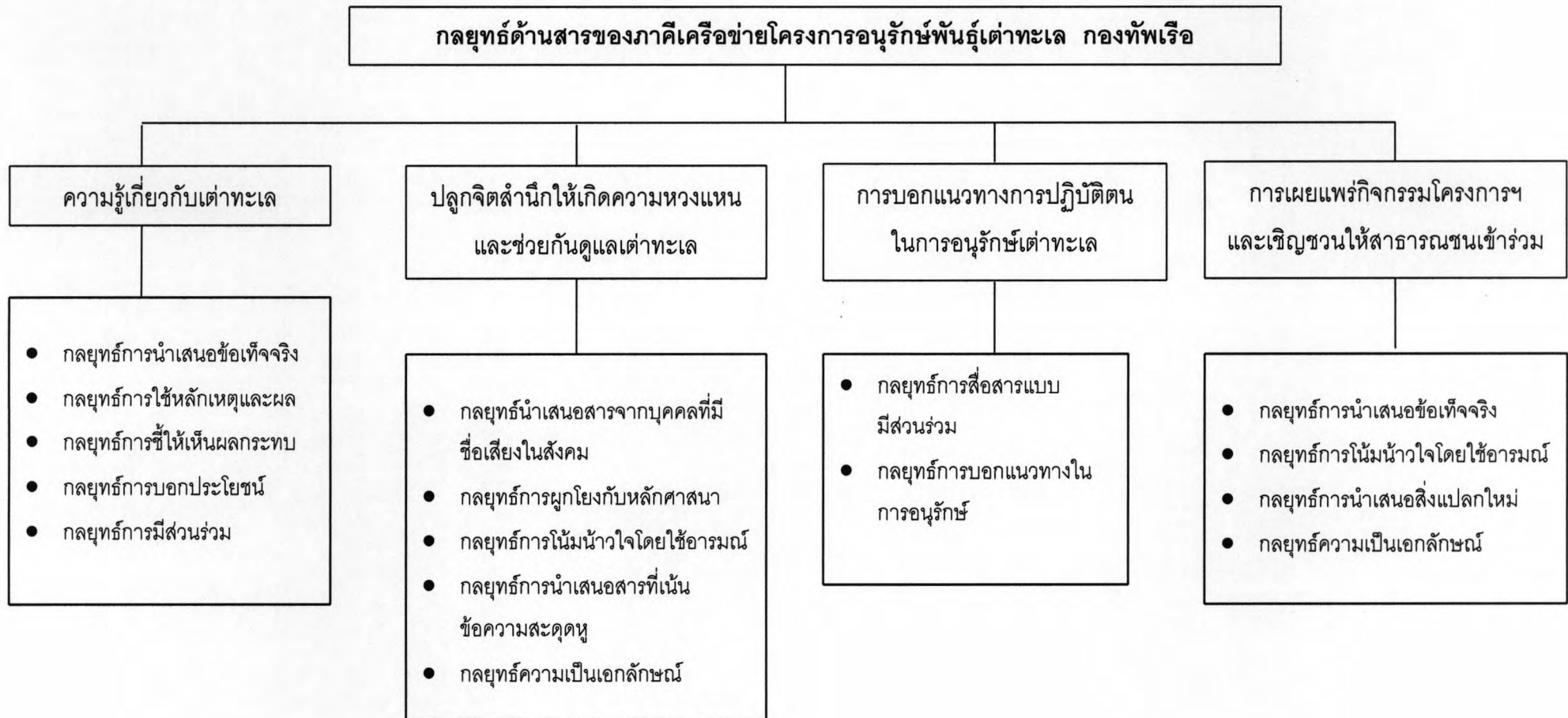
“บอกถึงหน้าที่ว่ากองทัพเรือได้ทำอะไรบ้าง อาทิ การเก็บไข่เต่าแล้วนำมาเพาะฟักจนโตเต็มที่ แล้วจัดพิธีปล่อยลูกเต่ากลับคืนสู่ท้องทะเล, การดูแลเต่าทะเล รวมถึงการให้ความช่วยเหลือ ดูแล รักษาเต่าทะเลที่ถูกทำร้ายจากมนุษย์ ให้อุดชีวิต”

(น.ต. ขจรยศ ปูนศิริ, หัวหน้าเจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2551)

“ทีมของกองกิจการพลเรือน กองเรือภาคที่ 3 จะทำในส่วนของการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะคอยแจ้งว่าจะมีการปล่อยเต่าที่นั่นนะอะไรแบบนี้ แต่ที่ไม่เน้นพรีอาร์ทเท่าไร ส่วนมากการออกข่าว ออกสื่อมาจากกองทัพเรือส่วนกลาง โดยเฉพาะที่วิจะเป็นสื่อที่จะไปได้ถึงคนทุกคน”

(น.อ.วินัย กล่อมอินทร์, รองเจ้ากรมจเรทหารเรือ, สัมภาษณ์ 30 มกราคม 2551)

แผนภาพที่ 49 กลยุทธ์ด้านสารของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ



7.2 กลยุทธ์ด้านสารของภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์ด้านการนำเสนอสารมาใช้เป็นเทคนิค ในการทำการสื่อสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์เต่าทะเลไปสู่สาธารณชน ซึ่งการนำกลยุทธ์ด้านสารใดมา จะพิจารณาจากเพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นการสื่อสารเป็นหลัก ซึ่งการสื่อสารในประเด็นความรู้ เกี่ยวกับเต่าทะเล ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง กลยุทธ์การใช้ หลักเหตุและผล กลยุทธ์การชี้ให้เห็นผลกระทบ กลยุทธ์การบอกประโยชน์ที่จะได้รับ และกลยุทธ์ การมีส่วนร่วม

● กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง

จากผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริงเป็นกลยุทธ์ที่ภาคีเครือข่าย นำมาใช้เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเต่าทะเลไปสู่สาธารณชน เนื่องจากข้อมูลส่วนมากเป็น ข้อมูลเชิงวิชาการที่มีการค้นพบ เป็นความจริง และสามารถทำการพิสูจน์ได้ เพื่อให้สาธารณชน ได้มองเห็นภาพ และรู้จักเต่าทะเลได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่จะเน้นไปทางชีววิทยาของ เต่าทะเล ตั้งแต่การถือกำเนิดขึ้นมา การดำรงชีวิต อาหารการกิน การต่อสู้ดิ้นรนจากผู้รุกราน และความยากลำบากในการที่จะมีชีวิตรอดอยู่บนโลกใบนี้

“เต่าทะเลเป็นสัตว์เลื้อยคลานที่มีเลือดเย็น อาศัยอยู่ในน้ำ มีกระดูกสัน หลังหายใจด้วย ปอด และมีหัวใจสามห้องเหมือนสัตว์เลื้อยคลานทั่วไป โดยทั่วไปเต่าทะเลใช้เวลา 10 ปี หรืออาจ มากกว่า 20 ปีในการเจริญเติบโตพอที่จะแพร่พันธุ์ได้”

(หนังสือพิมพ์ข่าวสด, 10 พฤศจิกายน 2550, หน้า22)

“นี่เป็นการวางไข่ครั้งที่ 4 ในฤดูกาลนี้ ของแม่ศรีนวล ใน 1 ปี เค้าจะวางไข่ทั้งหมด 9 ครั้ง นะคะ ก็แต่ละครั้งก็ได้ ไข่ ประมาณ 160 กว่าถึง 170 ฟอง ซึ่งถือเป็นแม่เต่าที่ ไข่ออกมาได้ จำนวนมากที่สุดในปัจจุบันนี้”

(รายการสำรวจธรรมชาติ on the world, ตอนเกาะนุยง แหล่งกำเนิดเต่าตะนุแห่งอันดามัน, 2549)

- กลยุทธ์การใช้หลักเหตุและผล (Rational)

จากผลการวิจัยพบว่า การใช้หลักเหตุและผลในการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลกับสาธารณชน ถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่ไม่ได้ทำให้สาธารณชนรู้สึกว้าฝงแล้วผ่านไป แต่การบอกเหตุและผลนั้น สามารถกระตุ้นให้สาธารณชนหันมาคิดว่า ทำไมตอนนี้หลายหน่วยงานถึงได้เร่งทำการอนุรักษ์เต่าทะเล เต่าทะเลกำลังจะสูญพันธุ์ไปจริงหรือ เพราะเหตุผลอะไรบ้าง อะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้เต่าทะเลลดจำนวนลง เช่น เพราะเต่าทะเลมีอัตราการรอดต่ำ

“ถามว่าคนทั่วไปรู้จักเต่าทะเลไหม รู้จัก รู้ใหม่ว่ามันเป็นสัตว์คุ้มครอง รู้ แต่ถามว่าทำไมมันเป็นสัตว์คุ้มครอง ไม่รู้ เพราะเต่าทะเลหาดูยากไม่มีที่ไหนมี แล้วก็ทำไมมันถึงเป็นสัตว์หายาก เพราะอัตราการรอดต่ำ การฟักออกมากว่าจะโตเต็มวัย 1,000 ตัว มีตัวเดียว ซึ่งตรงนี้เขาไม่รู้”

(ตรงค์ ยิ่งชล, ผู้จัดการสวนดูแลสัตว์น้ำ Underwater World, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2551)

- กลยุทธ์การชี้ให้เห็นผลกระทบ

จากผลการวิจัย พบว่า บางครั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล โดยบอกแต่เพียงว่าเต่าทะเลเป็นอย่างไร อาจไม่เพียงพอ ภาคีเครือข่ายจึงนำกลยุทธ์การสื่อสารที่ชี้ให้เห็นผลกระทบมาบอกให้เขา รู้ นอกจากจะเป็นความรู้ใหม่ ๆ ที่เพิ่มขึ้นมาแล้ว ยังทำให้เขาได้คิดว่าควรจะทำปฏิบัติตัวอย่างไรกับเต่าทะเล เมื่อเต่าทะเลเหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อพวกเขาได้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวเนื่องไปถึงความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน

“มีเรื่องที่ชาวบ้านไม่ค่อยรู้ก็เรื่อง CITES อนุสัญญาเกี่ยวกับการส่งออกกุ้ง มันมีปัญหา มาก แต่ที่ไทยยังไม่ถูกบอยคอตการส่งกุ้งสดไปอเมริกา เพราะเราอนุรักษ์เต่า คนมันมองข้ามไปว่าเต่ามันพุงเศรษฐกิจการส่งออกของอาหารของไทยไว้ปีนึงเยอะนะ มันเป็นพระเอกในท้องทะเล ถ้ากองทัพเรือไม่ได้ทำเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล ประเทศไทยไม่ได้สนใจเรื่องนี้ ก็แย่มากเหมือนกันนะ”

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

- กลยุทธ์การบอกประโยชน์ที่จะได้รับ

ผลการวิจัยพบว่า การที่เราจะทำการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ ที่ประกอบอาชีพประมงหาเข้ากินค้ำนี้ การบอกแต่ว่าเต่าทะเลเป็นอย่างไร จะไม่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมาย

สนใจได้ เพราะเขามีความรู้ตรงนี้แล้ว ภาคีเครือข่ายจึงนำเสนอสารโดยบอกประโยชน์ของเต่าทะเล ว่าเต่าทะเลมีประโยชน์กับเขาอย่างไรบ้าง ถ้าเขาช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเลแล้ว จะได้อะไรกลับไปบ้าง ลูกหลานเขาก็จะได้รับประโยชน์จากเต่าทะเลเฉกเช่นเดียวกับพวกเขา

“เราต้องการให้ประชาชนในพื้นที่เข้าใจ และรู้จักจริงในเรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเล เพราะที่ผ่านมาเต่าทะเลก็ลดลงจำนวนมาก คือ เราก็พยายามชี้แจงให้ประชาชนรู้ว่า ทำไมเราจะต้องอนุรักษ์เต่าทะเลไว้ มันมีประโยชน์อะไรกับเขาแล้วก็ลูกหลานของเค้าในอนาคต”

(อ้อย ปรีเจริญ, ผอ. กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองสัตหีบ, สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

● กลยุทธ์การมีส่วนร่วม

นอกจากการนำกลยุทธ์การบอกข้อเท็จจริงมาใช้แล้ว บางภาคีเครือข่ายยังได้ทำการตรวจสอบด้วยว่า ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลที่ได้นำเสนอไปนั้น เยาวชนเกิดการจดจำ และให้ความสนใจมากน้อยเพียงใด โดยทำการสอดแทรกกิจกรรม เพื่อให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมซึ่งเยาวชนให้ความสนใจ และตอบคำถามเข้ามาเป็นจำนวนมาก

“ในรายการจะบอกหมดว่าเต่ามีกี่ชนิด การติดตามการเพาะฟัก แล้วก็จะมีเหมือนกับการเล่นเกมส์ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของเด็ก ที่จะให้เขาเขียนจดหมายเข้ามาตอบคำถามแล้วมีรางวัลเป็นเสื้อยืดให้ คำถามก็เอาที่ออกในรายการนั้นแหละมา เต่ามีกี่พันธุ์ เด็ก ๆ ที่ติดตามก็จะจำได้ ส่วนใหญ่ก็ถูกหมดนะ ก็จะจับสลากแจกรางวัลกันไป”

(วีณา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

สำหรับการสื่อสารในประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความห่วงแหน และช่วยกันดูแลเต่าทะเล ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์นำเสนอสารจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม กลยุทธ์การผูกโยงกับหลักศาสนา กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ กลยุทธ์การนำเสนอสารที่เน้นข้อความสะดุดหู กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์

● กลยุทธ์นำเสนอสารจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม (Status)

จากผลการวิจัย พบว่า การนำเสนอสารของภาคีเครือข่ายนั้น มีการนำกลยุทธ์การนำเสนอสารจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมมาใช้เป็นผู้พูดดำเนินรายการโทรทัศน์ พูดบอกเล่า

ประสบการณ์ที่ไปสัมผัสกับเต่าทะเล "ได้ไปดูการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์เต่าทะเลของ กองทัพเรือ แล้วรู้สึกว่เต่าทะเลควรค่าแก่การอนุรักษ์ จึงได้นำเสนอความคิดเห็นผ่านรายการ โทรทัศน์ไปยังสาธารณชนทั่วไป เพื่อให้สาธารณชนเกิดความคล้อยตาม และปรับเปลี่ยน พฤติกรรมในการหันมาช่วยกันอนุรักษ์เต่าทะเล

"พี่ดีก็อยากให้คุณดู โดยเฉพาะเด็กเยาวชนคิดตาม มีจิตสำนึกต่อเต่าทะเล และให้รู้สึกว่าอยากร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้น"

(เชษฐาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

• กลยุทธ์การผูกโยงกับหลักศาสนา

จากการวิจัยพบว่า ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารในลักษณะที่นำไปผูก โยงกับหลักศาสนาเป็นเทคนิคในการสื่อสารกับสาธารณชน เพื่อดึงเอานิสัยลึก ๆ ของคนไทยที่ เป็นคนใจบุญ ชอบทำบุญ ทำทาน และใจดีมีเมตตา มาปลูกฝังจิตสำนึกให้ช่วยกันดูแลเต่าทะเล และบริจาคเงิน เพื่อนำไปซื้ออาหารเต่าทะเล ซึ่งเป็นการทำบุญ-ทำทานทางหนึ่งด้วยตามหลักคำ สอนทางพระพุทธศาสนา

"คนไทยนะใจบุญอยู่แล้ว เรอบอกว่าเต่าไม่มีกิน เขาจะมีความรู้สึกยังไง แล้วเต่าก็เป็น สัตว์อายุยืน ทุกคนก็อิมไปปล่อยเต่านะ ขนาดเต่าแม่น้ำเต่าบกคุณก็ยังไม่อยากปล่อย นี่เต่าทะเล อายุยืนกว่าเต่าบกตั้งเยอะ แล้วมันน่ารักด้วย มันก็เป็นอะไรที่มันมีเสน่ห์ของเต่าทะเลอยู่แล้ว"

(โอฬาร นุรักษ์เข, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2551)

"เข้าฉันเลี้ยงกุ้ง วันไหนเต่ามันมาเที่ยวแถวบ่อกุ้ง เอากุ้งไปให้เต่ากินดีกว่า เต่ามันมี พระคุณต่อเรา คนไทยนะมันมีจิตเรื่องแบบนี้ละ ถ้ามว่าต่อไปเต่าทะเลจะเดือดร้อนไหม เต่าจะ ไม่เดือนร้อน ถ้าทุกคนรู้ว่าเต่ามีพระคุณกับพวกเขาจะยากจนแค่ไหนเต่าก็มีอาหารกิน"

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

นอกจากนี้ประชาชนในพื้นที่ที่เป็นชาวบ้านเขามีความเชื่อ และมีวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับ พระพุทธศาสนามาก ภาคีเครือข่ายจึงนำหลักธรรมคำสอนมาผูกโยงกับเต่าทะเล ทำให้เขาให้ ความร่วมมือในการอนุรักษ์เต่าทะเล และไม่ไปทำร้ายเต่าทะเลเป็นอย่างดี

“เต่าทะเลถือเป็นสัตว์ในพุทธประวัติ อย่างเมื่อก่อนเรามีทุกข์ โศก โรค ภัย เราจะมี การปล่อยเต่าต่าง ๆ ซึ่งในสมัยพุทธกาลชาติหนึ่งพระพุทธเจ้าก็เคยเกิดเป็นเต่ามาแล้ว ถ้าปล่อย เต่าอายุก็จะยืน ชาวบ้านก็จะไม่กล้าทำร้ายเต่าแล้ว”

(อาทิตย์ ชาศิโย, หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองศรีราชา, สัมภาษณ์ 28 มกราคม 2551)

• กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional Appeals)

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ ความรู้สึกร่วมมาทำการปลุกฝังจิตสำนึกการรักและหวงแหนเต่าทะเลให้กับสาธารณชน เพราะ เมื่อสาธารณชนได้สัมผัสเต่าทะเลแล้ว จิตสำนึกต่าง ๆ จะตามมา

“เน้นประสบการณ์ปล่อยเต่าจริง คุณเคยเห็นเต่าทะเล เคยใกล้เต่าทะเลขนาดไหน ปล่อยออกไปจากมือคุณมันคือ ความภูมิใจ ความประทับใจ มันปลุกฝังจิตสำนึกได้ และเป็น การกระตุ้นให้สังคมเกิดการรับรู้ว่ามีภาระรณรงค์กันขึ้น”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ล, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

• กลยุทธ์การนำเสนอสารที่เน้นข้อความสะกดหู

จากผลการวิจัย พบว่า บางภาคีเครือข่ายในพื้นที่อำเภอสัตหีบได้นำเอาคำขวัญประจำ อำเภอสัตหีบมาเป็นสารที่ใช้ปลุกจิตสำนึกของเด็กเยาวชนในพื้นที่ โดยสื่อสารให้เห็นว่าเต่าทะเล เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของคนสัตหีบ เพราะฉะนั้นเราควรรัก หวงแหน และดูแลเต่าทะเลอย่างดี เพื่อให้เต่าทะเลอยู่กับเราไปนาน ๆ ซึ่งการนำเอาคำขวัญมาเป็นกลยุทธ์นั้นจะทำให้เด็กรู้สึกคุ้นเคย และเกิดการจดจำได้ง่าย

“เด็กทุกวันนี้ คำขวัญของสัตหีบมันก็จำได้แล้ว อนุรักษ์เต่าทะเลจะขึ้นก่อนเป็นอันแรก “อนุรักษ์เต่าทะเล เสน่ห์ธรรมชาติ อภิวาทหลวงพ่อดี เขาซีจรรย์พระใหญ่ ไหว้กรมหลวงชุมพร ถิ่นขจรราชธานี” มันเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของคนที่นี่ไปแล้ว มันก็เกิดการหวงแหนนะ ใครจะไป ขโมยไข่เต่าเนี่ยไม่ได้เลย จะช่วยกันดูแลโดยอัตโนมัติ”

(เพ่ง บัวหอม, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสัตหีบ, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2551)

● กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์

จากผลการวิจัย พบว่า เต่าทะเลเป็นสัตว์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเอง และถ้าใครได้ลองมาสัมผัสกับเต่าทะเล จะรู้สึกถึงความน่ารัก อยากจะให้เต่าทะเลอยู่กับเราไปนาน ๆ ภาคีเครือข่ายจึงพยายามทำการสื่อสารโดยใช้กลยุทธ์ความเป็นตัวตนของเต่าทะเลมาเผยแพร่ให้สาธารณชนทั่วไปรับรู้ และเกิดความรู้สึกรักเต่าทะเลขึ้นมา

“พยายามดึงหาจุดของเต่าทะเล เพื่อสร้างความสนใจให้กับคนอื่นให้หันมาศึกษาเต่า มาดูเต่า มาแลเต่า ให้หันมาให้อาหารเต่า ให้มาช่วยกันสนับสนุนโครงการฯ อะไรแบบนี้ ที่สำคัญคือ เมื่อเจอเต่าแล้วไม่ควรทำลายเค้า”

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

สำหรับการสื่อสารในประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเล ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กลยุทธ์การบอกแนวทางในการอนุรักษ์

● กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายโรงเรียนจุฑาเสมีदनำกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาใช้กับเยาวชน โดยให้เยาวชนได้ร่วมกันคิด และเสนอแนะว่าเราสามารถช่วยกันทำการอนุรักษ์เต่าทะเลได้อย่างไรบ้าง แล้วครูจะคอยเป็นคนให้คำแนะนำว่าสิ่งที่เขาคิด และพูดมานั้น เป็นสิ่งที่ถูกต้องควรที่การปฏิบัติตนในการอนุรักษ์เต่าทะเลหรือไม่

“ที่จะสอนให้เด็กสามารถบอกปัญหาการอนุรักษ์ของท้องถิ่นของตัวเองคืออะไร การอนุรักษ์ที่ดีทำยังไง ในสภาพที่เขาเป็นเด็กอย่างนี้สามารถทำอะไรได้บ้าง เขาจะช่วยแก้ปัญหาอย่างไร”

(กฤษณา ไส้สุวรรณ, ครู คศ. 3 รร. จุฑาเสมีด, สัมภาษณ์ 24 มกราคม 2551)

● กลยุทธ์การบอกแนวทางในการอนุรักษ์

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ใช้กลยุทธ์ในการบอกแนวทางการอนุรักษ์เต่าทะเลให้กับสาธารณชนได้รับทราบว่าเขาควรจะทำอย่างไร เมื่อพบเห็นเต่าทะเล เป็นวิธีการที่

ง่ายที่สุดที่จะทำความเข้าใจกับสาธารณชน คือ เขาจะได้ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้เต่าทะเลสามารถดำรงชีวิตอยู่รอดต่อไปได้

“เมื่อพบเจอเต่าทะเลได้รับบาดเจ็บ ก็สามารถพามาให้กองทัพเรือดูแล รักษาต่อไปได้”

(น.อ. สมบูรณ์ วิวรรณนาวิน, หัวหน้าสถานีวิทยุ ส.ท.ร. 5 พัทยา 104.75 MHz, สัมภาษณ์ 15 มกราคม 2551)

“ถ้าเกิดเราไปเจอเขา มีการขาย เราก็อย่าไปซื้อ อย่าไปเอามา”

(ตรงค์ ยิงชล, ผู้จัดการสวนดูแลสัตว์น้ำ Underwater World, สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2551)

“คุณจะช่วยแบบไหนก็ได้ อย่างกรณีของเรื่องเต่าทะเล คนกลุ่มนี้เขากำลังทำหน้าที่ของเขาอยู่นะ แต่ถ้าเขาทำคนเดียว เราคนดูไม่ช่วย แต่ไม่ได้หมายความว่าให้ไปช่วยทำงานวิจัย ให้ช่วยในด้านอื่นที่ทำได้ เช่น ถ้าเจอเต่าก็ช่วยไม่จับ ไม่ทำลาย ฤดูไหนที่เต่าทะเลไปวางไข่ก็ช่วยอย่าไปลากอวนใกล้ ๆ ประมาณนั้น”

(ศศิวิมล อยู่คงแก้ว, ควบคุมการผลิต รายการสำรวจธรรมชาติ on the world, สัมภาษณ์ 14 กุมภาพันธ์ 2551)

สำหรับการสื่อสารในประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการฯ และเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม ภาคีเครือข่ายได้นำกลยุทธ์การนำเสนอสารมาใช้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ กลยุทธ์การนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์

● กลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริง

การนำเสนอข้อเท็จจริงเป็นกลยุทธ์ที่เครือข่ายนำมาใช้เผยแพร่กิจกรรมของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ โดยบอกเล่าว่าจริง ๆ แล้วโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการดำเนินงานอนุรักษ์เต่าทะเลในลักษณะใดบ้าง เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ภารกิจของโครงการฯ และอยากที่จะมาเที่ยวเยี่ยมชมที่ศูนย์ฯ

“ถามภารกิจของกองทัพเรือทำอะไร ทำกันตามสเต็ป ตั้งแต่ติดตามแม่เต่าขึ้นมาวางไข่ ติดตามการเพาะฟักทำเป็นขั้นตอน มีบ่ออนุบาลให้ความรู้ บอร์ดนิทรรศการ ห้องนิทรรศการ เขาทำภารกิจนี้ได้ค่อนข้างสมบูรณ์ คือใครอยากไปดูก็ได้ที่นี้ แล้วเด็กนักเรียนไปดูกันปีนึงเยอะมาก”

(วินา อุไรรัตน์, ผู้อำนวยการผลิต รายการมหัศจรรย์ธรรมชาติ, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

“ก็แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ลัดทึบ หนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจคือ ที่ศูนย์ฯ จะมีอะไรให้ท่านชมบ้าง ทั้งอควอเรียม นิทรรศการ บ่ออนุบาลเต่า มีวิทยากรคอยให้คำบรรยาย แล้วก็พาไปที่ศูนย์ฯ”

(เพ่ง บัวหอม, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลลัดทึบ, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2551)

“ช่วยเขาประชาสัมพันธ์ ว่าเขามีอะไร ทำอะไร ดึงคนเข้ามาเพื่อมาเรียนรู้ มาหาประสบการณ์ในศูนย์ฯ เมื่อคุณเป็นแหล่งท่องเที่ยว แล้วก็ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่อนุรักษ์ เป็นของที่มีมันไม่มี มันมีแห่งเดียวในประเทศไทย ททท. ก็ต้องหาคนเข้าไปโดยภารกิจ ทำให้เกิดการเดินทาง แล้วก็ไปเมิทรกับสิ่งที่มีอยู่แล้ว”

(ร้อยตรี ชัยวัฒน์ เจริญสุข, ผอ. ททท. ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี), สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

นอกจากนี้การนำเสนอข้อเท็จจริงว่าโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ มีการดำเนินการอนุรักษ์อย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรมแล้วยังส่งผลให้สาธารณชนทั่วไปอยากเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการฯ ในการให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตามกำลังความสามารถ

“เล่าให้นักธุรกิจในเขตฟังว่าโครงการฯ เขาได้ทำการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างจริงจังนะ เล่าว่าทำอะไรบ้าง มีการเพาะฟัก แล้วนำมาอนุบาล แล้วก็ปล่อยคืนสู่ธรรมชาตินะ เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนเต่าทะเลให้เพิ่มขึ้น เมื่อบอกเขา ๆ ก็ยินดีที่จะบริจาคช่วยเหลือเต่าทะเล”

(วิไล บุญอ่อน, นักพัฒนาการท่องเที่ยว ฝ่ายการท่องเที่ยวเมืองพัทยา, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า ภาคีเครือข่ายมีการนำเอากลยุทธ์การนำเสนอข้อเท็จจริงเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมผ่านสื่อมวลชน ดังนี้

“กองทัพเรือ และ สยาม โอเชียน เวิลด์ เชิญทำบุญ 500 บาท สำหรับ เต่า 1 ตัว หรือ ตามกำลังทรัพย์ในโครงการ “ปล่อยเต่าทะเล คืนสู่ธรรมชาติ” วันที่ 23 กย. ที่ฐานทัพเรือลัดทึบ จ. ชลบุรี รายได้โดยเสด็จพระราชกุศลสมทบมูลนิธิชัยพัฒนา”

(หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 7 พฤศจิกายน 2550)

“โครงการปล่อยเต่าทะเลคืนสู่ธรรมชาติครั้งที่ 2” ร่วมปล่อยเต่าทะเล จำนวน 999 ตัว เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสที่ทรงเจริญพระชนมพรรษา ครบ 80 พรรษา รายได้มอบให้มูลนิธิชัยพัฒนา ณ หาดหน้าศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ หน่วยบัญชาการต่อสู้อากาศยานและรักษาฝั่ง อ. สัตหีบ จ. ชลบุรี”

(หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, 9 มกราคม 2551)

● กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional Appeals)

จากผลการวิจัย พบว่า ภาคีเครือข่ายได้มีการนำเอากลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ มาใช้ประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสถานที่อนุรักษ์ที่มีความสวยงาม ความน่ารักของเต่าทะเล ฯลฯ ล้วนส่งผลให้สาธารณชนเกิดอารมณ์ ความรู้สึกอยากที่จะมาเยี่ยมชมโครงการฯ

“เด็ก ๆ อยากให้ผู้ปกครองพามาที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ อาจเป็นเพราะ ภาพที่ถ่ายทอดออกไปทำให้เกิดการดึงดูด ทั้งจากสถานที่ และกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เด็กสนใจ เมื่อได้มาที่นี่แล้ว เขาจะได้รับความรู้ ได้สัมผัสกับเต่าทะเลและธรรมชาติ ซึ่งมันจะติดตัวเขากลับไป”

(เชษฐาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

● กลยุทธ์การนำเสนอสิ่งแปลกใหม่

สำหรับกลยุทธ์การนำเสนอสิ่งแปลกใหม่เกี่ยวกับเต่าทะเลไปสู่สาธารณชนที่ภาคีเครือข่าย เลือกใช้นั้น เป็นเทคนิคในการนำเสนอที่ภาคีเครือข่ายต้องการให้สาธารณชนมีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลในเรื่องที่ไม่ค่อยมีใครพูดถึง อาทิ เรื่องการผสมพันธุ์ของเต่าทะเล เพื่อดึงดูดความสนใจของสาธารณชนและสังคม และเพื่อเป็นการนำความรู้ใหม่ ๆ ไปสู่สังคม พร้อมทั้งยังง่ายในการขอพื้นที่สื่อที่จะนำเสนอไปสู่สาธารณชนด้วย เพราะเป็นเรื่องใหม่ ๆ

“การปล่อยเต่าทะเลที่นั่น ไอ้กาก้า-ไอ้โตโต้ ไม่เหมือนตัวอื่น ขึ้นปล่อยมันไว้เนี่ยมันจะตายอีกบานเลยอะไรแบบนี้ พี่ก็เขียนลงเดลินิวส์ แล้วสรุปเอาไปพูดในรายการถึง 10 นาที คราวนี้คนก็แห่กันมาดู มาสนใจกันเต็มเลย”

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)

- กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์

จากผลการวิจัย พบว่า การที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นโครงการเดียวในประเทศไทยที่ทำการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างครบวงจร ทำให้ภาคีเครือข่ายนำกลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ที่มีหนึ่งเดียวในประเทศไทยมาเป็นจุดขาย เพื่อทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการฯ ทำให้สาธารณชนเกิดความสนใจ อยากเดินทางมาเยี่ยมชมโครงการฯ

“ททท. เข้าไปช่วยเผยแพร่เป็น *In general* แต่ความที่เราเป็น *Government body* มันกัน มัน *support* ได้ง่าย เรา *honest* อยู่แล้ว เพราะเขาเป็นรั้วของชาติ แล้วกิจกรรมที่เขาทำเนี่ย ไม่มีผลประโยชน์ตอบแทน เป็นกิจกรรมเพื่อแผ่นดิน แล้วคุณย์มันก็มีเอกลักษณ์ด้วย เป็นอะไรที่มันเฉพาะตัวด้วย มันก็เลยต้องส่งเสริม”

(ร้อยตรี ชัยวัฒน์ เจริญสุข, ผอ. ททท. ภาคกลางเขต 3 (ชลบุรี), สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

8. กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อ

จากผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำมาใช้ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การทำตนให้เป็นตัวอย่าง กลยุทธ์การนำเสนอทุกครั้งที่มีโอกาส กลยุทธ์การใช้กิจกรรมสร้างกระแสสนับสนุน และกลยุทธ์การเชื่อมโยงกับสถาบันพระมหากษัตริย์

- กลยุทธ์การทำตนให้เป็นตัวอย่าง

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ได้ทำการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างจริงจังจนสาธารณชนสามารถสังเกตเห็นได้ จึงนับเป็นตัวอย่างที่ดี และเมื่อทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และนำเข้ามาช่วยเหลือกองทัพเรืออนุรักษ์เต่าทะเล

“ทหารที่ดูแข็งแรง ทหารสู้รบปกป้องประเทศ เมื่อฟังชื่อแล้วดูเข้มแข็ง ทำลายล้างอย่าง หน่วยจู่โจมใต้น้ำ แต่เมื่อมองในมุมกลับกัน “ทหารเหล่านี้เขานักอนุรักษ์ ที่เป็นตัวอย่างที่ดี” ทั้งนำมาเพาะฟัก อนุบาล จากผู้เข้มแข็งในสนามรบ มาเป็นผู้ที่อ่อนโยนมีอะไรก็กักในตัวเอง เช่น การอนุรักษ์เต่าทะเลที่เป็นสัตว์น่ารัก ๆ อย่างนี้ จึงเป็นตัวอย่างที่ดีของประชาชนทั่วไป”

(เชษฐาภรณ์ ผลดี, ผู้ดำเนินรายการ Navigator, สัมภาษณ์ 17 มกราคม 2551)

- **กลยุทธ์การนำเสนอทุกครั้งที่มีโอกาส**

เมื่อโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว จึงต้องการนำเสนอให้สาธารณชนทั่วไปได้รับรู้ ได้รับความรู้ ได้รับความเข้าใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จะได้ให้ความร่วมมือกับกองทัพเรือทำการอนุรักษ์เต่าทะเล ดังนั้น เมื่อมีโอกาสศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ จะทำการสื่อสารไปสู่สาธารณชนทุก ๆ ครั้ง และก็ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เป็นอย่างดี เพราะเขาเห็นการทำงานอย่างจริงจังของกองทัพเรือ

“อย่างช่อง 3 เขาก็มาจัดคอนเสิร์ตลูกทุ่งสัญจร เขาก็มาจัดที่นี่ แล้วเราก็มีหนึ่งงานคืองานอนุรักษ์เต่าทะเลมาจัดแสดงด้วย คนมานู้นเขาก็จะได้มาดูตรงนี้ด้วย เราก็ให้เขาช่วยประชาสัมพันธ์ เขาก็เต็มใจเขาก็ยินดี”

(พล.ร.ต. ชัยวัฒน์ ศรีอักษรินทร์, ผบ.สอ.รฝ., สัมภาษณ์ 22 มกราคม 2551)

- **กลยุทธ์การใช้กิจกรรมสร้างกระแสสนับสนุน**

จากผลการวิจัย พบว่า โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ พยายามจัดกิจกรรมการอนุรักษ์เต่าทะเลอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อเป็นการปลุกกระแสของประชาชนให้หันมาตื่นตัวในการร่วมมือกันอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เพราะสื่อกิจกรรมถือว่าเป็นสื่อที่สามารถทำให้สาธารณชนปรับเปลี่ยนทัศนคติในการหันมาให้ความสำคัญกับเต่าทะเลได้ อาทิ กิจกรรมปล่อยเต่าทะเลกลับคืนสู่ธรรมชาติ

- **กลยุทธ์การเชื่อมโยงกับสถาบันพระมหากษัตริย์**

จากผลการวิจัย พบว่า การที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำสถาบันพระมหากษัตริย์มาเชื่อมโยงเพื่อบอกกล่าวกับสาธารณชนว่าสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชเสาวนีย์มาถึงกองทัพเรือให้ทำการอนุรักษ์เต่าทะเล ทั้งพระองค์และพระบรมวงศานุวงศ์ยังทรงปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดีแก่สาธารณชนทั่วไป ซึ่งโครงการฯ นำกลยุทธ์นี้มาใช้ เนื่องจากสาธารณชนมีความรัก และศรัทธาต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ เมื่อพระมหากษัตริย์ให้ความสำคัญจึงให้ความสำคัญตามด้วย

“การที่พระบรมราชวงศานวงศ์ อาทิต พระราชินี, พระเทพฯ, พระองค์เจ้าศรีรัศมิ์ฯ, พระองค์ที่ ฯลฯ เสด็จเยี่ยมชมโครงการฯ เป็นการสร้างสิริมงคล และสร้างความสนใจให้กับพสกนิกรชาวไทยได้มาเยี่ยมชมโครงการฯ ได้อีกด้วย”

(น.ต. ขจรยศ บุนศิริ, หัวหน้าเจ้าหน้าที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2551)

จากผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อที่ภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำมาใช้ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การใช้สื่อทุกช่องทาง กลยุทธ์การสัมผัสจากประสบการณ์จริง การนำเสนออย่างต่อเนื่อง

● กลยุทธ์การใช้สื่อทุกช่องทาง

สื่อที่ภาคีเครือข่ายนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการฯ และกิจกรรมของโครงการฯ นั้นภาคีเครือข่ายไม่ได้เจาะจงว่าจะเน้นไปที่การใช้สื่อหนึ่งสื่อใดโดยเฉพาะ แต่จะพยายามส่งข่าวสารไปให้สื่อต่างๆ ช่วยกันทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ได้มากที่สุด เพื่อให้เข้าถึงสาธารณชนได้มากที่สุดทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อนิทรรศการ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่

“โครงการแบบนี้มันมีอะไรให้เล่าเยอะ แต่ต้องเจนนอร์เรตสื่อ ที่วิออกเมื่อไหร่ เป็นเรื่องของ feeling ที่เด็กมีความสุข วิทยุออกเมื่อไหร่ เขาเน้นภาพความน่ารัก เรื่องของรอยยิ้ม แมงกาซีน เป็นภาพอยู่กันเป็นกลุ่ม เป็นพักเป็นพวก บวกกับภาพข่าวที่มีความแข็งแรงของโครงการ ในหนังสือพิมพ์อะไรแบบเนี้ย มันก็แล้วแต่วารสารก็จะเป็นคอลัมภ์หนึ่งหน้า เช่น คูเรเตอร์สาว ดูแลแต่อย่างไร ทำไมรักอาชีพนี้ ฯลฯ เป็นภาพกิจกรรมน่ารัก ๆ ทำเป็นสฎิป เป็นคอลัมภ์”

(จิตราวดี ตั้งตระกูล, ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร สยาม โอเชียน เวิร์ด, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2551)

● กลยุทธ์การสัมผัสจากประสบการณ์จริง

การที่ภาคีเครือข่ายได้นำสาธารณชนได้ไปสัมผัสที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือจริงทำให้สาธารณชนได้มีประสบการณ์ ได้มีความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเลเพิ่มขึ้นมา ซึ่งการเข้าไปสัมผัสจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของสาธารณชนมากกว่าการรับรู้ทางสื่ออื่น ๆ ที่ได้เพียงแต่บอกกล่าว ถ้าสาธารณชนลองได้สัมผัสเต่าทะเลแล้ว จะรู้สึกรัก ห่วงแหนเต่าทะเล และอยากเข้ามามีส่วนร่วมร่วมกับกองทัพเรือ

“เวลาที่จัดกิจกรรมเอานักเรียนไปอบรม ก็จะพาไปดูที่เต่าทะเลด้วย ทางสอ.รฝ. เขาจะมีวิทยากรบรรยาย แล้วก็เผยแพร่ข้อมูลอะไรแบบนี้ ทุกครั้งที่พี่เข้าไปอย่างค่ายยาเสพติด ค่ายเอเดส ค่ายสิ่งแวดล้อมพี่ก็เอาเยาวชนเข้าไปดูเต่าทะเลด้วย ไหน ๆ ก็เข้าไปแล้ว”

(อ้อย ปลื้เจริญ, ผอ. กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองสหัสขันธ์, สัมภาษณ์ 7 กุมภาพันธ์ 2551)

• การนำเสนออย่างต่อเนื่อง

จากผลการวิจัยพบว่า เต่าทะเล เป็นสัตว์ดึกดำบรรพ์ที่หลงเหลืออยู่ ที่มีเรื่องราวความน่าสนใจในตัวมันเองอยู่มากมาย ภาคีเครือข่ายจึงนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเต่าทะเลไปให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักอย่างต่อเนื่องในทุกแห่งทุกมุม ซึ่งล้วนแล้วแต่น่าสนใจ และชวนน่าติดตาม เมื่อมีการสื่อสารไปสู่ประชาชนทั่วไปอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ประชาชนเริ่มทำความรู้จักกับเต่าทะเลมากขึ้น ซึ่งง่ายต่อการชี้ชวนให้คนหันมาร่วมกันอนุรักษ์เต่าทะเล

“วงโคจรชีวิตเต่าทะเลเนี่ย ทำมาหลายหนหลายเรื่องราว ทั้งการรอคอยแห่งวัฏจักรของมันทำไมเต่าตัวเดียวถึงได้ออกข่าวบ่อย เหมือนกับว่าเราจะเสนอเรื่องอะไรก็เป็นเรื่องเดียวไปเรื่องนี้เก็บไว้คราวอื่น เพราะมันยังน่าสนใจอยู่นะ เป็นองค์ประกอบ แล้วมันก็จะมาบรรจบกัน เช่น มันย้อนกลับมาอีกแล้วนะ คือ เต่าทะเลมันจะย้อนกลับมาวางไข่ที่เดิมที่ปล่อยไปเมื่อ 10-15 ปีที่แล้ว ยังมีอีก เต่าจะขึ้นมาไข่ 7-8 ครั้ง อะไรแบบนี้”

(พัชรพล ปานรักษ์, สื่อมวลชนส่วนภูมิภาค, สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2551)