

ชื่อย่อ : เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ. (NETWORK AND COMMUNICATION PROCESS OF SEA TURTLE CONSERVATION CENTER, THE ROYAL THAI NAVY)

ฉบับที่ : รศ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 318 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะภาคีเครือข่าย รูปแบบความร่วมมือของภาคีเครือข่าย กระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่าย และกระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลระหว่างภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ กับสาธารณชน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 26 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะภาคีเครือข่ายโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ ได้รับความร่วมมือจากภาคีเครือข่าย 12 รูปแบบ ดังนี้ รูปแบบความร่วมมือด้านข้อมูล ได้แก่ ให้ข้อมูลทางวิชาการ รูปแบบความร่วมมือด้านขับเคลื่อนกิจกรรม ได้แก่ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการ นำนักเรียนและประชาชนในพื้นที่ไปเยี่ยมชมศูนย์ นำสื่อมวลชนไปทำข่าวที่ศูนย์ ร่วมกิจกรรมปล่อยเต่าทะเล และรูปแบบความร่วมมือด้านระบบสนับสนุน ได้แก่ ให้พื้นที่จัดงานนิทรรศการเต่าทะเล สนับสนุนเทคโนโลยี สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน เผยแพร่ข้อมูลเต่าทะเล ช่วยอนุบาลเต่าทะเล สนับสนุนงบประมาณและการจัดหาสปอนเซอร์ และสนับสนุนสัตวแพทย์

2. กระบวนการสื่อสารภายในภาคีเครือข่าย ประกอบด้วยประเด็นการสื่อสารต่าง ๆ ดังนี้ การสื่อสารเชิงรุก ได้แก่ ประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเชิงรับ ได้แก่ ประเด็นด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน ประเด็นด้านงบประมาณและการหารายได้ และการสื่อสารในสถานการณ์ทั่วไป ได้แก่ ประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล และประเด็นด้านกฎหมายเกี่ยวกับเต่าทะเล โดยใช้วิธีการสื่อสารสองทางทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

3. กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์เต่าทะเลกับสาธารณชน ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้ 1) เป้าหมายทางการสื่อสาร คือ ให้สาธารณชนหันมาร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเลให้มากที่สุด 2) วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร คือ เพื่อให้สาธารณชนมีความรู้ เพื่อปลูกจิตสำนึก เพื่อโน้มน้าวใจให้ร่วมมืออนุรักษ์เต่าทะเล และเพื่อขยายแนวร่วมในสังคม 3) กลุ่มผู้ทำการสื่อสาร ได้แก่ โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ และภาคีเครือข่าย 4) กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และโรงเรียน กลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มประชาชนในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว 5) ประเด็นในการสื่อสาร ได้แก่ ประเด็นความรู้เกี่ยวกับเต่าทะเล ประเด็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความห่วงใยและช่วยกันดูแลเต่าทะเล ประเด็นการบอกแนวทางการปฏิบัติตนในการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล และประเด็นการเผยแพร่กิจกรรมโครงการและเชิญชวนให้สาธารณชนเข้าร่วม 6) ช่องทางการสื่อสาร ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ 7) กลยุทธ์ด้านสารของโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ ประกอบด้วย การนำเสนอข้อเท็จจริง การใช้หลักเหตุและผล การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ความเป็นเอกลักษณ์ การชี้ให้เห็นผลกระทบ การบอกแนวทางในการอนุรักษ์ และการบอกประโยชน์ที่จะได้รับ กลยุทธ์ด้านสารของภาคีเครือข่าย ประกอบด้วย การนำเสนอข้อเท็จจริง การใช้หลักเหตุและผล การชี้ให้เห็นผลกระทบ การบอกประโยชน์ที่จะได้รับ การมีส่วนร่วม การนำเสนอสารจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม การผูกโยงกับหลักศาสนา การโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ การนำเสนอสารที่เน้นข้อความสะดุดหู ความเป็นเอกลักษณ์ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การบอกแนวทางในการอนุรักษ์ และการนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ และ 8) กลยุทธ์ด้านสื่อที่โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ นำมาใช้ประกอบด้วย การทำตนให้เป็นตัวอย่าง การนำเสนอทุกครั้งที่มีโอกาส การใช้กิจกรรมสร้างกระแสสนับสนุน และการเชื่อมโยงกับสถาบันพระมหากษัตริย์ กลยุทธ์ด้านสื่อที่ภาคีเครือข่ายนำมาใช้ ประกอบด้วย การใช้สื่อทุกช่องทาง การสัมผัสจากประสบการณ์จริง และการนำเสนออย่างต่อเนื่อง

KEY WORD : COMMUNICATION NETWORK/ COMMUNICATION PROCESS/ SEA TURTLE/ THE ROYAL THAI NAVY
 KANOTHA BOONFAK ; NETWORK AND COMMUNICATION PROCESS OF SEA TURTLE CONSERVATION
 CENTER, THE ROYAL THAI NAVY : THESIS PRINCIPAL ADVISOR ; ASSOC. PROP. PARICHART
 STHAPITANONDA, Ph.D., 318 .pp.

The objectives of this research is to study the characteristics network, the cooperative networking and the communication procedure between the Royal Thai Navy and the community in order to prevent sea turtles from extinction. Document analysis, non-participatory observation and in-depth interview with 26 key informants were used to complete this study.

Research results indicate that :

1. The characteristic networking of the sea turtle conservation program by the Royal Thai Navy is wheel network and a circular one, which have 12 different ways of contribution: providing technical information, mobilizing activities such as publicize the program activities and open the sea turtle conservation center to the public, Press visitation to the sea turtle conservation center, participation in the turtle back to the sea activity, support system such as providing exhibition areas, technology support, infrastructure support, spread the sea turtle information, nourishing sea turtle, budget and sponsor support, and veterinarian support.

2. Communication process within the network composes of the following: Proactive communication such as public relations. Reactive communication such as activities issue and budget and sponsor supports. Generic communication such as knowledge regarding the sea turtle issue and law and orders regarding the issue, utilizing both formal and informal communications.

3. The communication process of sea turtle conservation center of The Royal Thai Navy and the community consists of 8 processes as follow: 1) Set the goal for communication which is to urge the community to participate in the program 2) Set the objective of the communication which is to inform the community of the lives of sea turtles and the crisis they are facing 3) Appoints the communicators, in this case, the sea turtle conservation center, The Royal Thai Navy, and other networks 4) Set the target audiences which include students and academic institutions, rural people, the community, and tourists 5) Identify the important issues such as information regarding sea turtles, encouraging the targets to participate, and ways they can participate 6) Identify communication channels including word of mouth, mass media, activities, specialized media and new media 7) Identify message Strategy and 8) Identify media Strategy include opportunity of utilizing potential channels, using events to create supportive currents, demonstrations by navy, linking the program to His Majesty the King, all channels available, first hand experience and repeating media distribution.