

บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยว
หลังเหตุการณ์สึนามิ

โดย

นางสาว วิชชุดา ทองปัญญา



ชำนาญ หอสมุด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2553

Roles of Travel Magazines in Tourism Policies
after the Tsunami Disaster in Thailand

By

Miss Wichuda Thongpanya



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication
Faculty of Journalism and Mass Communication

Thammasat University

2010

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาววิชุดา ทองปัญญา

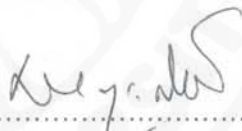
เรื่อง

บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

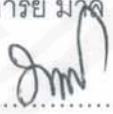
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2553

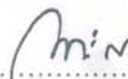
ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์ มวลี บุญศิริพันธ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


.....
(อาจารย์ ดร.พจนา รุปแก้ว)

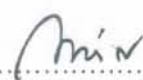
กรรมการวิทยานิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรจิต สมบัติพานิช)

กรรมการวิทยานิพนธ์


.....
(นายวินิจ รังผึ้ง)

คณบดี


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรจิต สมบัติพานิช)

บทคัดย่อ

การวิจัยในเรื่อง “บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ” มีวัตถุประสงค์ เพื่อ

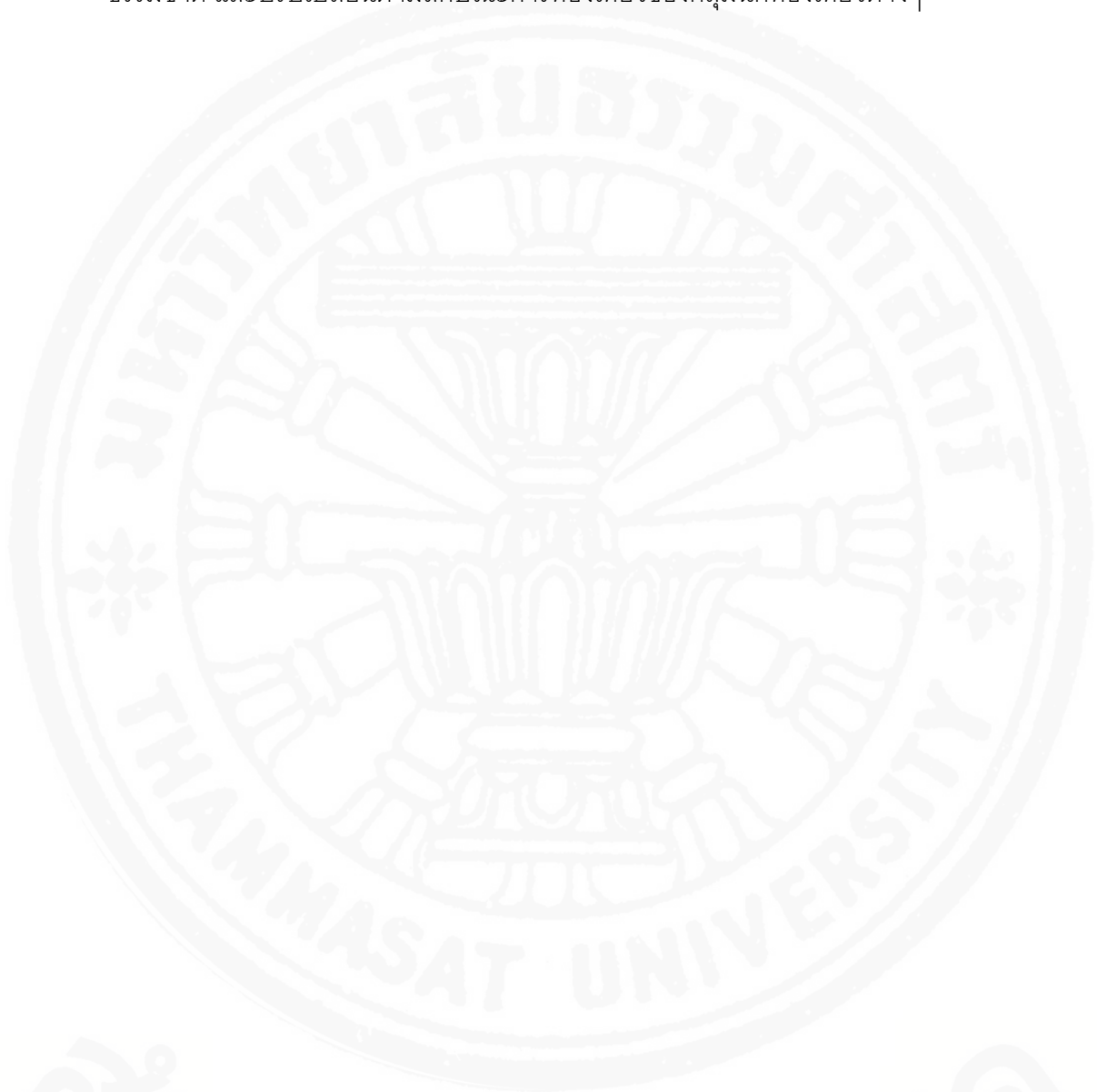
1. ศึกษาถึงนโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ
2. ศึกษาถึงการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
3. ศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
4. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

โดยผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาวิจัย 2 วิธี คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากนิตยสารท่องเที่ยว ที่ตีพิมพ์และจัดจำหน่ายตั้งแต่เดือนมกราคม – เดือนธันวาคม ปี พ.ศ.2548 ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

ผลการศึกษา พบว่า นโยบายของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวที่ศึกษาส่วนใหญ่ภายหลังจากเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิสนองต่อนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการเร่งรัดและฟื้นฟูสถานที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้กลับคืนสู่สภาพเดิม ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์คุณภาพการบริการท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยในส่วนของกรณีวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ พบว่าส่วนใหญ่นำเสนอในรูปแบบของข่าวสาร รูปภาพ สารคดี และบทความ ซึ่งเนื้อหามุ่งเน้นในการกระตุ้นให้ผู้อ่านมองเห็นความงดงามของธรรมชาติผ่านทางรูปภาพที่เป็นเสมือนหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าความสวยงามดังกล่าวของแหล่งท่องเที่ยวยังคงมีอยู่ และหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงความสูญเสียที่ผ่านมา

บรรณานุกรมนิตยสารท่องเที่ยวมีนโยบายในการจัดทำนิตยสารเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศ โดยเน้นการเข้าถึงธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีความเฉพาะตัว และการวางแผนการดำเนินการของนิตยสารท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการวางแผนในระยะยาวหรือเป็นรายปี อย่างไรก็ตาม การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิของนิตยสารส่วนใหญ่ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหามากนัก เนื่องจากนิตยสารท่องเที่ยวมีการวางแผน

แผนการดำเนินงานของนิตยสารไว้แล้ว และขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล และสภาพ ธรรมชาติของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นแตกต่างกัน มุ่งเน้นการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับ ธรรมชาติ และปรับเปลี่ยนตามลักษณะการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างๆ



สำนักหอสมุด

Abstract

The objectives of this research work, which is entitled "Roles of Travel Magazines in Tourism Policies after the Tsunami Disaster in Thailand," are 1) to learn about the policies and the operational routines of creators of tourism magazines after the Tsunami catastrophe; 2) to learn about the means that such tourism magazines used to present the contents of the magazines after the Tsunami event; 3) to learn about the reflection of tourism policies in tourism magazines after the Tsunami event; and 4) to learn about problems and obstacles occurring during the operations of tourism magazines after the Tsunami event. The two research schemes applied here are the in-depth interviews with the creators of the tourism magazines; and documentary research whereby the purposive sampling are used so as that tourism magazines published during January and December, 2005 will be randomly

The research results indicate that the policies of the studied creators of the chosen tourism magazines after the Tsunami event are agreeable to the policies from the Tourism Authority of Thailand, which have emphasized on hastily restoring the tourist attractions and tourist resources, as well as to build preferable images, to provide quality services and to promote Thai tourism. Concerning the contents of such magazines after the Tsunami event, most of the chosen magazines presented tidings, photographs and feature articles which emphasized on urging their readers to be aware of the beauty of the nature. These tidings, photos and feature articles have been empirical evidences of the remaining beauty of tourist attractions. Most of the chosen magazines also avoided discussing the losses from the event.

The editors-in-chief of the chosen tourism magazines have policy to present various aspects of Thai tourism by trying to reach the true nature of each tourist attraction that is unique. In addition, these magazines always have a long-term plan or an annual plan. However, after the Tsunami event, most of the contents of the chosen magazines have not changed much since everything had been planned before the event took place. The contents of these magazines also depend on each season and the nature of each particular tourist attraction. These magazines have been emphatic on activities related to the nature, which could be adjusted accordingly to the behaviors of each group of tourists.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ เป็นเสมือนบทพิสุจน์แห่งความตั้งใจและความเพียรพยายามในการศึกษา และยังทำให้ข้าพเจ้าเข้าใจถึงความรัก กำลังใจ และมิตรภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับข้าพเจ้า ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้สามารถสำเร็จลุล่วงมาได้

ทั้งนี้ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.พจนา ฐูปแก้ว ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ มาลี บุญศิริพันธ์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรจิต สมบัติพานิช อาจารย์ นิธิดา แสงสิงแก้ว และ คุณวินิจ รั้งผึ้ง กรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งทุกท่านได้สละเวลาเพื่อให้ความรู้และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัย

นอกจากคณาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน เพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยเป็นกำลัง แรงใจ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ เสมอมา

เหนือสิ่งอื่นใดข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงที่สุด สำหรับครอบครัวอันเป็นที่รักของข้าพเจ้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณย่า คุณพ่อ และคุณแม่ ที่ให้การสนับสนุนทางการศึกษา สติปัญญา เวลา และกำลังใจ ซึ่งประโยชน์และผลดีประการใดที่บังเกิดแก่วิทยานิพนธ์เล่มนี้ ข้าพเจ้าขอมอบแต่ท่านทั้งหมดทั้งสิ้น

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณวิทยานิพนธ์เล่มนี้ที่สอนให้เข้าใจถึงงานวิจัย และเป็นบันไดอีกขั้นหนึ่งของชีวิต ที่ทำให้ข้าพเจ้าภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณทุกคนที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่ามากหรือน้อย ซึ่งข้าพเจ้าอาจขาดตกไปในการกล่าวถึง และไม่สามารถเอ่ยนามได้หมดในที่นี้ ขอขอบพระคุณทุกคนค่ะ

วิชุดา ทองปัญญา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2553

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย	6
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
2. ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ	9
แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและนิตยสารท่องเที่ยว	17
แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน.....	26
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	32
ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์ผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว	32
ส่วนที่ 2 การวิจัยเอกสาร.....	33

การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	37
4. ผลการศึกษา.....	38
ส่วนที่ 1 ศึกษานโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว ภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ.....	38
ส่วนที่ 2 ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจาก เหตุการณ์สึนามิ.....	50
ส่วนที่ 3 ศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสาร ท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ	75
ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยว ภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ.....	100
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	105
สรุปผลการวิจัย	106
อภิปรายผลการศึกษา.....	113
ข้อเสนอแนะ	121
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต	123
รายการอ้างอิง.....	124
ภาคผนวก	
ก. แบบสัมภาษณ์บรรณาธิการ	129
ข. ตัวอย่างปกนิตยสารท่องเที่ยว.....	131
ประวัติการศึกษา.....	137

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ภาพสะท้อนในนิตยสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ที่ถูกต้อง.....	82
4.2	ภาพสะท้อนในนิตยสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิง สร้างสรรค์.....	92

สำนักหอสมุด

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
4.1	ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 หน้า 13	54
4.2	ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 หน้า 16 และ 17	55
4.3	ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 หน้า 26	56
4.4	ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 หน้า 27 และ 28	57
4.5	ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 9 หน้า 17	58
4.6	ภาพประกอบในนิตยสาร Adventure & Travel ปีที่ 21 ฉบับที่ 249 หน้า 56 และ 57.....	60
4.7	ภาพประกอบในนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 หน้า 10	61
4.8	ภาพประกอบในนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 หน้า 38 และ 39.....	62
4.9	ภาพประกอบในนิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 3 ฉบับที่ 25 หน้า 12	63
4.10	ภาพประกอบในนิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 3 ฉบับที่ 25 หน้า 60	64
4.11	ภาพประกอบในนิตยสาร Trip ปีที่ 9 ฉบับที่ 101 หน้า 10	65
4.12	ภาพประกอบในนิตยสาร Trip ปีที่ 9 ฉบับที่ 101 หน้า 10 และ 14.....	66
4.13	ภาพประกอบในนิตยสารเที่ยวไทย ฉบับที่ 2 หน้า 74 และ 75	68
4.14	ภาพประกอบในนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 หน้า 57	98
4.15	ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 8 หน้า 17	99
5.1	ประมวลผลการศึกษาดูงานของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยว หลังเหตุการณ์สึนามิ.....	112

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กรณีการเกิดขึ้นของคลื่นยักษ์สึนามิ (TSUNAMI) เมื่อปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2547 ถือได้ว่าเป็นกรณีภัยพิบัติจากธรรมชาติที่สร้างความเสียหายและความสูญเสียให้แก่ประเทศต่างๆ ตลอดแนวชายฝั่งมหาสมุทรอินเดียอย่างประเมินค่ามิได้ โดยประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการโจมตีของคลื่นยักษ์สึนามินี้ ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ไทย ศรีลังกา มาเลเซีย ตลอดไปจนถึงบางประเทศในทวีปแอฟริกา ทั้งนี้ กรณีภัยพิบัติที่เกิดขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุที่สำคัญมาจากการเคลื่อนตัวของแผ่นเปลือกโลก 2 แผ่น ณ บริเวณเกาะสุมาตราประเทศอินโดนีเซีย ที่อยู่ใต้ทะเลประมาณ 10 กิโลเมตร ได้เคลื่อนตัวเข้าหากันในลักษณะที่เรียกว่า “Convergent plate” กล่าวคือเปลือกโลกแผ่นหนึ่งมุดตัวลงใต้เปลือกโลกอีกแผ่นหนึ่ง จนก่อให้เกิดเป็นรอยแยกมีแนวความยาวมากกว่า 1,000 กิโลเมตร และรอยแยกที่เกิดขึ้นดังกล่าวส่งผลให้เกิดแผ่นดินไหวในระดับ 9.0 ริกเตอร์ ซึ่งความรุนแรงที่เกิดขึ้นถือได้ว่าเป็นความรุนแรงที่อยู่ในอันดับ 4 ของเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่เกิดขึ้นบนโลกนี้ และความรุนแรงดังกล่าวยังจัดได้ว่าเป็นเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่มีความรุนแรงมากที่สุดในรอบ 40 ปีที่ผ่านมา (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 30)

อย่างไรก็ดี โดยทั่วไปไปแล้วภายหลังจากการเกิดขึ้นของเหตุการณ์แผ่นดินไหว มักจะเกิดปรากฏการณ์ที่นักธรณีวิทยาเรียกว่า “ปรากฏการณ์แทนที่น้ำอย่างรุนแรง” โดยปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นมีลักษณะเป็นมวลของน้ำที่เคลื่อนที่ด้วยความเร็วสูง คือ ประมาณ 600 – 1,000 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และระลอกคลื่นในทะเลจะสูงประมาณ 30 เซนติเมตร ซึ่งความสูงดังกล่าวของระลอกคลื่นสามารถทำให้เรือในทะเลโคลงเคลงอย่างแรง แต่ทั้งนี้ระลอกคลื่นดังกล่าวถือว่าไม่มีความแตกต่างจากคลื่นที่พบโดยทั่วไปเท่าไรนัก เพราะเมื่อระลอกคลื่นเดินทางไปได้ระยะหนึ่งมวลพลังงานของคลื่นจะสลายตัวลง แต่กรณีระลอกคลื่นที่เรียกกันว่า “คลื่นยักษ์สึนามิ” นั้น กลับไม่เป็นเช่นเดียวกันกับระลอกคลื่นประเภทอื่นๆ กล่าวคือ เมื่อยังเดินทางผ่านท้องทะเลที่มีความลึกมากๆ ความเร็วของคลื่นกลับมีมวลพลังงานเพิ่มมากขึ้น และจะไม่สลายตัวเหมือนกับคลื่นปกติทั่วไป และเมื่อระลอกคลื่นพัดเข้าสู่ชายฝั่งหรือเข้าสู่เขตน้ำตื้น ความเร็วและความสูงของคลื่นก็จะเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล และจะก่อให้เกิดอันตราย รวมไปถึงจนถึงความสูญเสียในทุกๆ ด้าน ทั้งต่อมนุษย์ ทรัพย์สินและสิ่งแวดล้อม ดังกรณีความเสียหายที่ปรากฏขึ้นแก่ประเทศไทยและประเทศในแถบทะเลอันดามันเมื่อวันอาทิตย์ที่ 26 ธันวาคม 2547 ที่ผ่านมา

สำหรับประเทศไทยกรณีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในครั้ง นี้ ได้สร้างความเสียหายโดยตรง ทั้งทางด้านชีวิตและทรัพย์สินให้แก่บริเวณพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ของไทย อันได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ พังงา ระนอง ตรังและสตูล เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ถือเป็นพื้นที่ ทางแถบชายฝั่งทะเลอันดามันที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด เหตุเพราะเป็นสถานที่ตั้งของแหล่ง ท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย เช่น เกาะพีพี เกาะลันตา เกาะพระทอง และหมู่เกาะสุรินทร์ รวมไปถึง จนถึงเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของอาคารบ้านเรือนต่างๆ อีกหลายร้อยหลังคาเรือน ด้วยเหตุนี้พื้นที่ บริเวณดังกล่าวจึงได้รับความสูญเสียอย่างรุนแรง ถือเป็นความหายนะที่เกิดจากภัยทาง ธรรมชาติที่รุนแรงที่สุดอย่างหนึ่งของโลก (The Greatest Disaster) ความเสียหายที่เกิดขึ้น บริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันกินพื้นที่รวม 412 หมู่บ้าน ประชาชนได้รับความเดือดร้อนจำนวน 58,550 คน 12,480 ครอบครัว ทั้งนี้มีผู้เสียชีวิตรวม 5,395 คน สูญหาย 2,991 คน ในส่วนของ ทรัพย์สินมีบ้านเรือนเสียหายรวม 6,824 หลัง พื้นที่การเกษตร พื้นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เครื่องมือ การประมง และสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้รับความเสียหายอย่างหนัก รวมมูลค่าของ ทรัพย์สินที่เสียหายต่อประชาชนในพื้นที่ขึ้นต้นเป็นเงินประมาณ 14,636.2 ล้านบาท เนื่องจาก พื้นที่ประสบภัยนี้เป็นพื้นที่ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว โดยทุกๆ ปี พื้นที่บริเวณดังกล่าว สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยมูลค่ารวมของรายได้ที่มา จากการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวสูงถึง 1 ใน 4 ของรายได้โดยรวมทั้งหมดที่มาจากธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศเลยที่เดียว คือ ประมาณ 4 แสนล้านบาท คิดตาม รายได้มวลรวมของประเทศที่มาจากธุรกิจการท่องเที่ยว (ศูนย์อำนวยการช่วยเหลือผู้ประสบภัย จากแผ่นดินไหวและคลื่นซัดชายฝั่งทะเลอันดามัน, 2548)

ดังนั้น เมื่อพิจารณาในด้านผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสาเหตุข้างต้น ทำให้เกิดการ สูญเสียทางด้านรายได้ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2548 โดยคิดเป็น เงินมูลค่าความเสียหายสูงถึง 73,000 ล้านบาท โดยความเสียหายดังกล่าวประเมินมูลค่ามา จากผลที่เกิดทันทีภายหลังจากเกิดเหตุการณ์ธรณีภัยพิบัติ 30,000 ล้านบาท และยอด นักท่องเที่ยวที่สูญหายไปประมาณ 5 ล้านคน คิดเป็นรายได้จำนวน 43,000 ล้านบาท โดยเฉพาะ ใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันของไทยที่ประสบภัยจากคลื่นยักษ์สึนามิ รวมทั้งสถานที่ ท่องเที่ยวตามเกาะแก่งกลางทะเลในพื้นที่บริเวณสามเหลี่ยมอันดามัน อันได้แก่จังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา ที่รวมแล้วประมาณ 10 เกาะ อาทิ เกาะพีพี เกาะไก่อ เกาะลันตา อ่าวพังงา เกาะ ปันหยี เกาะพระทอง หนึ่งในอันซีนไทยแลนด์ เป็นต้น ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และ ชาวต่างชาติเดินทางเข้าไปชื่นชมความงดงามของธรรมชาติในแต่ละเดือนหลายหมื่นคน เช่นเดียวกับในจังหวัดสตูล ตรัง และระนอง ที่มีสถานที่ที่เป็นแหล่งดำน้ำสำคัญของโลก อาทิ

ตะรุเตา อาดัง หลีเป๊ะ บูโหลน ถ้ำมรกต เกาะเชือก และเกาะรอก ต่างก็ได้รับความเสียหาย อีกทั้งปัญหาในเรื่องการประกอบอาชีพของประชาชน เพราะประชาชนที่ประกอบอาชีพในภาคท่องเที่ยว ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมที่มีอยู่ประมาณ 200,000 คน ตกงาน ไม่มีงานทำ ซึ่งเหตุการณ์นี้ได้ส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ต่างก็ชะลอตัว และหยุดการพัฒนาในเชิงเศรษฐกิจลงอย่างฉับพลัน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยตามไปด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

นอกจากนี้ ความสูญเสียดังกล่าวยังส่งผลไปถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงามถูกทำลาย การคมนาคม สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้รับความเสียหายอย่างหนัก รวมถึงผลกระทบทางด้านจิตใจ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และของประชาชนในพื้นที่ประสบภัย ซึ่งปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลให้หลายๆ ฝ่าย ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างก็ได้พยายามเข้ามาให้การช่วยเหลือและฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ที่รับผลกระทบจากเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐต่างก็มีความตื่นตัวและตระหนักถึงผลกระทบ รวมไปถึงให้ความสนใจต่อการป้องกันเหตุภัยพิบัติจากธรรมชาติมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องด้วยมีต้องการให้เกิดความสูญเสียดังกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติที่เกิดขึ้นเมื่อปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2547 ที่ผ่านมา อย่างไรก็ดี นอกจากการช่วยเหลือผนวกกับความตื่นตัวของภาครัฐแล้ว ในภาคอื่นๆ อาทิเช่น ในภาคของกลุ่มธุรกิจเอกชนต่างก็ได้เข้ามามีบทบาทตลอดจนมีส่วนร่วมในการแก้ไขป้องกัน และช่วยเหลือฟื้นฟู ให้เป็นไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสื่อสารมวลชน ทั้งทางด้านโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งสิ่งพิมพ์ ต่างก็ได้ให้ความสนใจใส่ใจในการมีส่วนร่วมต่อการแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูผลกระทบที่เกิดขึ้นภายหลังเหตุการณ์ความสูญเสียเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสึนามิทั้งในรูปแบบต่างๆ การสร้างองค์ความรู้ความเข้าใจ สาเหตุและวิธีการป้องกันต่อปรากฏการณ์ดังกล่าว ตลอดจนสะท้อนความเสียหายอันเป็นผลกระทบโดยตรงที่เกิดขึ้นมาจากเหตุการณ์ภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ เป็นต้น ทั้งนี้ การเข้ามามีบทบาทของสื่อสารมวลชนที่มีต่อเหตุการณ์สึนามิ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบหรือประเภทใดก็ตาม ถือเป็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อสังคมโดยตรง โดยเฉพาะในฐานะที่เป็นเสมือนสื่อกลางในการนำเสนอข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคมไทย อย่างกรณีเหตุการณ์ความสูญเสียอันเนื่องมาจากคลื่นยักษ์สึนามิก็เช่นเดียวกัน ถือเป็นกรณีตัวอย่างที่ทำให้สื่อหลายๆ แขนงต่างก็ตื่นตัวและพยายามค้นคว้าหาประเด็นข้อสรุปที่ชัดเจนเพื่อนำเสนอความเคลื่อนไหวต่อสังคม ซึ่งผู้วิจัยเองก็เป็นอีกผู้หนึ่งที่ทำให้ความสนใจในการสืบค้นประเด็นต่างๆ อันมีมูลเหตุที่สำคัญมาจากกรณีการเกิดภัยพิบัติจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยประเด็นความสำคัญที่ผู้วิจัยต้องการค้นคว้าและนำเสนอในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้นั้นจะมุ่งศึกษาในเรื่องความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร จากสื่อ

สิ่งพิมพ์ประเภทที่เรียกว่า “นิตยสาร” โดยนิตยสารถือได้ว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่มีบทบาทและหน้าที่สำคัญในการถ่ายทอดสารสนเทศ (Information) ให้แก่สังคม อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ให้ความรู้ (Education) ความบันเทิง (Entertainment) รวมทั้งการให้บริการด้านประกาศและโฆษณาต่างๆ ที่สามารถให้รายละเอียดต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มประชาชนในหลากหลายอาชีพ ในขณะเดียวกันนิตยสารยังเป็นสื่อในการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ และความทรงจำ รวมทั้งเป็นเวทีแห่งการแสดงทัศนะที่หลากหลาย และเป็นประจักษ์พยานเชื่อมโยงให้ทุกๆ ฝ่ายได้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันอย่างดีในประเด็นสาธารณะอีกด้วย

อย่างไรก็ดี ภายหลังจากเหตุการณ์ความสูญเสียอันเนื่องมาจากกรณีภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ นิตยสารโดยเฉพาะนิตยสารประเภทการท่องเที่ยวต่างก็ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการช่วยแก้ไข ฟื้นฟู และเยียวยาในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทในด้านการสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ก็เพื่อให้พื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบฟื้นตัวและมีรายได้ในเชิงเศรษฐกิจเกิดขึ้น โดยเนื้อหาที่นิตยสารท่องเที่ยวมุ่งเน้นและนำเสนอ นั้นยังคงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ซึ่งอาจมีเนื้อหาและรูปแบบแตกต่างกันออกไปตามประเภทของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา การท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเสนอเนื้อหาในแนวสารคดี รวมทั้งการเสนอคอลัมน์ประจำ และการเสนอข่าว เนื้อหาและภาพประกอบของนิตยสารท่องเที่ยว มักเน้นหนักไปในเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ของประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข้อเขียนประเภทสารคดีแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว บทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เกร็ดความรู้หรือสาระเล็กๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆ ไป เช่น ศิลปะ วัฒนธรรม บันเทิง เป็นต้น ซึ่งถือว่าเกี่ยวข้องโดยตรงในการแสดงบทบาทสำคัญในการช่วยฟื้นฟูความหายนะที่เกิดขึ้นกับพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบในเชิงบวกและสร้างสรรค์อีกด้วย

จากเหตุการณ์ข้างต้นส่งผลให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการวิจัยและค้นคว้าในประเด็น บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะนิตยสารท่องเที่ยวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยผู้วิจัยเลือกศึกษานิตยสารท่องเที่ยว จำนวน 6 ชื่อฉบับ ซึ่งตีพิมพ์ในเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2548 อันได้แก่ นิตยสาร อ.ส.ท., นิตยสาร Trips, นิตยสารเที่ยวไทย, นิตยสาร Adventure & Travel, นิตยสาร Nature Explorer และ นิตยสาร Outdoor Thailand เป็นต้น โดยเฉพาะในเรื่องของนโยบายรัฐที่น่าจะพึงปรากฏอยู่ในนิตยสารการท่องเที่ยวฉบับต่างๆ หลังการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิ ไม่ว่าจะเป็นนโยบายที่ส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยวหรือนโยบายในเชิงป้องกันและฟื้นฟู ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะนำเสนอว่ารัฐมีการตระหนักถึงผลกระทบที่

เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ภัยพิบัติครั้งนี้อย่างไร และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของค์กรของรัฐที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบทางการท่องเที่ยวโดยตรงนั้นได้มีนโยบายและแผนการรับมือกับความสูญเสียอันมหาศาลดังกล่าวอย่างไร นอกเหนือจากรัฐแล้วเอกชนได้มีบทบาทในการรับมือกับความสูญเสียนี้มากน้อยแค่ไหน และสื่อมวลชนผู้ที่มีหน้าที่ในการนำเสนอถึงข้อเท็จจริงได้เข้ามามีบทบาทและทำหน้าที่ความรับผิดชอบในการช่วยเหลือฟื้นฟูต่อเหตุการณ์ความสูญเสียในครั้งนี้อย่างไร

ทั้งนี้ การศึกษาดังกล่าวก็เพื่อศึกษาถึงการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ว่ามีความสอดคล้องและตอบรับต่อนโยบายการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์สึนามิหรือไม่ และอย่างไร อันจะเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนนำไปกำหนดนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการแก้ไข ฟื้นฟูในพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบ อีกทั้งยังเป็น การช่วยป้องกันถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากภัยพิบัติทางธรรมชาติได้ในอนาคต นอกจากนี้ประเด็นการศึกษาดังกล่าวยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยวต่อไปได้ในอนาคต

อย่างไรก็ดี การศึกษาวิจัยในประเด็นภาพสะท้อนของนโยบายที่ปรากฏหลักฐานอยู่ในนิตยสารการท่องเที่ยว ยังช่วยทำให้เห็นถึงภาพความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน และหน่วยงานอิสระต่างๆ เช่น สื่อสารมวลชน ว่ามีบทบาทและหน้าที่ในการแก้ไข ฟื้นฟูจังหวัดที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากคลื่นยักษ์สึนามิอย่างไรบ้าง รวมไปถึงจนถึงตรวจสอบในผลการปฏิบัติงานของภาครัฐว่ามีการตระหนักในข้อมูลและมีการเตรียมรับมือต่อสถานการณ์ฉุกเฉินเช่นนั้นอย่างไร รัฐบาลมีนโยบายต่อเนื่องในประเด็นความสูญเสียดังกล่าวหรือไม่อย่างไร หรือเป็นเพียงนโยบายเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าเท่านั้น อีกทั้งรัฐได้ให้ความสำคัญต่อเหตุการณ์ความสูญเสียในรูปแบบเดียวกันนี้อีกหรือไม่ มากน้อยเพียงไร และเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารการท่องเที่ยว นั้นเป็นเพียงแค่ผักชีโรยหน้า หรือนโยบายในเชิงการพัฒนาเพื่อให้เกิดความร่วมมืออย่างยั่งยืน

สิ่งสำคัญที่สุดของการนำเสนอข้อมูลอันเนื่องมาจากความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากกรณีภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ ไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม ควรจะเป็นการนำเสนอที่ยังผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมเป็นสำคัญ ทั้งนี้ มิใช่เพื่อบุคคลหรือกลุ่มสมาคมหรือองค์กร แต่กระทำเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาสมมติสาธารณะของชาติ ในรูปแบบของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน มิใช่กระทำเพียงเพื่อตามกระแสสังคมที่ตื่นตัว เพราะหากว่าเป็นเช่นนั้น เมื่อกระแสความสนใจของผู้คนในสังคมหมดไป สื่อไม่ได้ทำหน้าที่ในการติดตามผลหรือกล่าวถึงเรื่องราวที่เคยเกิดขึ้น ก็ย่อมทำให้ไม่มีการแก้ไข ป้องกันในปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ดังกรณีภัยพิบัติสึนามิอย่างจริงจัง ซึ่งก็อาจส่งผลให้เกิดความสูญเสียได้ในอนาคต

ปัญหานำวิจัย

1. ผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวมีนโยบายและการดำเนินงานในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิอย่างไร
2. นิตยสารท่องเที่ยวมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิอย่างไร
3. ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิเป็นอย่างไร
4. การดำเนินงานในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร และมีการดำเนินการแก้ไขอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ
2. เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
3. เพื่อศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
4. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษา

1. แนวนโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิจากนิตยสารท่องเที่ยว จำนวน 6 ชื่อฉบับ ซึ่งตีพิมพ์ในเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2548 เพื่อให้เห็นถึงบทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวช่วงหลังเหตุการณ์สึนามิ

2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์บุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในขณะนั้น และทำการสัมภาษณ์ บรรณาธิการของนิตยสารท่องเที่ยว เกี่ยวกับนโยบายการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยว 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ

นิยามศัพท์

1. นโยบายการท่องเที่ยว หมายถึง นโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2548 ในด้านการฟื้นฟูผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่เกิดจากเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ ซึ่งเป็นนโยบายที่ได้จากการกำหนดนโยบายร่วมกันระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน อันได้แก่นโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยวของพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ.2545-2549 และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ.2546-2549 เป็นต้น

2. นิตยสารท่องเที่ยว หมายถึง นิตยสารที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศ อันได้แก่ นิตยสาร อ.ส.ท. นิตยสาร Trips นิตยสารเที่ยวไทย นิตยสาร Adventure & Travel นิตยสาร Nature Explorer และนิตยสาร Outdoor Thailand ซึ่งเป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ

3. สึนามิ หมายถึง ภาวะวิกฤตที่เกิดจากผิวโลกใต้ทะเลเคลื่อนตัวทำให้เกิดเป็นคลื่นเล็กๆ จำนวนมากรวมตัวกัน และกลายเป็นคลื่นยักษ์ใต้ทะเลพัดเข้าสู่ฝั่งทำลายทุกอย่างที่ขวางหน้า ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นอย่างมาก จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2547 ทางแถบชายฝั่งทะเลอันดามันใน 6 จังหวัดภาคใต้ของไทย คือ ภูเก็ต พังงา ระนอง กระบี่ ตรัง และสตูล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าหัวข้อในการวิจัยจะสามารถนำไปสู่การเกิดมิติทางการวิจัยใหม่ๆ ในสาขาวิชาการสารสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยภายหลังจากเกิดเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิปี 2547 ดังนี้

1. เพื่อเปิดประเด็นในเชิงสร้างสรรค์ในแนวคิดที่ว่านิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับที่มีความสอดคล้องและตอบรับต่อนโยบายการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สึนามิอย่างไร ทั้งนี้ก็เพื่อให้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อฟื้นฟูและส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังเกิดเหตุการณ์วิกฤตในอนาคต

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยโดยตรง โดยเฉพาะในเรื่องที่ว่ารัฐมีความตระหนักและมีแนวทางในการพัฒนา ส่งเสริมฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างไร การกระทำและแนวนโยบายทั้งหมดที่รัฐให้สื่อประเภทนิตยสารการท่องเที่ยวนำเสนอเป็นเพียงแค่ตามกระแสของสังคมเท่านั้น หรือเป็นการวางนโยบายเพื่อให้เกิดความร่วมมืออย่างยั่งยืน

3. เพื่อป้องกันมิให้เกิดความสูญเสียในเชิงซ้ำซ้อนขึ้นอีกในอนาคต เพราะหากเกิดเหตุการณ์ที่อาจจะก่อให้เกิดความสูญเสียขึ้นอีก สังคมไทยจะมีแนวทางและแนวนโยบายในการรับมือได้เป็นอย่างดีและทันท่วงที เพราะทุกฝ่ายต่างก็ทราบถึงบทบาทและหน้าที่ของตนเอง ซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยเหลือป้องกันความสูญเสียอันมีเหตุมาจากอุทกภัยทางธรรมชาติอย่างกรณี “คลื่นยักษ์สึนามิ” เป็นต้น

4. การค้นคว้าวิจัยในเรื่องดังกล่าวสามารถเอื้อประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาในประเด็นการเกิดขึ้นของคลื่นยักษ์สึนามิในอนาคตได้ไม่มากนักน้อย

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวคิด รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษา คือ

1. นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ
2. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและนิตยสารท่องเที่ยว
3. แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ

การที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ในวันที่ 26 ธันวาคม 2547 ทำให้ส่งผลกระทบต่อบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของจังหวัดภาคใต้ทั้ง 6 จังหวัด ตั้งแต่จังหวัดระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง และสตูล มีราษฎรได้รับความเดือดร้อนในส่วนของทรัพย์สิน พื้นที่การเกษตร พื้นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เครื่องมือประมง ปศุสัตว์ และสถานประกอบการ รัฐบาลจึงได้เร่งดำเนินการให้ความช่วยเหลือประชาชนขั้นต้นในสิ่งอุปโภคบริโภคในทันที และจากการที่ 6 จังหวัดที่ประสบภัยเป็นจังหวัดที่สร้างรายได้ด้านธุรกิจท่องเที่ยว โดยดึงดูดเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มูลค่าสูงถึง 1 ใน 4 ของรายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวในแต่ละปี รัฐบาลในขณะนั้นได้เร่งให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาเร่งฟื้นฟูการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในขณะนั้นคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมีนโยบายโดยตรงในการฟื้นฟูประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เน้นนโยบายทางด้านการตลาดท่องเที่ยว ส่วนการฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวโดยรวมนั้น นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น (พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร) ได้เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการแก้ปัญหา โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและรองนายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น (นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ) ในฐานะประธานคณะกรรมการอำนวยการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาจากธรณีพิบัติภัยใน 6 จังหวัดภาคใต้ ได้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวดังกล่าวจึงได้นำเรื่องขออนุมัติงบประมาณโครงการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเร่งด่วนปี 2548 และคณะรัฐมนตรี

พิจารณายุทธศาสตร์การฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ 6 จังหวัดชายฝั่งอันดามัน (มติกรม.วันที่ 26 กรกฎาคม 2548) และมีมติอนุมัติดังนี้

1. ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาดำเนินการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเร่งด่วน ปี 2548 ทั้งนี้ ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬารับผิดชอบต่อสังเกตของคณะรัฐมนตรีไปดำเนินการด้วยการดำเนินการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวดังกล่าวควรกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับข้อเท็จจริง และกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แหล่งท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ควรเน้นประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงความปลอดภัย และการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยได้ดำเนินการแล้วเสร็จ และกลับคืนสู่สภาพปกติแล้ว

2. อนุมัติในหลักการให้ดำเนินการตามมาตรการกระตุ้นตลาดเร่งด่วนในวงเงิน 1,500 ล้านบาท และมาตรการพัฒนาการท่องเที่ยวในวงเงิน 1,000 ล้านบาท โดยให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาปรับไปจัดทำกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และแผนการใช้จ่ายงบประมาณ แล้วขอตกลงในรายละเอียดกับสำนักงบประมาณก่อนดำเนินการต่อไป ทั้งนี้ ในส่วนของงานวิจัยและพัฒนาสินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภายใต้มาตรการด้านการพัฒนา วงเงิน 100 ล้านบาท ให้นำเสนอข้อมูลโครงการให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนขอทำความตกลงกับสำนักงบประมาณด้วย

3. ในส่วนของการปรับลดและยกเลิกค่าธรรมเนียมต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวให้กระทรวงคมนาคมรับไปพิจารณาในรายละเอียดต่อไป โดยควรยกเว้นให้เฉพาะกรณีนักท่องเที่ยวเหมาลำ (Charter flight) เท่านั้น

4. อนุมัติยุทธศาสตร์การฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ 6 จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ประสบภัยธรณีพิบัติ

5. อนุมัติให้แยกพื้นที่เสียหายที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวมาดำเนินการฟื้นฟูให้เกิดความยั่งยืน

6. อนุมัติให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามัน โดยมีสำนักงานประสานงานคณะกรรมการฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามัน ทำหน้าที่เลขานุการและอำนวยการ ทั้งนี้ โดยให้คณะกรรมการฯ จัดทำแผนปฏิบัติการและงบประมาณตามกรอบยุทธศาสตร์ฯ นำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อโปรดพิจารณาในโอกาสต่อไป

หลังจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีในเรื่องขออนุมัติงบประมาณโครงการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเร่งด่วนปี พ.ศ. 2548 คณะกรรมการอำนวยการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหามาจากธรณีภัยพิบัติใน 6 จังหวัดภาคใต้ ประกอบด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวในสาขาที่เกี่ยวข้อง ได้จัดประชุมระดมความคิดเห็น และดำเนินการช่วยเหลือ ดังนี้

1. การฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเร่งรัดการฟื้นฟูสถานที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้กลับคืนสู่สภาพเดิม โดยเร็วที่สุด ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะเร่งด่วน (ภายใน 1-3 เดือน) เร่งรัดสำรวจความเสียหาย จัดเก็บทำความสะอาด สิ่งสกปรกรกรุงรังและสิ่งปฏิกูล ตลอดจนขนซากปรักหักพังและปรับปรุงภูมิทัศน์ของพื้นที่ท่องเที่ยวได้รับความเสียหายไม่มากนักให้กลับคืนสู่สภาพปกติโดยเร็วที่สุด โดยดำเนินการ ดังนี้

1. สำรวจความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อแหล่งท่องเที่ยวและจัดลำดับความเร่งด่วนในการฟื้นฟูให้แล้วเสร็จภายใน 2 สัปดาห์

2. เร่งรัดเก็บกวาดทำความสะอาดสิ่งสกปรก ขยะชายหาดและในทะเล กู้ซากปรักหักพังและฟื้นฟูบูรณะแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบรุนแรง

3. ซ่อมแซม ปรับปรุงและบูรณะโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค รวมทั้งระบบบำบัดน้ำเสีย ระบบจัดเก็บขยะที่ได้รับความเสียหายให้สามารถใช้งานได้โดยเร็ว ภายใน 2 เดือน

4. เร่งรัดสำรวจจำแนกเขตการบริการและเขตพื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อม รวมทั้งดำเนินการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวให้มีความสวยงามและมีความสวยงามและมีความพร้อมในการรองรับให้แล้วเสร็จภายใน 1 เดือน

5. ศึกษาจัดวางผังการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความเสียหายรุนแรง ได้แก่ เขาหลัก หาดกมลา หาดปาดทอง และเกาะพีพี เป็นต้น ให้กลับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและได้มาตรฐานให้แล้วเสร็จภายใน 3 เดือน

6. ดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่และควบคุมสิ่งก่อสร้างอย่างเคร่งครัด

ระยะปานกลาง (ภายใน 1-2 ปี) เน้นการดำเนินงานในด้านฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความเสียหายอย่างรุนแรง ให้มีภาพลักษณ์ใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ได้มาตรฐานสากล และการคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ทำการยกระดับมาตรฐานการบริการและการดูแลรักษาความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ

เพิ่มความน่าสนใจให้กับพื้นที่ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ภาคเอกชนและพื้นที่ให้สามารถกลับมาแข่งขันในเวทีโลกได้อย่างรวดเร็ว โดยมีแนวทางดังนี้

1. จัดทำ Camp ground ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อให้เป็นพื้นที่รองรับสำหรับการท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว
2. ซ่อมแซม ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของรัฐที่ได้รับความเสียหายให้สามารถใช้ประโยชน์ในการบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพมากขึ้น
3. จัดมาตรการสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถพลิกฟื้นและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล
4. สำรวจ ประเมินความเสียหาย และจัดระบบป้องกัน พื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง เช่น ปะการัง หญ้าทะเล ให้มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน
5. ศึกษากำหนดขีดความสามารถรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่
6. คัดเลือกพื้นที่ที่เคยมีความสำคัญทางการท่องเที่ยว และถูกคลื่นยักษ์สึนามิทำลายโดยสิ้นเชิง เช่น เกาะพีพี มาประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการดำเนินการจัดทำแผนแม่บท และจัดภูมิทัศน์ของพื้นที่ดังกล่าวใหม่หมด รวมทั้งพิจารณาแลกเปลี่ยนพื้นที่ระหว่างราชการและเอกชน เพื่อให้สิ่งก่อสร้างถูกสร้างในสถานที่ที่สามารถสร้างความมั่นใจและให้มีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และให้เกิดความสวยงามในระดับ World Class อีกด้วย
7. คัดเลือกพื้นที่ที่มีซากปรักหักพังและมีซากของเรือหรือรถที่เกิดจากการทำลายล้างของสึนามิและเคยถูกเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ของโลกมาแล้ว เพื่อนำมาจัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบ Sport
8. วางแผนพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลทางด้านอ่าวไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำรองระดับนานาชาติ เพื่อให้เป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง

2. การสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการท่องเที่ยว โดยการเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสเพื่อจะสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการท่องเที่ยวในมิติให้ได้มาตรฐานสากล (ทั้งในด้านสถานบริการท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม) โดยเน้นความเป็นไทยควบคู่ไปกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน

ในท้องถิ่น รวมทั้งเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการจัดการและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่าง
เสมอภาคและยั่งยืน โดยมีแนวทางดำเนินงาน ดังนี้

ระยะเร่งด่วน (ภายใน 1-3 เดือน)

1. เร่งรัดรณรงค์ประชาสัมพันธ์ “ความเป็นไทย มิตรไมตรี และความเอื้ออาทร”
ให้ปรากฏต่อสายตาของนานาชาติ อย่างต่อเนื่อง

2. ออกมาตรการควบคุมและเฝ้าระวังพื้นที่เสี่ยงภัยทางด้านสาธารณสุข เพื่อ
ป้องกันการเกิดโรคระบาดที่อาจเกิดขึ้นภายหลังภัยพิบัติให้แล้วเสร็จ ภายใน 1 เดือน และให้
กำหนดระดับความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง

3. จัดระบบเตือนภัยทุกพื้นที่การท่องเที่ยว เช่น การสร้างหอคอยสังเกตการณ์
และจัดให้มียามรักษาฝั่ง (Bay Watch) เป็นต้น

ระยะปานกลาง (ภายใน 1-2 ปี)

1. สร้าง The Tsunami Memorial ให้เป็นอนุสรณ์และเป็นศูนย์ศึกษาให้ความรู้
ในลักษณะ Interactive Museum โดยนำเสนอทฤษฎีการเกิดสึนามิและจำลองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
ในประเทศไทย

2. สร้างมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวและผลักดันให้ผู้ประกอบการและ
หน่วยงานนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติ

3. ออกมาตรการการช่วยเหลือภาคเอกชนในด้านการลงทุน เพื่อให้สามารถ
กลับมาดำเนินธุรกิจได้โดยเร็วให้แล้วเสร็จภายใน 1 เดือน

4. ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้พร้อมอาชีพ

5. จัดระบบดูแลการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร
โดยเฉพาะระบบเตือนภัย (Early Warning System) ที่สมบูรณ์สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งใน
และต่างประเทศ

6. ปรับหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานให้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการเกิดภัย
ธรรมชาติ และวิธีการป้องกันตนเองเมื่อเกิดเหตุ

3. ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัด
ภาคใต้ที่ประสบภัยครั้งนี้ให้สามารถดำรงสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวดังที่เป็นมา จึงทำการ
เร่งรัดดำเนินการด้านตลาด คือ

ระยะเร่งด่วน

ตลาดต่างประเทศ

1. ประสานหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องออก Official Announcement แสดงความเสียใจต่อญาติผู้เสียชีวิต
2. ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นใจของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวให้กลับคืนมา โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ทั้งระดับ Regional และ In Market
3. ร่วมมือกับภาคเอกชนกระตุ้นการขายในระยะสั้น โดยจัดทำ Special Offer สำหรับตลาดที่ได้รับผลกระทบน้อยและตลาดระยะใกล้ เช่น ตลาดเอเชีย

ตลาดในประเทศ

1. ร่วมมือกับสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สายการบินและโรงแรม จัดรายการนำเที่ยวให้คนไทยไปเที่ยวอันดามัน
2. ส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดประชุม สัมมนาใน 6 จังหวัดชายฝั่งอันดามัน

ระยะยาว

ตลาดต่างประเทศ

1. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยเน้นภาพลักษณ์ที่ดีของคนไทยเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางสู่ประเทศไทยและชายฝั่งอันดามัน
2. ส่งเสริมการตลาดอย่างเต็มรูปแบบในตลาดท่องเที่ยวหลักของไทย
3. กระตุ้นยอดขายในช่วง Green Section ในตลาดศักยภาพที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก โดยเน้นการเสนอขายประเทศไทยในภาพรวมและสินค้าท่องเที่ยวในพื้นที่วิกฤตที่ไม่ได้รับผลกระทบ

ตลาดในประเทศ

1. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยเน้น “เที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา”
2. จัดงานส่งเสริมการขายและนำผู้ประกอบการในพื้นที่เดินสายประชาสัมพันธ์และเสนอขายสินค้าท่องเที่ยวในพื้นที่ในภูมิภาคอื่นๆ
3. สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเพิ่มความหลากหลายในพื้นที่ (Event Marketing)

ผลการดำเนินงาน เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน มุ่งเน้นการฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยมีคณะกรรมการฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน เป็นกลไกในการบริหารจัดการให้เกิดการดำเนินงานตามกรอบยุทธศาสตร์การฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยการดำเนินงานเพื่อแก้ไขสถานการณ์ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามันในระยะนี้เป็นการดำเนินงานโดยใช้งบประมาณปกติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อแก้ไข ภาวะวิกฤตเร่งด่วน สามารถสรุปได้เป็น 5 กลุ่มงานหลัก ดังนี้

1. การดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวฉุกเฉิน

1.1 การให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยดำเนินการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ประสบภัยจำนวน 1,934 คน ในด้านต่างๆ อาทิ การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง ที่พัก อาหาร การจัดการศพผู้เสียชีวิต การให้ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ ฯลฯ

1.2 การช่วยเหลือประสานงานและการประชาสัมพันธ์ข้อเท็จจริงในช่วงเวลาวิกฤต ดำเนินการเปิดศูนย์การเผยแพร่ข่าวผ่านเว็บไซต์ www.tatnew.org เพื่อเป็นการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและญาตินักท่องเที่ยว และเผยแพร่ข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ขณะเกิดวิกฤติ รวมทั้งจัดทำสารสนเทศแสดงความเสียใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เผยแพร่ให้สื่อมวลชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้รับทราบ

2. การให้ความช่วยเหลือบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เป็นการให้ความช่วยเหลือบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบในท้องถิ่น โดยจัดโครงการสร้างโอกาสการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการช่วยเหลือบุคลากรในพื้นที่ประสบภัยที่ตกงานอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย โดยการจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากร

3. การสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยทำการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์มุ่งนำเสนอความพร้อมในการรองรับของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และความสวยงามของธรรมชาติตามข้อเท็จจริง เช่น

3.1 จัดทัศนศึกษาให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และสื่อมวลชนต่างประเทศ มาดูสภาพที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว

3.2 โฆษณาและประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบของโฆษณาขนาด 30 วินาที เขียนบทความ สนับสนุนการจัดทำสารคดีท่องเที่ยวอันดามันและรายการท่องเที่ยว ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ และโทรทัศน์

3.3 ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลและภาพประกอบเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน สถานที่ท่องเที่ยวและศักยภาพในการรองรับของพื้นที่หลังเหตุการณ์ ให้แก่สื่อมวลชน ทั้งในและต่างประเทศเพื่อเผยแพร่สู่กลุ่มนักท่องเที่ยว

3.4 จัดงานแถลงข่าว จัดการสัมมนาบริษัทนำเที่ยว

3.5 กระตุ้นตลาดท่องเที่ยว มอบของรางวัลสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอันดามัน และการเข้าร่วมกับบริษัทนำเที่ยวรายใหญ่ในพื้นที่นำเสนอขายแพ็คเกจท่องเที่ยวราคาพิเศษ เป็นต้น

4. การส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย

4.1 การสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อาทิ ผลิตคู่มือแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามันที่เป็นปัจจุบัน จัดทำภาพยนตร์โทรทัศน์และประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวอันดามัน เพื่อรณรงค์สร้างขวัญและกำลังใจให้กับประชาชนในพื้นที่ฟื้นฟูสภาพจิตใจ รวมทั้งนำสื่อมวลชนทัศนศึกษาในพื้นที่เพื่อรับทราบสถานการณ์จริง เป็นต้น

4.2 การกระตุ้นคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ทดแทนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาดภายใต้โครงการต่างๆ ได้แก่ โครงการ Andaman Spice โครงการคาราวานบุญ โครงการ “เที่ยวอันดามัน บันใจช่วยภัยใต้” โครงการรวมพลังฟื้นฟูวิกฤต “ทะเลตรัง” การส่งเสริมบริษัท/ห้างร้าน/หน่วยงานราชการ ให้จัดประชุมสัมมนาในพื้นที่

5. การดำเนินงานเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลและฤดูกาลท่องเที่ยว

ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน สำหรับการดำเนินงานในไตรมาสที่ 3-4 ของปี 2548 มุ่งสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างประเทศต่อเนื่องจากไตรมาสที่ 1-2 และกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลและฤดูกาลท่องเที่ยวที่จะถึงในเดือนพฤศจิกายน 2548 โดยดำเนินงาน ดังนี้

5.1 การดำเนินงานส่งเสริมตลาดต่างประเทศ โดยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์โดยสนับสนุนการจัดทัศนศึกษา เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์พื้นที่อันดามันผ่านสื่อต่างๆ ป้ายประชาสัมพันธ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ ในรูปแบบโฆษณา บทความ และการ

สนับสนุนรายการโทรทัศน์และวิทยุ นำเสนอศักยภาพในการรองรับของพื้นที่และการจัดการเรื่อง การเตือนภัย เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

5.2 การดำเนินงานส่งเสริมตลาดในประเทศ โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ อันดามัน และสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

จากการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่านโยบายของการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามินั้นเป็นนโยบายที่ประสานกันระหว่างหน่วยงาน ทางการเมือง หน่วยงานราชการ และเอกชน ซึ่งลักษณะของนโยบายจะมี 3 ระยะ คือ ระยะ เร่งด่วนซึ่งเน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและปัญหาที่เร่งด่วน และระยะปานกลาง คือฟื้นฟู ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนระยะยาว คือ เน้นการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวให้กลับคืนสู่ สภาพเดิม โดยมุ่งเน้น 3 ประเด็นคือ การฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้าง ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถ นำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยได้ว่า ในนิตยสารท่องเที่ยวมีการนำเสนอเนื้อหาหรือสะท้อน ประเด็นต่างๆ ที่รัฐได้ออกนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและนิตยสารท่องเที่ยว

เดวิดสัน (Davidson, 1969, อ้างถึงใน ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2530, น. 1) ได้ให้นิยาม ความหมายของคำว่า นิตยสาร หมายถึง วารสารสำหรับผู้อ่านทั่วไป ที่มีบทความ เรื่องราวต่างๆ ซึ่งเขียนโดยผู้เขียนหลายคน ส่วนมากมักเป็นเรื่องที่อ่านเล่น นวนิยาย และคำประพันธ์ ความหมายเดิมของนิตยสารคือ สังเขปข่าว และเรื่องเบ็ดเตล็ด

ระวีวรรณ ประกอบผล (2530, น. 9-10) ให้นิยามความหมายของ “นิตยสาร” ว่า เป็นสิ่งพิมพ์ซึ่งตามปกติมีปกอ่อนระบุกำหนดออกที่แน่นอน ประกอบด้วยเนื้อหาสาระที่เป็นทั้ง ความรู้ และความบันเทิง เช่น บทความ โดยผู้เขียนหลายคน บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น นวนิยาย บทวิจารณ์ข่าวต่างๆ และโฆษณาที่มีภาพประกอบค่อนข้างมาก

คำว่า “นิตยสาร” มีความหมายตรงกับคำว่า Magazine ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษา ฝรั่งเศสว่า “Magasin” แปลว่า คลังสินค้า เป็นแหล่งเก็บสินค้าหลายประเภทอย่างเป็นหมวดหมู่ ไม่กระจัดกระจาย แนวคิดของนิตยสาร (Magazine Concept) จึงหมายถึงที่รวมของสาระเนื้อหา ที่มีความหลากหลาย ประกอบด้วย ข้อเขียนที่สะท้อนถึงแนวคิดหลักของนิตยสารที่วางตลาดแต่ ละฉบับ ความหลากหลายของภาพประเภทต่างๆ บทความ บทกวี เรื่องสั้น นวนิยาย และ

ข้อเขียนลักษณะอื่นๆ รวมอยู่ในเล่มเดียวกันอย่างเป็นระบบ ฉะนั้น แนวคิดสำคัญของการทำ นิตยสารจึงเน้นที่ความหลากหลายของเนื้อหาและข้อเขียนโดยได้รับการจัดหมวดหมู่ในรูปแบบที่ เหมาะสมสำหรับการเลือกอ่านมากกว่าจะมีความหมายเพียงรูปลักษณะทางกายภาพเท่านั้น (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550, น. 28)

บทบาทและหน้าที่ของนิตยสาร

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีหน้าที่สำคัญในการ เป็นสื่อถ่ายทอดสารสนเทศ (Information) สื่อที่ให้ความรู้ (Education) ให้ความบันเทิง (Entertainment) และการให้บริการในการประกาศและโฆษณาต่างๆ หรือในอีกด้านหนึ่ง นิตยสาร เป็นสื่อในการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ ความทรงจำ เป็นเวทีแห่งการแสดงทัศนะและเป็นประจักษ์ สะพานเชื่อมโยงจากสังคมเก่าไปยังสังคมใหม่ เป็นแหล่งค้นคว้าเพื่อทำความรู้จักกับอดีต และ ความเป็นมาของสังคมมนุษย์ (วิษณุ สุวรรณเพิ่ม, 2527, น. 25)

Wolseley (1965, pp. 375-376) ได้ศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อ สังคมของนิตยสาร พบว่า หน้าที่ของนิตยสารก็เหมือนสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ ในสังคม ประชาธิปไตย กล่าวคือ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความเป็นจริง แสดงความคิดเห็นอย่าง ยุติธรรม และลงพิมพ์โฆษณาที่เป็นจริง

นอกจากนี้ Wilbur Schramm (อ้างถึงใน ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530, น. 240-242) ยังได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของนิตยสารไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. ทำหน้าที่เสมือนยาม คอยเฝ้าระวังและรายงานความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ สมาชิกในสังคมได้รับทราบ แม้ว่านิตยสารจะไม่สามารถรายงานเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวได้ รวดเร็วเท่ากับหนังสือพิมพ์ แต่นิตยสารก็ทำหน้าที่ในลักษณะรวบรวมเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งทาง กายภาพและทางความคิดของคนในสังคม แล้วนำมาวิเคราะห์ วิเคราะห์ และสรุป ในลักษณะที่มี รายละเอียดมากขึ้น

2. ทำหน้าที่เสมือนสะพาน เชื่อมโยงสังคมเก่ากับสังคมใหม่ โดยการถ่ายทอด เรื่องราว ลักษณะของความเปลี่ยนแปลงให้ประชาชนได้รับทราบ เช่น การถ่ายทอดความ เปลี่ยนแปลงในทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในสังคมต่างๆ ทำให้สังคมมีความหลากหลาย ยิ่งขึ้น หรือทำให้สังคมนั้นมีความโดดเด่นชัดยิ่งขึ้น

3. ทำหน้าที่เสมือนเวที หรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งได้เปรียบกว่าสื่ออื่นๆ ในแง่ที่นิตยสารสามารถเสนอเรื่องราวที่เป็นความละเอียดอ่อน ประณีตและลึกซึ้งได้ เพราะอาจจะไม่มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่

4. ทำหน้าที่เสมือนครู ให้ความรู้ และการศึกษาแก่ประชาชน โดยที่นิตยสารบางฉบับอาจมุ่งให้ความรู้ และการศึกษาแก่ผู้อ่านโดยตรง ในขณะที่บางฉบับอาจจะให้ความรู้แก่ผู้อ่านด้วยวิธีที่ไม่เร่งรัด ค่อยๆ ซึมซับไปกับความบันเทิงเชิงอารมณ์ที่ได้รับอีกด้วย

5. ทำหน้าที่ให้บริการด้านธุรกิจ โดยเฉพาะในแง่ของการประกาศแจ้งความ และโฆษณา ทั้งที่เป็นเรื่องสาธารณะประโยชน์ และที่เป็นเรื่องของการโฆษณาสินค้า

สำหรับนิตยสารจัดได้ว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างหนังสือพิมพ์ และหนังสือ กล่าวคือ มีลักษณะคล้ายหนังสือพิมพ์ในเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ความบันเทิง และการลงโฆษณา คล้ายหนังสือเล่มในลักษณะที่เน้นการเจาะรายละเอียดและมุ่งให้ความรู้กับผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม จากลักษณะผสมผสานดังกล่าวทำให้นิตยสารได้วิวัฒนาการแตกแขนงออกไปเป็นนิตยสารประเภทต่างๆ ตามเนื้อหาและกลุ่มผู้อ่าน

เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ นิตยสารมีข้อได้เปรียบ คือ

1. นิตยสารสามารถเสนอหรือวิเคราะห์เรื่องต่างๆ ได้ลึกซึ้งกว่า เพราะมีเวลามากพอในการจัดเตรียมต้นฉบับ และแสวงหาข้อมูลอย่างละเอียดในแต่ละเรื่อง ในขณะที่วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ไม่สามารถทำได้ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2538, น. 309-310)

2. นิตยสารแต่ละฉบับมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จึงสามารถวิเคราะห์ความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและเลือกนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า

3. ผู้อ่านนิตยสารจะต้องเป็นผู้มีความรู้พอสมควร มีทักษะในการอ่าน เพราะการอ่านนิตยสารมักจะต้องใช้ความคิดและจินตนาการไปพร้อมๆ กัน และใช้เวลาอ่านกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งการอ่านลักษณะนี้จะมีผลต่อการซึมซับข่าวสาร ความรู้และความคิดของผู้อ่านได้มากกว่า

4. นิตยสารเป็นสื่อที่มีอายุยาวกว่าสื่ออื่น สามารถนำกลับมาอ่านได้อีกในเวลาที่ต้องการ จึงมีบทบาทและอิทธิพลต่อทัศนคติ และการรับรู้ของผู้อ่านได้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการโน้มน้าว ชักจูงใจให้คล้อยตาม ถึงแม้จะเป็นอย่างช้าๆ แต่ก็ส่งผลอันยาวนาน

องค์ประกอบของนิตยสาร

เนื้อหาของนิตยสารคือส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของนิตยสารฉบับนั้นๆ ดังนั้นลักษณะองค์ประกอบของนิตยสารจึงเป็นการสร้างบุคลิกโดยการเสนอเนื้อหา หรือเรื่องราวในแนวทางใดทางหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างต่อเนื่อง

ส่วนประกอบของเนื้อหาประกอบด้วย (มาลี บุญศิริพันธ์, 2534, น. 8)

1. คอลัมน์ประจำ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของนิตยสาร ซึ่งมีเนื้อหาสาระแนวเดียวกันต่อเนื่องกันฉบับต่อฉบับ บางครั้งอาจเรียกว่า department ผู้อ่านมักจะมีความคุ้นเคยกับคอลัมน์ที่โปรดปรานของตนทันทีที่ซื้อนิตยสาร การจัดคอลัมน์ประจำมีประโยชน์อย่างยิ่ง ในด้านที่ว่า ผู้อ่านได้เรียนรู้บุคลิกของนิตยสาร เกิดความเคยชินกับรูปแบบของหนังสือประการสำคัญที่ทำให้รู้ว่าถ้าต้องการอ่านเรื่องเกี่ยวกับอะไรแล้ว จะสามารถเปิดอ่านที่หน้าไหน

2. บทความในคอลัมน์ประจำ นิตยสารบางฉบับจะเปิดคอลัมน์ประจำบางคอลัมน์ที่เห็นว่ามีค่าสำคัญสอดคล้องกับนโยบายหลักให้กว้างขวางมากกว่าคอลัมน์อื่น คอลัมน์ประเภทนี้สามารถบรรจุบทความเรื่องราวต่างๆ ได้หลายเรื่อง ซึ่งบางเรื่องอาจจะต่อเนื่องกันไปหลายฉบับเลยก็ได้ ในการพิจารณาบทความใดควรจะมีพิมพ์ในคอลัมน์ชนิดไหน ก็ขึ้นอยู่กับเป้าหมายของการจัดคอลัมน์นั้นๆ

3. เรื่องทั่วไป นอกเหนือจากคอลัมน์ต่างๆ ใน 2 ประเภทแล้ว นิตยสารยังประกอบด้วยเรื่องทั่วไป ซึ่งไม่จำเป็นต้องสังกัดประจำในคอลัมน์หนึ่งคอลัมน์ใดโดยเฉพาะ เช่น นวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมุ่งที่ผู้อ่านประเภทเดียวกันเสมอไปในทุกฉบับอาจแตกต่างกันไปแล้วแต่ความชอบ

ประเภทของนิตยสาร

การจัดแบ่งประเภทของนิตยสารนั้น โดยทั่วไปมักแบ่งตามความสนใจของกลุ่มผู้อ่าน เพื่อความสะดวกในการจัดแบ่งประเภทให้เห็นชัดเจน สามารถแบ่งนิตยสารออกเป็นกลุ่มใหญ่ 2 กลุ่ม (มาลี บุญศิริพันธ์, 2534, น. 8) คือ

1. นิตยสารประเภททั่วไป (Consumer magazine/General magazine) หมายถึงนิตยสารที่มีวัตถุประสงค์มุ่งให้ผู้อ่านทั่วไปสามารถอ่านได้ เนื้อหาจะไม่เฉพาะเจาะจงที่ความสนใจในเรื่องหนึ่งเรื่องใดเป็นพิเศษ ทุกคนสามารถอ่านและเข้าใจเนื้อหาได้ไม่ยาก อาทิ นิตยสารข่าว นิตยสารภาพ ฯลฯ

2. นิตยสารเฉพาะกลุ่ม (Specialized magazine) หมายถึงนิตยสารที่มุ่งผลิตเพื่อตอบสนองของความต้องการของผู้อ่านเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ความสนใจของผู้อ่านแตกต่างกัน ผู้อ่านที่สนใจเรื่องนั้นๆ เท่านั้นจึงจะซื้อนิตยสารประเภทนี้ อ่าน อาทิ วารสารการแพทย์ นิตยสารปิ่น ฯลฯ

นอกจากนี้บริษัท มายด์แชนร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ดูแลการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัท โอกิลวี แอนด์ เมเธอร์ ประเทศไทย จำกัด และบริษัท เจ วอลเตอร์ อดมสัน ประเทศไทย จำกัด ได้แบ่งนิตยสารประเภทต่างๆ โดยใช้แหล่งข้อมูลจาก ACNielsen (Thailand) Media Index, Rate Card 1998 โดยสำรวจทั่วประเทศในกลุ่มผู้อ่านตั้งแต่อายุ 12 ปีขึ้นไป มีรายละเอียดดังนี้ (กาญจนา ธานีปรกรณ์, 2544, น. 21-22)

1. นิตยสารผู้หญิง เช่น คู่สร้างคู่สม ขวัญเรือน กุลสตรี ดิฉัน แพรว ผู้หญิง เปรี๊ยะ แม่และเด็ก รักลูก Elle Cleo Cosmopolitan เป็นต้น

2. นิตยสารวัยรุ่น เช่น เธอกับฉัน สุดสัปดาห์ The Boy เป็นต้น

3. นิตยสารผู้ชาย เช่น GM. Boss Hi-Class เป็นต้น

4. นิตยสารสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น มติชนสุดสัปดาห์ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ เป็นต้น

5. นิตยสารธุรกิจ เช่น ผู้จัดการ คู่แข่ง การเงินและการธนาคาร และ Corporate Thailand เป็นต้น

6. นิตยสารรถ เช่น Motorcycle Motoring ยานยนต์ Motocross เป็นต้น

7. นิตยสารบ้าน เช่น บ้านและสวน บ้านในฝัน

8. นิตยสารท่องเที่ยว เช่น อ.ส.ท. เพื่อนเดินทาง

9. นิตยสารบันเทิง เช่น ขายหัวเราะ ดาราภาพยนตร์ ภาพยนตร์บันเทิง ทีวีพูล เอ็นเตอร์เทน สตาร์พิคซ์ เป็นต้น

10. นิตยสารกีฬา เช่น สตาร์ชอคเกอร์ มวยสยาม เป็นต้น

การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหา นิตยสาร

รูปแบบของนิตยสารเป็นสิ่งที่ไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอน เนื่องจากขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระที่นำเสนอในนิตยสารแต่ละประเภท รูปแบบของนิตยสารแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2530, น. 60-61)

1. ประเภทของเนื้อหาในนิตยสาร (Departments) ซึ่งเป็นการแยกแยะเนื้อหาสาระของนิตยสารออกเป็นประเภทต่างๆ ซึ่งผู้อ่านจะติดตามเนื้อหาของแต่ละประเภทที่สนใจและชอบมากที่สุด

2. บทความและงานเขียนในแต่ละประเภท (Article Written Departments) นิตยสารแต่ละประเภทอาจมีบทความหรืองานเขียนที่มีจำนวนมากน้อยต่างกัน แต่เนื้อหาจะต้องเป็นไปอย่างสม่ำเสมอทุกๆ ฉบับ

3. รูปแบบของเนื้อหาโดยทั่วไป (General Types of Content) นอกจากบทความและงานเขียนในแต่ละประเภทของนิตยสารแล้ว นิตยสารยังมีเนื้อหาประเภททั่วไปอยู่ด้วย เช่น เรื่องสั้น หรือเรื่องแต่ง และบางฉบับจะมีเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ข่าวสาร การ์ตูน บันเทิง ข่าขัณ บทความ และบทบรรณาธิการ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นเนื้อหาของนิตยสารอีกประเภทหนึ่ง

สำหรับรูปแบบของนิตยสารจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาที่จะเสนอในนิตยสาร และจะแยกประเภทของนิตยสารให้เด่นชัดในสายตาของผู้อ่าน ซึ่งต้องได้รับความสนใจและดึงดูดใจผู้อ่านเพื่อติดตามเนื้อหา ซึ่งจะต้องมีความต่อเนื่องในแต่ละฉบับ

นิตยสารอาจจะประกอบด้วยรูปแบบเนื้อหา (กนกวรรณ นະนะกร, 2542, น. 21-22) ดังต่อไปนี้

1. บทความ เป็นงานเขียนที่มีเป้าหมายในการให้ความรู้ ความคิดเห็นโดยอาศัยข้อเท็จจริงที่มีสาระ และมีหลักฐานที่น่าเชื่อถือ ซึ่งผู้เขียนสามารถอธิบายประเด็นที่น่าสนใจโดยสอดแทรกแนวคิดให้ผู้อ่านได้รับรู้ ซึ่งแบ่งประเภทบทความที่ควรนำลงในนิตยสารไว้ 9 ประเภท คือ

1.1 บทความประเภทรายงาน (Reporting) เป็นบทความที่มุ่งให้รายละเอียดเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ รวมถึงเรื่องวิชาการด้วยโดยให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ ประทับใจ ใช้ภาษาที่เรียบง่าย

1.2 บทความประเภทวิธีทำ (How-to-do-it) เป็นการเขียนอธิบายการกระทำตามขั้นตอน หรือแสดงวิธีการให้ผู้อ่านสามารถนำไปปฏิบัติได้

1.3 บทความประเภทเรื่องเล่า (Narration) เป็นเรื่องที่แต่งขึ้นโดยมีข้อเท็จจริงประกอบในเนื้อเรื่อง ให้เรื่องน่าสนใจและน่าติดตามยิ่งขึ้น

1.4 บทความประเภทเบื้องหลังความจริง (Confession) เป็นงานเขียนเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีข้อมูลที่สามารถพิสูจน์ความจริงได้ เพื่อให้แนวความคิดสู่ผู้อ่าน ระวังผู้อ่านเกิดแนวความคิดแปลกใหม่ด้วย

1.5 บทความประเภทสัมภาษณ์ (Interviews) เป็นการแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากบุคคลที่มีความสำคัญ โดยมีการแทรกเกร็ดความรู้และข้อคิดที่น่าสนใจ

1.6 บทความประเภทชีวประวัติ (Biographical Writing) เป็นการเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลสำคัญ ที่เน้นข้อเท็จจริงในแง่มุมต่างๆ ของชีวประวัติบุคคล

1.7 บทความประเภทวิจารณ์ (Book Reviewing and Criticism) เป็นงานเขียนที่วิเคราะห์ข้อเท็จจริง จากเรื่องราวที่ปรากฏ และมีการชี้แนะให้ผู้อ่านได้เห็นถึงผลดีผลเสียที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์นั้นๆ

1.8 บทความประเภทปัญหาโต้แย้ง (Setting into Argument) เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับชีวิต สิ่งแวดล้อม สังคมการเมือง เศรษฐกิจ ศาสนา โดยการนำเสนอประเด็นปัญหาที่มีความแตกต่างทางความคิด เน้นข้อเท็จจริงและเหตุผลชี้แนะให้ผู้อ่านพิจารณาและตัดสินใจเอง

1.9 บทความประเภทความเรียง (The Essay Article) เป็นงานเขียนที่ให้ข้อคิดเห็นและจินตนาการต่อผู้อ่าน อาจเป็นเรื่องจริง หรือเรื่องที่ผู้เขียนแต่งขึ้นเพื่อประกอบเนื้อหาให้น่าสนใจมากขึ้น

2. นวนิยาย ที่ลงตีพิมพ์ในนิตยสาร ได้แก่ เรื่องสั้น เรื่องราวที่ลงพิมพ์เป็นตอนๆ นิตยสารบางฉบับเสนอนวนิยายเป็นหลัก สารคดีและบทความเป็นรอง นิตยสารเกี่ยวกับการค้าส่วนมากจะไม่ลงเนื้อหาประเภทนวนิยาย แต่จะเป็นบทความ สารคดีและข่าวสารต่างๆ

3. ภาพ เป็นองค์ประกอบสำคัญของนิตยสารทุกฉบับและทุกประเภทตลอดมา ภาพประกอบเป็นปัจจัยช่วยให้นิตยสารน่าอ่านและดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้มาก โดยเฉพาะภาพที่มีสีสันสวยงามจะได้รับความสนใจมากที่สุด จึงเห็นได้ว่านิตยสารส่วนใหญ่ จะใช้ภาพเป็นส่วนประกอบหลักในการดึงให้เนื้อหาโดดเด่นจนได้รับความสนใจจากผู้อ่าน

4. ข่าว เป็นการรายงานที่ทันต่อเวลาและที่เป็นจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ (events) ความคิด (ideas) และสถานการณ์ (situations) ซึ่งทำให้ประชาชนสนใจ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 55) สำหรับข่าวจะใช้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของนิตยสารทุกชนิด โดยการจัดให้ข่าวเป็นแผนกหนึ่งอยู่ตรงส่วนต้นๆ หรือส่วนท้ายของฉบับนิตยสาร เนื้อหาประเภทนี้รวมทั้งการวิจารณ์ข่าวต่างๆ

5. แผนกต่างๆ ส่วนใหญ่มีแผนกหรือคอลัมน์ประจำเป็นส่วนสำคัญของทุกฉบับที่ออก ปกติเนื้อหาเหล่านี้ผู้อ่านจะคุ้นเคยเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้อ่านมีความสนใจแตกต่างกันเพื่อสนองความสนใจเหล่านี้ นิตยสารจึงแบ่งเนื้อหาสาระภายในเล่มออกเป็นแผนกต่างๆ เช่น จดหมายถึงบรรณาธิการ อาหาร แฟชั่น เพลง เป็นต้น

6. คอลัมน์บรรณาธิการ นิตยสารก็อยู่ในฐานะเช่นเดียวกันกับหนังสือพิมพ์ในการที่จะเป็นปากเสียง และแสดงความคิดเห็นของตนเองได้ นิตยสารจึงจัดคอลัมน์บรรณาธิการขึ้น ซึ่งมีความสำคัญมากต่อนิตยสารประเภทความเห็น และนิตยสารของบริษัท ห้างร้าน องค์กร ธุรกิจต่างๆ

7. โคลง-ฉันท-กาพย์-กลอน เป็นส่วนหนึ่งที่แสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ของมนุษย์ที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันของทุกชาติทุกภาษา จึงเกิดนิตยสารประเภทโคลงกลอนขึ้นโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามนิตยสารประเภทอื่นแทบทุกชนิดอาจจะเสนอโคลง-กลอนสั้นๆ ทั้งที่มีเนื้อความเป็นเรื่องราวหรือเป็นคติสอนใจปะปนอยู่ด้วยเสมอ

8. การดูข่าวสั้น เนื้อหาประเภทข้อความข่าวสั้นนี้มักแทรกอยู่ในนิตยสารแทบทุกประเภท เพียงแต่ว่าเรื่องข่าวสั้นส่วนใหญ่ก็มีเนื้อหาโน้มเอียงไปตามลักษณะเนื้อหาของนิตยสารฉบับนั้นเท่านั้น

9. เบ็ดเตล็ดและเรื่องแทรก นิตยสารจะมีเนื้อหาเบ็ดเตล็ดต่างๆ ซึ่งจะช่วยในการจัดหน้าและทำให้เต็มหน้า รวมถึงช่วยทำให้การนำเสนอของนิตยสารนั้นๆ มีเนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์ เช่น ปัญหาอักษรไขว้ การทายปัญหา เกร็ดความรู้เล็กๆ น้อยๆ จดหมายถาม-ตอบจากผู้อ่าน งานฝีมือ สิ่งประดิษฐ์ต่างๆ และอื่นๆ

นิตยสารท่องเที่ยว

นิตยสารท่องเที่ยว หมายถึง นิตยสารที่เสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือเน้นหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งอาจมีเนื้อหาและรูปแบบแตกต่างกันออกไปตามประเภทของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวเน้นธรรมชาติ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเสนอเนื้อหาในแนวสารคดี รวมทั้งเสนอคอลัมน์ประจำ และการเสนอข่าว เป็นต้น และสิ่งสำคัญที่สุดของนิตยสารประเภทนี้ก็คือ ภาพประกอบที่สวยงามและน่าสนใจ

สำหรับเนื้อหาและภาพประกอบในนิตยสารท่องเที่ยวมักจะเน้นหนักไปในเรื่องของ การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ที่มีแนะนำในนิตยสารนั้นๆ ส่วนใหญ่จะเป็นสารคดีแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว บทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สาระความรู้หรือ เกร็ดเล็กๆ น้อยๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆ ไป เช่น ศิลปะ วัฒนธรรม เป็นต้น ทั้งนี้ลักษณะเนื้อหาภายในเล่มจะแตกต่างกันไปตามประเภทของการท่องเที่ยว นโยบาย และกลุ่มเป้าหมายของแต่ละฉบับ (วินิจ รังผึ้ง, 2530, น. 5-12)

ลักษณะของนิตยสารท่องเที่ยว

1. ให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก
2. สอดแทรกความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น วิธีเดินป่า การเตรียมตัวเที่ยวป่า ในหน้าฝน การเอาตัวรอดในทะเล เป็นต้น
3. ให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้อ่านทางด้านประวัติศาสตร์ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านโบราณคดี ธรณีวิทยาและการอนุรักษ์ธรรมชาติ
4. มีรูปภาพประกอบที่สวยงาม และเป็นจำนวนมาก
5. ให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ไป เช่น เรื่องราวของสังคมในแต่ละยุคสมัย
6. การใช้ภาษาจะเน้นความเป็นกันเองกับผู้อ่าน รวมทั้งเนื้อหาโดยทั่วไป เพื่อสร้างความผ่อนคลายของผู้อ่าน

บทบาทและหน้าที่ของนิตยสารท่องเที่ยว

นิตยสารท่องเที่ยวมีบทบาทหน้าที่ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ดังนี้

1. หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (To Inform) กล่าวคือเป็นสื่อกลางในการเสนอข่าวสาร เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมในช่วงเวลานั้นๆ ให้ผู้อ่านได้ทราบ เช่น นิตยสารท่องเที่ยวเสนอข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพำนักในประเทศไทยในช่วงปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังเป็นสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนั้น
2. หน้าที่ในการให้ความรู้ (To Educate) นอกจากการให้ข่าวสารแล้ว การเสนอเรื่องราวที่เป็นความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทั่วไป หรือความรู้เฉพาะด้านให้แก่ผู้อ่าน เป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้อ่านให้กว้างขึ้น เช่น นิตยสารท่องเที่ยวให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ เป็นต้น
3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (To Entertain) ด้วยว่านิตยสารไม่ใช่ตำรา จึงต้องมีสิ่งบันเทิงเพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่าน โดยนำเสนอในรูปแบบของงานเขียนประเภทต่างๆ อาจเป็นเรื่องสั้น เรื่องแปล เรื่องอ่านเล่น หรือจะเป็นรูปแบบการเขียนในลักษณะพรรณนา หรือบรรยายให้เห็นถึงความสวยงามหรือคุณลักษณะของสิ่งต่างๆ เช่น สารคดีท่องเที่ยว ซึ่งทำให้อ่านเกิดจินตภาพพร้อมกับเสนอภาพถ่ายที่สวยงามของสถานที่นั้น
4. หน้าที่ในการเป็นสื่อโฆษณา (To Advertise) ในปัจจุบันนิตยสารจะไม่สามารถอยู่รอดได้หากขาดการค้ำจุนจากค่าโฆษณา โฆษณาจึงเข้ามามีบทบาทในสื่อประเภทนี้ ทำให้นิตยสารสามารถขายในราคาต่ำกว่าทุนได้ ดังนั้นนิตยสารจะอยู่รอดหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับโฆษณา

นั่นเอง ขณะเดียวกันยังเป็นการช่วยลดภาระของผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านได้ทราบถึงความเป็นไปของตลาด โปรแกรมทัวร์ของบริษัทนำเที่ยวหรือโฆฆณาสถานที่พัคตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้อ่านในการเลือกใช้บริการ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและนิตยสารท่องเที่ยวมาเป็นกรอบในการวิจัย ก็เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิในนิตยสารท่องเที่ยว ทั้งนี้ การที่ผู้วิจัยศึกษาสื่อ นิตยสารท่องเที่ยว โดยนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและนิตยสารท่องเที่ยวมาเป็นกรอบ การศึกษา จะทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของนิตยสารท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ อีกทั้งนิตยสารท่องเที่ยวมีการดำเนินงานและนำเสนอเนื้อหาเพื่อสะท้อนภาพที่สำคัญ ในเชิงของการพัฒนา แก่ไข ตลอดจนการฟื้นฟูและเยียวยาผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น จากภัยพิบัติสึนามิอย่างไรได้อีกด้วย

แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

การสื่อสารมวลชน คือ กระบวนการส่ง การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังคนจำนวนมากโดยสื่อมวลชน (Mass Media) อาทิเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ เป็นต้น โดยที่นิตยสารนับเป็นสื่อมวลชนสาขาหนึ่ง บทบาทหน้าที่ของนิตยสาร จึงคล้ายกับการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนสาขาอื่นๆ ดังที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารมวลชนหลายๆ ท่าน ได้อธิบายบทบาทหน้าที่สื่อมวลชนไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold D.Lasswell, อ้างถึงใน กิติมา สุรสนธิ, 2544, น. 47) นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกัน ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อสารมวลชน 3 ประการ คือ

1. หน้าที่ในการสังเกตการณ์และรายงานสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of The Environment) คือ การสอดส่องและการติดตามเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่อาจจะ มีผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมมารายงานให้สมาชิกในสังคมได้ทราบ ซึ่งหน้าที่นี้ตรงกับหน้าที่ของ การสื่อสารโดยทั่วไป คือ การแจ้งให้ทราบ (to inform) กล่าวคือ สื่อมวลชนจะคอยเฝ้าดูว่ามี เหตุการณ์หรือเรื่องราวใดที่เกิดขึ้นภายในสังคมที่ผู้รับสารก่อนถึงมือผู้รับ ซึ่งเราเรียกบทบาทนี้ว่า ผู้เฝ้าประตู (Gate keeper)

2. หน้าที่ในการประสานสัมพันธ์ส่วนต่างๆ ของสังคมให้รวมตัวกันอยู่ได้ (Correlation of the parts of society in responding to the environment) หมายถึง หน้าที่ใน

การติดตามศึกษาเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นที่ในสังคมอย่างถูกต้องถี่ถ้วน แล้วนำมาชี้แจง เพื่อช่วยปรับให้สมาชิกกลุ่มต่างๆ มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน อยู่รวมกันในสังคมเดียวกันได้ด้วยความสะดวกเรียบร้อย ซึ่งหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ส่วนต่างๆ ของสื่อมวลชนนี้จะตรงกับหน้าที่ในการวิพากษ์วิจารณ์ (Critical Function) สิ่งต่างๆ เหตุการณ์ต่างๆ ที่สำคัญๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม พร้อมทั้งเสนอแนะวิธีการแก้ไขหรือออกให้เกิดผลดีต่อสังคม ซึ่งอาจหมายถึงหน้าที่ในการชักจูงใจโน้มน้าวใจ (Persuative function) ในการสื่อสารนั่นเอง

3. หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of the social heritage from one generation to the next) หมายถึง หน้าที่ในการเผยแพร่ ถ่ายทอด หรือสืบทอดความรู้ ค่านิยม ทศนคติ และบรรทัดฐานของสังคมจากยุคสมัยหนึ่งไปสู่อีกยุคสมัยหนึ่ง เพื่อให้วิทยาการ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของสังคมนั้นๆ คงอยู่ตลอดไปซึ่งหน้าที่นี้ตรงกับหน้าที่ในการให้การศึกษานี้ของสื่อมวลชน (Educational function)

นอกจากหน้าที่ทั้ง 3 ประการนี้แล้ว วิลเบอร์ แชมรมม์ (Schramm, 1964, pp. 39-40) และ ชาร์ลส อาร์ไรท์ (Charles R. Write, 1975, pp. 37-42) ได้เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ประการที่ 4 ของสื่อมวลชนไว้อีกประการ คือ หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment function) ซึ่งหมายถึง การเผยแพร่ถ่ายทอดทางด้านศิลปะการแสดงดนตรี เพื่อสร้างความจรรโลงใจให้แก่มวลชน

นอกจากบทบาทหน้าที่ 3 ประการของสื่อมวลชนที่ ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ได้กล่าวไว้แล้ว วิลเบอร์ แชมรมม์ (Schramm, 1964, pp. 41-42, 122-144) ยังได้อธิบายบทบาทหลักของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศเพิ่มเติมไว้ดังนี้

1. บทบาทในการเฝ้าระวัง หรือบทบาทในการเสนอข่าวสาร (Surveillance or Informative Function)

1.1 สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นยามตรวจสอบ นั่นคือการให้ข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงและอธิบายเหตุการณ์ต่างๆ ที่กำลังเกิดขึ้นในสังคมให้ประชาชนได้รับรู้

1.2 สื่อมวลชนสามารถทำให้ผู้รับสารได้เห็นโลกกว้างขึ้น เพราะสื่อมวลชนสามารถจัดอุปสรรคเกี่ยวกับระยะทางและความโดดเดี่ยวห่างไกล สามารถนำประชาชนออกจากสังคมประเพณีดั้งเดิมไปสู่สังคมทันสมัย ซึ่งเป็นสังคมที่ใหญ่กว่าและต่อสู้แข่งขันกันมากกว่า และเป็นสิ่งที่ทุกคนต่างมุ่งมองไปในอนาคตและสถานที่ไกลออกไป

1.3 สื่อมวลชนสามารถเน้นและกำหนดความสนใจ เรื่องราวหรือเหตุการณ์อะไรคือสิ่งที่น่าสนใจและควรจะได้ใส่ใจ มักเป็นสิ่งที่ได้จากการกำหนดของสื่อมวลชน สื่อมวลชนจะเป็นผู้นำเอาประเด็นต่างๆ มาทำให้น่าสนใจยิ่งขึ้น

2. บทบาทในการกำหนดนโยบายหรือบทบาทในการตัดสินใจ (Persuasive Function)

2.1 สื่อมวลชนสามารถให้สถานภาพแก่บุคคล การที่บุคคลได้รับการยกย่องหรือเหยียดผ่านสื่อมวลชน ก็เท่ากับเป็นการสร้างชื่อเสียงหรือยกย่องสถานภาพให้กับบุคคลนั้น ซึ่งบุคคลนั้นอาจหมายถึงบุคคลที่เป็นหรือกำลังจะเป็นผู้นำในการพัฒนาต่อไปได้

2.2 สื่อมวลชนสามารถทำให้เกิดการอภิปราย โดยนำนโยบายมาขยายให้กว้างขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง สื่อมวลชนสามารถทำให้ประชาชนจำนวนมากเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบาย สื่อมวลชนช่วยนำเสนอข่าวสาร ปัญหา หรือนโยบายจากท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้จะช่วยให้ประชาชนในส่วนต่างๆ ของประเทศ ตลอดจนผู้กำหนดนโยบายของประเทศรับทราบปัญหาที่เกิดขึ้น ขณะเดียวกันสื่อมวลชนก็จะรายงานข่าวและปัญหาระดับชาติ รวมทั้งข้อโต้แย้งและข้อกล่าวสนับสนุนต่างๆ ต่อผู้นำ ว่าควรจะยอมรับนโยบายใด ดังนั้นเวทีของการอภิปรายเกี่ยวกับนโยบายจึงถูกขยายกว้างออกไปเรื่อยๆ

2.3 สื่อมวลชนสามารถสะท้อนความคิดเห็นของสังคม สิ่งใดก็ตามที่ถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดไปจากบรรทัดฐานของสังคม ถ้ายังไม่มี การนำมาตีแผ่อย่างกว้างขวางในหมู่ประชาชนแล้ว ทุกคนก็ดูเหมือนว่าจะมีปฏิกิริยาคัดค้านหรือแสดงความไม่เห็นด้วยในใจเท่านั้น แต่เมื่อใดที่สื่อมวลชนนำมาตีแผ่ต่อสาธารณชน การคัดค้านอย่างออกหน้าออกตาก็คงจะเกิดขึ้น ซึ่งเท่ากับว่าสื่อมวลชนช่วยให้สังคมอยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้ได้ ซึ่งรวมไปถึงการที่สื่อมวลชนสามารถช่วยสร้างรสนิยมที่ดี ช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ถือได้ว่าเป็นการปฏิบัติที่ถูกต้อง เป็นไปตามวัฒนธรรมประเพณีที่ดีของสังคม เพราะการกระทำบางอย่างอาจจะกลายเป็นสิ่งที่ล้าสมัย หรือค่อนข้างจะไม่มีวัฒนธรรม สื่อมวลชนจึงช่วยเปลี่ยนแปลงให้เกิดรสนิยมที่ดี และดำเนินชีวิตไปตามวัฒนธรรมประเพณีที่ดีได้

3. บทบาทในการสอนหรือบทบาทในการให้ความรู้ (Education Function)

สื่อมวลชนสามารถสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการยอมรับวิถีปฏิบัติใหม่ เทคนิคใหม่ หรือทัศนคติใหม่ สามารถทำให้ประชาชนแสดงบทบาทในการพัฒนาประเทศ แต่การที่ประชาชนเพียงแต่ตื่นตัวในข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาโดยไม่ได้รับการเรียนรู้ที่ดีพอที่จะใช้ทักษะใหม่ ย่อมไม่เป็นการเพียงพอ ก่อนที่การเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่จะเกิดขึ้นได้ จำเป็นต้องมีการเผยแพร่ทักษะใหม่ให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงเสียก่อน

จากแนวคิดเรื่องบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบเพื่อใช้ในการศึกษาว่า นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อมวลชนได้มีบทบาทหน้าที่ในการสะท้อนภาพการดำเนินงานเพื่อแก้ไขผลกระทบทางการท่องเที่ยวจากเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิที่เกิดขึ้น นิตยสาร

ท่องเที่ยวมีแนวนโยบายและดำเนินงานอย่างไรในการมีส่วนร่วมหรือสอดคล้องตามนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐในการช่วยฟื้นฟูผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ภัยพิบัติครั้งนี้

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการค้นคว้าวิจัยเรื่องบทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ ผู้วิจัยได้สำรวจพบข้อมูลผลงานทางด้านวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงในสาขาสื่อสารมวลชน และถึงแม้ว่างานวิจัยดังกล่าวจะไม่ได้กล่าวถึงกรณีนโยบายในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิก็ตาม แต่ผลงานวิจัยต่างๆ ดังกล่าวก็สามารถนำมาสร้างเป็นองค์ความรู้และต่อยอดในการศึกษาถึงความเกี่ยวข้องในประเด็นภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิของผู้วิจัยได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังต่อไปนี้ คือ

สุวัชชัย เอกชัยศิริ (2548) ศึกษานโยบายการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาการฟื้นฟูเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตหลังเหตุการณ์ภัยพิบัติ“สึนามิ” โดยงานของสุวัชชัยมีความมุ่งหมายที่จะศึกษาว่า ปัญหาและอุปสรรคในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตภายหลังเหตุการณ์ภัยพิบัติ“สึนามิ” เป็นอย่างไรบ้าง และปัญหารวมทั้งอุปสรรคในการฟื้นฟูเศรษฐกิจในจังหวัดภูเก็ต คือสิ่งใด ซึ่งการศึกษาและวิเคราะห์ของสุวัชชัย จะศึกษาจากนโยบายการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าแผนและนโยบายที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อช่วยเหลือฟื้นฟูสถานะเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตประสบความสำเร็จหรือมีความคืบหน้าแค่ไหนอย่างไร มีอุปสรรคข้อขัดข้องต่างๆ อะไรบ้าง นับจากภายหลังการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิครบ 1 ปี อีกทั้งยังมีความพยายามในการศึกษาถึงการประสานความร่วมมือระหว่างส่วนกลางและองค์กรปกครองท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหาฟื้นฟูเศรษฐกิจว่ามีอุปสรรคข้อขัดข้องประการใด เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขวิกฤตอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต และผลจากการศึกษาพบว่า การแก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ด้วยการดำเนินนโยบายสาธารณะอย่างจริงจัง รวมทั้งต้องมีการประสานงานที่ดีระหว่างภาครัฐ องค์กรปกครองท้องถิ่น ชุมชนและเอกชนผู้ประกอบการ ถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินนโยบายการฟื้นฟูเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตภายหลังเหตุการณ์ภัยพิบัติ “สึนามิ” มากกว่าที่จะเป็นเรื่องของภาครัฐแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ถือเป็นข้อมูลและแนวทางที่ดี ของผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะภาครัฐหรือเอกชน ทั้งนี้เพราะเนื้อหาในงานวิจัย สามารถนำมาเป็นองค์ประกอบในการพิจารณาตัดสินใจในการวางแผนนโยบายเพื่อแก้ไขฟื้นฟูผลกระทบจากคลื่นยักษ์ในจังหวัดภูเก็ตได้เป็นอย่างดี

ปาริชาติ บุญคล้าย (2548) ศึกษาในเรื่อง “การบริหารข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในภาวะวิกฤต: ศึกษาเฉพาะกรณีธรณีพิบัติภัย” โดยเป็นการศึกษาถึงการบริหารข้อมูลข่าวสารเพื่อแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นจากธรณีพิบัติภัย ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งการบริหารข้อมูลออกเป็น 4 ช่วง ช่วงแรก เน้นการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ช่วงที่สอง เน้นการชี้แจงข้อเท็จจริงโดยการระบุพื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ช่วงสาม นำเสนอแนวทางแก้ไข พื้นฟู อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ช่วงสุดท้าย เน้นการช่วยเหลือผู้ประกอบการและแรงงานในพื้นที่ประสบภัย ว่าต้องมีอาชีพ มีงาน ถึงจะอยู่ได้ ประเด็นที่สื่อสารออกไปคือช่วยอันดามัน เทียวอันดามัน นอกจากนี้วัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้ ก็เพื่อนำเสนอในเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาวะวิกฤต และเพื่อให้ทราบว่าข้อมูลข่าวสารสามารถแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างไร เป็นต้น

รัชณี สนสะอาดจิต (2548) ศึกษาในเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษา หลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยคลื่นยักษ์สึนามิ” โดยได้ศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการเดินทางมายังประเทศไทย หลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยคลื่นยักษ์สึนามิ โดยมองว่าประเทศไทยสามารถฟื้นตัวได้เร็วจากผลกระทบของเหตุการณ์ และเป็นดินแดนแห่งมิตรภาพ นอกจากนี้ในเรื่องของความมีน้ำใจของคนไทย สร้างความรู้สึกที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ทั้งนี้การทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จะช่วยทำให้สถานการณ์ด้านท่องเที่ยวดีขึ้น โดยควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านสถานการณ์ทางภาคใต้ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์

นอกจากนี้ยังมีรายงานโครงการเฉพาะบุคคลตามหลักสูตรการศึกษาของวารสาร ศาสตรมหาบัณฑิต ของ อินทิรา วุฒิสมนุรณี (2549) ที่ทำการศึกษาในเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามันของไทย หลังประสบภัยพิบัติสึนามิ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูมิภาคยุโรป” ก็ได้กล่าวถึงความพยายามในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิไว้ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะในแง่ของการพยายามฟื้นฟู แก้ไขความเสียหายโดยวิธีของการประชาสัมพันธ์ สร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว และถึงแม้ว่าบทความดังกล่าวเป็นเพียงโครงการเฉพาะบุคคล แต่รายละเอียดในเนื้อหา ก็สามารถนำมาสร้างองค์ความรู้ในการศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังจากการเกิดภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิได้ในระดับหนึ่ง

เมื่อพิจารณาองค์ความรู้ทั้งหมดที่ได้รับจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สิ่งที่เห็นได้ชัดที่สุดคือ งานวิทยานิพนธ์โดยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาและเน้นในการนำเสนอถึงประเด็นของความพยายามที่จะฟื้นฟู แก้ไข และพัฒนาให้พื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิกลับมาสู่สภาพดั้งเดิมโดยเร็วที่สุด โดยเฉพาะสภาพทางเศรษฐกิจของพื้นที่ประสบภัย ซึ่งการศึกษาจะเน้นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว การบริหารข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยว รวมถึงทัศนคติและพฤติกรรม การท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้ จากประเด็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้ผู้วิจัยมีแรงจูงใจในการสร้างความคิดที่จะต่อยอดในประเด็นปัญหาที่มีที่มาจากความพยายามแก้ไข ฟื้นฟู และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาในพื้นที่ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิด้วยเช่นกัน โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะเน้นศึกษาและวิจัยภาพสะท้อนทางด้านนโยบายของรัฐ ที่นำเสนอผ่านเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยว 6 ฉบับด้วยกัน ดังที่กล่าวไว้แล้วเบื้องต้น ซึ่งการศึกษาจะเน้นศึกษาถึงนโยบายรัฐที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารท่องเที่ยว ว่ามีการส่งเสริมและให้การสนับสนุน ตลอดจนมีความสอดคล้องและเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไข ฟื้นฟู รวมถึงความพร้อมที่จะรับมือกับภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอย่างไร ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดองค์ความรู้และแนวทางการส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ประชาชน ซึ่งการรับทราบข้อมูลข่าวสารรวมถึงนโยบายต่างๆ ผ่านนิตยสารการท่องเที่ยวของประชาชน จะสามารถเป็นแนวทางหรือเป็นกรณีศึกษาที่จะช่วยป้องกันหรือบรรเทาความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

ชำนาญกานท์หอสมุด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การค้นคว้าและวิจัยในประเด็นหัวข้อ “บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงภาพสะท้อนของนโยบายจากเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยวทั้ง 6 ชื่อฉบับ ในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากกรณีภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ ซึ่งการศึกษาถึงภาพสะท้อนในเชิงนโยบายจากนิตยสารการท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ช่วยทำให้เกิดแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นการช่วยฟื้นฟูและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากภาวะวิกฤตการณดังกล่าว

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์ผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว

การศึกษาผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ทราบนโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ ซึ่งจะเป็นข้อมูลในเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยเป็นการสัมภาษณ์บุคคลซึ่งประกอบไปด้วยผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในขณะนั้น บรรณาธิการรองบรรณาธิการ และหัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสารการท่องเที่ยว จำนวน 7 ท่าน คือ

1. คุณจุฑามาศ ศิริวรรณ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ในขณะนั้น)
2. คุณวินิจ รั้งผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท.
3. คุณธนະบูล แจ่มกระจ่าง บรรณาธิการ Trips Magazine
4. คุณดิถีชญา เรื่องศิริกร บรรณาธิการนิตยสารเที่ยวไทย
5. คุณสุรศักดิ์ ต้นตะโยธิน บรรณาธิการนิตยสาร Adventure & Travel
6. คุณวรารมภ์ พลอยบริสุทธิ์ บรรณาธิการนิตยสาร Nature Explorer
7. คุณตรีเนตร เพชรนุ้ย หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสาร Outdoor Thailand

ซึ่งกลุ่มสัมภาษณ์ในเชิงลึกข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกเฉพาะเจาะจงต่อบุคคลที่มีหน้าที่และบทบาทเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้ที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนให้นโยบายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นไปในลักษณะรูปแบบใดก็ตาม ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารการท่องเที่ยวเป็นหลัก ทั้งนี้ก็เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์เรื่อง การศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

ส่วนที่ 2 การวิจัยเอกสาร

1. การสำรวจเนื้อหาในนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจเนื้อหาในที่นี้ หมายความว่าถึงนิตยสารการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยที่มีการตีพิมพ์และจัดจำหน่ายภายในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมกราคมจนกระทั่งถึงธันวาคม พ.ศ. 2548 ซึ่งวัตถุประสงค์ของการศึกษานิตยสารก็เพื่อพิจารณาถึงภาพสะท้อนของนโยบายจากเนื้อหาในนิตยสารการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ๆ รับผิดชอบจากสึนามิ โดยนิตยสารการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยใช้เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) มีจำนวนทั้งหมด 6 ชื่อฉบับด้วยกัน อันได้แก่

1. นิตยสาร อ.ส.ท. (รายเดือน)	จำนวน 12 ฉบับ
2. นิตยสาร Trips (รายเดือน)	จำนวน 12 ฉบับ
3. นิตยสารเที่ยวไทย (ราย 2 เดือน)	จำนวน 6 ฉบับ
4. นิตยสาร Adventure & Travel (รายเดือน)	จำนวน 12 ฉบับ
5. นิตยสาร Nature Explorer (รายเดือน)	จำนวน 12 ฉบับ
6. นิตยสาร Outdoor Thailand (รายเดือน)	จำนวน 12 ฉบับ

รวมนิตยสารท่องเที่ยวที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ทั้งหมด จำนวน 66 ฉบับ ดังรายละเอียด

ต่อไปนี้

1. นิตยสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารเพื่อการท่องเที่ยวรายเดือน ที่แนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในเชิงการศึกษาและในเชิงการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ นอกจากนั้นนิตยสาร อ.ส.ท. ยังเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลความรู้รอบในด้านที่เกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีไทยอีกด้วย ซึ่งนิตยสาร อ.ส.ท. ถือว่าเป็นนิตยสาร

การท่องเที่ยวเล่มแรกที่เป็นของรัฐบาล ภายใต้การดำเนินงานโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

2. นิตยสาร Trips เป็นนิตยสารประเภท “คู่มือ-ข้อมูลท่องเที่ยวฉบับสมบูรณ์” ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอของนิตยสารท่องเที่ยวฉบับดังกล่าวจะมีสไตล์หรือวิธีการที่นำเสนอแตกต่างออกไปจากนิตยสารฉบับอื่นๆ กล่าวคือ นิตยสาร Trip มักจะนำเสนอและถูกจัดทำในรูปแบบของคู่มือการนำเที่ยวที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง อีกทั้งเนื้อหาอาจต่างจากสารคดีท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคสู่นิตยสาร Trips มิได้จำกัดอยู่เพียงเฉพาะแค่กลุ่มผู้อ่านชาวไทยเท่านั้น แต่ยังสามารถขยายฐานทางการตลาดสู่กลุ่มผู้อ่านที่เป็นชาวต่างชาติซึ่งพำนักอยู่ในประเทศไทยอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของนิตยสาร Trips จึงถูกจัดพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษควบคู่กันไป ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า Trips Magazine เป็นคู่มือนำเที่ยวที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเนื้อหาที่ Trips Magazine นำเสนอสามารถนำมาใช้งานได้จริง ถูกต้อง และแม่นยำ

3. นิตยสารเที่ยวไทย เป็นนิตยสารการท่องเที่ยวที่นำเสนอถึงเรื่องราวสารคดีท่องเที่ยวทั่วเมืองไทยและประเทศเพื่อนบ้าน โดยใจความสำคัญในการนำเสนอหลักๆ จะเป็นในลักษณะของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่เที่ยว ที่พัก ที่กิน แหล่งช้อปปิ้ง และการบริการประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เป็นต้น

4. นิตยสาร Adventure & Travel เป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่เดิมชื่อว่า “นิตยสารแคมป์ท่องเที่ยว” แต่ต่อมาภายหลังได้มีการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ รวมทั้งเปลี่ยนแปลงชื่อของนิตยสารมาเป็น “Adventure & Travel” เมื่อเดือนมิถุนายนปีที่ผ่านมา โดยเนื้อหาหลักๆ ของนิตยสารฉบับดังกล่าว มักจะกล่าวถึงเรื่องราวของบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปกับการใช้ชีวิตเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบของการผจญภัยกลางแจ้ง ไม่ว่าจะเป็นการปั่นจักรยาน พายเรือคายัค หรือการขับรถเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น พร้อมกันนั้นยังมีการนำเสนอเรื่องราวของกล้องดิจิทัล ตั้งแต่ประวัติความเป็นมาจนถึงการใช้งานกล้องดิจิทัลให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

5. นิตยสาร Nature Explorer เป็นนิตยสารท่องเที่ยวรายเดือนสำหรับนักเดินทางที่ชอบสำรวจวิถีแห่งธรรมชาติ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นนิตยสารที่เป็นเสมือนสมุดบันทึกจากนักสำรวจโลกทางธรรมชาติ มีเนื้อหาที่มุ่งเน้นให้ความรู้และความเข้าใจถึงวิถีแห่งธรรมชาติ อีกทั้งยังเป็นนิตยสารที่นำเสนอข้อมูลในเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดีอีกฉบับหนึ่ง

6. นิตยสาร Outdoor Thailand เป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่นำเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบของการบุกเบิกผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสำรวจ รวมไปถึงการบอกเล่าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวและการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมกันกับมีเคล็ดลับในเรื่องของสุขภาพ เตรียมความพร้อมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวผจญภัยแบบสมบุกสมบัน นำประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวมาเล่าสู่ผู้อ่านด้วยถ้อยคำที่เป็นกันเอง เป็นต้น ซึ่งการมีกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายดังกรณีที่ยกตัวอย่างมาแล้วข้างต้น อันได้แก่ นิตยสาร อ.ส.ท., นิตยสาร Trips, นิตยสารเที่ยวไทย, นิตยสาร Adventure & Travel, นิตยสาร Nature Explorer และ นิตยสาร Outdoor Thailand สามารถช่วยให้นักวิจัยครั้งนี้เข้าถึงแหล่งข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยสะท้อนให้เห็นถึงภาพของนโยบายที่มีอยู่ในหนังสือนิตยสารการท่องเที่ยว ภายหลังจากเกิดเหตุการณ์สึนามิได้อย่างชัดเจนอีกด้วย

2. การสำรวจจากเอกสารอื่นๆ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการสำรวจเอกสารอื่นๆ อย่างหนังสือ บทความและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ อาทิเช่น

- อันดามันความลับทะเลลึกหลังคลื่นสึนามิ (วินิจ รังผึ้ง, 2549)
- ช่วยอันดามัน เที่ยวอันดามัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)
- สึนามิ มหาวิบัติแห่งอันดามัน (สำนักพิมพ์มติชน, 2548)
- คือผู้กรำงานกล้า สึนามิ (มูลนิธิดอกไม้และนกระดาศเพื่อสันติภาพ, 2549)
- วิสัยทัศน์และแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)
- ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (รุ่งทิพ ว่องปฏิการ, 2548)
- ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)
- รายงานผลกระทบด้านการท่องเที่ยวจากธรณีพิบัติคลื่นสึนามิถล่มภาคใต้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)
- แผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างก็คือผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว และบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงในนิตยสารการท่องเที่ยวฉบับตัวอย่างดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยการสัมภาษณ์ดังกล่าว จะใช้คำถามในลักษณะของคำถามที่เป็นปลายเปิด ซึ่งก็เพื่อให้เกิดความอิสระอันสามารถนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารการท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้ง การสัมภาษณ์ก็สามารถช่วยให้มองเห็นถึงภาพสะท้อนของแนวโน้มภายในการนำเสนอเนื้อหาที่มีอยู่ในแต่ละฉบับของนิตยสารการท่องเที่ยวตัวอย่างทั้ง 6 ฉบับได้อีกด้วย การสัมภาษณ์ดังกล่าวผู้วิจัยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์พร้อมกับการจดบันทึกข้อมูลตามคำบอกของผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นสำคัญ แล้วหลังจากนั้นจะนำเข้าสู่ประเด็นของการพิจารณาและสรุปผล

ในส่วนของการวิจัยเอกสารเพื่อสำรวจเนื้อหา นิตยสารท่องเที่ยว ผู้วิจัยทำการสำรวจเนื้อหาจากการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปจากนิตยสารการท่องเที่ยวทั้ง 6 ฉบับ จำนวน 66 เล่ม นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังได้รวบรวมจัดเก็บข้อมูลจากเอกสารประเภทอื่นๆ อาทิเช่น หนังสือทางวิชาการ บทความจากเอกสารสิ่งพิมพ์อันเกี่ยวกับทฤษฎีทางสื่อสารมวลชน แนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เอกสารทางวิชาการต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วารสาร หนังสือ และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดสามารถนำมาสร้างเป็นองค์ความรู้ในเชิงข้อมูลและช่วยให้เกิดเป็นการประยุกต์และปรับใช้กับแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำไปสู่การตอบปัญหาในจุดประสงค์ที่วางไว้ข้างต้นได้อย่างชัดเจน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสารท่องเที่ยวทั้ง 6 ชื่อฉบับ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งต้องอาศัยเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย 2 ส่วน มีแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ผลิตนิตยสาร

- ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อนิตยสาร และตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารหลังเกิดภัยพิบัติสึนามิ

- แนวนโยบาย จุดมุ่งหมายในการนำเสนอเนื้อหา
- รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารหลังเกิดเหตุสึนามิ
- วิธีการพิจารณาคัดเลือกประเด็นเนื้อหา มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอของนิตยสารอย่างไร
- แหล่งข้อมูล การให้ความร่วมมือจากหน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- มุมมอง ความคิดเห็นในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน มีบทบาทมากน้อยเพียงใดในขณะประเทศประสบภาวะวิกฤต อย่างเหตุการณ์สึนามิ
- ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของนิตยสารหลังเกิดเหตุพิบัติภัยสึนามิ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลจากเอกสารต่างๆ จะถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผล โดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่างๆ ตามข้อเท็จจริง ทั้งในเชิงเหตุและผล ซึ่งการวิเคราะห์จะออกมาในรูปแบบเชิงพรรณนา นำไปสู่คำตอบในการศึกษา และสรุปตีความตามหลักวิชาการ ซึ่งผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ศึกษาวิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยนำคำสัมภาษณ์ หรือบันทึกสัมภาษณ์ จากผู้ถูกสัมภาษณ์ มาเปรียบเทียบระหว่างแต่ละบุคคล และจัดลำดับความสำคัญและคุณลักษณะของข้อมูล
2. นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้ทราบถึงลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกัน และแตกต่างกันของข้อมูล
3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ จากการสำรวจเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยว ทั้ง 66 ฉบับ รวมทั้งจากการศึกษาเอกสารต่างๆ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูล ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ และการเขียนรายงาน

บทที่ 4

ผลการศึกษา

สำหรับผลการศึกษาเรื่อง บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยว หลังเหตุการณ์สึนามิ โดยใช้แนวทางในการศึกษาของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth Interview) และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ในด้านนโยบายเพื่อการฟื้นฟูในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ได้รับผลกระทบ จากเหตุการณ์ภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิจากกลุ่มผู้บริหารที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับนิตยสารการท่องเที่ยวทั้ง 6 ชื่อฉบับ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาด้วยวิธีการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) ซึ่งรายละเอียดของเนื้อหา สามารถจำแนกได้เป็น 4 ส่วนที่สำคัญ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษานโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจาก ภัยพิบัติสึนามิ

ส่วนที่ 2 ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์ สึนามิ

ส่วนที่ 3 ศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยว ภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลัง เหตุการณ์สึนามิ

ส่วนที่ 1 ศึกษานโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว ภายหลังจากภัยพิบัติสึนามิ

การศึกษานโยบายของนิตยสารการท่องเที่ยวในแต่ละฉบับมีวัตถุประสงค์เพื่อทำ ความเข้าใจพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดทำนิตยสารของแต่ละสำนักพิมพ์ ซึ่งแต่ละฉบับจะมี นโยบายและการดำเนินงานในการนำเสนอของเนื้อหาแตกต่างกันออกไปตามรูปแบบแผนงาน ของแต่ละสำนักพิมพ์ จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาในการนำเสนอโดยส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็น นิตยสารของภาครัฐหรือภาคเอกชนจะเป็นไปตามรูปแบบและโครงสร้างที่ถูกกำหนดเอาไว้แล้ว เบื้องต้นของแต่ละสำนักพิมพ์เป็นสำคัญ ซึ่งประเด็นความคิดดังกล่าวสามารถพิจารณาได้จาก บทสัมภาษณ์ของบรรณาธิการนิตยสารท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

นิตยสารการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ มักจะมีแนวนโยบายที่เน้นการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวในลักษณะของการบรรยายเพื่อการเข้าถึงธรรมชาติเป็นสำคัญ โดยแต่ละฉบับจะนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกันออกไปตามแนวทางและนโยบายการจัดทำของนิตยสารเป็นสำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การนำเสนอข้อมูลที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ
2. วางแผนการนำเสนอข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายปี
3. การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

1. การนำเสนอข้อมูลที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ

จากการศึกษาพบว่านโยบายและการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ทั้งในช่วงก่อนและหลังการเกิดเหตุการณ์สึนามิต่างกันนิยมนำเสนอการท่องเที่ยวในลักษณะของการผจญภัยและการใช้ชีวิตท่องเที่ยวในธรรมชาติเป็นสำคัญ โดยเนื้อหาที่นำเสนอดังกล่าวจะเป็นเนื้อหาที่มีรูปแบบและเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอข้อมูลที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ และการเข้าถึงวิถีธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติต่างๆ ที่สำคัญทั่วประเทศไทย ซึ่งการนำเสนอดังกล่าวของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับจะมีความแตกต่างกันออกไปตามนโยบายการผลิตของผู้ผลิตนิตยสาร ดังที่คุณตรีเนตร เพชรนุ้ย บรรณาธิการ นิตยสาร Outdoor ได้ให้ข้อมูลว่า

ส่วนใหญ่การนำเสนอเนื้อหาและประเด็นการท่องเที่ยวของนิตยสาร จะอยู่ในรูปแบบกิจกรรมผจญภัยตามสไตล์ของคนรุ่นใหม่ ที่ผู้อ่านสามารถสัมผัสจับต้องได้ รวมถึงการท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพาตนเอง เพื่อให้ผู้อ่านได้นำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการท่องเที่ยว โดยแบ่งการนำเสนอเป็นฤดูกาลที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค (สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2550)

ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของ คุณวราภรณ์ พลอยบริสุทธิ์ บรรณาธิการนิตยสาร Nature Explorer ที่กล่าวไว้ว่านโยบายส่วนใหญ่ของการจัดทำนิตยสาร นับตั้งแต่ก่อตั้งมักจะมีวัตถุประสงค์ที่มุ่งเน้นในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก จนกระทั่งถึงปัจจุบันรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ดังกล่าวยังคงมีคุณลักษณะที่ไม่แตกต่างไปจากเดิมเท่าใดนัก แต่ทั้งนี้นโยบายดังกล่าวสามารถที่จะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์และลักษณะการท่องเที่ยวในสภาพปัจจุบัน ดังข้อมูลในบทสัมภาษณ์ที่กล่าวไว้ว่า

นิตยสาร Nature Explorer เป็นนิตยสารที่เน้นการท่องเที่ยวที่มีการเข้าถึงธรรมชาติในรูปแบบที่ถูกต้องด้วย แล้วก็มีการทำกิจกรรมเอทาดอร์ เราเป็นฉบับแรกๆ ที่เน้นเรื่องเหล่านี้ และเราก็ยังคงทำอย่างนี้อยู่จนถึงปัจจุบัน เพียงแต่ในฉบับปัจจุบัน เราก็ปรับตัวเข้าหา Mass (มวลชน) มากขึ้น โดยการไปเที่ยวเมืองมากขึ้น แต่ก็ยังคงมีเรื่องธรรมชาติและเรื่องเอทาดอร์อยู่ (สัมภาษณ์, 21 สิงหาคม 2550)

จากบทการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่านิตยสารท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักจะมุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาในลักษณะการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยเป็นสำคัญ โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในวิถีธรรมชาติและผจญภัย ซึ่งในปี 2548 ภายหลังเหตุการณ์สึนามิก็เช่นเดียวกัน ลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติของนิตยสารท่องเที่ยวยังคงมีแนวทางในการดำเนินงานอยู่เช่นเดิม อย่างไรก็ตาม การนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับจะมีความแตกต่างกันออกไปตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของนิตยสารแต่ละฉบับ และตามกระแสนิยมของนักท่องเที่ยวในขณะนั้น เป็นต้น

ซึ่งการนำเสนอข้อมูลที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับมีดังต่อไปนี้

1.1 นิตยสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารเพื่อการท่องเที่ยวแบบรายเดือน ที่แนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในเชิงการศึกษาเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการนำเสนอในเชิงการศึกษาเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติของนิตยสาร อ.ส.ท. จะเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นจริงของสภาพธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ต่างทั่วประเทศ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้อ่านและผู้ที่เที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้เข้าใจและตระหนักถึงการช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไว้เพื่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้มีความเจริญเติบโตและพัฒนาไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น นิตยสาร อ.ส.ท. ก็ยิ่งจำเป็นต้องมีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาทางด้านธรรมชาติในเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมากยิ่งขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์ก็เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปเยือน อีกทั้ง กระตุ้นจิตสำนึกของคนในท้องถิ่นให้พยายามดูแลรักษาและปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้น โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นผลเสียต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือเพียงเพื่อหวังผลประโยชน์ส่วนตน ทั้งนี้ก็เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านั้นของประเทศไทยคงความอุดมสมบูรณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และช่วยสร้างรายได้ที่ยาวนานให้แก่ชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนั้น นิตยสาร อ.ส.ท. ยังเป็นนิตยสารที่มีการนำเสนอข้อมูลในลักษณะของการให้ความรู้รอบด้าน ทั้งที่เกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีไทยอีกด้วย ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะดังกล่าวก็เพื่อช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุดและไม่ถูกทำลายไปตามกระแสสังคมโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้ การนำเสนอในรูปแบบดังกล่าวของ นิตยสาร อ.ส.ท. ก็เพื่อตอบสนองต่อนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของรัฐ ที่พยายามให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาและส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังเหตุการณ์สึนามิหรือภายในปี 2548 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ได้ดำเนินนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดนโยบายร่วมกันกับภาครัฐบาล และมีความสอดคล้องต่อการผลิตนิตยสารท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มาเป็นข้อมูลในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยว ซึ่งรายละเอียดสามารถพิจารณาได้ดังนี้ คือ

1.1.1 นโยบายรัฐบาล ภายใต้การดำเนินงานของรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ มุ่งส่งเสริมและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว เน้นการสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชน ท้องถิ่น และชุมชน เพื่อเป็นการช่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม ตลอดจนเร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมหรือประสบภัยพิบัติ (ชายฝั่งอันดามัน) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเชื่อมโยงเครือข่ายกับประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงสุขภาพ และจัดระบบรับรองมาตรฐานโรงแรมและสถานบริการ พัฒนามาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล และเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1.1.2 นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ.2545-2549 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม มีเป้าหมายที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ รายได้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปีตลอดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับนี้ ด้วยการเร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค ในด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว การบริหารการท่องเที่ยวโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยวและยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการสัมมนาและการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เร่งพัฒนา บุรณะ ฟันฟูมรดก และสินทรัพย์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิม เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงสุขภาพ เชิงเกษตรกรรม ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้นในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว การพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

1.1.3 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ.2546-2549 สืบเนื่องจากการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาตามการปฏิรูประบบราชการ พ.ศ.2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้ปรับแผนวิสาหกิจให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงฯ โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาการตลาดเชิงรุก เพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพ เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น และกำหนดจุดขายของไทยให้ชัดเจน ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทยตามนโยบายรัฐบาล ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาและขจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว อันเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และบุคลากรให้มีทักษะด้านการท่องเที่ยวและประสิทธิภาพ และศักยภาพในการดำเนินงานระดับนานาชาติ เร่งพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-tourism) เพื่อรองรับภาวะการพัฒนาในยุคปัจจุบัน โดยกำหนดให้มีกิจกรรมและโครงการต่างๆ ในแต่ละปีให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนา เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่รัฐบาลได้กำหนดไว้

1.1.4 นโยบายของคณะกรรมการเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน เป็นนโยบายที่เกิดขึ้นเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ภายหลังเกิดเหตุการณ์พิบัติภัยสึนามิ โดยมีนโยบายหลัก คือ สร้างความมั่นใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เกิดแรงจูงใจเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันเพิ่มมากขึ้น ร่วมกับภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจัดรายการนำเที่ยวพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายในพื้นที่อันดามัน เร่งฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับความเสียหายในระยะเวลาอันรวดเร็ว และดำเนินการอย่างเป็นระบบ เสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในภูมิภาคอื่นของประเทศไทยที่มีสภาพ

ทางกายภาพคล้ายคลึงกัน เช่น หัวหิน ชะอำ เกาะเสม็ด เกาะช้าง บางแสน พัทยา หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม และพัฒนาสถานบริการและบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน (ธาริณี สมบุญ, 2548, น. 48-50) เป็นต้น

จากรายละเอียดดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่ารัฐมีความมุ่งหวังให้นิตยสารท่องเที่ยว โดยเฉพาะนิตยสาร อ.ส.ท. เป็นสิ่งที่สามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้ผู้อ่านรู้สึกต้องการที่จะเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมและท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เคยเกิดเหตุการณ์สึนามิได้อีกครั้งหนึ่ง โดยเฉพาะการเร่งสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งความสวยงามทางด้านวัฒนธรรมของไทยก็น่าจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างแรงจูงใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ นิตยสาร อ.ส.ท. จึงมีบทบาทอย่างมากในการนำเสนอข้อมูลถึงสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามทั่วทุกภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ๆ เคยประสบภัยอย่างสึนามิที่ได้พลิกฟื้นและพร้อมต้อนรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้อีกครั้ง ทั้งนี้ การที่นิตยสาร อ.ส.ท. ดำเนินนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของรัฐ สาเหตุก็เนื่องด้วยนิตยสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารการท่องเที่ยวเล่มแรกที่เป็นของรัฐบาล ภายใต้การดำเนินงานโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นั่นเอง

1.2 นิตยสาร Trips เป็นนิตยสารท่องเที่ยวอีกฉบับที่ให้ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวตามวิถีธรรมชาติ โดยนิตยสาร Trip จะเป็นนิตยสารประเภท “คู่มือ-ข้อมูลท่องเที่ยวฉบับสมบูรณ์” ซึ่งลักษณะและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวฉบับดังกล่าวจะมีเอกลักษณ์และวิธีการที่นำเสนอแตกต่างออกไปจากนิตยสารฉบับอื่นๆ กล่าวคือ นิตยสาร Trip จะเน้นการนำเสนอที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยรูปแบบการจัดทำจะมีลักษณะของการเป็นคู่มือหรือหนังสือแนะนำเที่ยวที่สามารถนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติได้จริง ไม่เน้นการนำเสนอในรูปแบบสารคดี อีกทั้ง กลุ่มผู้บริโภคนิตยสาร Trips มิได้จำกัดอยู่เพียงเฉพาะแค่กลุ่มผู้อ่านชาวไทยเท่านั้นแต่ยังได้ขยายฐานทางการตลาดสู่กลุ่มผู้อ่านที่เป็นชาวต่างชาติซึ่งพำนักอยู่ในประเทศไทยอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของนิตยสาร Trips จึงถูกจัดพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษควบคู่กันไป จนสามารถกล่าวได้ว่านิตยสาร Trips หรือ Trips Magazine เป็นคู่มือการนำเที่ยวที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเนื้อหาที่ Trips Magazine นำเสนอสามารถนำมาใช้งานได้จริง ถูกต้อง และแม่นยำ ซึ่งในภายหลังสึนามิ นิตยสาร Trips ถือเป็นนิตยสารท่องเที่ยวอีกหนึ่งฉบับ ที่มีบทบาทในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ในสภาพธรรมชาติที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่เคย

ประสพภัย และมีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบโดยผ่านการนำเสนอทางด้านเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์และสวยงาม

1.3 นิตยสารเที่ยวไทย เป็นนิตยสารการท่องเที่ยวอีกฉบับของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีเนื้อหาในการนำเสนอถึงสภาพทางธรรมชาติ และสภาพความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งวิธีการนำเสนอเนื้อหาจะเน้นการบอกเล่าเรื่องราวในเชิงของสารคดี โดยเนื้อหาส่วนใหญ่ของนิตยสารเที่ยวไทยจะกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านด้วย โดยใจความสำคัญในการนำเสนอหลักๆ จะเป็นในลักษณะของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว อาทิเช่น แหล่งที่พัก ร้านอาหาร และแหล่งในการจับจ่ายซื้อของ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ นิตยสารเที่ยวไทยก็เป็นอีกหนึ่งฉบับที่ให้การช่วยเหลือประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงบวกให้แก่สภาพทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ว่าสามารถพลิกฟื้นคืนสู่สภาพปกติ และมีความสวยงามดังที่ผ่านมา

1.4 นิตยสาร Adventure & Travel เป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่เดิมชื่อว่า “นิตยสารแคมป์ท่องเที่ยว” แต่ต่อมาภายหลังได้มีการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ รวมทั้งเปลี่ยนแปลงชื่อของนิตยสารมาเป็น “Adventure & Travel” เมื่อเดือนมิถุนายนปี 2547 ที่ผ่านมา โดยเนื้อหาหลักๆ ของนิตยสารท่องเที่ยวฉบับดังกล่าว มักจะกล่าวถึงเรื่องราวของบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปกับการใช้ชีวิตเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบของการผจญภัยกลางแจ้ง ไม่ว่าจะเป็นการปั่นจักรยาน พายเรือคายัค หรือการขับรถเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการผจญภัยในรูปแบบอื่นๆ อีกหลายประเภท พร้อมกันนั้นยังมีการนำเสนอเรื่องราวของการใช้เทคโนโลยี ประเภทกล้องดิจิตอลไว้อย่างละเอียด ตั้งแต่ประวัติความเป็นมาจนถึงการใช้งานกล้องดิจิตอลให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิอันเนื่องมาจากสึนามิที่เกิดขึ้นเมื่อปลายปี 2547 ก็ได้มีผลทำให้นิตยสาร Adventure & Travel ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับสึนามิเอาไว้ด้วย ทั้งนี้ เพื่อช่วยให้เกิดการฟื้นฟูและกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่ประสพภัย เป็นต้น

1.5 นิตยสาร Nature Explorer เป็นนิตยสารท่องเที่ยวแบบรายเดือนที่เหมาะสมสำหรับนักเดินทางที่ชอบการสำรวจในวิถีแห่งธรรมชาติ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นนิตยสารที่เป็นเสมือนสมุดบันทึกจากนักสำรวจโลกทางธรรมชาติ โดยเนื้อหาที่นำเสนอจะมุ่งเน้นในการให้ความรู้และความเข้าใจถึงวิถีแห่งธรรมชาติ พร้อมกับนำเสนอข้อมูลในเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นข้อมูลในเชิงลึกดังกล่าวของนิตยสาร Nature explorer ถือเป็นจุดเด่นที่สำคัญของนิตยสารท่องเที่ยวฉบับนี้ และถือเป็น

นิตยสารที่มีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวทางด้านการศึกษาข้อมูลในเชิงการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติที่ดีอีกเล่มหนึ่ง นอกจากนี้ เมื่อเกิดเหตุการณ์สึนามิขึ้นเมื่อปลายปี 2547 นิตยสาร Nature explorer ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา โดยเน้นสภาพธรรมชาติที่แท้จริงของพื้นที่ๆ ประสบกว่าสามารถฟื้นฟู และยังคงความสวยงาม ตลอดจนพร้อมที่จะให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันได้อีกครั้งหนึ่ง โดยการนำเสนอจะเน้นการนำเสนอสภาพทางธรรมชาติผ่านรูปถ่ายที่เป็นเสมือนหลักฐานในเชิงประจักษ์

1.6 นิตยสาร Outdoor Thailand เป็นนิตยสารท่องเที่ยวที่นำเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบของการบุกเบิกผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสำรวจ รวมไปถึงการบอกเล่าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวและการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมกันกับมีเคล็ดลับในเรื่องของสุขภาพ เตรียมความพร้อมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวผจญภัยแบบสมบุกสมบัน นำประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวมาเล่าสู่ผู้อ่านด้วยถ้อยคำที่เป็นกันเอง ซึ่งการนำเสนอในลักษณะดังกล่าวถือได้ว่าเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้อ่านและนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะภายหลังเหตุการณ์สึนามิ นิตยสาร Outdoor Thailand ต่างก็ได้มีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสึนามิ ทั้งนี้ก็เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์และสนับสนุนข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ให้แก่พื้นที่ที่ประสบภัยว่าสามารถกลับคืนสู่สภาพปกติ และพร้อมต้อนรับการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้อีกครั้งในอนาคต

ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอเนื้อหาที่เน้นสภาพตามธรรมชาติที่แท้จริงของนิตยสารท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ไม่ว่าจะในแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ใดภายในประเทศไทยก็ตาม ย่อมเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างคุณประโยชน์ต่อผู้อ่านและนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ และการเข้าถึงวิถีธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติจะช่วยให้ผู้อ่านมีความเข้าใจและสามารถนำไปใช้ไปเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ

2. วางแผนการนำเสนอข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายปี

จากการศึกษาพบว่า นิตยสารแต่ละฉบับมีนโยบายการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะแตกต่างกัน ทั้งนี้คือเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ และสามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือเพื่อครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด ด้วยเหตุนี้จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลให้นิตยสารแต่ละฉบับจำเป็นต้องมีการวางแผนและมีแนวนโยบายในการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ซึ่งส่วนใหญ่

นิตยสารทุกฉบับจะมีการวางแผนนำเสนอทางด้านเนื้อหาไว้เป็นรายปี โดยแผนการปฏิบัติงานของนิตยสารท่องเที่ยวทั่วไปจะมีแผนไว้ในระยะ 1 ปี ซึ่งแผนดังกล่าวเป็นการวางแผนในด้านเนื้อหาทั้งหมดของสารบัญชั้ ทั้งนี้ก็เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมทั้งหมดว่าควรเป็นอย่างไร สิ่งใดควรนำเสนอก่อนและหลัง และควรดำเนินการอย่างไรบ้าง ดังที่ คุณวรราภรณ์ พลอยบริสุทธิ์ บรรณาธิการนิตยสาร Nature Explorer กล่าวถึงการวางแผนการดำเนินงานของนิตยสารไว้ว่า “เปิดมา 1 ปี ก็ต้องมองภาพรวม 1 ปีก่อน ว่าทั้งปีเราจะทำอะไรบ้าง แล้วก็ลงรายละเอียดประมาณ 3 เดือนครั้ง พอ 3 เดือนลงรายละเอียด แล้วก็มาลงรายละเอียดอีกทีเดือนต่อเดือน”

ซึ่งสอดคล้องกับ คุณวินิจ รังผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. ก็ได้อธิบายถึงการวางแผนของ นิตยสาร อ.ส.ท. ในระยะเวลา 1 ปี โดยทำการประชุมการวางแผนปฏิบัติงานก่อนสิ้นปีเพื่อที่จะวางแผนในปีถัดไป ว่าในแต่ละเดือนเนื้อหาหลักของนิตยสารจะมุ่งเน้นการนำเสนอในเรื่องหรือประเด็นใดเป็นสำคัญ และจะต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อที่จะให้เกิดความสอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยการวางแผนการดำเนินงานของนิตยสาร อ.ส.ท. จะมีลักษณะดังนี้ คือ

แผนเป็นปี (ระยะ 1 ปี) ปีหนึ่งเราก็จะประชุม วางแผนกันไว้ว่า สมมติว่าปีนี้ เริ่มปลายปี (ตุลาคม - พฤศจิกายน) เราก็จะเริ่มวางแผนว่าปีหน้าทั้งปี เราจะทำอะไรบ้าง ในแต่ละเดือนจะเป็น Theme อะไรบ้าง เช่น มกราคม ทำ theme เกี่ยวกับภูเขา, ธันวาคม ทำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งดอกไม้ โดยในการทำแผนแต่ละปีก็จะอิงกับแผนการตลาดของ ททท. ที่จะทำให้ทำในปีหน้า ซึ่ง ททท. เองที่เป็นหน่วยงานต้นสังกัดของ อ.ส.ท. (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถกล่าวได้ว่านโยบายส่วนใหญ่ของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนในช่วงก่อนและหลังการเกิดเหตุการณ์สึนามิ มีลักษณะการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายปีเป็นสำคัญ ซึ่งข้อมูลโดยส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลในเชิงกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ เป็นหลัก โดยในแต่ละฉบับจะมีความแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งนิตยสารทุกฉบับจะเน้นการวางแผนเป็นรายปี เพื่อที่จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ และมีแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินงาน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการบริหารจัดการ โดยเฉพาะในเรื่องของงบประมาณ และความไม่ล่าช้าในการนำเสนอเนื้อหาอะไรก็ตาม นโยบายการวางแผนของนิตยสารแต่ละฉบับสามารถที่จะปรับเปลี่ยนได้หากมีการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงและมีผลกระทบต่อสังคม

กล่าวคือ เมื่อประเทศไทยประสบกับปัญหาทางการท่องเที่ยวจากสาเหตุใดๆ ก็ตาม นิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับก็สามารถที่จะปรับเปลี่ยนนโยบายในการนำเสนอให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ซึ่งกรณีผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิก็เช่นเดียวกัน ที่นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับต่างก็ได้มีการปรับเนื้อหาในการนำเสนอเพื่อให้เข้ากับสภาพการณ์ที่เหมาะสม โดยนิตยสารท่องเที่ยวหลายฉบับได้มีความพยายามในการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูในพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบอยู่หลายประการ ซึ่งประเด็นการสอดแทรกเนื้อหาดังกล่าวคุณจุฑามาศ ศิริวรรณ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในขณะนั้น ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

สืบเนื่องจากเหตุการณ์วิกฤตที่อาจจะเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ เช่น ไข้หวัดนก Zars เหตุการณ์ World Tread Center หรือ สงครามอิรัก ที่มักจะส่งผลโดยตรงกับการท่องเที่ยวของประเทศนั้นๆ หรือของภูมิภาคนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายที่เตรียมรับมือกับปัญหาเหล่านั้นอยู่แล้วได้มีการจัดตั้งเป็นศูนย์ฉุกเฉิน (Crisis Management Center) เพื่อที่จะช่วยในเรื่องของการสื่อสาร (Communication) ระหว่างหน่วยงานต่างๆ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีทีมที่มีความชำนาญในเรื่องของการแก้ไขปัญหาอยู่แล้ว และจากเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิที่มีผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวของไทยนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็มีบทบาทอย่างมากในการเข้าร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในการฟื้นฟูตลาดการท่องเที่ยว โดยเน้นกลยุทธ์ลดผลกระทบ ทำความเข้าใจตลาด และรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อทำ Promotion การท่องเที่ยว นำเสนอข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ในเชิงบวก (สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2550)

จากคำกล่าวข้างต้น สามารถสะท้อนเห็นว่านโยบายการวางแผนเป็นรายปีของนิตยสาร สามารถทำการปรับเปลี่ยนได้ ทั้งนี้ก็เพื่อการเตรียมความพร้อมในด้านการแก้ไขและป้องกันวิกฤตการณ์การท่องเที่ยวที่อาจจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังกรณีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ใช้สื่อและการประชาสัมพันธ์ผ่านทางนิตยสาร อ.ส.ท. อันจะช่วยให้ประเทศชาติสามารถผ่านพ้นวิกฤตความสูญเสียได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานนำเสนอดังกล่าว เรียกว่า แผนงานระยะสั้น โดยแผนการดำเนินงานระยะสั้นนี้จะช่วยทำให้การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวสามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างทัน่วงที และช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัวสูง อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาดได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเหมาะสม และรองรับกับสถานการณ์ที่อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
 ดังกรณีการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิเมื่อปี 2547 ที่ผ่านมา เป็นต้น

3. การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

จากการศึกษาพบว่านิตยสารทุกฉบับต่างมีนโยบายและการดำเนินงานที่มุ่งเน้น
 ทางด้านการตลาดเป็นสำคัญ กล่าวคือ เนื้อหาที่นำเสนอมักจะตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน
 และสถานการณ์ของธุรกิจท่องเที่ยวในขณะนั้นเป็นหลัก ดังที่คุณวินิจ รั้งผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร
 อ.ส.ท. กล่าวไว้ดังนี้

ต้องดูความต้องการของคนอ่านว่าน่าจะต้องทำอะไรในการที่จะยอมควักเงินซื้อเรา
 อ่าน เช่น สมมติว่าแนวโน้มคนช่วงนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวแปลกๆ ใหม่ๆ ที่
 ทำท่ายืน เช่น สมมติว่าทำรีสอร์ทต่างๆ แทนที่จะพักผ่อนธรรมชาติ มันก็จะเน้น
 กิจกรรมเครื่องเล่นต่างๆ ที่ทำท่ายแทรกเข้าไป รถ ATV โหนตัว ล่องแก่ง ไรด์ตัวอะไร
 ต่างๆ เหล่านี้ สมมติว่าเราเน้นแนวไปว่าปีหน้าเราอาจจะออกมาในแนวที่ทำกิจกรรม
 ทำท่ายน้อยๆ (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

ซึ่งจากคำกล่าวข้างต้น สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินการของนิตยสาร
 ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนอง
 ความต้องการของผู้อ่าน และความนิยมของผู้อ่านเป็นสำคัญ ตลอดจนเน้นการนำเสนอกิจกรรม
 การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ขณะเดียวกันนิตยสาร อ.ส.ท. ก็ได้มีแนวนโยบายและแผนการดำเนินงาน
 ทางการตลาดที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตลอดจนการส่งเสริมการ
 ท่องเที่ยวร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. ไว้ด้วยเช่นกัน ดังที่คุณวินิจ รั้งผึ้ง
 บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. กล่าวไว้ดังนี้

ในขณะเดียวกันนิตยสาร อ.ส.ท. ก็นำแหล่งท่องเที่ยวที่ ททท. จะประชาสัมพันธ์เอามา
 บรรจุไว้ และนำเสนอต่อสาธารณชน ทั้งนี้เพื่อให้ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์
 ที่สำคัญในด้านการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ และริเริ่มโครงการ
 พัฒนาในการท่องเที่ยวใหม่ เหตุก็เนื่องจาก ททท. เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทโดยตรง
 เกี่ยวกับการจัดการในการท่องเที่ยว มีบทบาทอย่างมากในการควบคุม และพัฒนา
 ทรัพยากรธรรมชาติในด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

โดยใช้สื่อที่นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวต่อผู้อ่าน (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

ซึ่งสาเหตุที่นิตยสาร อ.ส.ท. มีนโยบายและการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็เนื่องด้วยนิตยสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารของหน่วยงานรัฐ ภายใต้การดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนั้น นิตยสาร อ.ส.ท. จึงมีนโยบายและวิธีการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามไปด้วย โดยนโยบายและวิธีการดำเนินงานของนิตยสาร อ.ส.ท. จะเน้นการนำเสนอเนื้อหาในเชิงการส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังให้ความสำคัญในการเผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจกรรมที่สำคัญอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ นิตยสาร อ.ส.ท. ยังได้ให้การส่งเสริมและการสร้างความเข้าใจอันดี ตลอดจนมิตรไมตรีระหว่างหน่วยงานรัฐกับประชาชนผ่านข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของนิตยสาร อาทิเช่น ความพยายามในการนำเสนอถึงโครงการริเริ่มใหม่ๆ โดยเฉพาะทางด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นปัจจัยพื้นฐานในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สำคัญของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายๆ แห่งในบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันทางภาคใต้ของไทยถูกทำลายจากภัยพิบัติทางธรรมชาติอย่างคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อ ปี 2547 นิตยสาร อ.ส.ท. ภายใต้การดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ยังต้องมึบทบาทอย่างมากในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านรับรู้ถึงข้อเท็จจริง ตลอดจนสร้างความปลอดภัยและความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการกลับเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบปัญหาได้อีกครั้งหนึ่ง เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ และต้องการประโยชน์ที่แท้จริงในเชิงปฏิบัติจากนิตยสารการท่องเที่ยวที่วางจำหน่ายอยู่ในประเทศ ทั้งนี้การนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องตามความต้องการของผู้อ่าน และสามารถปฏิบัติงานได้ในสถานการณ์จริง ย่อมถือเป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดนโยบายและดำเนินงานในการผลิตนิตยสารของผู้ผลิตนิตยสารการท่องเที่ยว

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า นิตยสารท่องเที่ยวทุกฉบับไม่ว่าจะเป็นของภาครัฐหรือภาคเอกชน ทั้งในช่วงก่อนและหลังการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิ จะมีนโยบายด้านการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์หลักของแต่ละฉบับ โดยแต่ละ

ฉบับจะมีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี หรือปีต่อปี ซึ่งเรียกว่านโยบายระยะยาว อย่างไรก็ตาม นโยบายการนำเสนอของนิตยสารการท่องเที่ยวแต่ละฉบับก็สามารถที่จะปรับเปลี่ยนแผนงาน ตลอดจนนโยบายในการนำเสนอข้อมูลต่อผู้บริโภคได้ตามความเหมาะสม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงแผนนโยบายการวางแผนเพื่อการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ย่อมมีเหตุและปัจจัยที่สำคัญมาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรงต่อสังคม ดังกรณีความสูญเสียจากเหตุภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิในช่วงปลายปี 2547 ที่ผ่านมา ซึ่งก็ได้ส่งผลให้นโยบายการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงมาสู่การกล่าวถึงเรื่องราวและผลกระทบอันสืบเนื่องมาจากคลื่นยักษ์สึนามิเป็นสำคัญ อันจะได้กล่าวถึงรายละเอียดในประเด็นถัดไป

ส่วนที่ 2

ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

การเกิดขึ้นของกรณีภัยพิบัติเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปลายปี 2547 ถือเป็นวิกฤตการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะผลกระทบต่อความสูญเสียจากหายนะที่มาจากคลื่นยักษ์สึนามิ ได้ส่งผลให้หลายๆ ฝ่ายต่างก็มุ่งให้ความสนใจต่อวิกฤตการณ์ดังกล่าวตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งกระแสความสนใจและการตื่นตัวในเรื่องสึนามิเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เนื้อหาการนำเสนอของนิตยสารท่องเที่ยวภายในประเทศภายหลังจากเกิดเหตุการณ์สึนามิ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบลักษณะการนำเสนอเนื้อหาให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ดังรายละเอียดของการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ ต่อไปนี้

1. การนำเสนอเนื้อหาในฐานะช่วยเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

กรณีความเสียหายที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์สึนามิในบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันเมื่อปี 2547 ได้ส่งผลให้หน่วยงานและองค์กรหลายๆ ฝ่ายต่างก็ตระหนักถึงและร่วมมือกันแก้ไขปัญหาจากความเสียหายที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐต่างๆ ก็ได้พยายามอย่างยิ่งยวดในการการแก้ไขฟื้นฟูปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้พื้นที่ๆ ประสบภัยพิบัติจากคลื่นยักษ์สึนามิสามารถพลิกฟื้นคืนสู่สภาพธรรมชาติที่สวยงาม และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยได้อีกครั้ง ด้วยเหตุนี้รัฐจึงต้องมีการกำหนดแนวทางและนโยบายในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง

โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. ถือเป็นหน่วยงานของรัฐที่เข้ามา มีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของไทยเป็นอย่างมาก เพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถือเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการฟื้นฟูและดูแลแก้ไขพื้นที่ๆ ได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์คลื่นสึนามิ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีหน้าที่และบทบาทในการเป็นผู้นำ ผู้กำกับดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว ตลอดจนให้ความคุ้มครองและรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และจากการศึกษาพบว่านโยบายและการวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ การใช้สื่อวิทยุสื่อสารท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ต้องเกี่ยวกับสึนามิ ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุสื่อสารท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้เป็นผลทางการศึกษา ดังนี้

1. เร่งรัดการฟื้นฟูสถานที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้กลับคืนสู่สภาพเดิม โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งทีมลงไปสำรวจและประเมินความเสียหายของพื้นที่ที่ได้ทะเล และบนบกอย่างรวดเร็ว จากนั้นเร่งรัดเก็บกวาดทำความสะอาดสิ่งสกปรก ขยะชายหาดและในทะเล กู้ซากปรักหักพังและฟื้นฟูบูรณะแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบรุนแรง โดยในช่วงระยะเวลาภายใน 2 ปี จะเน้นการดำเนินงานในด้านฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความเสียหายอย่างรุนแรง ให้มีภาพลักษณ์ใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้มาตรฐานสากล และคงไว้ซึ่งลักษณะและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่ อีกทั้ง ดำเนินการยกระดับมาตรฐานการบริการและการดูแลรักษาความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับพื้นที่ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ภาคเอกชนและพื้นที่ให้สามารถกลับมาแข่งขันในเวทีโลกได้อย่างรวดเร็ว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

2. สร้างภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการท่องเที่ยว โดยการเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสเพื่อจะสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการท่องเที่ยวในมิติให้ได้มาตรฐานสากล ทั้งในด้านสถานบริการท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม

3. ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยจากเหตุการณ์สึนามิสามารถดำรงสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวดังที่เป็นมา (ธาริณี สมบุญ, 2548, น. 48-54)

ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ดำเนินงานผ่านสื่อวิทยุสื่อสารท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้สังกัดการดูแลของหน่วยงานของตนเอง คือ วิทยุสื่อสาร อ.ส.ท. จากการศึกษพบว่า วิทยุสื่อสาร อ.ส.ท. ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร

สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวในยามวิกฤต และเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สำคัญของรัฐ ดังที่คุณวินิจ รั้ง ผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. ได้กล่าวไว้ว่า

เป็นวิกฤตการณ์ครั้งยิ่งใหญ่ ที่เราไม่เคยประสบมาและทำให้คนเกิดความตกใจพอสมควร เพราะมีการล้มตายกันเยอะมาก อย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน สิ่งที่เราทำได้ก็คือเราก็คิดว่าเราจะต้องทำอะไร ที่จะช่วยสถานการณ์เหล่านั้น ก็ช่วงแรกๆ ก็ยังสับสนกันว่าจะทำอะไรกันอย่างไร เพราะว่าความช่วยเหลืออะไรต่างๆ ตอนเกิดใหม่ๆ ทางภาครัฐก็จะเข้าไปช่วยเหลือในพื้นที่ ไปเก็บศพ ไปเคลียร์พื้นที่ต่างๆ เยียวยาผู้คนที่ได้รับผลตรงนั้น ในส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเองก็ช่วย ในตอนแรกก็คือช่วยในด้านของนักท่องเที่ยว คือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ช่วยประสานงาน ช่วยตั้งศูนย์ประสานงานนักท่องเที่ยว เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นั้น ประสบกับเหตุการณ์เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เค้าน่าจะไม่มีอะไรเลย เหลือแต่ตัว พาสปอร์ตหาย อะไรหายทุกอย่าง เราก็ตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศ ประสานงานต่างๆ ออกเอกสารประสานกับสถานทูต ติดตามคนหายอะไรต่างๆ ตรงนั้นส่วนหนึ่งก็มันเป็นการช่วยในด้านจิตใจเค้ามากกว่า มันก็เป็นเรื่องที่ดีที่ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำตรงนั้น นักท่องเที่ยวที่ประสบเหตุจริงๆ โดยเฉพาะแถวเขาหลัก แถวอะไรต่างๆ อย่างชาวสแกนดิเนเวีย ชาวสวีเดน ชาวอะไรพวกนั้น จะมาอยู่เยอะ ซึ่งคนที่ได้รับการช่วยเหลือที่ดีอะไรต่างๆ เหล่านั้น เค้าก็ยังกลับมา ยังได้รับความซาบซึ้งใจ แล้วยังบอกว่าจะกลับมา แล้วเค้าก็กลับมาจริงๆ แม้แต่ช่วงปี 49, 50 พวกนั้นเองก็ยังกลับมาเที่ยว แล้วยังเป็นความรู้สึกที่ดีสำหรับการที่ทำเหล่านั้น (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

จากคำกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นให้ว่า นิตยสาร อ.ส.ท. ได้ดำเนินงานการนำเสนอเนื้อหาที่ตอบรับตอนนโยบายการประชาสัมพันธ์ของรัฐได้เป็นอย่างดี คือ การให้ความสำคัญในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ซึ่งการทำหน้าที่เช่นนี้เปรียบเสมือนกับยามยามแผลที่ตรงจุด และยังหากว่าการดำเนินงานช่วยเหลือเป็นไปอย่างรวดเร็วและทันท่วงที ก็ยิ่งส่งผลทำให้ความสูญเสียที่เกิดขึ้นบรรเทาความเสียหายลงไป ทั้งนี้ การให้ความสำคัญในการช่วยเหลือไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการนำเสนอของรัฐบาล หรือจัดส่งทีมงานผู้ชำนาญการเข้าไปฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ตลอดจนการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เหมาะสมกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ถือเป็นบทบาทและหัวใจที่สำคัญในฐานะสื่อ นิตยสารของประเทศ ทั้งนี้ ก็เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยกลับมา มีคุณค่าและความสวยงามเหมือนดังที่ผ่านมา

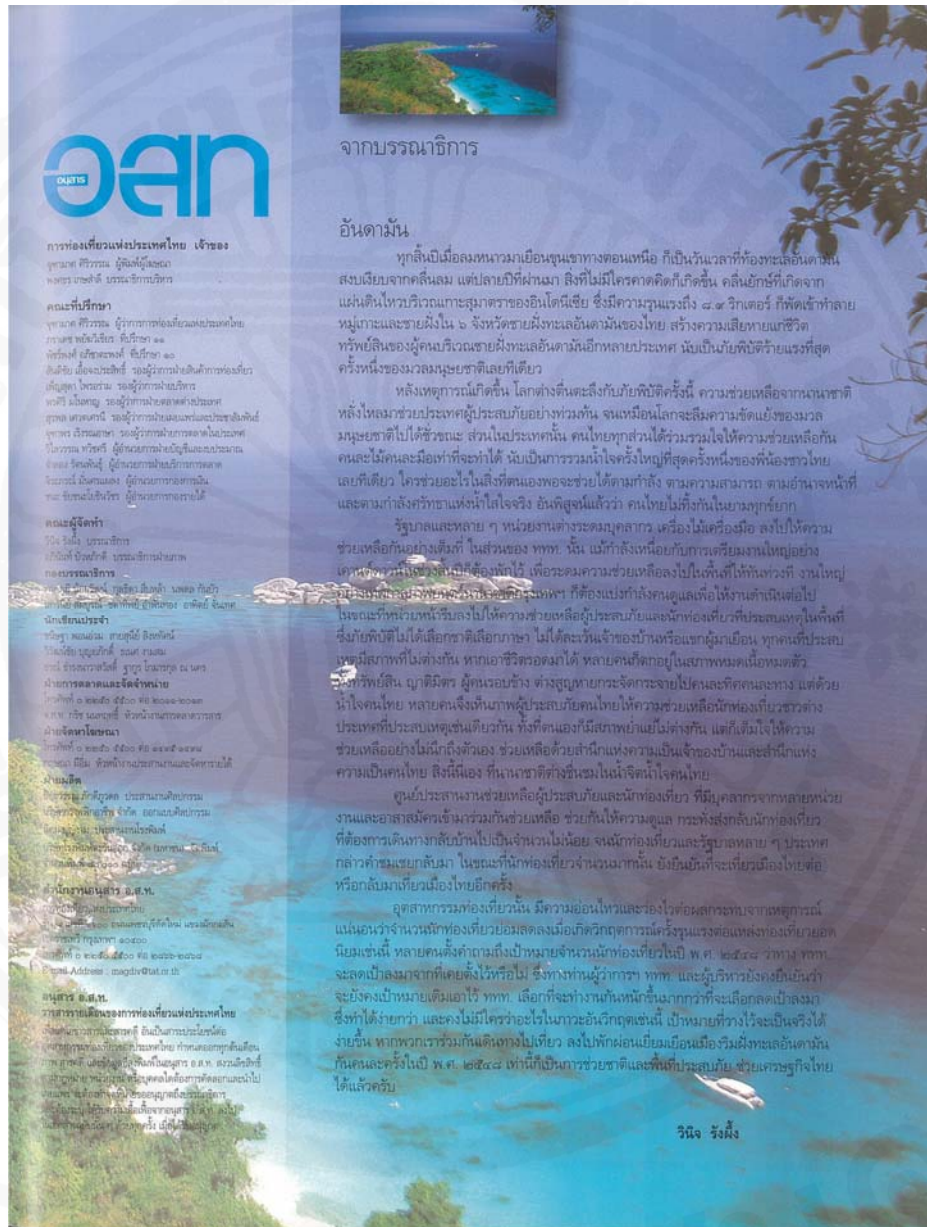
อนึ่ง การที่หน่วยงานรัฐเลือกใช้นิตยสาร อ.ส.ท. เป็นเครื่องมือในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ สาเหตุเนื่องด้วยนิตยสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารที่สังกัดอยู่ภายใต้การบริหารงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนั้น เมื่อรัฐบาลมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยตรงเช่นนี้ รัฐจึงสามารถนำสื่อดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่สาธารณชนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการที่นิตยสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารของหน่วยงานรัฐ จึงสามารถตอบสนองต่อนโยบายที่รัฐมุ่งหวังได้มากกว่านิตยสารที่มีเอกชนเป็นผู้ดำเนินการ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมและเพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัย ตลอดจนสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ประสบปัญหาอีกครั้งได้ในอนาคต

ด้วยเหตุและผลดังกล่าว ส่งผลให้นิตยสาร อ.ส.ท. ภายหลังเหตุการณ์สึนามิมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและลักษณะการนำเสนอเนื้อหาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของรัฐเป็นสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที ดังนั้น เนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในนิตยสาร อ.ส.ท. บางส่วนจึงนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสึนามิอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวสามารถพิจารณาได้จากภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ฉบับต่างๆ ดังนี้

ตำนานหอสมุด

ภาพที่ 4.1

ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 หน้า 13



อาสา

การก่อเหตุร้ายในประเทศไทย เจ้าของ
คุณาศ ศิริวรรณ ผู้ก่อตั้งมูลนิธิ
อาสาเพื่อชีวิต บรมฉัตรนิเวศ

คณะผู้บริหาร

คุณาศ ศิริวรรณ ผู้บริหารองค์การอาสาเพื่อชีวิต
นางสาว ชัยฉวีโรจน์ ชัยวีระ ๑๑
คุณหญิง อรุณรัตน์ ชัยวีระ ๑๑
คุณหญิง เมตตาประสิทธิ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายการต่างประเทศ
คุณหญิง ไพเราะน รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร
คุณหญิง นิตยา รองผู้อำนวยการฝ่ายต่างประเทศ
คุณหญิง สุธาสินี รองผู้อำนวยการฝ่ายต่างประเทศ
คุณหญิง อรุณรัตน์ รองผู้อำนวยการฝ่ายต่างประเทศ
คุณหญิง อรุณรัตน์ รองผู้อำนวยการฝ่ายต่างประเทศ
คุณหญิง อรุณรัตน์ รองผู้อำนวยการฝ่ายต่างประเทศ
คุณหญิง อรุณรัตน์ รองผู้อำนวยการฝ่ายต่างประเทศ

คณะผู้จัดทำ

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

คุณหญิง อรุณรัตน์

จากบรรณาธิการ

อันดามัน

ทุกสิ่งเป็นเมื่อสมทวมกเยื่อนขุนทางตอนเหนือ ก็เป็นวันเวลาที่ท่องเที่ยวอันดามัน
สงบเงียบจากคลื่นลม แต่ปลายปีที่ผ่านมามี สิ่งที่ไม่ใครคาดคิดก็เกิดขึ้น คลื่นยักษ์ที่เกิดจาก
แผ่นดินไหวบริเวณเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย ซึ่งมีความรุนแรงถึง ๘.๑ ริกเตอร์ ก็พัดเข้าทำลาย
หมู่เกาะและชายฝั่งใน ๖ จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันของไทย สร้างความเสียหายแก่ชีวิต
ทรัพย์สินของผู้คนบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันอีกหลายประเทศ นับเป็นภัยพิบัติร้ายแรงที่สุด
ครั้งหนึ่งของมวลมนุษยชาติเลยทีเดียว

หลังเหตุการณ์เกิดขึ้น โลกต่างตื่นตะลึงกับภัยพิบัติครั้งนี้ ความช่วยเหลือจากนานาชาติ
หลั่งไหลมาช่วยประเทศผู้ประสบภัยอย่างทั่วถึง จนเหมือนโลกจะลืมความขัดแย้งของมวล
มนุษยชาติไปได้ชั่วขณะ ส่วนในประเทศไทย คนไทยทุกส่วนได้ร่วมใจให้ความช่วยเหลือกัน
คณะไม่ทันละมือเท่าที่จะทำได้ นับเป็นการรวมใจครั้งใหญ่ที่สุดครั้งหนึ่งของชาวไทย
เลยทีเดียว ใครช่วยอะไรในสิ่งที่ตนเองพอจะช่วยได้ตามกำลัง ตามความสามารถ ตามอำนาจหน้าที่
และตามกำลังทรัพย์แห่งน้ำใจจริง อันสูงสุดแล้ววว่า คนไทยนี้ทั้งนั้นในยามทุกข์ยาก

รัฐบาลและหลาย ๆ หน่วยงานต่างระดมบุคลากร เครื่องไม้เครื่องมือ ส่งไปให้ความ
ช่วยเหลือกันอย่างเต็มที่ ในส่วนของ ททท. นั้น แม้กำลังเกี่ยวกับการเตรียมงานใหญ่อย่าง
เคยครั้งรวมทั้งเรื่องนี้เป็นเรื่องใหม่ เพื่อระดมความช่วยเหลือลงไปให้ถึงมือให้ทันเวลาที่ งานใหญ่
อยู่เบื้องหน้าอย่างหนักแน่นของภัยพิบัติมหา ก็ต้องแบ่งกำลังคนดูแลเรื่องให้งานดำเนินต่อไป
ไปแต่ก็พยายามรีบลงมือให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยและนักท่องเที่ยวที่ประสบเหตุในทันที
ซึ่งภัยพิบัติไม่ได้เลือกชาติเลือกภาษา ไม่ได้ละเว้นจำขอบ้างหรือแยกผู้มาเยือน ทุกคนที่ประสบ
เหตุมีสภาพที่ไม่ต่างกัน หากเอาชีวิตรอดมาได้ หลายคนก็ตกอยู่ในสภาพหมดเนื้อหมดตัว

ทั้งที่ทรัพย์สิน ญาติมิตร ผู้คนรอบข้าง ต่างส่งความช่วยเหลือไปคนละทิศละทาง แต่ด้วย
น้ำใจคนไทย หลายคนจึงเห็นภาพผู้ประสบภัยคนไทยให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่าง
ประเทศที่ประสบเหตุเช่นเดียวกัน ทั้งที่ตนเองมีสภาพย่ำแย่ไม่ต่างกัน แต่ก็เต็มใจให้ความ
ช่วยเหลืออย่างไม่นึกถึงตัวเอง ช่วยเหลือด้วยสำนึกแห่งความเป็นเจ้าของบ้านและสิ่งที่ฝาก
ความเป็นคนไทย สิ่งที่มีใจ ที่น่านชาติที่ช่วยเหลือในใจจิตคนไทย

ศูนย์ประสานงานช่วยเหลือผู้ประสบภัยและนักท่องเที่ยว ที่มีบุคลากรจากหลายหน่วย
งานและอาสาสมัครเข้าร่วมกันช่วยเหลือ ช่วยกันให้ความดูแล กระทั่งส่งกลับนักท่องเที่ยว
ที่ต้องการเดินทางกลับบ้านไปเป็นจำนวนน้อย จนนักท่องเที่ยวและรัฐบาลหลาย ๆ ประเทศ
กล่าวคำชื่นชมยกย่อง ในขณะนักท่องเที่ยวจำนวนมากนั้น ยังมีมีเจ้าที่เย็บเมืองไทยต่อ
หรือกลับมายังเมืองไทยอีกครั้ง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอันดามัน มีความอ่อนไหวและอ่อนไหวต่อผลกระทบจากเหตุการณ์
แผ่นดินไหวที่นักท่องเที่ยวย่อมลดลงเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ครั้งรุนแรงต่อแหล่งท่องเที่ยวออก
นิยมเช่นนี้ หลายคนคงกำลังถามถึงเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ ทาง ททท.
จะลดเป้าหมายจากที่เคยตั้งไว้หรือไม่ ซึ่งทางททท. ททท. และผู้บริหารท้องถิ่นยืนยันว่า
จะยังคงเป้าหมายเดิมเอาไว้ ททท. เลือกที่จะทำทั้งหน้าที่ตามกฎหมายที่จะเลือกลดเป้าหมาย
ซึ่งทำได้ง่ายกว่า และลงมือเร็วจะช่วยให้การฟื้นตัวเร็วขึ้น เป้าหมายที่วางไว้จะเป็นจริงได้
ง่ายขึ้น หากพวกเราช่วยกันลดทอนไปเที่ยว ลงไปพักผ่อนเยี่ยมเยือนเมื่อเริ่มมีทะเลอันดามัน
กลับมาอีกครั้งในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ เท่านั้นเป็นการช่วยชาติและพื้นที่ประสบภัย ช่วยเศรษฐกิจไทย
ได้แล้วครับ

วินิจฉัย รุ่งมิ่ง

ภาพที่ 4.2

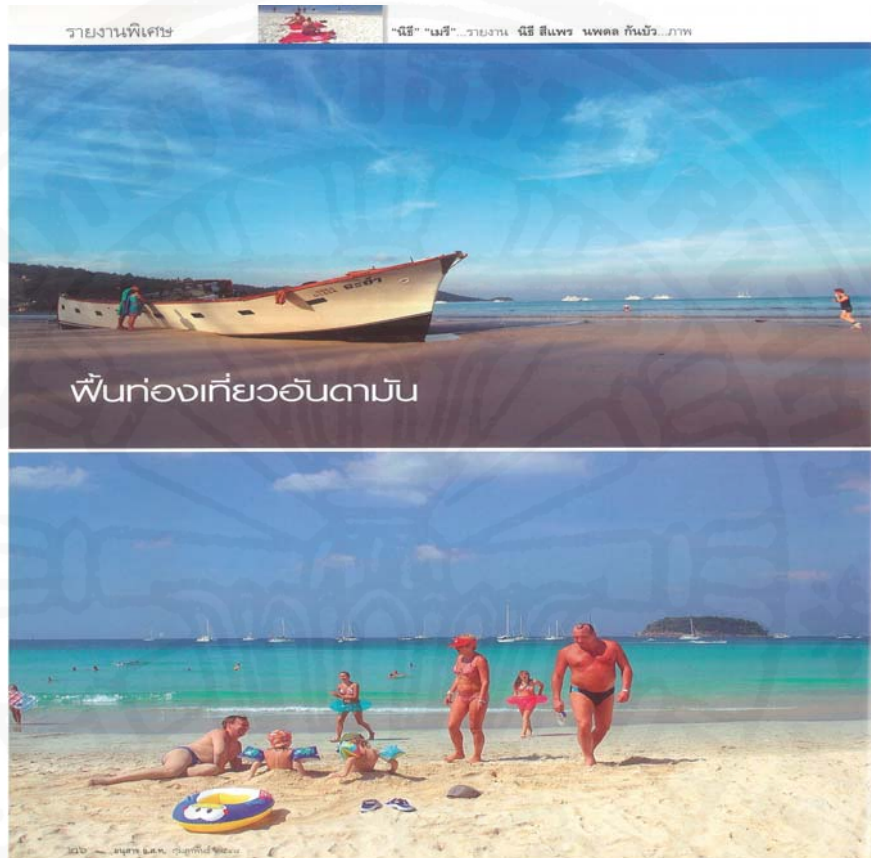
ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 หน้า 16 และ 17



จำนำนักก่อสร้าง

ภาพที่ 4.3

ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 หน้า 26



ภาพที่ 4.5

ภาพประกอบในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 9 หน้า 17



จากภาพประกอบเบื้องต้น สามารถอธิบายความได้ว่า นิตยสาร อ.ส.ท. ประจำปี 2548 ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อนามิมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ตลอดจนพยายามสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งก็เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ที่เคยได้รับผลกระทบกลับคืนสู่สภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามอีกครั้ง เป็นต้น

2. นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นสื่อที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว ที่ประสบปัญหาจากคลื่นสึนามิ

จากการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาภายหลังการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิเมื่อปี 2547 พบว่า การดำเนินงานจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวของผู้ผลิตนิตยสารทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ต่างก็มุ่งนำเสนอเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์และเสนอสิ่งที่ดีให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการช่วยเหลือฟื้นฟูในพื้นที่ๆ ประสบภัยกันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความพยายามในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยไม่เน้นการนำเสนอภาพความรุนแรงของคลื่นยักษ์สึนามิอีกต่อไป เพราะผู้ผลิตนิตยสารมีความตระหนักกว่าจะทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจและทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้ง ไม่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและความน่าเชื่อถือต่อนิตยสารการท่องเที่ยวของไทยนัก ดังที่ คุณวินิจ รังผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

การนำเสนอเนื้อหาที่รุนแรงและสูญเสียได้มีส่วนการนำเสนอที่พอเหมาะพอสมควร ไม่ได้เน้นคร่ำครวญเรื่องสึนามิ จนคนอ่านรู้สึกว่ามันมากเกินไป พอซักทีเถอะ อะไรทำนองนั้น เราก็นำเสนอเท่าที่คิดว่าสมควร เหมาะสม แล้วก็พยายามนำเสนอในเชิงบวก อย่างเช่น มันยังสวยอยู่นะ ตรงไหนยังสวยงามบ้าง แล้วในปี พ.ศ. 2548 ได้ภาพชุดเกี่ยวกับทะเลแหวกที่สวยงามกว่าเดิม เพราะเหมือนกับว่าถูกเกลี้ยล้าง ดังนั้นจึงพยายามชี้ในจุดนั้น ในจุดที่มองโลกในแง่ดีมากกว่า เพื่อให้คนอยากไปดู หลังจากที่เกิดขึ้น ว่าจริงหรือไม่ (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

จากคำกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าการนำเสนอข้อมูลอันเกี่ยวกับความสูญเสียและความรุนแรงจากเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ นั้น มิได้เป็นผลดีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศแต่อย่างใด และจากการศึกษาพบว่าไม่มีนิตยสารฉบับใดพยายามที่จะรื้อฟื้นความทรงจำอันเลวร้ายเกี่ยวกับคลื่นยักษ์สึนามิ เพราะต่างก็ให้เหตุผลที่ตรงกันว่าไม่ได้เป็นผลดีกับธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยแต่อย่างใด อีกทั้ง ยังเป็นการสร้างบาดแผลที่ตอกย้ำให้แก่ผู้ที่เคยได้รับผลกระทบอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ การนำเสนอเนื้อหาภายหลังจากเหตุการณ์เข้าสู่สภาวะปกติของนิตยสารท่องเที่ยวจึงเน้นนโยบายการนำเสนอในเชิงสร้างสรรค์มากกว่าการทำลาย ด้วยเหตุนี้ นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับต่างก็นำเสนอเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นความจรรโลงใจและความสวยงามของพื้นที่ๆ เคยได้รับผลกระทบจากสึนามิแทนภาพของความรุนแรง โดยเนื้อหาที่นำเสนอเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย สามารถพิจารณาได้จากตัวอย่างภาพประกอบในนิตยสารท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

2.1 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาคเอกชน กล่าวคือ ภายหลังจากกรณีเหตุการณ์สึนามิ นิตยสารท่องเที่ยวของภาคเอกชนหลายๆ ฉบับต่างก็ได้ทำหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมื่อเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงและความสูญเสียอย่างกรณีเหตุการณ์สึนามิเมื่อปี 2547 ที่ผ่านมานิตยสารที่ดำเนินงานโดยภาคเอกชนต่างก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมและบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาคลื่นยักษ์สึนามิผ่านสื่อ นิตยสารท่องเที่ยวของแต่ละฉบับ ซึ่งก็เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบภัย ดังปรากฏอยู่ในข้อเขียนของนิตยสาร Adventure & Travel ฉบับที่ 249 หน้า 56 และ 57 ตามภาพประกอบตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 4.6

ภาพประกอบในนิตยสาร Adventure & Travel ปีที่ 21 ฉบับที่ 249 หน้า 56 และ 57



จากภาพประกอบตัวอย่างข้างต้น ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของนิตยสารท่องเที่ยวในการนำเสนอเนื้อหาที่กล่าวถึงการพลิกฟื้นและกลับคืนสู่สภาพความสวยงามของผืนทะเลชายฝั่งอันดามันอีกครั้ง ทั้งนี้เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว ด้วยการนำเสนอภาพสะท้อนจากเหตุการณ์ภายหลังคลื่นยักษ์สึนามิในเชิงบวก

นิตยสาร Nature Explorer ฉบับที่ 63 หน้า 38 และ 39 ก็ได้นำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลความรู้เบื้องต้นของสึนามิ ซึ่งเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่แท้จริงของสึนามิ และเป็นกรช่วยเหลือสร้างความเข้าใจ ตลอดจนการระงับภัยที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากเหตุการณ์สึนามิได้อีกด้วย ดังภาพประกอบตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 4.8

ภาพประกอบในนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 หน้า 38 และ 39



2.3 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อที่ช่วยนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของรัฐบาล ที่ได้เข้ามาแก้ไขปัญหาด้านนี้อย่างจริงจัง ดังเช่น นิตยสาร Outdoor Thailand ฉบับ 25 หน้า 12 และ หน้า 60 ได้กล่าวชื่นชมผลงานของโครงการช่วยเหลือฟื้นฟูผู้ประกอบการจากสึนามิ ทั้งรูปแบบของเงินบริจาคและการลงพื้นที่เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยตรง ซึ่งการกล่าวชื่นชมถึงบุคคลที่ให้การช่วยเหลือและเกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูเช่นนี้ ถือเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลให้การพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับความเสียหาย พลิกฟื้นคืนสู่สภาพเดิมได้อย่างรวดเร็ว เพราะกำลังใจจากสังคมเป็นปัจจัย

ประการหนึ่งที่สำคัญที่ช่วยให้ความร่วมมือในการประสานงานและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบดำเนินการไปอย่างรวดเร็ว มีความต่อเนื่องและจริงจัง ดังภาพประกอบตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 4.9

ภาพประกอบในนิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 3 ฉบับที่ 25 หน้า 12

INSIDEOUT

หาคณะฉบับนี้ จ.ภูเก็ต หลังจากศึกษาได้ไม่นานพบว่า...
นิตยสาร Outdoor Thailand

ธรรมชาติบำบัด

เข้าสู่เดือนสุดท้ายของไตรมาสแรก เรื่องราวมากมายเกิดขึ้นในประเทศ ทั้งทางด้านการเมือง รวมถึงเรื่องทางภาคใต้ ต้องขอปรบมือให้กับรัฐบาลที่ยังคงคัดหลายปัญหาต่าง ๆ ไปได้ด้วย ขานบางลง เราเองในฐานะคนไทยกลุ่มหนึ่ง ที่ภูมิใจในความเป็นชาติ ที่มีพี่น้องร่วมชาติต่างช่วยกันคนละไม้คนละมือ ส่งความช่วยเหลือไปยัง 6 จังหวัดภาคใต้ที่เกิดภัยพิบัติอันเกิดจากคลื่นยักษ์สึนามิ จนถึงวันนี้ความช่วยเหลือยังคงหลั่งไหลไปไม่ขาดสายจนชาวโลกต่างชื่นชม ถึงความมีน้ำใจของคนไทยทั้งชาติ

เวลาผ่านไป 2 เดือนกว่า หลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิทำลายทั้งชีวิตและทรัพย์สิน 6 จังหวัดภาคใต้ชายฝั่งทะเลอันดามัน จนเหมือนยากจะฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยว แต่สถานการณ์ล่าสุด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เริ่มเห็นโอกาสการกลับมาของธุรกิจท่องเที่ยวเร็วกว่าที่คาดไว้ โครงการ "เที่ยวอันดามัน ช่วยอันดามัน" จึงเกิดขึ้น

วันนี้พื้นที่อันดามันที่เคยประสบกับธรณีพิบัติจากคลื่นยักษ์สึนามิ ต้องยอมรับว่าพื้นที่บางส่วนของอันดามันได้เสียหายไปบ้างแต่ในขณะเดียวกันยังมีพื้นที่ที่สึกมากที่ไม่ได้รับผลกระทบ หรือมีผลกระทบบ้างไม่มากนัก และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงคุณค่าอยู่ อีกทั้งบางพื้นที่ธรรมชาติ ก็ได้ประจักษ์ความสวยงามยิ่งกว่าเดิม ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย พื้นที่อันดามันจึงยังเป็นพื้นที่ ๆ ทุกคนควรที่จะเข้าไปท่องเที่ยว และชื่นชมกับความงดงามที่ยังรอคอยคุณอยู่ตลอดไป

"หากไทยไม่ช่วยไทย ก็แล้วใครจะมาช่วยเรา"

OUTDOOR 12

STAFF LIST:
 EXECUTIVE EDITOR: CHOOJUN SUJAJI
 EDITOR IN CHIEF: CHANIN PONGBEE
 EDITOR CHIEF: FREEDATHA PETCHKUL
 EDITORIAL STAFF: NARASAI DOON-NUANG, NUCHHAREE BIRAPAKHUN
 CONTRIBUTING EDITORS: BONGPHEE UMMASIRIKHIA, PORNCHAI LEEJANIPPAAD
 PHOTOGRAPHER: SIRAWAT SIRKONG, SIRAWICH RUPPIA, PORRAN SA NAKORN
 MARKETING DIRECTOR: PTAAT PLAD-BUANG
 ART DIRECTOR: HANAWADEE TORAKUL
 MARKETING DIRECTOR: THEAYUTHI KANCHAHAWAJ
 MARKETING: KIRITKANOK EWMADEE, PORNPIPA KLAHARN, NATTANAKORN TANAKULKUL
 PROOF READER: PAWADEE BHAT-TIKARN
 LOW CONSULTANT: KOLAYUTHI ANONGKERATI
 ACCOUNTANT: SUBIN CHODNOK
 MEMBERS: NUCHHAREE BIRAPAKHUN
 PRESS: SIRASAKFILM
 PRINTING: JASPER PRINT
 DISTRIBUTION: K.K. TEEJESHINDO
 PUBLISHER: CHOOJUN SUJAJI

ภาพที่ 4.10

ภาพประกอบในนิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 3 ฉบับที่ 25 หน้า 60



2.4 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะช่วยเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจหลังเหตุการณ์สินามิ จากเหตุการณ์ความสูญเสียเนื่องด้วยคลื่นยักษ์สินามิที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2547 ได้ส่งผลให้การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันต้องหยุดชะงักลงอย่างฉับพลัน สาเหตุสำคัญก็เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างก็กลัวในเรื่องของความไม่ปลอดภัย และยังไม่มีความเชื่อมั่นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกทำลายจะสามารถพลิกฟื้นกลับคืนสู่สภาพที่เคยสวยงามได้อีกครั้ง ดังนั้น นิตยสารท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทในฐานะช่วยเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นทางด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวให้กลับมามีชีวิตและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศได้อีกครั้ง โดยเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่สร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าพื้นที่ที่เคยได้รับผลกระทบต่าง

พลิกฟื้นกลับคืนสู่สภาพที่สวยงามดังที่ผ่านมา ดังที่ นิตยสาร Trip ปีที่ 9 ฉบับที่ 101 หน้า 10 และ หน้า 14 ก็ได้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ในเชิงของการสร้างแรงจูงใจ และ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบเหตุการณ์ สึนามิ โดยเฉพาะการนำเสนอในเรื่องของตัวเครื่องบินราคาถูก ผ่านโครงการสร้างสรรค์ที่ดี เช่น “รักเธอประเทศไทย...คืนความสดใสสู่อันดามัน” และ “ฟ้าใหม่ สดใส...ที่กระบี่” ตลอดจน *We care for South Asia* ก็ถือเป็นโครงการริเริ่มสร้างสรรค์ และจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เคยสวยงามอีกครั้ง ทั้งนี้ โครงการ ตัวเครื่องบินราคาถูกสามารถพิจารณาได้จากตัวอย่างภาพประกอบของนิตยสาร Trip ดังนี้

ภาพที่ 4.11

ภาพประกอบในนิตยสาร Trip ปีที่ 9 ฉบับที่ 101 หน้า 10



ภูเก็ท แอร์ ร่วมสร้าง “ฟ้าใหม่ สดใส...ที่กระบี่”

สายการบินภูเก็ท แอร์ จับมือสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ร่วมสนับสนุนโครงการ ฟ้าใหม่ สดใส...ที่กระบี่ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ภายหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ โดยมีมอบบัตรโดยสารราคาพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดกระบี่ โดยมีนายชัยวัฒน์ เมฆสุกรี รองประธานกรรมการ สายการบินภูเก็ทแอร์ นายอิทธิฤทธิ์ กิ่งเล็ก นายกสมาคมฯ และนายสันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ รองผู้จัดการฝ่ายสินค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมในงานโรดโชว์เพื่อชี้แจงรายละเอียดโครงการที่โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ

คาเธ่ย์ แปซิฟิก บริจาครายได้จากการขายตั๋ว 500 ใบ สนับสนุนแคมเปญ We care for South Asia เพื่อช่วยผู้ประสบภัยสึนามิ

สายการบิน คาเธ่ย์ แปซิฟิก เปิดเผยเมื่อเร็ว ๆ นี้ว่า บริษัทจะบริจาครายได้จากการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินจำนวน 500 ใบ สมทบทุนร่วมกับแคมเปญ We care for South Asia ขององค์กรท่องเที่ยวฮ่องกง เพื่อเร่งให้ความช่วยเหลือประเทศที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นสึนามิ ในแถบมหาสมุทรอินเดียให้กลับคืนสภาพเดิมโดยเร็ว โดยรายได้ดังกล่าวมาจากการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินที่เดินทางจากฮ่องกงไปยังกรุงเทพฯ โคลัมโบ เดินพาสาร์ จาการ์ตา กัวลาลัมเปอร์ ปีนัง และสุราบายา ระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ถึง 31 ธันวาคมนี้

ภาพที่ 4.12

ภาพประกอบในนิตยสาร Trip ปีที่ 9 ฉบับที่ 101 หน้า 10 และ 14



จากภาพประกอบตัวอย่างข้างต้น สามารถสะท้อนให้เห็นถึงเนื้อหาที่นิตยสารท่องเที่ยวพยายามนำเสนอเพื่อช่วยกระตุ้นการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องของการกล่าวถึงราคาตั๋วเครื่องบินราคาถูก การลดราคาของที่พัก โรงแรม และร้านอาหารต่างๆ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการที่นิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับต่างได้เข้ามามีบทบาทในฐานะของสื่อที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการฟื้นตัวทางด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ก็เพื่อให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวของพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันภายหลังภาวะวิกฤติอันซบเซาจากเหตุการณ์สึนามิ สามารถฟื้นตัวและมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งการให้ความสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบสาเหตุประการสำคัญก็เนื่องด้วยการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้ในช่วงสภาวะวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ก็เพราะว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพื้นฐานที่ดีเยี่ยมในด้านการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติที่สวยงาม ประเพณี วัฒนธรรมรวมทั้งการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสัมผัสกับความน่าประทับใจเหล่านี้ และในช่วงสถานการณ์คับขันดังกล่าวภาครัฐและเอกชนควรให้ความร่วมมือ ตลอดจนทำการปรับปรุงในบางส่วนเพื่อให้เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด อาทิเช่น การทำตลาดผ่านสื่อ นิตยสารท่องเที่ยว

และผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เร่งพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานให้มีคุณภาพมากขึ้น ตลอดจนมีมาตรการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวสามารถช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในภาวะวิกฤตได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ จึงถือเป็นหน้าที่โดยตรงของนิตยสารท่องเที่ยวในการส่งเสริมสนับสนุนข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและสร้างสรรค์ ทั้งนี้ เพื่อกระตุ้นให้แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิเกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจโดยเร็ว และกลับมาสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและท้องถิ่นได้อีกครั้งในอนาคต

2.5 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะของการสร้างความเชื่อมั่น และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ ดังเช่น นิตยสารเที่ยวไทย ฉบับที่ 2 หน้า 74 และ 75 ก็ได้กล่าวถึงเหตุการณ์ความสูญเสียและการฟื้นฟูของพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันไว้ด้วยเช่นกัน โดยเนื้อหาที่นำเสนอในฉบับนี้จะเป็นการสำรวจสภาพของพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบว่าการฟื้นฟูและเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง อย่างไรก็ดี ในเนื้อหาที่นำเสนอก็ยังเน้นการนำเสนอในเชิงบวกเป็นสำคัญ คือ ความสูญเสียดังกล่าวที่เคยเกิดขึ้นต่างก็ได้รับการเยียวยาและแก้กฏจากภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งต่างฝ่ายต่างก็ได้ให้การช่วยเหลือและฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบกันอย่างจริงจัง เป็นต้น

ชำนาญกานท์หอสมุด

2.6 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อเฉพาะกิจของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาคลื่นสึนามิ

การดำเนินงานเพื่อฟื้นฟูและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ๆ ประสบภัยผ่านนิตยสารท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ ถือเป็นนโยบายและมาตรการที่ดีในการเร่งช่วยเหลือและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหา ทั้งนี้ ก็เนื่องด้วยนิตยสารท่องเที่ยวสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์อันดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่เคยได้รับผลกระทบได้เป็นอย่างดี โดยผ่านสื่อข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ เช่น การใช้ภาพประกอบเพื่อยืนยันว่าพื้นที่ที่เคยประสบภัยกลับคืนสู่สภาพปกติที่พร้อมต้อนรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวอีกครั้ง และการส่งเสริมทางด้านเงื่อนไขพิเศษเพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจโดยผ่านเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยว เป็นต้น

ทั้งนี้ นิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับทั้งของภาครัฐและเอกชนต่างก็มีปรับเปลี่ยนนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้มีความสอดคล้องกับสภาพการณ์จริงที่เกิดขึ้น โดยในแต่ละฉบับจะมีการสอดแทรกและกล่าวถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสึนามิไว้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่านิตยสารท่องเที่ยวจะเป็นเสมือนสื่อเฉพาะกิจในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ และเพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวกลับมาสนใจและอยากที่จะเดินทางกลับมาเยือนในสถานที่ที่เคยประสบภัยแล้วก็ตาม แต่ในความเป็นจริงนิตยสารท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาของสึนามิให้เพียงพอได้ทั้งหมด เหตุก็เนื่องด้วยกลุ่มผู้ผลิตนิตยสารการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงมีนโยบายการนำเสนอที่มุ่งเน้นตามแผนงานเดิมที่เคยที่วางไว้เป็นรายปีเป็นสำคัญ

นอกจากนั้น ภายหลังจากที่เหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิผ่านพ้นไป และเหตุการณ์ต่างๆ เริ่มกลับเข้าสู่สภาวะปกติ แนวนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของนิตยสารท่องเที่ยว ก็ได้นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวในแหล่งอื่นๆ หลายๆ จังหวัดตามภูมิภาคต่างๆ มากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีความน่าสนใจและความสำคัญของประเทศอันจะเป็นการส่งเสริมจุดขายในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งนี้ ก็เพื่อทดแทนแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ ดังที่คุณตรีเนตร เพชรนุ้ย หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสาร Outdoor Thailand ได้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ไว้ว่า “โดยส่วนตัวคิดว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะลืมเหตุการณ์นั้นไปแล้ว ยกเว้นแต่เฉพาะผู้ประสบเหตุ ซึ่งคิดว่ามันเป็นเหตุการณ์ที่ยากจะลืม ส่วนเราเองก็ไม่อยากนำเสนอเรื่องราวเหล่านั้นเพื่อตอกย้ำให้เสียบรรยากาศการท่องเที่ยว”

สอดคล้องกับ คุณวราภรณ์ พลอยบริสุทธิ์ บรรณาธิการนิตยสาร Nature Explorer ก็ได้แสดงความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ

สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองไทย ที่เป็นปัญหาก็มีภูเก็ต กระบี่ พังงา ซึ่งด้วยกระแสแล้ว คิดว่าคนก็คงลืมหืมแล้ว เพียงแต่ที่เราเองก็ยังเสนอเรื่องท่องเที่ยวที่ภูเก็ต เรื่อง พังงา เรื่องอะไรเราก็ยังนำเสนออยู่ ตามจังหวะที่เป็นฤดูท่องเที่ยวของสถานที่นั้นๆ เพราะฉะนั้นสื่อนามิที่เกิดขึ้นมาก็ไม่ส่งผล เราไม่ refer ถึง เราไม่อะไรใดๆ ทั้งสิ้น เมื่อถึงฤดูที่จะท่องเที่ยว ณ ที่นั้นๆ ได้ เราก็จะนำเสนอ ณ ที่นั้นๆ อยู่ เพื่อให้คนรู้สึกยังอยากไปเที่ยวอยู่ (สัมภาษณ์, 21 สิงหาคม 2550)

นอกจากนี้ ด้านคุณวิจิ รังผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. ก็ได้กล่าวถึง สถานการณ์ที่เกิดขึ้นครั้งนี้ว่า “หนังสือจะมี season ของการนำเสนอ เมื่อถึงฤดูมรสุม การท่องเที่ยวเองก็จะเบาบางลง และกลับไปดำเนินการตามนโยบายที่ได้วางไว้ตั้งแต่แรก คือ นโยบาย ปีต่อปี เข้าสู่สภาพปกติ”

จากการศึกษาพบว่า นิตยสารท่องเที่ยวเกือบทุกฉบับ มักจะนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สำคัญในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้อ่านมีทางเลือกเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และเล็งเห็นว่าผู้คนในสังคมและนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ล้ม เหตุการณ์ที่น่าตกใจกลัวอย่างคลื่นยักษ์สึนามิไปจนเกือบหมดสิ้นแล้ว ดังนั้น นโยบายการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารโดยส่วนใหญ่จึงต้องการให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักเดินทางกลับคืนสู่สภาวะปกติ และอีกประการหนึ่งที่สำคัญ คือ นิตยสารท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการที่จะรื้อฟื้นถึงเรื่องราวความทรงจำอันเลวร้าย ความสูญเสีย และเหตุการณ์ร้ายๆ ที่ผ่านมา ด้วยเหตุนี้ นิตยสารท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เป็นทางเลือกสำหรับนักเดินทาง และนำเสนอเฉพาะภาพลักษณ์ในมิติใหม่ของคุณงามความดีของสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิเป็นสำคัญ ทั้งนี้ ก็เพื่อให้เกิดความจรรโลงใจแก่นักท่องเที่ยวและเพื่อกระตุ้นให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีความคึกคักมากขึ้น ดังที่ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางในการนำเสนอข่าวสารของประเทศต่อสังคมโลกไว้ว่า

การนำเสนอข่าวสารปัจจุบันมีความรวดเร็วมาก ประชาชนในภูมิภาคยุโรปมีความเข้าใจในสถานการณ์มากกว่าประชาชนในภูมิภาคเอเชีย เพราะในเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น นั้นถือว่าการเดินทางไปในพื้นที่ที่มีคนตายมากนั้นไม่เป็นมงคล และจะมีวิญญาณของคนตายวนเวียนอยู่ เกิดเป็นความกลัว อย่างไรก็ตามจากการที่ ดร. สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ ได้ช่วยเหลือจีนในครั้งที่เกิดโรค Zars นั้นจีนได้ให้การช่วยเหลือโดยประชาสัมพันธิ์ให้คนหนุ่มสาวในประเทศของตนมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งคนหนุ่มสาวนั้นมีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากคนที่มีอายุมาก สามารถที่จะจูงใจคนหนุ่มสาวให้มาเที่ยวในพื้นที่ได้มากกว่า ดังนั้นการนำเสนอ

เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องเสนอในเชิงบวก และการกลับคืนสู่สภาพปกติแล้ว
ของสถานที่ (จุฑามาศ ศิริวรรณ, สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2550)

กล่าวโดยสรุป ภายหลังจากที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ ใน
บริเวณพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ของไทย คือ ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง และสตูล ส่งผลทำให้
นโยบายทางการนำเสนอนโยบายของนิคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปจากแผนงาน
เดิมที่วางไว้บางส่วน กล่าวคือ นโยบายการนำเสนอนโยบายส่วนใหญ่ของนิคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะยัง
เน้นการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวที่ได้วางแผนไว้แต่เดิมเป็นสำคัญ แต่ขณะเดียวกันใน
เนื้อหาที่นำเสนอเนื้อหาจะมีการสอดแทรกและกล่าวถึง “สึนามิ” ตลอดจนเรื่องราวของสถานที่
ท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ เกิดเหตุ วัตถุประสงค์สำคัญก็เพื่อแจ้งข่าวสารให้กับนักท่องเที่ยว เกิดความ
เชื่อมั่นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ สามารถฟื้นฟูแก้ไขและ
พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์และสวยงามได้อีกครั้งในอนาคต

นอกจากนี้ การนำเสนอนโยบายของนิคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
พยายามมุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาที่ช่วยกระตุ้นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งความช่วยเหลือและพัฒนา
ในพื้นที่บริเวณ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบอย่างจริงจัง เพราะพื้นที่ๆ ได้รับความเสียหายเหล่านั้น
จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และมีการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ของชายฝั่งทะเลอันดามันและประเทศเป็นอย่างมาก หากสื่อมวลชนไม่นำเสนอในด้านนโยบาย
การฟื้นฟูและประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่สำคัญ ก็อาจจะก่อให้เกิดความไม่มั่นใจแก่นักท่องเที่ยวและ
นักลงทุน ซึ่งจะมีผลทำให้การฟื้นฟูและส่งเสริมให้เกิดธุรกิจการท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์
สึนามิดำเนินไปได้ยาก ดังนั้น ในฐานะที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอบริษัทข่าวสาร นิคมอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวจึงต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไข ฟื้นฟู และพัฒนาพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบทั้งโดยตรง
และโดยอ้อม ตลอดจนต้องปรับเปลี่ยนนโยบายการนำเสนอบริษัทข่าวสารท่องเที่ยวให้เป็นไปในเชิง
สร้างสรรค์ ทั้งนี้ คือเพื่อช่วยให้พื้นที่ๆ ประสบภัยสามารถกลับคืนสู่สภาพปกติโดยเร็ว และนำมาซึ่ง
รายได้จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามอีกครั้งหนึ่ง

3. นิคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในฐานะของการสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัยพบอีกว่าภายหลังจากการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิ นิคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ส่วนใหญ่ ยังคงมีนโยบายในการนำเสนอนโยบายที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสึนามิ แต่เนื้อหาที่นำเสนอจะ
เน้นในเรื่องที่เกี่ยวกับการสร้างความมั่นใจและสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยในแหล่ง

ท่องเที่ยวที่เคยประสบภัยให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนิตยสาร อ.ส.ท. ได้มีการกล่าวถึงผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ก็เนื่องด้วยถือเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งที่นิตยสาร อ.ส.ท. จะต้องแสดงบทบาทในการนำเสนอภาพที่แท้จริงของสถานการณ์ของการท่องเที่ยวในขณะนั้น อันเป็นนโยบายประการหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว และยืนยันในเรื่องความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศอีกด้วย ดังที่คุณวิจิตร รั้งผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. ให้ข้อมูลว่า

การที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งภาพทั้งเหตุการณ์ต่างๆ ดูทีวี ดูหนังสือพิมพ์ ทุกวันมาสองสามอาทิตย์แล้ว มันก็เป็นเพียงภาพที่สลดหดหู่ แล้วก็เริ่มเกิดคำถาม ท้องทะเลเป็นอย่างไร สิ่งเสียหายของธรรมชาตินอกจากความสูญเสียที่เกิดขึ้นแล้ว ความสูญเสียทางท้องทะเล หาดทรายต่างๆ จะมีเหมือนเดิมไหม จะมีชาย จะมีให้เที่ยวกันเหมือนเดิมไหม มีคนวิตก ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเองก็ส่งทีมสำรวจลงไปดำน้ำ สำรวจปะการังใต้น้ำ ทั้งส่วนที่ถูกทำลาย ทั้งส่วนที่ยังเหลืออยู่ ซึ่งประเมินได้ว่าใต้ทะเล เสียหายประมาณ 10-20% เท่านั้น ยังมีอีก 80-90% ที่ยังคงความสวยงามในเดือนถัดมาจึงนำเสนอส่วนที่ยังสวยงามในฉบับกุมภาพันธ์ จากนั้นฉบับมีนาคมก็แนะนำเกี่ยวกับอันดามันอย่างเต็มรูปแบบ (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

การช่วยเหลือและฟื้นฟูพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันจากเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิของนิตยสาร อ.ส.ท. ก็เพื่อตอบสนองต่อโครงการ “เที่ยวอันดามัน ช่วยอันดามัน” โครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั่นเอง ซึ่งบทบาทและหน้าที่ของนิตยสาร อ.ส.ท. คือ ช่วยในการประชาสัมพันธ์การเปิดร้านค้าปลอดภาษี (Duty Free Shop) ที่สนามบิน การแนะนำร้านค้าร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ และนำเสนอถึงข้อมูลความปลอดภัยในด้านการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังที่คุณวิจิตร รั้งผึ้ง ได้กล่าวไว้ว่า

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีหน้าที่ก้ำกึ่งอยู่ในส่วนนี้อยู่แล้ว นิตยสาร อ.ส.ท. เราก็ช่วยตอบสนองนโยบายในส่วนนี้ด้วย แล้วก็ความที่เป็นคนทำหนังสือจะผูกพันกับพื้นที่ที่เราไปทำ ไปแนะนำอยู่แล้ว อย่างเช่น ภูเก็ต เราก็จะรู้จักร้านอาหาร รู้จักหาดทราย รู้จักผู้ประกอบการที่เค้าโดน ความรู้สึก ความผูกพันต่างๆ มันทำให้เราอยากไปช่วยเค้า ทำอะไรที่ช่วยเค้าได้ ทำอะไรให้เค้าฟื้นเร็วได้ (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

จากการศึกษาพบว่า นิตยสาร อ.ส.ท. ถือเป็นนิตยสารของหน่วยงานรัฐที่สามารถตอบสนองนโยบายรัฐ โดยเฉพาะในด้านการช่วยเหลือและพัฒนาฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบทั้ง 6 จังหวัดได้เป็นอย่างดี โดยนิตยสาร อ.ส.ท. พยายามอย่างยิ่งยวดในการนำเสนอข้อมูลในเชิง

สร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมชมและท่องเที่ยวในแหล่งที่เกิดเหตุภัยพิบัติได้อีกครั้ง ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เน้นทางด้านความสูญเสียจากเหตุการณ์สึนามิ จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้อารมณ์และความรู้สึกของผู้อ่านเป็นไปในเชิงบวก และจะช่วยกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันได้ในอนาคต

4. นิตยสารท่องเที่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ในการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสำคัญของชาติ

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่านิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับในช่วงหลังเหตุการณ์สึนามิ ต่างก็ได้เข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับมีความตระหนักถึงและเล็งเห็นว่านิตยสารท่องเที่ยวควรเข้ามามีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องของเหตุการณ์อันไม่ปกติของธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลา ตลอดจนควรมีแผนการและนโยบายเชิงรับกับสภาวะการณ์ที่อาจมีผลกระทบรุนแรงต่อประเทศชาติด้วย ซึ่งกรณีความรับผิดชอบต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของนิตยสารท่องเที่ยวก็มิได้มีเพียงแค่กรณีของสึนามิแต่อย่างเดียว แต่ในกรณีฉุกเฉินอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน นิตยสารท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีมาตรการและแผนงานรองรับกับสภาพการเปลี่ยนแปลงจากเหตุความเสียหายด้วย ซึ่งก็เพื่อให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะสื่อประชาสัมพันธ์ทางด้านข้อมูลข่าวสาร และการเข้ามามีบทบาทตลอดจนส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของชาติอย่างจริงจัง ดังกรณีตัวอย่างเหตุการณ์สึนามิที่ผ่านมา

การเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิส่งผลให้นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับ ปรับเปลี่ยนแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาที่มีการกล่าวถึงเหตุการณ์และผลกระทบจากสึนามิมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ความสูญเสียที่เกิดเนื่องมาจากเหตุการณ์ดังกล่าวได้เป็นปัจจัยที่ทำให้นิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับต่างก็มีนโยบายมอบหมายให้ทีมงานที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและภัยที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ ตลอดจนความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ ทำการสอดแทรกเนื้อหาที่ให้ความรู้ความเข้าใจต่อการแก้ไขปัญหาในลักษณะที่เกิดจริงและสามารถปฏิบัติงานได้ดีในสภาวะการณ์ที่ไม่ปกติหรือเกิดภัยพิบัติจากธรรมชาติแบบไม่ได้ตั้งตัวเอาไว้ด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้อ่านนำเนื้อหาที่สอดแทรกไว้ดังกล่าวไปปรับใช้ในสถานการณ์ฉุกเฉินจากภัยธรรมชาติต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาในลักษณะของการเตรียมความพร้อมและการรับมือต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าว

นิตยสารส่วนใหญ่จะนำเสนอข้อมูลดังกล่าวเอาไว้อย่างสม่ำเสมอ ดังที่คุณวินิจ รั้งผึ้ง บรรณาธิการ นิตยสาร อ.ส.ท. ได้ให้ข้อมูลว่า

ด้วยความที่เป็นนักเดินทาง ทำให้เราตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลง ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเหล่านี้ เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติ ปัจจุบันภาวะโลกร้อนได้ทำให้ภาวะดินฟ้า อากาศ หรือธรรมชาติต่างๆ ปรวนแปร ทวีความรุนแรงมากขึ้น สิ่งที่เราทำได้ก็คือลักษณะที่เขียนบอกคนอ่าน เขียนบอกผู้ประกอบการ เขียนสอดแทรกไปในหนังสือ ไม่ว่าจะเป็นบทบรรณาธิการ บทความ ในคอลัมน์ต่างๆ เช่น คอลัมน์เกี่ยวกับธรรมชาติ เกี่ยวกับใต้ทะเล เกี่ยวกับทะเล ว่ามันเกิดอะไรขึ้น ภัยธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะรุนแรงมากขึ้น ให้เราเองเราคงต้องเตรียมตัวเตรียมพร้อม อย่างเช่นผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปก็ควรจะต้องปฏิบัติตัวอย่างไร เช็คสภาพอากาศ เช็คได้หลายอย่างๆ อย่างเช่น จากภาพถ่ายดาวเทียม มีกลุ่ม มีพายุไหม ในช่วงที่เราจะเดินทาง เค้าก็จะได้ปรับตัวได้ หรือเตรียมตัวได้ ถ้าไม่เลื่อนการเดินทางไปก็จะได้รู้ว่าสภาพช่วงนั้นมันเป็นอย่างไร หรือสภาพดินฟ้าอากาศในช่วงนี้ ปีนี้ฝนจะหนักไหมอะไรต่างๆ ก็บอกให้เค้าได้รู้ว่ามันจะมีอะไรมากขึ้น (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

จากคำกล่าวข้างต้น สามารถสะท้อนให้เห็นถึงแนวนโยบายการนำเสนอเนื้อหาของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะประเด็นการเข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของชาติในทุกๆ กรณี โดยผ่านสื่อประเภทนิตยสารท่องเที่ยว เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป จากผลการศึกษาพบว่าการศึกษาถึงการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากผ่านพ้นวิกฤตการณ์เหตุการณ์ความสูญเสียอันเนื่องมาจากสึนามิ นิตยสารท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 70 ยังคงเน้นที่การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งอื่นๆ ทั่วประเทศเป็นสำคัญ การนำเสนอในข่าวสารข้อมูลการฟื้นฟูจากเหตุการณ์สึนามิในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ จะมีเพียงประมาณร้อยละ 30 เท่านั้นของเนื้อหาที่มีอยู่ในแต่ละฉบับ สาเหตุการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารอันเกี่ยวเนื่องกับเหตุการณ์สึนามิปริมาณค่อนข้างน้อยในนิตยสารท่องเที่ยว เนื่องด้วยเกรงว่าการนำเสนอในเรื่องราวหรือเนื้อหาที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ความสูญเสียให้กับผู้อ่านบ่อยครั้ง อาจจะเป็นการตอกย้ำถึงความเจ็บปวดต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ดังนั้นเนื้อหาหรือเรื่องราวในการนำเสนอจึงพยายามหลีกเลี่ยงประเด็นความบอบช้ำดังกล่าว และปรับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยเน้นการให้ข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว การมุ่งเน้นให้ผู้อ่านมีความเข้าใจในธรรมชาติมากยิ่งขึ้น การลงพื้นที่ของทีมงานที่มีหน้าที่ในการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ตลอดจนมี การนำเสนอเนื้อหาในแง่มุมของการเตรียมความพร้อมและ

เตรียมรับมือกับเหตุการณ์อื่นๆ ที่อาจจะเกิดในอนาคตไว้อีกด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สำคัญๆ ของประเทศ และเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ส่วนที่ 3 ศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏ ในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ ผู้วิจัยสามารถแบ่งประเด็นการศึกษาที่สำคัญได้ ดังต่อไปนี้

1. การให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง

จากการศึกษาพบว่าภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิส่วนใหญ่ จะมุ่งเน้นทางด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ ซึ่ง “ข้อมูลข่าวสาร” ในที่นี้หมายถึง สิ่งสื่อความหมายให้รู้ถึงเรื่องราวข้อเท็จจริงของสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ โดยการให้ข้อมูลจะนำเสนอผ่านวิธีการที่สำคัญ คือ การลงภาพประกอบ พร้อมกับบรรยายรายละเอียดของเนื้อหาต่างๆ ไว้ในคอลัมน์ที่นำเสนอของนิตยสาร ซึ่งวัตถุประสงค์ของการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ก็เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และกระตุ้นให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันกลับมาคึกคักได้อีกครั้งเหมือนดังที่ผ่านมา โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีความพยายามในการกระตุ้นการท่องเที่ยวทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนโยบายของการช่วยเหลือฟื้นฟูพื้นที่ๆ ประสบภัยโดยผ่านนิตยสารท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1.1 การนำเสนอสถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งก็เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับสึนามิ และเพื่อสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักเดินทางสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ เคยเกิดเหตุการณ์สึนามิ ซึ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสถานการณ์ท่องเที่ยวโดยทั่วไป ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของเนื้อหาการท่องเที่ยวในนิตยสาร ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบถึงข้อเท็จจริงและสามารถประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันในพื้นที่ที่ประสบภัยได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ ยังช่วยชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เข้าใจและเห็นถึงความเป็นไปในการดำเนินงาน

แก้ไข พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงรูปธรรม คือ การนำเสนอข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงในสถานการณ์ปัจจุบัน

ทั้งนี้ ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวในเรื่องการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง สามารถพิจารณาได้จากบทความในคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสารท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

1.1.1 คอลัมน์เที่ยวไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา เรื่อง ดำน้ำลึกธงชัยผืนแรกแห่งการฟื้นฟูอันดามัน ของนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 32 - 35 ได้แสดงภาพของเหล่าปะการังแข็งที่ถูกทำลายด้วยสึนามิ บริเวณเกาะสุรินทร์ เกาะพีพี และเกาะลิดิน แต่ขณะเดียวกันในบริเวณที่อยู่ด้านตรงข้ามของหมู่เกาะที่ถูกทำลาย หรือบริเวณหลิบนางหินของเกาะยังคงความสวยงามดั้งเดิม ซึ่งคอลัมน์ดังกล่าวได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเนื้อหาที่ประกอบด้วยภาพถ่ายของปะการังที่ยังไม่ถูกทำลาย

1.1.2 คอลัมน์ท่องโลกใต้ทะเล เรื่อง อันดามันวันนี้ ของนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 108 - 109 ได้แสดงความสวยงามของโลกใต้ทะเลอันดามัน โดยผ่านภาพถ่ายประกอบคำบรรยาย ซึ่งเน้นให้เห็นว่าโลกใต้ทะเลอันดามันยังคงความสวยงามเช่นเดิม

1.1.3 คอลัมน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสวยใสทะเลไทย ของนิตยสารเที่ยวไทย ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 95 ก็ได้แนะนำและให้ข้อมูลว่าสถานที่ท่องเที่ยวในหมู่เกาะสุรินทร์ และอ่าวพังงายังคงมีความสวยงาม สามารถดำน้ำชมปะการังได้เช่นเดิม

1.1.4 ท่องไปในมุมมองบนฟากฟ้า ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 20 - 21 ได้แสดงการถ่ายภาพมุมสูงของอ่าวพังงา และหมู่เกาะพีพี ในจังหวัดกระบี่ หลังจากเกิดเหตุการณ์สึนามิ 2 เดือนพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากที่เกาะพีพีดอน โดยผู้เขียนบทความพยายามบรรยายให้ผู้อ่านยอมรับถึงความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติที่เกิดขึ้น และให้ข้อมูลข่าวสารว่าพื้นที่บริเวณดังกล่าวจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นตัวเพื่อให้กลับมาสวยงามและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกครั้ง นอกจากนี้ ยังได้มีการให้ข้อมูลข่าวสารว่าบริเวณเกาะพีพีเล ทะเลใน และเกาะไผ่มีได้รับผลกระทบที่รุนแรงแต่อย่างไร อีกทั้งยังคงความสวยงามทางธรรมชาติอยู่เช่นเดิม

1.1.5 ขาดสะบัน เป็นบทความของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 82 - 83 ที่กล่าวถึงสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นบริเวณอ่าวเขาควาย และเกาะกำตก ว่าการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิได้ส่งผลให้อ่าวเขาควายที่มี 2 เกาะเชื่อมต่อกันด้วยสันทราย ต้องหายไปกลายเป็น 2 เกาะขาดจากกัน ซึ่งความรุนแรงดังกล่าวได้ส่งผลให้พื้นที่บริเวณโดยรอบเสียหายมากกว่าร้อยละ 100 เลยทีเดียว ทั้งนี้ การนำเสนอเนื้อหาของบทความขาดสะบัน

ผู้เขียนได้นำเสนอให้เห็นถึงความสวยงามในอดีตโดยผ่านภาพถ่ายเก่า และภาพใหม่ภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ ซึ่งก็เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจและเห็นถึงสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน

1.1.6 ทะเลพิโรธ ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 128 แสดงให้เห็นถึงสภาพอ่าวช่องขาด หมู่เกาะสุรินทร์ โดยผ่านภาพถ่ายทางอากาศ ภายหลังจากเกิดเหตุการณ์สึนามิ พร้อมกับแสดงให้เห็นว่าอ่าวช่องขาด หมู่เกาะสุรินทร์ มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพของสันทรายเกิดขึ้น โดยเฉพาะสันทรายที่เคยเชื่อมเกาะ 2 เกาะเข้าหากันกลับกลายเป็นร่องน้ำธรรมดา และเกาะ 2 เกาะขาดออกจากกันอย่างสิ้นเชิง

1.1.7 เกาะลิมิตัน ของนิตยสาร Trips ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 มีนาคม 2548 หน้า 66 – 74 ได้แสดงภาพของเกาะลิมิตัน และเกาะบริเวณใกล้เคียง พร้อมกับอธิบายที่ตั้ง แผนที่ และวิธีการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนที่พัก ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวโดยไม่มีกรกล่าวถึงเหตุการณ์สึนามิที่เข้าทำลายบางส่วนของเกาะลิมิตัน

1.1.8 ทะเลแหวกที่กระบี่ ของนิตยสาร Trips ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 มีนาคม 2548 หน้า 76 – 83 แสดงภาพสวยงามของเกาะไก่ เกาะทับ เกาะหม้อ ที่ยังคงมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม เยือนประกอบกิจกรรมทางทะเล อธิบายที่ตั้ง พร้อมแผนที่ วิธีการเดินทางท่องเที่ยว และที่พัก ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เสนอเนื้อหาของบทความดังกล่าวเน้นการให้ความรู้ในการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยไม่เน้นการกล่าวถึงความรุนแรงอันเนื่องมาจากสึนามิแต่อย่างใด

1.1.9 เกาะพีพี ของนิตยสาร Trips ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 มีนาคม 2548 หน้า 86 – 94 สะท้อนให้เห็นถึงภาพของอ่าวตันไทร อ่าวละดาลัม ซึ่งสวยติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก มีกิจกรรมการดำน้ำตื้นดูปะการัง ประกอบการอธิบายที่ตั้ง พร้อมแผนที่ วิธีการเดินทางท่องเที่ยว และที่พัก เป็นการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวโดยไม่มีกรกล่าวถึงเหตุการณ์สึนามิที่เข้าทำลายบางส่วนของหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่

1.1.10 เกาะมุข ของนิตยสาร Trips ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 มีนาคม 2548 หน้า 96 – 104 เป็นบทความที่เน้นการนำเสนอภาพของเกาะมุข แห่งท้องทะเลตรังที่ยังคงความสวยงามตามธรรมชาติ และภาพสมบูรณ์ของถ้ำมรกตที่รอดจากการทำลายของสึนามิ และยังคงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนุกสนานมากมาย ทั้งการพายเรือรอบเกาะ การโรยตัวลงมาชมความงามของถ้ำมรกต นอกจากนี้ยังแสดงความสมบูรณ์ของหญ้าทะเลซึ่งเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของปลาหมึก ซึ่งหลายคนแสดงความหวังว่าจะถูกทำลายโดยสึนามิ เป็นต้น ประกอบการอธิบายที่ตั้ง พร้อมแผนที่ วิธีการเดินทางท่องเที่ยว และที่พัก เป็นการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวโดยไม่มีกรกล่าวถึงเหตุการณ์สึนามิ

1.1.11 บันทึกลีลาจากใต้ท้องทะเลสมิรัน ของนิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 3 ฉบับที่ 28 พฤษภาคม 2548 หน้า 44 – 48 เป็นบทความที่นำเสนอเรื่องการรวมตัวของอาสาสมัครนักดำน้ำเพื่อสำรวจความเสียหายของแนวปะการัง พบว่าเสียหายบางส่วน และบางส่วนยังคงสวยงามอยู่ ซึ่งก็เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

1.1.12 ตรังในคืนวันที่ฝนแปร ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 64 - 67 ได้กล่าวถึงอดีตและความยิ่งใหญ่ของเมืองตรัง โดยกล่าวว่าเมืองตรังเป็นเมืองเก่าแก่ของชายฝั่งอันดามัน เป็นเมืองท่าที่สำคัญในอดีต และได้รับความเสียหายน้อยที่สุดเพราะเกาะใหญ่ของกระบี่ได้ทอดตัวลงมาบังคลื่นพายุ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวทางทะเลก็ยังได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทั้งที่เกี่ยวกับป่า ภูเขา และศิลปะอื่นๆ ของเมืองเก่าแก่แห่งนี้ ซึ่งก็เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

1.1.13 พังงาเมืองป่าเกาะและป่าเขาแห่งอันดามัน ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 68 – 71 ได้อธิบายว่าพังงาได้รับผลกระทบมากที่สุดไม่ว่าจะที่ เขาหลัก หาดบางลึก และเกาะพระทองที่พังไปเกือบครึ่งเกาะ แต่ทว่าความสวยงามของพังงาก็ยังคงอยู่เพราะพังงามีได้มีเพียงแต่ทะเลเท่านั้นแต่มีความสวยงามของธรรมชาติอื่นๆ อีก เช่น ถ้ำ ป่า ภูเขาหินปูนรูปร่างแปลกตา เป็นต้น

1.1.14 บนทางลูกรังรอบเกาะลันตา ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 94 – 96 เน้นการบรรยายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางโดยรถยนต์รอบเกาะลันตา ซึ่งอีกฟากหนึ่งของเกาะได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสึนามิ และยังคงเหลือซากปรักหักพังของบ้านเรือนอยู่ในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ดี ประชาชนที่ประสบภัยจากเหตุการณ์สึนามิ และบ้านเรือนถูกทำลายต่างก็ได้อพยพไปตั้งถิ่นฐานริมถนน และบ้างก็อยู่ใต้ร่มเงาของสวนยาง เป็นต้น ซึ่งภาพสะท้อนดังกล่าวที่ปรากฏอยู่ในนิตยสาร เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่เร่งผลักดันให้รัฐเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลืออย่างทันท่วงที

1.2 โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์พื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันผ่านนิตยสารท่องเที่ยว ซึ่งโครงการดังกล่าวมีความมุ่งเน้นที่จะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับความสำเร็จของ ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ ทั้งนี้ก็เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะหากว่ามีเหตุการณ์สึนามิเกิดขึ้นอีกครั้ง ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติก็สามารถเตือนให้ระวังและป้องกันความเสียหายได้ทันท่วงที เป็นต้น ซึ่งภาพสะท้อนของโครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์พื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันผ่านนิตยสารท่องเที่ยว สามารถพิจารณาได้จากบทความในคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสารท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

1.2.1 ข่าวการท่องเที่ยว บทความในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 16 – 18 ได้สะท้อนให้เห็นถึงแผนการดำเนินงานกักกฤตแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นที่น่าอนุสรณ์สถานสึนามิ และความคืบหน้าของการวางระบบเตือนภัย ตลอดจนจัดงาน เพื่อส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ ประสบภัย ทั้งนี้ก็เพื่อให้การช่วยเหลือแก่ผู้ ประกอบที่ได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์ความรุนแรงอันเนื่องมาจากสึนามิเมื่อปลายเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 ซึ่งการเร่งฟื้นตัวทางเศรษฐกิจถือเป็นหัวใจสำคัญในการช่วยเหลือชุมชน และประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง อีกทั้ง ยังเป็นการช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวทางภาคใต้ของไทยสามารถมีบทบาทในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามได้อีกครั้ง

1.2.2 รายงานพิเศษการสัมภาษณ์พนักงานท่องเที่ยวอันดามันซึ่งจัดโดยการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บทความพิเศษในนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 26 – 28 ก็ได้มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการวางแผนเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย และ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ในแง่บวกให้กับพื้นที่ที่ประสบ เหตุการณ์สึนามิ ซึ่งก็เพื่อลดการตื่นตระหนกของนักท่องเที่ยว

1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านข้อมูลนิตยสารท่องเที่ยว เป็นการดำเนินงานเพื่อ ส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ อีกทั้งยัง มุ่งเน้นการนำเสนอภาพของสถานการณ์จริงในพื้นที่ที่เคยได้รับผลกระทบว่าปัจจุบันสามารถพลิก ฟื้นและยังคงมีความสวยงามดังที่ผ่านมา ซึ่งภาพสะท้อนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว ดำเนินงานผ่านนิตยสารท่องเที่ยว ดังสามารถพิจารณาได้จากบทความในคอลัมน์ต่างๆ ใน นิตยสารท่องเที่ยว ต่อไปนี้

1.3.1 เที่ยวอันดามัน ช่วยอันดามัน ของนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 8 ปี 2548 หน้า 50 ได้นำเสนอสภาพธรรมชาติภูมิทัศน์ที่สวยงามของขุนเขาและกลุ่มเกาะหินปูน ใน พื้นที่จังหวัดพังงา ซึ่งการนำเสนอในลักษณะดังกล่าวก็เพื่อกระตุ้นให้มีผู้อ่านอยากที่จะเดินทางเข้า มาท่องเที่ยวในสถานที่จริง โดยการนำเสนอเน้นการนำเสนอด้วยภาพมุมมอง ที่ช่วยแสดงให้เห็นถึง ความสวยงามของเกาะหินปูนจังหวัดพังงาได้อย่างโดดเด่น และถึงแม้ว่าจะถูกทำลายโดยความ รุนแรงของสึนามิไปบางส่วน แต่ความสวยงามส่วนใหญ่ก็ยังคงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มปะการังอ่อน ถ้ำทะลุ ถ้ำป็น หรือแม้กระทั่งภาพโบราณ ซึ่งบทความนี้มีความโดดเด่นในเรื่องการกระตุ้นและ พยายามสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า “...สึนามิเป็นบททดสอบว่าหลังจากนี้มนุษย์จะ เดินทางเข้าย่ำรอยเท้าเก่า หรือว่าจะเลือกไปในทางใหม่ ทางที่วิถีชีวิตมนุษย์สอดคล้องกับธรรมชาติ ผสมกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อการคงอยู่ของมรดกมหาศาล ให้อยู่คู่บ้านคู่มืองสืบไป...” เป็นต้น

1.3.2 นิโมกลับบ้าน ของนิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 2 ฉบับที่ 22 มกราคม 2548 หน้า 46 – 50 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการปล่อยปลาการ์ตูนสู่ท้องทะเล เนื่องจากปลาการ์ตูนเป็นปลาที่หายากและปัจจุบันลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว เพราะถูกจับไปเลี้ยงเพื่อความสวยงามเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ จึงมีโครงการคืนความสมดุลให้กับธรรมชาติโดยการปล่อยปลาการ์ตูนกลับสู่แหล่งกำเนิด

1.3.3 หินกะไหลกับสิ่งที่เหลืออยู่ ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 68 สิงหาคม 2548 หน้า 58 – 59 เป็นบทความบอกเล่าถึงประสบการณ์ของนักดำน้ำที่เข้าวันที่ 26 ธันวาคม ได้พาลูกทีมนักดำน้ำลงไปดำน้ำเพื่อชมความสวยงามของปะการังใต้ท้องทะเล และในช่วงเวลาที่เกิดสึนามิที่มิดำน้ำทุกคนถูกคลื่นพัดพากระจัดกระจายกันไป และบางส่วนถูกมวลน้ำดูดลงทะเลลึกไปเป็นระลอก รวมเวลาที่เกิดขึ้นทั้งหมด 7 นาที แต่ทุกคนก็สามารถมีชีวิตรอดกลับมาเล่าถึงประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนให้ผู้ฟังโดยผ่านเนื้อหาของบทความในนิตยสารท่องเที่ยว พร้อมกับยืนยันว่าหากถึงฤดูกาลดำน้ำก็จะกลับไปดำน้ำที่จุดเดิมอีกครั้ง เพื่อสำรวจดูความเสียหายที่เกิดขึ้น โดยไม่ได้มีความเกรงกลัวต่อทะเลแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการสำรวจแหล่งดำน้ำจุดเดิม พบว่ามีความเสียหายเกิดขึ้นกับปะการังเป็นจำนวนมาก อีกทั้ง ปะการังอ่อนถูกทำลาย ส่วนกองหินที่อยู่ใต้ทะเลมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างและเคลื่อนย้ายจากจุดเดิม แต่อย่างไรก็ตาม ก้อนหินต่างๆ เหล่านั้นก็ยังคงเป็นที่อยู่อาศัยของปลาใหญ่น้อยอยู่เช่นเดิม และปลาบางตัวมีบาดแผลเล็กน้อยจากกระแสน้ำรุนแรงของสึนามิ แต่ส่วนใหญ่ยังคงดำรงชีวิตได้อย่างปกติ

1.3.4 บางสิ่งสูญไปบางสิ่งได้มา ของนิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 110 - 111 สะท้อนให้เห็นถึงการสูญเสียที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์สึนามิ แต่ขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสอันดีในการเริ่มต้นอนุรักษ์ทะเลใหม่ เนื่องจากเดิมทะเลเสื่อมโทรมลงไปมาก นักท่องเที่ยวบางคนยังขาดจิตสำนึกในการท่องเที่ยว ซึ่งการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิ ถึงแม้ว่าจะมีความสูญเสียเกิดขึ้น แต่สภาพภายหลังการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งสวยงามยิ่งกว่าที่เคยเป็นมา ทั้งนี้เพราะความรุนแรงของสึนามิได้นำมาซึ่งสกปรกคืนสู่ทะเลไปจนหมด และเหลือไว้เพียงแต่ความสวยงามของทะเลภายหลังการฟื้นฟู ซึ่งบทความนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสูญเสียก็มีสิ่งดีๆ หลายสิ่งที่ได้กลับคืนมาเช่นกัน

จากการศึกษาสามารถกล่าวได้ว่าการมุ่งเน้นในด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องผ่านนิตยสารการท่องเที่ยว สามารถช่วยสะท้อนให้เห็นรายละเอียดของพื้นที่ที่ประสบภัยจากสึนามิได้เป็นอย่างดี ซึ่งภาพสะท้อนดังกล่าวโดยเฉพาะในเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่ง

ทะเลอันดามันพ้นตัวจากความเสียหายอันเนื่องมาจากสึนามิได้อีกครั้ง ซึ่งภาพสะท้อนของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในนิตยสารท่องเที่ยว สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตารางที่ 4.1 ต่อไปนี้



สำนักหอสมุด

ตารางที่ 4.1

ภาพสะท้อนในนิตยสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง

ความสำคัญ	ข้อบกพร่อง	นิตยสาร	รายละเอียด
<p>1.1 การนำเสนอสถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วไป</p> <p>เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับสื่อนามิ และเพื่อสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัย ให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักเดินทางสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ เคยเกิดเหตุการณ์สื่อนามิ</p>	<p>1.1.1 คอลัมน์เที่ยวไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา เรื่อง ดำน้ำลึกธงชัยผืนแรกแห่งการฟื้นฟูอันดามัน</p>	<p>นิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 32 - 35</p>	<p>การนำเสนอภาพของเหล่าปะการังแข็งถูกทำลายด้วยสื่อนามิ บริเวณเกาะสุรินทร์ เกาะพีพี และเกาะลิดินัน แต่ขณะเดียวกันในบริเวณที่อยู่ด้านตรงข้ามของหมู่เกาะที่ถูกทำลาย หรือบริเวณหลบเงาหินของเกาะยังคงความสวยงามดังเดิม ซึ่งคอลัมน์ดังกล่าวได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเนื้อหาที่ประกอบด้วยภาพถ่ายของปะการังที่ยังไม่ถูกทำลาย</p>
	<p>1.1.2 คอลัมน์ท่องเที่ยวโลกใต้ทะเล เรื่อง อันดามันวันนี้</p>	<p>นิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 108 - 109</p>	<p>แสดงความสวยงามของโลกใต้ทะเลอันดามัน โดยผ่านภาพถ่ายประกอบคำบรรยาย ซึ่งเน้นให้เห็นว่าโลกใต้ทะเลอันดามันยังคงความสวยงามเช่นดังเดิม</p>
	<p>1.1.3 คอลัมน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสวยใสทะเลไทย</p>	<p>นิตยสาร เที่ยวไทย ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 95</p>	<p>การแนะนำและให้ข้อมูลว่าสถานที่ท่องเที่ยวในหมู่เกาะสุรินทร์ และอ่าวพังงายังคงมีความสวยงาม สามารถดำน้ำชมปะการังได้เช่นเดิม</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
	1.1.4 ท่องไปในมุมมองบนฟากฟ้า	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 20 – 21	แสดงการถ่ายภาพมุมสูงของอ่าวพังงา และหมู่เกาะพีพี ในจังหวัดกระบี่ หลังจากเกิดเหตุการณ์สึนามิ 2 เดือนพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากที่เกาะพีพีตอนโดยผู้เขียนบทความพยายามบรรยายให้ผู้ช้อ่านยอมรับถึงความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติที่เกิดขึ้น และให้ข้อมูลข่าวสารว่าพื้นที่บริเวณดังกล่าวจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นตัวเพื่อให้กลับมาสวยงามและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกครั้ง นอกจากนี้ ยังได้มีการให้ข้อมูลข่าวสารว่าบริเวณเกาะพีพีเล ทะเลใน และเกาะไผ่ นั้นมิได้รับผลกระทบที่รุนแรงแต่อย่างใด อีกทั้งยังคงความสวยงามทางธรรมชาติอยู่เช่นเดิม
	1.1.5 ชาติสะบันงา	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 82 – 83	การกล่าวถึงสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นบริเวณอ่าวเขาควาย และเกาะก่าตอก ว่าเหตุการณ์สึนามิได้ส่งผลให้อ่าวเขาควายที่มี 2 เกาะเชื่อมต่อกันด้วยสันทราย ต้องหายไปกลายเป็น 2 เกาะขาดจากกัน ซึ่งความรุนแรงดังกล่าวได้ส่งผลให้พื้นที่บริเวณโดยรอบเสียหายมากกว่าร้อยละ 100 ซึ่งการนำเสนอในลักษณะดังกล่าวก็เพื่อให้ผู้อ่านเห็นสภาพที่แท้จริงของสถานที่ท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ
	1.1.6 ทะเลพิโรธ	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 128	แสดงให้เห็นถึงสภาพอ่าวช่องขาด หมู่เกาะสุรินทร์ โดยผ่านภาพถ่ายทางอากาศภายหลังจากเกิดเหตุการณ์สึนามิ พร้อมกับแสดงให้เห็นว่าอ่าวช่องขาด หมู่เกาะสุรินทร์ มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพของสันทรายเกิดขึ้น โดยเฉพาะสันทรายที่

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
			เคยเชื่อมเกาะ 2 เกาะเข้าหากันกลับกลายเป็นสะพานมาเป็นร่องน้ำธรรมชาติและเกาะ 2 เกาะขาดออกจากกันอย่างสิ้นเชิง
	1.1.7 เกาะสิมิลัน	นิตยสาร Trips ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 มีนาคม 2548 หน้า 66 – 74	แสดงภาพของเกาะสิมิลัน และเกาะบริเวณใกล้เคียง พร้อมอธิบายที่ตั้ง แผนที่ และวิธีการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนที่พัก ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว โดยไม่มีการกล่าวถึงเหตุการณ์สึนามิที่เข้าทำลายบางส่วนของเกาะสิมิลัน
	1.1.8 ทะเลแหวกที่กระบี่	นิตยสาร Trips ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 มีนาคม 2548 หน้า 76 – 83	แสดงภาพสวยงามของเกาะไก่ เกาะทับ เกาะหม้อ ที่ยังคงมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมประกอบกิจกรรมทางทะเล อธิบายที่ตั้ง พร้อมแผนที่ วิธีการเดินทางท่องเที่ยว และที่พัก ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เสนอเนื้อหาของบทความดังกล่าวเน้นการให้ความรู้ในการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ
	1.1.9 เกาะพีพี	นิตยสาร Trips ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 มีนาคม 2548 หน้า 86 – 94	เน้นการนำเสนอกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นสำคัญ ทั้งการดำน้ำตื้นดูปะการัง อธิบายที่ตั้ง พร้อมแผนที่ วิธีการเดินทางท่องเที่ยว และที่พัก โดยไม่เน้นการกล่าวถึงเหตุการณ์สึนามิที่เข้าทำลายบางส่วนของหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่
	1.1.10 เกาะมุก	นิตยสาร Trips ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 มีนาคม 2548 หน้า 96 – 104	เน้นการนำเสนอภาพของเกาะมุก แห่งท่องเที่ยวทะเลตรังที่ยังคงความสวยงามตามธรรมชาติ และภาพสมบุรณ์ของถ้ำมรกตที่รอดจากการทำลายของสึนามิและยังคงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนุกสนานมากมายทั้งการพายเรือรอบเกาะ การไต่ตัวลงมาชมความงามของถ้ำมรกต นอกจากนี้ยังแสดงความสมบุรณ์ของหมู่บ้านทะเลซึ่งเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
			ปลาพยุบ เป็นการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว โดยไม่มีการกล่าวถึงเหตุการณ์สึนามิ
	1.1.11 บันทึก สึนามิ จากใต้ท้องทะเล สิมิลัน	นิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 3 ฉบับที่ 28 พฤษภาคม 2548 หน้า 44 – 48	นำเสนอเรื่องการรวมตัวของอาสาสมัครนักดำน้ำเพื่อสำรวจความเสียหายของแนวปะการัง พบว่าเสียหายบางส่วน และบางส่วนยังคงสวยงามอยู่ ซึ่งก็เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด
	1.1.12 ตรังในคืนวันที่ ผันแปร	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 64 - 67	กล่าวถึงอดีตและความยิ่งใหญ่ของเมืองตรัง โดยกล่าวว่าเมืองตรังเป็นเมืองเก่าแก่ของชายฝั่งอันดามัน เป็นเมืองท่าที่สำคัญในอดีต และได้รับความเสียหายน้อยที่สุด เพราะเกาะใหญ่ร้อยละ 90 ได้ทอดตัวลงมาบังคลื่นพายุ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวทางทะเลก็ยังคงได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทั้งที่เกี่ยวกับป่า ภูเขา และศิลปะอื่นๆ ของเมืองเก่าแก่แห่งนี้ ซึ่งก็เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง
	1.1.13 พังงาเมืองป่า เกาะและป่าเขา แห่งอันดามัน	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 68 – 71	อธิบายว่าพังงาได้รับผลกระทบมากที่สุดไม่ว่าจะที่ เขาหลัก หาดบางลึก และเกาะพระทองที่พังไปเกือบครึ่งเกาะ แต่ทว่าความสวยงามของพังงาก็ยังคงอยู่เพราะพังงามีได้มีเพียงแต่ทะเลเท่านั้นแต่มีความสวยงามของธรรมชาติอื่นๆ อีก เช่น ถ้ำ ป่าภูเขาหินปูนรูปร่างแปลกตา

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
	1.1.14 บนทางลูกรัง รอบเกาะลันตา	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 94 – 96	เน้นการบรรยายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางโดยรถยนต์รอบเกาะลันตา ซึ่งอีกฟากหนึ่งของเกาะได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสึนามิ และยังคงเหลือซากปรักหักพังของบ้านเรือนอยู่ในปัจจุบัน แต่ประชาชนที่ประสบภัยจากเหตุการณ์สึนามิ และบ้านเรือนถูกทำลายต่างก็ได้อพยพไปตั้งถิ่นฐานริมถนน ซึ่งภาพสะท้อนดังกล่าวที่ปรากฏอยู่ในนิตยสาร เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่เร่งผลักดันให้รัฐเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลืออย่างทัน่วงที
1.2 โครงการ ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ พื้นที่ชายฝั่ง ทะเลอันดามันผ่านสื่อ นิตยสาร ท่องเที่ยว เน้นการสร้างภาพที่ดี ในพื้นที่ชายฝั่งทะเล อันดามัน	1.2.1 ข่าวการท่องเที่ยว	นิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 16 – 18	สะท้อนให้เห็นถึงแผนการดำเนินงานผู้ วิกฤตแหล่งท่องเที่ยว ความคืบหน้า อนุสรณ์สถานสึนามิ และความคืบหน้าของ การวางระบบเตือนภัย ตลอดจนจัดงาน เพื่อส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจการ ท่องเที่ยวในพื้นที่ฯ ประสพภัย
	1.2.2 รายงานพิเศษ การสัมมนาพื้น การท่องเที่ยว อันดามัน ซึ่งจัดโดย การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	นิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 26-28	เน้นการนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการสร้าง ภาพลักษณ์ในแง่บวกให้กับพื้นที่ที่ประสบ เหตุการณ์สึนามิ ซึ่งก็เพื่อลดการ ตื่นตระหนกของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านข้อมูลนิตยสารท่องเที่ยว การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ	1.3.1 เทียวอันดามัน ช่วยอันดามัน	นิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 8 ปี 2548 หน้า 50	เสนอสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามของขุนเขาและกลุ่มเกาะหินปูนในพื้นที่จังหวัดพังงา เพื่อกระตุ้นการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยผ่านภาพถ่ายมุมสูง ที่แสดงให้เห็นถึงความสวยงามของเกาะหินปูนจังหวัดพังงาได้อย่างโดดเด่น และแม้ว่าจะถูกทำลายจากสึนามิไปบางส่วน แต่ความสวยงามส่วนใหญ่ก็ยังคงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มปะการังอ่อน ถ้าทะเล ถ้าป็น หรือแม้กระทั่งภาพโบราณ
	1.3.2 นิโมกลับบ้าน	นิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 2 ฉบับที่ 22 มกราคม 2548 หน้า 46 – 50	เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการปล่อยปลาการ์ตูนสู่ท้องทะเล เนื่องจากปลาการ์ตูนเป็นปลาที่หายากและปัจจุบันลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว เพราะถูกจับไปเลี้ยงเพื่อความสวยงามเป็นจำนวนมาก
	1.3.3 หินกะโหลกกับสิ่งที่เหลืออยู่	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 68 สิงหาคม 2548 หน้า 58 – 59	เป็นบทความที่บอกเล่าถึงประสบการณ์ของนักดำน้ำที่ได้ลงไปดำน้ำในวันที่เกิดเหตุการณ์สึนามิพอดี แต่สามารถรอดพ้นวิกฤตมาได้ และไม่เกรงกลัวที่จะกลับไปเยือนอีกครั้ง
	1.3.4 บางสิ่งสูญไป บางสิ่งได้มา	นิตยสาร อ.ส.ท. ปีที่ 45 ฉบับที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 110 - 111	สะท้อนให้เห็นการสูญเสียจากเหตุการณ์สึนามิ ขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสอันดีในการเริ่มต้นอนุรักษ์ทะเลใหม่อีกครั้ง ซึ่งการเกิดเหตุการณ์สึนามิ ถึงแม้ว่าจะมีความสูญเสียเกิดขึ้นแต่สภาพภายหลังการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งสวยงามยิ่งกว่าที่เคยเป็นมา ทั้งนี้เพราะความรุนแรงของสึนามิได้นำมาซึ่งสกปรกคืนสู่ทะเลไปจนหมด และเหลือไว้เพียงแต่ความสวยงามของทะเลภายหลังการฟื้นฟู

2. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษาพบว่าภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยว ภายหลังเหตุการณ์สึนามิ อีกประการหนึ่งที่สำคัญ คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่สร้างสรรค์ดังกล่าว ก็เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์อันดี ให้กับการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันภายหลังเหตุการณ์สึนามิ และวัตถุประสงค์สำคัญก็เพื่อมุ่งนำเสนอความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบปัญหา ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และความสวยงามตามธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอยู่ในนิตยสารท่องเที่ยว สามารถพิจารณาได้จากบทความในคอลัมน์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 พลิกปะการังฟื้นคืนชีวิตทะเล ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 10 ได้นำเสนอข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความร่วมมือของทั้งทางภาครัฐ และเอกชนในการเก็บกู้ปะการังหลังเกิดเหตุการณ์สึนามิ เนื่องจากสึนามิทำให้ทรายทับถมปะการัง และบางส่วนถูกคลื่นพัดจนล้มคว่ำ นักดำน้ำจะต้องเข้าไปหยายปะการังเหล่านั้น อย่างไรก็ตามปะการังที่ถูกทรายทับจะไม่สามารถกู้กลับคืนได้เนื่องจากได้ตายอย่างสมบูรณ์แล้ว โดยในเนื้อหาของบทความระบุว่า การเก็บกู้ปะการังจะต้องใช้ทั้งระยะเวลาและเงินทุน ดังนั้นจึงมีการตั้งมูลนิธิเพื่อทะเลขึ้นสำหรับอาสาสมัครและผู้สนใจทั่วไปเข้าร่วมโครงการดังกล่าว ซึ่งในบทความก็ได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลดังกล่าวให้ผู้อ่านได้รับทราบ และหากว่ามีผู้ใดสนใจก็สามารถดำเนินการติดต่อให้การช่วยเหลือได้อย่างทันที

2.2 คาราวานไทยร่วมใจพลิกฟื้นภัยพิบัติ ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 12 เป็นข่าวการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ บริษัท เวลด์ คลาส ไลฟ์ (อินเตอร์เนชั่นแนล) ดำเนินการให้ความช่วยเหลือทางด้านเงิน และสิ่งของสำหรับผู้ประสบภัยใน 4 จังหวัดคือ ระนอง พังงา กระบี่ และภูเก็ต ทั้งนี้ก็เพื่อกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูและมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อไปในอนาคต

2.3 สุรินทร์ในดวงใจ เป็นบทความที่บรรยายไว้ในนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 86 – 89 เกี่ยวกับความประทับใจของผู้เขียนที่มีต่อหมู่เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา ความน่าสนใจของบทความนี้ คือ การบอกเล่าเรื่องราวของเนื้อหาของสึนามิ ผ่านวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมของชาวเล หรือ ยิปซีทะเลเผ่ามอแกน ซึ่งการบอกเล่าเรื่องราวของสึนามิผ่านวิถีชีวิตของผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงถือเป็นสิ่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างไปจากบทความในนิตยสารท่องเที่ยวฉบับอื่นๆ ที่กล่าวถึงโลกใต้ท้องทะเล และหาดทรายขาวเป็นส่วน

ใหญ่ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ เป็นต้น ซึ่งการมองภาพของสึนามิผ่านวิถีชีวิตของชาวมอแกน ถือเป็นสิ่งที่น่าสนใจและเป็นแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาใหม่ๆ ให้กับการเขียนงานและบทความในนิตยสารท่องเที่ยวได้ในอนาคต

2.4 พลิกฟื้นคืนผืนสู่อันดามัน ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 18- 20 เป็นบทความที่นำเสนอและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความสวยงามของทะเลอันดามันภายหลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ โดยผ่านรูปภาพประกอบ พร้อมบรรยายว่าทะเลภายหลังเหตุการณ์สึนามิมีความสวยงาม และหาดทรายขาวขึ้นมากกว่าเดิมนอกจากนี้ยังมีสันทรายใหม่ๆ เกิดขึ้นแทนที่โขดหินเก่า ทำให้มีพื้นที่หาดทรายสำหรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2.5 คลื่นหัวขาวที่เกาะอาดัง ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 22 - 23 เป็นอีกหนึ่งบทความที่พยายามนำเสนอและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความสวยงามของทะเลอันดามันภายหลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ โดยเน้นรูปภาพประกอบ พร้อมกับมีบทสัมภาษณ์ของชาวเลที่อาศัยอยู่ที่นั่น ซึ่งชาวเลจะเรียกสึนามิว่าคลื่นหัวขาว เพราะมองเห็นสีขาวของหัวคลื่นมาแต่ไกล อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจพบว่าเกาะอาดังแห่งนี้ไม่มีผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์สึนามิ แต่การท่องเที่ยวแห่งนี้มีความชบเซามาก ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวไม่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทำให้ความเป็นอยู่ของชาวเลที่นี่ลำบากมากขึ้น และจากบทสัมภาษณ์ของชาวเลที่อาศัยอยู่ ณ เกาะอาดัง สรุปได้ว่าต้องการให้นักท่องเที่ยวกลับเข้ามาท่องเที่ยวเหมือนเดิม มากกว่าการรอสัญชีของบริจาค เพราะพวกเขามีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้อีกครั้ง

2.6 ด้วยรักแต่เธออันดามัน ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 74 – 76 เป็นบทความที่พยายามโฆษณาและสะท้อนให้เห็นถึงความสวยงามในอดีตของแหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามัน ว่าเป็นสถานที่ที่มีความสวยงามของโลกใต้ทะเลเป็นอย่างมาก และยากที่สถานที่ใดในโลกจะสามารถเทียบได้ แต่อย่างไรก็ดี การเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิ ได้ส่งผลทำให้หลายๆ สิ่งเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นปะการังที่อ่าวมาหยา และช่องเขาขาด ตลอดจนทัศนียภาพที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง แต่ทั้งนี้ผู้เขียนบทความยังคงเน้นในแง่คิดที่ว่าธรรมชาติไม่ทำลายธรรมชาติ พร้อมกับเชิญชวนให้ผู้อ่านหันมาใส่ใจและสนใจในการรักษาทะเลในปัจจุบันเพื่อธรรมชาติที่ดีในอนาคต

2.7 เกาะเหลาเหลียงทะเลส่วนตัวในน่านน้ำทะเลตรัง ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 24 – 25 เป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวของเกาะเหลาเหลียง ซึ่งเกาะเหลาเหลียงเดิมเป็นเกาะที่มีการสัมปทานรังนก แต่ปัจจุบัน

ได้เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาพักผ่อนได้ จุดเด่นของเกาะคือมีจุดดำน้ำทั้งแบบ Snorkeling ที่นักท่องเที่ยวสามารถดำลงไปไม่ลึกนักสามารถชมปะการังอ่อนหลากสีได้ นอกจากนี้ยังมีจุดที่สามารถดำน้ำแบบ Scuba ซึ่งเป็นกรดำน้ำลึกลงไปอีก เพื่อชมปะการังแข็งขนาดใหญ่ และเกาะเหลาเหลี่ยมมีได้รับผลกระทบจากสึนามิแต่อย่างใด

2.8 ล่องใต้ไปต้งตามหาฝั่งทะเลสีคราม ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 26 – 30 ได้พยายามประชาสัมพันธ์ให้ผู้อ่านเห็นว่าเกาะมุกด์ เกาะแหวน เกาะกระดาน และเกาะเชือก ในทะเลตรัง ต่างยังคงมีความสวยงามทางธรรมชาติอยู่อย่าง ไม่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งได้รับผลกระทบจากสึนามิน้อยมาก ซึ่งบทความนี้ได้เน้นการนำเสนอเนื้อหาที่มีรูปภาพประกอบ ซึ่งหลักฐานในเชิงประจักษ์ดังกล่าว สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความงามและความบริสุทธิ์ของอันดามัน โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ดังที่ผ่านมา

2.9 ถิ่นสวรรค์อันดามันของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 40 – 43 เน้นการบรรยายถึงความสวยงามของโลกใต้ทะเลผ่านบทกลอนแปดของสุนทรภู่ และชักชวนให้ผู้อ่านไปเที่ยวชมความสวยงามตามธรรมชาติของปะการัง และทะเลอันดามัน โดยปราศจากสิ่งเติมแต่งที่สร้างขึ้นจากฝีมือมนุษย์ เนื่องจากสิ่งเหล่านั้นได้ถูกทำลายไปแล้วจากสึนามิ

2.10 หินแดงอัมตะแห่งสีสัน ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 44 – 45 เน้นการบรรยายและชื่นชมความงามของปะการังสีแดงใต้ท้องทะเลที่ไม่ถูกทำลายจากสึนามิ แต่ทว่ากลับมีความสมบูรณ์มากขึ้นกว่าเดิม มีปลาหลากหลายชนิดให้นักดำน้ำได้สังเกต เช่น ปลาจิ้มฟันจระเข้ปีศาจ ปลาเหยี่ยวปากยาว หรือแม้กระทั่ง กระเบนราหู เนื่องจากปลาชนิดนี้พบเห็นได้น้อยมาก ซึ่งความสวยงามเหล่านี้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมได้อีกครั้ง เพราะแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมิได้ถูกทำลายจากคลื่นยักษ์สึนามิแต่อย่างใด

2.11 นครริมฝั่งอันดามัน ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 54 – 55 เป็นบทความที่เน้นการนำเสนอภาพประกอบเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชนริมฝั่งอันดามันไม่ว่าจะเป็น ภูเก็ต กระบี่ ตรัง พังงา ที่ยังไม่เปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะชุมชนชาวไทยมุสลิมที่เกาะปันหยี ซึ่งไม่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ตามสภาพปกติ

2.12 เมืองนี้ถูกโอบกอดด้วยขุนเขาและผืนทะเล ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 60 – 63 ได้อธิบายถึงกระบี่ ความสวยงามของน้ำทะเล หาดทรายภูเขา และป่าไม้ที่เป็นธรรมชาติของกระบี่ โดยเชิญชวนให้ไปท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น เช่น ปีนเขา

เป็นต้น นอกจากนี้ยังแสดงภาพของนักท่องเที่ยวที่ยังคงเล่นน้ำทะเลกันอย่างปกติโดยไม่มีวิตกและความหวาดกลัวต่ออันตรายจากท้องทะเล

2.13 ค่ายแคมป์ที่เขากาโรส ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 74 – 82 ได้นำเสนอถึงบทความที่บรรยายเกี่ยวกับเขากาโรสที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกระบี่ โดยภายหลังจากเหตุการณีสึนามิมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนน้อยมาก ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวประสบปัญหาขาดสภาพคล่อง ส่วนการเก็บซากปรักหักพังยังไม่เรียบร้อย บริเวณท่าเรือชายฝั่งของกระบี่มีเศษเหล็กมากองขายกันมากมาย แต่ความสวยงามของท้องทะเลในวันนี้สวยงามกว่าเดิมก่อนเกิดสึนามิ โดยมีผู้เปรียบเทียบว่าสวยเหมือนกระบี่เมื่อ 20 ปีที่แล้ว ครึ่งยังไม่วุ่นวาย และมีนักท่องเที่ยวบางตา ซึ่งการบรรยายในลักษณะดังกล่าวก็เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เขากาโรสให้มากยิ่งขึ้น

2.14 บันทึกรหน้าใหม่แห่งท้องทะเลอันดามัน ของนิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 3 ฉบับที่ 25 มีนาคม 2548 หน้า 60 -66 เป็นเรื่องราวของปะการังที่ถูกทำลายลงด้วยเหตุการณีสึนามิ ซึ่งการที่ปะการังถูกทำลายได้นำไปสู่การเกิดขึ้นของมูลนิธิเพื่อทะเล ซึ่งมูลนิธิดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บกู้ปะการัง และกัลปังหาที่ล้มคว่ำหรือหลุดออกจากกองหิน โดยอาสาสมัครนำคนำทุกคนได้ทำสัญลักษณ์ติดกับปะการัง และกัลปังหาเหล่านั้น ซึ่งการดำน้ำเพื่อเก็บกู้ปะการังครั้งนี้เป็นครั้งที่ 7 แล้วตามเส้นทางดำน้ำคือ หมู่เกาะสิมิลัน เกาะบอน เกาะตาชัย กองหินริเชียว และหมู่เกาะสุรินทร์ ทำให้จากภาพถ่ายพบว่าปะการัง และกัลปังหาที่ถูกเก็บกู้ไปแล้วนั้นมีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านเนื้อหาดังกล่าว จะเป็นสิ่งที่สร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวที่ชอบดำน้ำดูปะการังตระหนักถึงการร่วมมือและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ในอนาคต

จากการศึกษาภาพสะท้อนในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์จากบทความในนิตยสารท่องเที่ยว ไม่ว่าจะสะท้อนออกมาในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เน้นการช่วยเหลือหรือการส่งเสริมฟื้นฟูการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณีสึนามิก็คตาม กล่าวโดยสรุปได้ว่า นิตยสารท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เน้นการนำเสนอเนื้อหาที่มีความรุนแรง แต่ในทางกลับกัน นิตยสารท่องเที่ยวมักจะมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์อันดีให้กับการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันเป็นสำคัญ เหตุเพราะตระหนักถึงคุณค่าที่ว่าการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ย่อมดีกว่าการนำเสนอข้อมูลในด้านลบ เพราะนอกจากจะไม่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการทำลายบรรยากาศในการช่วยเหลือและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับกระทบอีกด้วย ซึ่งการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอยู่ในคอลัมน์ต่างๆ ของนิตยสารท่องเที่ยว สามารถสรุปไว้ในตารางที่ 4.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2

ภาพสะท้อนในนิตยสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
2. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์อันดีให้กับการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันภายหลังเหตุการณ์สึนามิ	2.1 พลิกปะการังฟื้นคืนชีวิตทะเล	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 10	นำเสนอข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความร่วมมือของทั้งทางภาครัฐ และเอกชน ในการเก็บกู้ปะการังหลังเกิดเหตุการณ์สึนามิ แต่ปะการังที่ถูกทรายทับจะไม่สามารถกู้กลับคืนได้เนื่องจากได้ตายอย่างสมบูรณ์แล้ว โดยในเนื้อหาของบทความระบุว่า การเก็บกู้ปะการังจะต้องใช้ทั้งระยะเวลา และเงินทุน ดังนั้นจึงมีการตั้งมูลนิธิเพื่อทะเลขึ้นสำหรับอาสาสมัครและผู้สนใจทั่วไปเข้าร่วมโครงการดังกล่าว
	2.2 คาราวานไทยร่วมใจพลิกฟื้นภัยพิบัติ	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 12	ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ บริษัท เวิลด์ คลาส ไลฟ์ ดำเนินการให้ความช่วยเหลือทางด้านเงิน และสิ่งของสำหรับผู้ประสบภัยใน 4 จังหวัดคือ ระนอง พังงา กระบี่ และภูเก็ต ทั้งนี้ก็เพื่อกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูและมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อไปในอนาคต
	2.3 สุรินทร์ในดวงใจ	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 86 – 89	เป็นการบอกเล่าเรื่องราวของเนื้อหาของสึนามิ ผ่านวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมของชาวเล หรือ ยิปซีทะเลเผ่ามอแกน ซึ่งการบอกเล่าเรื่องราวของสึนามิผ่านวิถีชีวิตของผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงถือเป็นสิ่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างไปจากบทความในนิตยสารท่องเที่ยวฉบับอื่นๆ ที่กล่าวถึงโลกใต้ท้องทะเล และหาดทรายขาวเป็นส่วนใหญ่ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
	2.4 พลิกฟื้นคืนผืนสู่อันดามัน	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 18- 20	นำเสนอและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความสวยงามของทะเลอันดามันภายหลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ โดยผ่านรูปภาพประกอบ พร้อมกับบรรยายว่าทะเลภายหลังเหตุการณ์สึนามิมีความสวยงามและหาดทรายขาวขึ้นมากกว่าเดิม นอกจากนี้ยังมีสันทรายใหม่ๆ เกิดขึ้นแทนที่โขดหินเก่า ทำให้มีพื้นที่หาดทรายสำหรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นต้น
	2.5 คลื่นหัวขาวที่เกาะอาดัง	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 22 - 23	นำเสนอและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความสวยงามของทะเลอันดามันภายหลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ โดยเน้นรูปภาพประกอบ พร้อมกับมีบทสัมภาษณ์ของชาวเลเกี่ยวกับเหตุการณ์สึนามิ
	2.6 ด้วยรักแต่เธออันดามัน	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กุมภาพันธ์ 2548 หน้า 74 – 76	สะท้อนให้เห็นถึงความสวยงามในอดีตของแหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันว่าเป็นสถานที่ที่มีความสวยงามของโลกได้ทะเลเป็นอย่างมาก และยากที่สถานที่ใดในโลกจะสามารถเทียบได้ แต่อย่างไรก็ดี การเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิ ได้ส่งผลทำให้หลายๆ สิ่งเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นปะการังที่อ่าวมาหยา และช่องเขาขาดตลอดจนทัศนียภาพที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง แต่ผู้เขียนเน้นแง่คิดที่ว่าธรรมชาติไม่ทำลายธรรมชาติ พร้อมกับเชิญชวนให้ผู้อ่านหันมาใส่ใจและสนใจในการรักษาทะเล

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
	2.7 เกาะเหลาเหลียงทะเลส่วนตัวในน่านน้ำทะเลตรัง	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 24 – 25	ประชาสัมพันธ์ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวของเกาะเหลาเหลียง ซึ่งเกาะเหลาเหลียงเดิมเป็นเกาะที่มีการสัมปทานรังนก แต่ปัจจุบันได้เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาพักค้างแรมได้ จุดเด่นของเกาะคือมีจุดดำน้ำทั้งแบบ Snorkeling ที่นักท่องเที่ยวสามารถดำลงไปไม่ลึกนักสามารถชมปะการังอ่อนหลากสีได้นอกจากนี้ยังมีจุดที่สามารถดำน้ำแบบ Scuba ซึ่งเป็นการดำน้ำลึกลงไปอีก เพื่อชมปะการังแข็งขนาดใหญ่
	2.8 ล่องใต้ไปตรังตามหาฝั่งทะเลสีคราม	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 26 – 30	ประชาสัมพันธ์ให้ผู้อ่านเห็นว่าเกาะมุก เกาะแหวน เกาะกระดาน และเกาะเชือกในทะเลตรัง ต่างยังคงมีความสวยงามทางธรรมชาติอยู่อย่างไม่เปลี่ยนแปลง และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา อีกทั้งมีความปลอดภัยจากสึนามิ
	2.9 ภาวะสิ้นนาควารินทร์สินธุ์สมุทร	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 40 – 43	บรรยายถึงความสวยงามของโลกใต้ทะเลผ่านบทกลอนแปดของสุนทรภู่ และชักชวนให้ผู้อ่านไปเที่ยวชมความสวยงามตามธรรมชาติของปะการัง และทะเลอันดามัน โดยปราศจากสิ่งเติมแต่งที่สร้างขึ้นจากฝีมือมนุษย์ เนื่องจากสิ่งเหล่านั้นได้ถูกทำลายไปแล้วจากสึนามิ

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
	2.10 หินแดงอัมตะ แห่งสีลัน	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 44 – 45	บรรยายและชื่นชมความงามของปะการัง สีแดงใต้ท้องทะเลที่ไม่ถูกทำลายจากสีนามิ แต่ทว่ากลับมีความสมบูรณ์มากขึ้นกว่าเดิม มีปลาหลากหลายชนิดให้นักดำน้ำได้สังเกต เช่น ปลาจิ้มฟันจระเข้ปีศาจ ปลาเหยี่ยวปาก ยาว หรือแม้กระทั่ง กระเบนราหู เนื่องจาก ปลาชนิดนี้พบเห็นได้น้อยมากซึ่งความ สวยงามเหล่านี้นักท่องเที่ยวสามารถเดิน ทางเข้ามาเยี่ยมชมได้อีกครั้ง เพราะแหล่ง ท่องเที่ยวดังกล่าวมิได้ถูกทำลายจากคลื่น ยักษ์สีนามิแต่อย่างใด
	2.11 นครริมฝั่ง อันดามัน	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 54 – 55	เน้นการนำเสนอภาพประกอบเกี่ยวกับ วิถีชีวิตของชุมชนริมฝั่งอันดามันไม่ว่าจะเป็น ภูเก็ต กระบี่ ตรัง พังงา ที่ยังไม่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะชุมชนชาวไทยมุสลิมที่เกาะปันหยี ซึ่งไม่ได้รับผลกระทบจากสีนามิ นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ตามสภาพ ปกติ
	2.12 เมืองนี้ถูกโอบกอด ด้วยขุนเขาและผืน ทะเล	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 60 – 63	อธิบายถึงกระบี่ ความสวยงามของน้ำทะเล หาดทราย ภูเขา และป่าไม้ที่เป็นธรรมชาติ ของกระบี่ โดยเชิญชวนให้ไปท่องเที่ยวใน รูปแบบอื่น เช่น ปีนเขา เป็นต้น
	2.13 ค่ายแคมป์ที่เขา กาโรส	นิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 74-82	ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไป ท่องเที่ยวที่เขากาโรส ซึ่งก็เพื่อช่วย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและแก้ไขปัญหา ทางด้านเศรษฐกิจที่ซบเซาลงไปอย่างมาก ภายหลังสีนามิ

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ความสำคัญ	ชื่อบทความ	นิตยสาร	รายละเอียด
	2.14 บันทึกหน้าใหม่ แห่งท้องทะเล อันดามัน	นิตยสาร Outdoor Thailand ปีที่ 3 ฉบับที่ 25 มีนาคม 2548 หน้า 60 -66	เป็นการนำเสนอเรื่องราวของปะการังที่ถูกทำลายด้วยสึนามิ ซึ่งปะการังที่ถูกทำลายนำไปสู่การเกิดขึ้นของมูลนิธิเพื่อทะเล ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บกู้ปะการังและกัลปังหาที่ล้มคว่ำหรือหลุดออกจากกองหิน ซึ่งการดำน้ำเพื่อเก็บกู้ปะการังครั้งนี้เป็นครั้งที่ 7 แล้ว ตามเส้นทางการดำน้ำคือ หมู่เกาะสิมิลัน เกาะบอน เกาะตาชัย กองหินริเชิว และหมู่เกาะสุรินทร์ ทำให้จากภาพถ่ายพบว่าปะการัง และกัลปังหาที่ถูกเก็บกู้ไปแล้วนั้นมีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านเนื้อหาดังกล่าว จะเป็นสิ่งที่สร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวที่ชอบดำน้ำดูปะการังตระหนักถึงการร่วมมือและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ในอนาคต

กล่าวโดยสรุปภาพสะท้อนที่เน้นทางด้านการประชาสัมพันธ์ในเชิงสร้างสรรค์ น่าจะเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้อ่านมองเห็นความงดงามของธรรมชาติผ่านทางรูปภาพซึ่งเป็นเสมือนหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าความสวยงามดังกล่าวเป็นอย่างไร อีกทั้งการนำเสนอเนื้อหาที่หลีกเลี่ยงการกล่าวถึงความสูญเสีย ก็ย่อมสร้างผลดีต่อสภาพจิตใจของนักท่องเที่ยวมากกว่าการนำเสนอข้อมูลในแง่ลบ นอกจากนี้ความพยายามในการนำเสนอวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยว อีกทั้ง การนำเสนอภาพที่เป็นในรูปแบบการประกอบกิจกรรมเพื่อฟื้นฟูสถานที่ที่ได้รับความเสียหายจากคลื่นยักษ์สึนามิ เช่น ภาพความร่วมมือขององค์กรเอกชน รัฐวิสาหกิจ และผู้พักอาศัยในพื้นที่ในการร่วมใจกันฟื้นฟูสภาพป่าชายเลนที่พังเสียหายกว่า 1,900 ไร่ ตลอดจนข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของภาครัฐ และกิจกรรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ข่าวแสดงการประสบความสำเร็จของการติดตั้งระบบเครื่องรับสัญญาณวิทยุ เพื่อรับสัญญาณจากสถานีควบคุมระบบเตือนภัยแห่งชาติก็น่าจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

3. การเร่งฟื้นฟูภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจ

จากความสูญเสียที่เกิดเนื่องมาจากเหตุการณ์สึนามิ ส่งผลให้หลายๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างก็ได้ร่วมมือกันในการเร่งฟื้นฟูสภาพภูมิทัศน์ทางการท่องเที่ยวให้กลับสู่สภาพปกติโดยเร็วที่สุด เพราะเมื่อบรรยากาศของความสูญเสียผ่อนคลายลง กิจกรรมการตลาดในเชิงรุกและการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวก็ถือเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและท้องถิ่นที่รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากสึนามิดังนั้น จึงควรเร่งดำเนินการแก้ไขฟื้นฟูในพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิอย่างเร่งด่วนและจริงจัง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สามารถสร้างรายได้ในเชิงเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน อาทิเช่น

1. จังหวัดภูเก็ต ได้แก่ หาดกะตะ หาดกะรน หาดกมลา และหาดป่าตอง โดยการว่าจ้างบริษัทเอกชนดำเนินการฟื้นฟูภูมิทัศน์หาดกมลา และหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต
2. จังหวัดพังงา ได้แก่ หาดเขาหลัก ทับละมู หาดท้ายเหมือง อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ ชุมชนชาวเล และหมู่เกาะพระทอง
3. จังหวัดกระบี่ ได้แก่ หาดนพรัตน์ธารา อ่าวนาง เกาะปอดะ เกาะไข่ เกาะไก่ ทะเลแหวก หาดไร่เล หาดคลองม่วง หาดทับแขก เกาะยาว อ่าวมาหยา เกาะพีพีเล เกาะลันตา เกาะพีพี ดอน อ่าวตันไทร และอ่าวโล๊ะดาลัม
4. จังหวัดระนอง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติแหลมสน หมู่เกาะกำ หาดบางเลน หาดประพาส เกาะพยาม และเกาะช้าง
5. จังหวัดตรัง ได้แก่ หาดปากเมง เกาะใหญ่ เกาะสุกร และเกาะมุก
6. จังหวัดสตูล ได้แก่ อุทยานแห่งชาติตะรุเตา และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา เป็นต้น

ซึ่งบทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวในการเร่งฟื้นฟูภูมิทัศน์ของสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญ และได้รับความเสียหายมากอย่างเร่งด่วน สะท้อนให้เห็นเนื้อหาในบทความของนิตยสารท่องเที่ยวทั้งที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น และรายละเอียดต่างๆ ดังบทความในนิตยสารต่อไปนี้

3.1 เยือนไข่มุกอันดามันภูเก็ตวันนี้ยังดีอยู่ ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 11 เป็นบทความที่สะท้อนให้เห็นการเร่งฟื้นฟูการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตหลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ โดยนำคณะสื่อมวลชนเดินทางสู่จังหวัดภูเก็ตเพื่อสัมผัสบรรยากาศท่องเที่ยวที่กำลังฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว และเป็นปกติ ไม่ว่าจะเป็นหาดกะตะ หาดกะรน หรือแม้แต่หาดป่าตอง เป็นต้น

3.2 วันฟ้าสวยที่ภูเก็ต ของนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 มีนาคม 2548 หน้า 56- 59 ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสวยงามตามธรรมชาติของภูเก็ต และวิถีชีวิตของทั้งคนในพื้นที่และผู้ที่ไม่เข้ามาท่องเที่ยว เช่น พระอาทิตย์ตกที่แหลมพรหมเทพ ความสวยงามของหาดทรายที่หาดกะตะ ปะการังน้ำตื้นที่เกาะเฮที่ไม่ได้รับความเสียหายเลย เป็นต้น เพื่อยืนยันว่าบรรยากาศการท่องเที่ยวของภูเก็ตฟื้นตัวอย่างรวดเร็วจนสามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวได้อีกดังภาพประกอบต่อไปนี้

ภาพที่ 4.14

ภาพประกอบในนิตยสาร Nature Explorer ปีที่ 6 ฉบับที่ 63 หน้า 57



จากภาพประกอบดังกล่าว สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูแก้ไขพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบอย่างเร่งด่วน ซึ่งการเร่งฟื้นฟูภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเชิงเศรษฐกิจ อันได้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ ข้างต้นถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในแก้ไขปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวที่เคยสวยงามกลับคืนสู่สภาพปกติโดยเร็ว และพร้อมในการต้อนรับการกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้อีกครั้ง นอกจากนี้ การเร่งฟื้นฟูภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเชิงเศรษฐกิจ สามารถพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในภาคผนวกของงานวิจัยชิ้นนี้

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอภาพและแหล่งท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิผ่านบทความของนิตยสารท่องเที่ยว ทั้งในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง การประชาสัมพันธ์ในเชิงสร้างสรรค์ และการเร่งฟื้นฟูสภาพภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการช่วยส่งเสริมและฟื้นฟู ตลอดจนแก้ไขสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันให้กลับคืนสู่สภาพปกติได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งผลการศึกษาพบว่า นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับต่างได้เข้ามามีบทบาทในการช่วยเหลือและเป็นสื่อกลางในการนำเสนอเนื้อหาตลอดจนข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ในเชิงบวกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นได้ อันจะส่งผลโดยตรงต่อการฟื้นตัวทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในบริเวณพื้นที่ๆ เคยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิได้ในอนาคต

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยว ภายหลังเหตุการณ์สึนามิ

จากการศึกษาทิศทาง การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ พบว่า นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับต่างก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมและบทบาทในการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ตลอดจนเยียวยาปัญหาทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยผ่านวิธีการดำเนินงานในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ และชี้แจงข้อเท็จจริงต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งก็เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เคยได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิอีกครั้ง ดังที่คุณวราภรณ์ พลอยบริสุทธิ์ บรรณาธิการนิตยสาร Nature Explorer ได้ให้ข้อมูลว่า “นิตยสาร มีส่วนในการฟื้นฟูและเยียวยาปัญหาทางการท่องเที่ยว โดยการนำเสนอเรื่องการท่องเที่ยว จะทำให้คนอยากไปเที่ยว แต่ถ้าไม่นำเสนอให้คนรู้สึกอยากไปเที่ยว การท่องเที่ยวก็จะตาย”

แต่ขณะเดียวกัน การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ ยังคงประสบปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการ ซึ่งปัญหาที่พบจากการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่

1. ปัญหาด้านการตลาดของนิตยสารการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ปัญหาในการดำเนินงานส่วนหนึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการแข่งขันทางการตลาด ดังที่คุณวราภรณ์ พลอยบริสุทธิ์ บรรณาธิการนิตยสาร Nature Explorer ได้ให้ข้อมูลว่า “เรื่องของการตลาดมีปัญหาแน่นอน เพราะการแข่งขันในท้องตลาดมันสูง ต้องแข่งทั้งในเรื่องการหาสปอนเซอร์ และยอดขาย อันนี้เป็นเรื่องปกติของหนังสือทุกฉบับ ไม่มีฉบับไหนไม่มีปัญหาเรื่องการตลาด เพราะการแข่งขันมันสูง”

ซึ่งปัญหาทางด้านการตลาดก็เนื่องมาจากนิตยสารท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมีกลุ่มเป้าหมายในจำนวนไม่มากนัก ดังนั้น รายได้จากการจำหน่ายนิตยสารอาจมีปริมาณไม่เพียงพอต่อการส่งเสริมและสนับสนุนให้นำเสนอเนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับสึนามิได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ จึงอาจมีผลทำให้การดำเนินงานแก้ไขปัญหาและเร่งฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับคามเสียหายจากเหตุการณ์สึนามิดำเนินงานได้ยากยิ่งขึ้น

2. ปัญหาในด้านการขาดการวางแผนและมาตรการรองรับกรณีเกิดภาวะวิกฤต เมื่อผู้จัดทำภาระจะประเด็นเกี่ยวกับพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิ พบว่านิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับยังคงขาดการวางแผนและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง อีกทั้งในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ก็ยังไม่ได้มีแผนการแก้ปัญหาารรองรับแต่อย่างใด ยกตัวอย่างเช่น มีการอนุญาตให้ทำการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ท่องเที่ยว แต่การอนุญาตดังกล่าวกลับไม่มีการควบคุมที่ดีพอ อีกทั้ง นิตยสารท่องเที่ยวบางฉบับก็มิได้ให้ข้อมูลที่ถูกต้องในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงจนถึงสถานที่อำนวยความสะดวกต่างๆ ก็ย่อมส่งผลให้เกิดความเสียหายในวงกว้างขึ้นได้ ดังที่เห็นได้จากกรณีคลื่นยักษ์สึนามิ เป็นต้น ดังที่คุณตรีเนตร เพชรนุ้ย หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสาร Outdoor Thailand กล่าวไว้ว่า “ปัญหาเกิดจากความเห็นแก่ตัวของหลายๆ ฝ่าย นำไปสู่การสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติ เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาสังคมอีกมากมาย ดังนั้นหากไม่มีแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของชุมชนในพื้นที่แล้วก็ยากยิ่งที่จะหลบพ้นปัญหาต่างๆ ที่ตามมา”

จากคำกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่านิตยสารท่องเที่ยวบางฉบับมิได้มีแผนการดำเนินงานรองรับกับสภาวะการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ซึ่งการไม่มีแผนการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพมารองรับในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤตฉุกเฉินขึ้นในนิตยสารท่องเที่ยว ก็อาจส่งผลให้เกิดความเสียหายเป็นอันมาก แต่อย่างไรก็ดี เหตุที่นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับมิได้มีการวางแผนการหรือแผนงานรองรับต่อภาวะวิกฤตดังกล่าวก็เนื่องด้วยกรณีฉุกเฉินจากภัยพิบัติต่างๆ ทาง

ธรรมชาติหรือจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ดังนั้นความตระหนักและการตื่นตัวที่จะหามาตรการที่แน่ชัดมารองรับในเรื่องดังกล่าวจึงยังไม่มีปรากฏ

3. ข้อจำกัดในเรื่องการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินนโยบายแบบรายปี ซึ่งการวางแผนเพื่อผลิตนิตยสารแบบรายปีทำให้นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับไม่สามารถปรับแผนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตได้ อย่างเช่นกรณีสึนามิ เป็นต้น ดังที่ คุณวินิจ รั้งผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. ได้ให้ข้อมูลว่า

คิดว่าเรายังทำน้อยไปหน่อย ในเรื่องของข้อจำกัดที่เรายังมีอยู่ อย่างเช่น เรามีแผนการปฏิบัติงานของที่เป็นปีที่วางไว้ เราอาจจะไม่คล่องตัวเหมือนเอกชนที่ว่า ถ้าเราอยากจะทำทั้งฉบับ เราก็เปลี่ยน เราโละเนื้อหา แล้วทำทั้งฉบับได้เลย โดยที่เติมที่เหมือนกับนิตยสารสารคดีที่เค้าทำสึนามิทั้งฉบับ โอเคเค้าก็เปลี่ยนแนว ทำอะไรได้เลยทั้งฉบับ ซึ่งมุมหนึ่งคนอ่านก็จะชอบ เหมือนกับเก็บไว้เป็น reference ได้ทั้งฉบับเลยเกี่ยวกับสึนามิ มีทั้งภาพเหตุการณ์ มีทั้งภาพถ่ายดาวเทียมทั้งก่อนและหลัง อะไรต่างๆ ทุกอย่าง (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

ข้อจำกัดดังกล่าวของนิตยสาร อ.ส.ท. เกิดจากความคล่องตัวที่มีน้อยกว่านิตยสารของเอกชน การทำงานที่ต้องตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาล ประกอบกับข้อจำกัดทางด้านงบประมาณที่ต้องมีระเบียบและขั้นตอนหลายๆ ขั้นตอน ทำให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้าทีมงานไม่สามารถปฏิบัติงานได้ทันท่วงที เพราะต้องรอกระบวนการตัดสินใจจากผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าจะมีข้อจำกัดหลายๆ ประการก็ตาม แต่นิตยสาร อ.ส.ท. ก็พยายามนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารในหลายๆ แง่มุม และในหลายๆ พื้นที่ ทั้งนี้ คือเพื่อให้เกิดการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ๆ ประสบภัย ซึ่งก็ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้นักท่องเที่ยว ดังที่ คุณวินิจ รั้งผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

สิ่งที่เราอยากนำเสนอ แต่ไม่ได้นำเสนอได้ก็คือ สมมติว่าเราอยากจะทำนำเสนออันดามันซัก 3-4 ฉบับติดต่อกันเลย โดยที่คนลงไปเติมที่เพื่อไปเก็บภาพไปสำรวจ 6 จังหวัด ไล่ตั้งแต่ระนองไปเลย แล้วค่อยๆ นำเสนอไป ซึ่งก็คิดว่ามันอาจจะช่วยอะไรเค้าได้มากขึ้น ช่วยคน เราเห็นภาพมากขึ้นว่ามันไม่ใช่ ไม่ได้เสียหายไปหมด ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีเค้ายังมีอยู่ ที่น่าเที่ยวก็ยังมี แม้แต่ภูเก็ต ซึ่งคนอาจรู้สึกว่ามันเสียหายมากมาย แต่จริงๆ แล้ว ภูเก็ตไม่ได้มีแค่ชายหาด เมืองทั้งเมืองเป็นเมืองอาหารอร่อย ลงไปนี่แค่ไปไล่อาน ไปนอนซัก 3 คืน ไล่อินอาหารทะเล อาหารจีนอาหารแต่จิว หมี่ผัดอะไรเยอะแยะไปหมด น้ำพริกกุ้งเสียบ ได้ไปใช้ชีวิตอยู่ใน

ช่วงนั้น โดยที่ค่าที่พังก์ก็ถูก เพราะเค้าไม่ได้ขายแบบ season ธรรมดา ขายลดราคา เพราะแทบจะไม่มีนักท่องเที่ยว เราอยากจะทำลงลึกถึงขนาดอย่างนั้น แต่ด้วยความที่เราทำไว้แล้ว ข้อมูลต่างๆ เราก็เปลี่ยนได้แค่บางส่วน บางคอลัมน์ บางฉบับเท่านั้น (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

อย่างไรก็ดี แนวนโยบายในการปฏิบัติงานดังกล่าว นิตยสาร อ.ส.ท. ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและจริงจัง ทั้งนี้เนื่องจากนิตยสาร อ.ส.ท. ได้มีการวางงบประมาณและทำการวางแผนไว้แล้ว ด้วยเหตุนี้ จึงนำเสนอและสอดแทรกได้เพียงในบางคอลัมน์เท่านั้น ซึ่งข้อมูลอาจจะยังไม่เพียงพอต่อการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ที่รับข่าวสาร ดังที่ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในขณะนั้นแสดงความคิดเห็นไว้ว่า “ประเทศไทยต้องมีการรวบรวมข้อมูลในเชิงสถิติให้มากกว่านี้ว่าใครทำอะไร อย่างไรและประสบความสำเร็จอย่างไรและล้มเหลวอย่างไร หาวิธีแก้ไขเพื่อจะสามารถรับมือกับวิกฤตในอนาคตได้ดีมากขึ้น”

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า นิตยสารที่มีการวางนโยบายการผลิตแบบเป็นรายปีตามปีงบประมาณนั้น ย่อมเป็นอุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินงานเป็นอย่างมาก ซึ่งหากเกิดกรณีภาวะวิกฤตขึ้นในประเทศไทย อย่างกรณีของสึนามิ การปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขเนื้อหาทั้งหมดของนิตยสารก็จะดำเนินการได้ไม่สะดวกนัก ทั้งนี้เพราะการแก้ไขแต่ละครั้งหมายถึงการปรับเปลี่ยนแบบการดำเนินงานทั้งหมด และต้องนำเสนอต่อกรรมการอนุมัติจากที่ประชุม เป็นต้น

4. ปัญหาในด้านความไม่เชื่อมั่นของผู้คน เป็นปัญหาที่เกิดจากความเชื่อของแต่ละบุคคล โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย จีน และฮ่องกง ที่มีนักท่องเที่ยวลดจำนวนลงเป็นอย่างมากภายหลังจากเกิดเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ โดยสาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัญหาและข้อจำกัดดังกล่าว นิตยสาร อ.ส.ท. ได้พยายามแก้ไขปัญหากันอย่างเต็มที่ ซึ่งกลยุทธ์ที่นิตยสาร อ.ส.ท. นำมาแก้ไขปัญหาดังกล่าว คือ ใช้คำบอกเล่าจากประสบการณ์จริงของตนเอง และผู้อื่นที่เคยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ว่าไม่มีสิ่งใดที่ก่อให้เกิดอันตรายหรือน่ากลัวทั้งสิ้น ดังที่คุณวินิจรังผึ้ง บรรณาธิการนิตยสาร อ.ส.ท. ได้กล่าวไว้ว่า

การคลี่คลายปัญหาในจุดคนกลัวผี ไม่กล้าเที่ยว ก็ไม่ได้ไปเน้นบอกว่าอย่ากลัวผีไม่มี แต่พยายามชี้ให้เห็นว่า เราก็ไปมาแล้ว อย่าง พี่พี มีอะไรเสียหายเยอะ คนเสียชีวิตเยอะ เราก็ใช้ในลักษณะของข้อเขียนว่า เราก็ไปดู ไปนอน ไปพัก มาแล้ว เป็นในลักษณะนั้นมากกว่า ความเชื่อเหล่านี้จะไปบอกคนว่าอย่ากลัวเลย มันเป็นไปได้ (สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2550)

จากปัญหาที่เกิดขึ้นมาจากความหวาดกลัวในพื้นที่ที่มีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ตลอดจนความเชื่อของนักท่องเที่ยวที่ไม่นิยมไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีคนตาย ถือเป็นอุปสรรคประการหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ ประสบภัย อย่างไรก็ตาม ปัญหาดังกล่าวจะเกิดขึ้นเฉพาะกับนักท่องเที่ยวบางประเทศเท่านั้นทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศด้วย

กล่าวโดยสรุป ถึงแม้ว่าการดำเนินงานในด้านการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิจะประสบปัญหากับอุปสรรคหลายๆ ประการดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นก็ตาม แต่สิ่งสำคัญที่สะท้อนได้จากการศึกษาเรื่อง บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ ก็คือ ความพยายามอย่างยิ่งยวดของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับในการเข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการแก้ไขฟื้นฟูพื้นที่ๆ ประสบภัยจากเหตุการณ์สึนามิ โดยนิตยสารท่องเที่ยวถือเป็นนิตยสารที่มีบทบาทอย่างมากต่อการเร่งช่วยเหลือพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะในแง่ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งก็เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมและประเทศชาติเป็นสำคัญ และเพื่อป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ชำนาญกหอสมุด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาถึงนโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ
2. เพื่อศึกษาถึงการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
3. เพื่อศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวทางในการศึกษาของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - depth Interview) และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ในด้านนโยบายเพื่อการฟื้นฟูในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิจากกลุ่มผู้บริหารที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับนิตยสารการท่องเที่ยวทั้ง 6 ชื่อฉบับ อันได้แก่ นิตยสาร อ.ส.ท. (รายเดือน) นิตยสาร Trips (รายเดือน) นิตยสารเที่ยวไทย (ราย 2 เดือน) นิตยสาร Adventure & Travel (รายเดือน) นิตยสาร Nature Explorer (รายเดือน) และนิตยสาร Outdoor Thailand (รายเดือน) รวม 66 ฉบับที่มีการตีพิมพ์ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2548 ซึ่งก็เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยผลการศึกษสามารถแบ่งได้เป็น 4 ส่วนที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ

ส่วนที่ 2 การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

ส่วนที่ 3 ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณี เหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ

จากการศึกษา พบว่านโยบายและการดำเนินงานของนิตยสารการท่องเที่ยวในแต่ละฉบับจะมีแนวนโยบายและการดำเนินงานในการนำเสนอของเนื้อหาแตกต่างกันออกไปตามรูปแบบแผนงานของแต่ละสำนักพิมพ์ และจากการศึกษาพบว่าเนื้อหาในการนำเสนอโดยส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารของภาครัฐหรือภาคเอกชนจะเป็นไปตามรูปแบบและโครงร่างที่ถูกกำหนดเอาไว้แล้วเบื้องต้นของแต่ละสำนักพิมพ์เป็นสำคัญ ซึ่งนโยบายดังกล่าวสามารถพิจารณาได้จากบทสัมภาษณ์ของบรรณาธิการนิตยสารท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้แสดงความคิดเห็นไว้นว่า นิตยสารการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ มักจะมีแนวนโยบายที่เน้นการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวในลักษณะของการบรรยายเพื่อการเข้าถึงธรรมชาติเป็นสำคัญ และแต่ละฉบับจะมีแนวทางในการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะเฉพาะตัวของนิตยสารฉบับนั้นๆ เป็นสำคัญ ซึ่งแนวทางในการดำเนินงานเพื่อนำเสนอเนื้อหาทางการท่องเที่ยวสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. การนำเสนอข้อมูลที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ
2. วางแผนการนำเสนอข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายปี
3. การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

ส่วนที่ 2 การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

ภายหลังจากการเกิดขึ้นของวิกฤตการณ์สึนามิในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยเมื่อปี 2547 มีผลทำให้ผู้ผลิตนิตยสารหลายๆ ฉบับต่างก็ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและลักษณะการนำเสนอเนื้อหาให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น และจากการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ พบสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. การนำเสนอเนื้อหาในฐานะเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

การใช้สื่อ นิตยสารท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสึนามิ ของรัฐในครั้งนี้ วัตถุประสงค์ทางการศึกษาก็เพื่อให้เกิดการเร่งรัดฟื้นฟูสถานที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้กลับคืนสู่สภาพเดิม อีกทั้งเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพ

การบริการท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานสากล ทั้งในด้านสถานบริการท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยจากเหตุการณ์สึนามิสามารถกลับมาสวยงามและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศได้อีกครั้ง

2. นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นสื่อที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาจากคลื่นสึนามิ

จากการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาภายหลังการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิเมื่อปี 2547 พบว่า การดำเนินงานจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวของผู้ผลิตนิตยสารทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ต่างก็มุ่งนำเสนอเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์และเสนอสิ่งที่ดีให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการช่วยเหลือฟื้นฟูในพื้นที่ๆ ประสบภัยกันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความพยายามในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยไม่เน้นการนำเสนอภาพความรุนแรงของคลื่นยักษ์สึนามิอีกต่อไป เพราะผู้ผลิตนิตยสารมีความตระหนักว่าจะทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจและทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งไม่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและความน่าเชื่อถือต่อนิตยสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยนัก โดยเนื้อหาที่นำเสนอเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย

2.1 การนำเสนอเนื้อหาในฐานะช่วยเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

2.2 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อสิ่งพิมพ์ที่ช่วยนำเสนอภาพการฟื้นฟูของแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาคลื่นสึนามิ

2.3 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อที่ช่วยนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของรัฐบาล

2.4 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะช่วยเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจหลังเหตุการณ์สึนามิ

2.5 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะการสร้างเชื่อมั่น และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.6 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อเฉพาะกิจของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาคลื่นสึนามิ

3. นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะของการสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

การให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูพื้นที่ที่ประสบภัยจากสึนามิ นิตยสารท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นในด้านการสร้างความมั่นใจและสร้างความเชื่อมั่นในด้าน

ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการนำเสนอข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมชมและท่องเที่ยวในแหล่งที่เกิดเหตุภัยพิบัติได้อีกครั้ง จะเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้ผู้อ่านมองพื้นที่ที่เคยประสบปัญหาในเชิงบวก และจะเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันได้ในอนาคต

4. นิตยสารท่องเที่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ในการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสำคัญของชาติ

ผลการศึกษาพบว่าในช่วงภายหลังเหตุการณ์สึนามิ นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับต่างก็ได้เข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับมีความตระหนักและเล็งเห็นว่านิตยสารท่องเที่ยวควรเข้ามามีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องของเหตุการณ์อันไม่ปกติของธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลา ตลอดจนควรมีแผนการและนโยบายเชิงรับกับสภาวะการณ์ที่อาจมีผลกระทบรุนแรงต่อประเทศชาติด้วย ซึ่งกรณีความรับผิดชอบต่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของนิตยสารท่องเที่ยวมิได้มีเพียงแค่กรณีของสึนามิแต่อย่างเดียว แต่ในกรณีฉุกเฉินอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน นิตยสารท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีมาตรการและแผนงานรองรับกับสภาพการเปลี่ยนแปลงจากเหตุความเสียหายด้วย ซึ่งก็เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะสื่อประชาสัมพันธ์ทางด้านข้อมูลข่าวสาร และเพื่อให้การแก้ไขปัญหาของชาติดำเนินงานอย่างทันที่และเป็นไปอย่างจริงจัง ดังกรณีตัวอย่างเหตุการณ์สึนามิที่ผ่านมา

ส่วนที่ 3 ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

จากผลการศึกษาพบว่าภาพสะท้อนของนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิ ประกอบไปด้วยสาระสำคัญดังนี้

1. การให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง

การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ถือเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตสื่อ นิตยสารทุกประเภท ซึ่งนิตยสารท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังเหตุการณ์สึนามิ ผู้อ่านต่างคาดหวังถึงเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด อีกทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ก็เพื่อสร้างความ

เชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และจะช่วยกระตุ้นให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันกลับมามีบทบาทในฐานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศได้อีกครั้ง โดยภาพสะท้อนของการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้องพิจารณาได้จากรายละเอียดที่สำคัญ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่

1.1 การนำเสนอสถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วไป คือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับสึนามิ และเพื่อสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักเดินทางสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ เคยเกิดเหตุการณ์สึนามิ

1.2 โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์พื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันผ่านสื่อ นิตยสารท่องเที่ยว คือ เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะหากว่ามีเหตุการณ์สึนามิเกิดขึ้นอีกครั้ง ผ่านศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ

1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านข้อมูลนิตยสารท่องเที่ยว เป็นการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ อีกทั้งยังมุ่งเน้นการนำเสนอภาพของสถานการณ์จริงในพื้นที่ที่เคยได้รับผลกระทบว่าปัจจุบันสามารถพลิกฟื้นและยังคงมีความสวยงามดังที่ผ่านมา

2. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ คือ เพื่อช่วยเหลือแหล่งท่องเที่ยว 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ เพื่อช่วยเหลือบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ เพื่อการฟื้นฟูภูมิทัศน์ของชายหาดใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และเพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบอีกครั้ง ซึ่งการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ดำเนินงานโดยบรรยายเนื้อหาผ่านบทความในคอลัมน์ต่างๆ ของนิตยสารท่องเที่ยวที่ผลิตและจัดจำหน่ายในช่วงปี 2548

3. การเร่งฟื้นฟูภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจ ผลสรุปตามวัตถุประสงค์สำคัญ มีดังต่อไปนี้ คือ

3.1 นำเสนอเนื้อหาและภาพของธรรมชาติที่คงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิ

3.2 นำเสนอเนื้อหาที่สร้างจุดสนใจให้นักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ที่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบ

3.3 นำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นให้ผู้อ่านมองเห็นความสวยงามของสถานที่ที่ได้รับผลกระทบจากภาพถ่าย ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาที่ประกอบไปด้วยภาพถ่าย ย่อมทำให้ผู้อ่านมองเห็นภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และภาพถ่ายที่สวยงามถือเป็นหลักฐานที่ช่วยยืนยันว่าสภาพจริงของพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ปัจจุบันสามารถพลิกฟื้นและยังคงมีความสวยงามของภูมิทัศน์ดังที่ผ่านมา

3.4 นำเสนอเนื้อหาโดยหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงความสูญเสียและภาพความรุนแรงที่เกิดจากเหตุการณ์สึนามิ

3.5 นำเสนอเนื้อหาและภาพของสถานที่ใกล้เคียงพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ไม่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ ซึ่งก็เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงบริบทอื่นๆ และสร้างทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

จากการศึกษา สามารถสรุปผลได้ว่า ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ ทั้งในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ และการเร่งฟื้นฟูสภาพภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ต่างก็มุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาผ่านบทความดีๆ ของนิตยสารท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อช่วยกระตุ้นและสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิ และเพื่อส่งเสริมให้เกิดการฟื้นตัวทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่ ๆ เคยได้ประสบปัญหาจากสึนามิ ดังนั้น ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ จึงเน้นการนำเสนอเนื้อหาสาระที่ดีและจรรโลงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และไม่เน้นการนำเสนอภาพความรุนแรงของเหตุการณ์สึนามิ ทั้งนี้คือเพื่อป้องกันการทำลายบรรยากาศของการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ สึนามิ

ผลจากการศึกษาพบว่านิตยสารท่องเที่ยวหลาย ๆ ฉบับต่างก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมและบทบาทในการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ตลอดจนเยียวยาปัญหาทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยผ่านวิธีการดำเนินงานในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ และชี้แจงข้อเท็จจริงต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งก็เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เคยได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิอีกครั้ง แต่การเข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว ยังคงประสบปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการ ซึ่งปัญหาที่พบจากการนำเสนอเนื้อหาสาระของนิตยสารท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่

1. ปัญหาด้านการตลาดของนิตยสารการท่องเที่ยว
2. ปัญหาในด้านการขาดการวางแผนและมาตรการรองรับกรณีเกิดภาวะวิกฤต
3. ปัญหาในด้านการขาดความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว
4. ข้อจำกัดในเรื่องการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินนโยบายแบบรายปี

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถประมวลผลการศึกษาของการศึกษาภาพสะท้อนนโยบายการท่องเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ ทั้ง 4 ประเด็นการศึกษาที่สำคัญ ได้ดังภาพที่ 5.1 ต่อไปนี้

ภาพที่ 5.1

ประมวลผลการศึกษาบทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยว
หลังเหตุการณ์สึนามิ



อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษา 4 ส่วนสำคัญ อันได้แก่ 1) ศึกษานโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ 2) ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ 3) ศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ และ 4) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ โดยใช้นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและนิตยสารท่องเที่ยว และแนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ

นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการผลิตนิตยสารแต่ละฉบับ เพราะการมีนโยบายจะช่วยให้การดำเนินงานในการจัดทำนิตยสารแต่ละฉบับมีแนวทางและเป้าหมายที่ชัดเจนในการดำเนินงาน โดยเฉพาะเมื่อเกิดกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิขึ้นเมื่อปลายปี 2547 นิตยสารท่องเที่ยว ในฐานะสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลก็ได้เข้ามา มีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ที่ประสบภัย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นิตยสารทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ต่างก็ได้มีนโยบายในการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อช่วยฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ แต่นโยบายที่นิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับกำหนดขึ้นมานั้นจะมีความแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์หลักของแต่ละฉบับ โดยส่วนใหญ่แต่ละฉบับจะมีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี หรือปีต่อปี ซึ่งเรียกว่านโยบายระยะยาว ซึ่งการกำหนดนโยบายเพื่อการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารแต่ละฉบับ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545, น. 145) ที่กล่าวว่านโยบาย หมายถึง แนวทางการปฏิบัติอย่างกว้าง และการกำหนดทิศทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือ เป็นแนวทางที่กำหนดขึ้นโดยอาศัยพื้นฐานจากเป้าหมายและแผนกลยุทธ์ทั้งหมดขององค์การเพื่อใช้เป็นทิศทางสำหรับบุคคลในองค์การ เป็นต้น ซึ่งการผลิตนิตยสารท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน แต่ละฉบับต่างก็มีนโยบายในการนำเสนอ โดยอาศัยพื้นฐานจากความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในขณะนั้นๆ เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม นโยบายของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับก็สามารถที่จะปรับเปลี่ยนแผนงานและนโยบายในการนำเสนอ

ข้อมูลต่อผู้บริโภคนั้นได้ตามความเหมาะสม โดยเฉพาะผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรงต่อสังคม ดังกรณี ความสูญเสียจากเหตุภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิในช่วงปลายปี 2547 ที่ผ่านมานี้ นิตยสารท่องเที่ยว หลายๆ ฉบับต่างก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายและแผนในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะความพยายามในการสอดแทรกเนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องราวและผลกระทบอันสืบเนื่องมาจากคลื่นยักษ์ สึนามิ ซึ่งการปรับเปลี่ยนนโยบาย การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Koontz, (1984) ที่กล่าวไว้ว่า นโยบายคือ แนวปฏิบัติการ ส่วนการวางแผนคือกระบวนการในตัดสินใจเลือกสรรแนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เป็นการพิจารณาและกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยเชื่อมโยงระหว่างปัจจุบันและอนาคต ผู้วางแผนจะต้องคาดการณ์สิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้น ฉะนั้นการวางแผนจึงเป็นกระบวนการทางสติปัญญาที่พิจารณากำหนดแนวทางปฏิบัติงาน มีรากฐานการตัดสินใจตามวัตถุประสงค์ ความรู้และการคาดคะเนอย่างใช้ดุลพินิจ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต

นอกจากนี้ นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องด้วยเหตุการณ์สึนามิ วัตถุประสงค์สำคัญอีกประการคือเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ และสังคมส่วนรวมที่ต้องการช่วยเหลือและฟื้นฟูพื้นที่ที่ประสบภัยจาก สึนามิ ด้วยเหตุนี้ การดำเนินงานในการจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ จึงดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อสภาวะการณ์ทางสังคมปัจจุบัน และสนองต่อนโยบาย ตลอดจนแผนงานของรัฐเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ได้กล่าวถึง นโยบาย คือการกำหนดกรอบ ภาระหน้าที่ของแต่ละสถานะภายใต้สถานะทางการเมือง ค่านิยม และแนวความคิดของแต่ละ ประเทศหรือแต่ละสังคม โดยการกำหนดนโยบายจะครอบคลุมถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบายนั้นด้วย หรือหมายถึง การกำหนดแนวทางเพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนการปฏิบัติการต่อไป

ทั้งนี้ การที่นิตยสารท่องเที่ยวโดยเฉพาะนิตยสาร อ.ส.ท. ดำเนินงานโดยตอบสนองต่อ นโยบายของรัฐก็เนื่องด้วยนิตยสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารสังกัดภายใต้หน่วยงานของรัฐ หรือการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ รัฐจึงตระหนักที่จะใช้นิตยสารท่องเที่ยวเป็นสื่อกลางในการ กระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ เคยได้รับผลกระทบจาก สึนามิ นอกจากนี้ การดำเนินนโยบายโดยสอดแทรกเนื้อหาของสึนามิผ่านนิตยสารท่องเที่ยว สามารถเอื้อประโยชน์ต่อประเทศชาติได้อย่างสูงสุด โดยเฉพาะเอื้อประโยชน์ต่อการฟื้นฟูทาง ด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ ซึ่งนโยบายในการใช้นิตยสาร ท่องเที่ยวในกรณีของเหตุการณ์สึนามิ วัตถุประสงค์ก็เพื่อกระตุ้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน

พื้นที่ๆ เกิดเหตุการณ์ให้ฟื้นตัวและกลับมามีบทบาทในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทยได้อีกครั้ง

ซึ่งกระบวนการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับการศึกษาของ วิจิตร อวระกุล (อ้างถึงใน วิปาลี จันทรโรจน์, 2543, น. 32) ที่ได้อธิบายไว้ว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวจะกำหนดขึ้นเพื่อสร้างขอบเขตการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป้าหมายการดำเนินงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องกำหนดขึ้นอย่างสอดคล้องต่อความต้องการในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นของประเทศหรือแหล่งท่องเที่ยว (Destination) นั้น อาทิ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจระดับเงินเฟ้อ อัตราการจ้างงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องเอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติและประชาชนท้องถิ่นอย่างทัดเทียมกัน ทั้งนี้ เป้าหมายการพัฒนาอาจจะพิจารณาแบ่งเป็นเป้าหมายย่อยได้อย่างน้อย 6 เป้าหมาย ได้แก่

1. เป้าหมายทางเศรษฐกิจ (Economic Goals) หมายถึง การกำหนดผลลัพธ์ หรือ เป้าหมายการดำเนินงานในเชิงเศรษฐกิจ อาทิ อัตราการเจริญเติบโตด้านรายได้จากการท่องเที่ยว การจ้างงาน อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยว

2. เป้าหมายทางสังคม (Socio-culture Goals) หมายถึง ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคม อาทิ การเรียนรู้ การศึกษาของประชาชน การสร้างจิตสำนึกรักในถิ่นเกิด ชนชาติ ประวัติศาสตร์ การดำรงไว้ซึ่งรูปแบบของวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไม่ให้สูญเสียไป

3. เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goals) หมายถึง เป้าหมายในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวทั้งด้านจำนวน ชนชาติ และกลุ่มความสนใจ

4. เป้าหมายในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Environment and Conservation Goals) หมายถึง การป้องกัน การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็น วัฒนธรรมและธรรมชาติ ไม่ให้ถูกทำลายและสามารถสนองต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ซึ่งอาจจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับนโยบายด้านอื่นๆ อาทิ นโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ความเหมาะสมในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

5. เป้าหมายด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development Goals) หมายถึง กรอบการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความสอดคล้องและเพียงพอในการรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยว ทั้งบุคลากรในระดับปฏิบัติการ (Operational Staff) และระดับบริหาร (Managerial Staff) รวมทั้งกำหนดกรอบในการผลิตเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือหลักสูตรการเรียนการสอนที่ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม

6. เป้าหมายการดำเนินงานของรัฐบาล (Government / Political Goals) หมายถึง การกำหนดบทบาทและทิศทางการดำเนินงานของภาครัฐ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาและการส่งเสริมตลาดโดยรวมของประเทศ รวมทั้งขอบเขตการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของเอกชน

กล่าวได้ว่านโยบายและกลยุทธ์ เป็นกระบวนการสำคัญในการกำหนดภาระหน้าที่ขององค์กรตามเป้าหมายและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น อีกทั้ง ยังสามารถนำมาใช้ในการบริหารองค์กรภายใต้นโยบายหลักของรัฐบาล อันจะนำไปสู่การวางแผนปฏิบัติการต่อไป โดยเฉพาะแผนประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการกำหนดนโยบายตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบอย่างแท้จริง

การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

กรณีความเสียหายที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์สึนามิในบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน เมื่อปี 2547 ได้ส่งผลให้ผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับต่างก็พยายามนำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูพื้นที่ๆ ประสบภัยอย่างเต็มที่ ซึ่งก็เพื่อช่วยพลิกฟื้นสภาพธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยกลับคืนสู่ความสวยงามอีกครั้ง

โดยเนื้อหาที่นิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับนำเสนอในช่วงภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ จะเน้นเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีที่กล่าวถึงการฟื้นฟูและการพลิกฟื้นของสถานที่ที่เคยประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิเป็นสำคัญ และไม่มุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่กล่าวถึงความสูญเสียและความรุนแรงที่เกิดจากสึนามิ สาเหตุก็เนื่องด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่ต่อยอดความเจ็บปวดจากความสูญเสียไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแต่อย่างใด ในทางกลับกันอาจเป็นการทำลายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางอ้อมอีกด้วย ดังนั้นเนื้อหาที่บรรณาธิการนิตยสารท่องเที่ยวตระหนักและเล็งเห็นว่าสามารถนำเสนอได้ คือเนื้อหาในลักษณะที่ช่วยส่งเสริมและสร้างสรรค์ ตลอดจนสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจโดยผ่านเนื้อหาของนิตยสาร อีกทั้งหลบเลี่ยงภาพของความรุนแรงที่เกิดจากเหตุการณ์สึนามิ ทั้งนี้เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ การนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการส่งเสริมในเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะเนื้อหาที่เน้นเรื่องการฟื้นฟูสภาพภูมิทัศน์ของชายหาดและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน สามารถกระตุ้นให้การท่องเที่ยวของ

ประเทศไทยเติบโตไปในทิศทางที่เหมาะสม และช่วยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศพัฒนาได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

อย่างไรก็ดี การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ ไม่ว่าจะในลักษณะสร้างสรรค์หรือเน้นทางด้านกาให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องก็ตาม นโยบายดังกล่าวจะต้องมาจากการพิจารณาและตัดสินใจของผู้บริหารหรือบรรณาธิการเป็นสำคัญ ดังนั้น การวางแผนนโยบายของบรรณาธิการจึงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการนำเสนอของเนื้อหาในนิตยสาร นิตยสารจะออกมาในรูปแบบใดก็ตามย่อมขึ้นอยู่กับบรรณาธิการเป็นสำคัญ ซึ่งเนื้อหาของนิตยสารการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในช่วงหลังเหตุการณ์สึนามิได้มีความแตกต่างจากแผนงานเดิมที่วางไว้เท่าใดนัก และแม้ว่าจะมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสึนามิเพิ่มเติมดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น แต่เนื้อหาส่วนใหญ่ยังคงยึดตามรูปแบบเดิมที่กำหนดแผนการผลิตไว้เป็นรายปีเป็นสำคัญ

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของ Wolseley (1965, pp. 375-376) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมของนิตยสาร พบว่าหน้าที่ของนิตยสารก็เหมือนสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ ในสังคมประชาธิปไตย กล่าวคือ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความเป็นจริง แสดงความคิดเห็นอย่างยุติธรรม และลงพิมพ์โฆษณาที่เป็นจริง

นอกจากนี้ ประเด็นเรื่องการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิ และเพื่อกระตุ้นให้ตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบปัญหาจากสึนามิเกิดสภาพความคล่องตัวอีกครั้ง ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Wilbur Schram (ใน ระเบียบวาระ ประกอบผล, 2530, น. 240-242) ที่ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของนิตยสารไว้ดังนี้

1. ทำหน้าที่เสมือนยาม คอยเฝ้าระวังและรายงานความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้สมาชิกในสังคมได้รับทราบ แม้ว่านิตยสารจะไม่สามารถรายงานเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวได้รวดเร็วเท่ากับหนังสือพิมพ์ แต่นิตยสารก็ทำหน้าที่ในลักษณะรวบรวมเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งทางกายภาพและทางความคิดของคนในสังคม แล้วนำมาวิเคราะห์ วิจัย และสรุป ในลักษณะที่มีรายละเอียดมากขึ้น

2. ทำหน้าที่เสมือนเวที หรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งได้เปรียบกว่าสื่ออื่นๆ ในแง่ที่นิตยสารสามารถเสนอเรื่องราวที่เป็นความละเอียดอ่อน ประณีตและลึกซึ้งได้

3. ทำหน้าที่เสมือนครู ให้ความรู้ และการศึกษาแก่ประชาชน โดยที่บางฉบับอาจมุ่งให้ความรู้ และการศึกษาแก่ผู้อ่านโดยตรง ในขณะที่บางฉบับอาจจะให้ความรู้แก่ผู้อ่านของตนด้วยวิธีที่ไม่เร่งรัด ค่อยซึมซับกันไปกับความบันเทิงเริงรมย์ที่ได้อีกด้วย

กล่าวโดยสรุป กรณีการเกิดขึ้นของคลื่นยักษ์สึนามิถือเป็นกรณีตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารที่ได้เข้ามามีบทบาทและมีนโยบายในการช่วยเหลือฟื้นฟูผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง ถึงแม้ว่าการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สึนามิจะไม่ได้ปรากฏอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่บทบาทของสื่อ นิตยสาร โดยเฉพาะประเภทการท่องเที่ยวก็นับได้ว่าเป็นนิตยสารที่มีบทบาทในการฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบจากกรณีภัยพิบัติได้ดีที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง อีกทั้งการนำเสนอถึงเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ยังมีผลทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบการนำเสนอของนิตยสารท่องเที่ยวได้ในอนาคต

ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏอย่างเด่นชัดในนิตยสารท่องเที่ยว ภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ คือ ความพยายามในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา และฟื้นฟูพื้นที่ที่ประสบภัย โดยเฉพาะภาพสะท้อนในเชิงของการสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นในด้านการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ และความเข้าใจอันดีให้แก่ประชาชน ได้รับทราบถึงข้อมูลข่าวสารที่แท้จริงจากพื้นที่ๆ ประสบภัย

ทั้งนี้ ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ สามารถพิจารณาได้จากภาพประกอบสีต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในบทความของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ซึ่งการมีภาพประกอบพร้อมคำบรรยายถือเป็นจุดแข็งในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสาร เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้อ่านเห็นถึงสภาพความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกรณีเหตุการณ์สึนามิ ผู้อ่านมีความคาดหวังและต้องการทราบถึงความก้าวหน้าในการดำเนินงานฟื้นฟูแก้ไขปัญหาในพื้นที่ที่ประสบภัยว่าในสภาพปัจจุบันมีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ การนำเสนอเนื้อหาและภาพของธรรมชาติที่คงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิของนิตยสารท่องเที่ยว เป็นเสมือนสะพานเชื่อมโยงสังคมเก่ากับสังคมใหม่ โดยการถ่ายทอดเรื่องราวลักษณะของความเปลี่ยนแปลงให้ประชาชน

ได้รับทราบ เช่น การถ่ายทอดความเปลี่ยนแปลงในทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในสังคมต่างๆ อีกทั้ง การนำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นให้ผู้อ่านมองเห็นความสวยงามของสถานที่ที่ได้รับผลกระทบจากภาพถ่ายซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ สามารถช่วยให้ผู้อ่านประเมินสถานการณ์ในการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติจริงได้อีกทางหนึ่ง

ซึ่งแนวคิดและภาพสะท้อนที่เน้นทางด้านการสร้างสรรค์และความจรรโลงใจให้กับผู้อ่านดังกล่าวสอดคล้องกับ วินิจ รังผึ้ง (ในนิตยสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับปีการท่องเที่ยวไทย, 2530, น. 5-12) ที่กล่าวไว้ว่า สิ่งสำคัญที่สุดของการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยว คือ ภาพประกอบที่สวยงามและน่าสนใจ เพราะนิตยสารท่องเที่ยวมีบทบาทหน้าที่ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร และเมื่อเกิดกรณีเหตุการณ์สึนามิขึ้น นิตยสารท่องเที่ยวก็ควรมีบทบาทในฐานะสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง ดังนี้

1. หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (To Inform) กล่าวคือเป็นสื่อกลางในการเสนอข่าวสาร เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมในช่วงเวลานั้นๆ ให้ผู้อ่านได้รับทราบ เช่น นิตยสารท่องเที่ยวเสนอข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพำนักในประเทศไทย หรือกรณีเหตุการณ์สึนามิในช่วงปีที่ผ่านมา เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนั้น

2. หน้าที่ในการให้ความรู้ (To Educate) นอกจากการให้ข่าวสารแล้ว การเสนอเรื่องราวที่เป็นความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทั่วไป หรือความรู้เฉพาะด้านให้แก่ผู้อ่าน เป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้อ่านให้กว้างขึ้น เช่น นิตยสารท่องเที่ยวให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ เป็นต้น

3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (To Entertain) ด้วยว่านิตยสารไม่ใช่ตำรา จึงต้องมีสิ่งบันเทิงเพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่าน โดยนำเสนอในรูปแบบของงานเขียนประเภทต่างๆ อาจเป็นเรื่องสั้น เรื่องแปล เรื่องอ่านเล่น หรือจะเป็นรูปแบบการเขียนในลักษณะพรรณนา หรือบรรยายให้เห็นถึงความสวยงามหรือคุณลักษณะของสิ่งต่างๆ เช่น สารคดีท่องเที่ยว ซึ่งทำให้อ่านเกิดจินตภาพพร้อมกับเสนอภาพถ่ายที่สวยงามของสถานที่นั้น

4. หน้าที่ในการเป็นสื่อโฆษณา (To Advertise) ในปัจจุบัน นิตยสารจะไม่สามารถอยู่รอดได้หากขาดการค้ำจุนจากค่าโฆษณา โฆษณาจึงเข้ามามีบทบาทในสื่อประเภทนี้ ทำให้ นิตยสารสามารถขายในราคาต่ำกว่าทุนได้ ดังนั้นนิตยสารจะอยู่รอดหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับโฆษณา นั่นเอง ขณะเดียวกันยังเป็นการช่วยลดภาระของผู้อ่าน ทำให้อ่านได้ทราบถึงความเป็นไปของตลาด โปรแกรมทัวร์ของบริษัทนำเที่ยวหรือโฆษณาสถานที่พักตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้อ่านในการเลือกใช้บริการ

จากการศึกษาบทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ พบว่านิตยสารท่องเที่ยวมีความพยายามในการหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาที่กล่าวถึงความสูญเสียและภาพความรุนแรงที่เกิดจากเหตุการณ์สึนามิ ตลอดจนความพยายามนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ อันเป็นนโยบายสำคัญของการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว ได้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชณี สนสะอาดจิต ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษา หลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยคลื่นยักษ์สึนามิ” ซึ่ง รัชณี สนสะอาดจิต ศึกษาไว้ว่าชาวต่างชาติมองว่าประเทศไทยสามารถที่จะฟื้นตัวได้เร็วจากผลกระทบของเหตุการณ์ อีกทั้ง เป็นดินแดนแห่งมิตรภาพ ตลอดจนในเรื่องของความมีน้ำใจของคนไทย สามารถช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ทั้งนี้การทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จะช่วยทำให้สถานการณ์ด้านท่องเที่ยวดีขึ้น โดยควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านสถานการณ์ทางภาคใต้ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ

กล่าวโดยสรุป การที่นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน ย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขและฟื้นฟูผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นเช่นกัน เนื่องจากนิตยสารถือได้ว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีหน้าที่สำคัญในการเป็นสื่อถ่ายทอดสารสนเทศ (Information) สื่อที่ให้ความรู้ (Education) สื่อที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) และการให้บริการด้านประกาศและโฆษณาต่างๆ ที่สามารถให้รายละเอียดต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มประชาชนต่างๆ ได้อย่างหนึ่ง หรือในอีกด้านหนึ่ง สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อในการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ และความทรงจำ รวมทั้งเป็นเวทีแห่งการแสดงทัศนะที่หลากหลาย และเป็นประจักษ์พยานเชื่อมโยงให้ทุกฝ่ายได้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน อย่างดีในประเด็นสาธารณะ ดังกรณีของเหตุการณ์สึนามิ เป็นต้น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินงานเพื่อนำเสนอเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ๆ ประสบภัยจากสึนามิ ถือได้ว่ายังคงประสบกับปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการ อาทิเช่น ปัญหาด้านการตลาดของนิตยสารการท่องเที่ยว ปัญหาในด้านการขาดการวางแผนและมาตรการรองรับกรณีเกิดภาวะวิกฤต ปัญหาในด้านการขาดความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และข้อจำกัดในเรื่องการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินนโยบายแบบรายปี ซึ่งอุปสรรค

และข้อจำกัดดังกล่าวมีผลให้การดำเนินงานในการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการแก้ไขและฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบดำเนินงานได้อย่างล่าช้า และไม่มีความสะดวกเท่าใดนัก โดยเฉพาะในเรื่องของการขาดเอกภาพหรือศูนย์รวมในการแก้ไขปัญหาสิ้นนามิอย่างจริงจัง และถึงแม้ว่ามีความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนก็ตาม แต่การประสานความร่วมมือดังกล่าวยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการความช่วยเหลือของผู้ที่ประสบภัยจากสิ้นนามิ

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าการดำเนินงานเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับสิ้นนามิจะมีปัญหาและอุปสรรค แต่ขณะเดียวกันสิ่งสำคัญที่สะท้อนได้จากการศึกษาเรื่อง บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สิ้นนามิ คือ ความพยายามทำหน้าที่สื่อมวลชนที่ดี ถึงแม้ว่าจะมีข้อจำกัดหลายประการในการดำเนินงานช่วยเหลือแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัยแต่นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับก็พยายามนำเสนอเนื้อหาเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยเหลือบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อการฟื้นฟูภูมิทัศน์ของชายหาด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้อง และเพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งความพยายามอย่างขยันขันแข็งของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับในการเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการแก้ไขฟื้นฟูพื้นที่ๆ ประสบภัยจากเหตุการณ์สิ้นนามิ โดยเฉพาะในแง่ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ ถือเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังช่วยป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าประเด็นการวิจัยดังกล่าวจะสามารถนำไปสู่การสร้างมุมมองและมิติทางวิชาการใหม่ ในสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยอย่างกรณีเหตุการณ์คลื่นยักษ์สิ้นนามิที่เกิดขึ้นเมื่อปี 2547 ที่ผ่านมา ดังนี้

1. รัฐควรตระหนักและแนวทางในการพัฒนา ส่งเสริมฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างไร การกระทำและแนวนโยบายทั้งหมดที่รัฐให้สื่อประเภทนิตยสารการท่องเที่ยวนำเสนอเป็นเพียงแค่ตามกระแสของสังคมเท่านั้น หรือเป็นการวางนโยบายเพื่อให้เกิดความร่วมมืออย่างยั่งยืน ทั้งนี้เพื่อมิให้เกิดเป็นความสูญเสียในเชิงซ้ำซ้อนขึ้นอีกในอนาคต

2. การกำหนดนโยบายและดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีการประสานงานและมีแนวนโยบายในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ข้อมูลและข่าวสารที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน

3. ผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวควรทำความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะความเข้าใจในเหตุการณ์สึนามิต่อผู้อ่าน ซึ่งก็เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ต่อการบริหารงานและพัฒนา รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวสืบต่อไปในอนาคต

4. การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ ควรมีความสอดคล้องและตอบรับต่อนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

5. การนำเสนอเนื้อหาควรเน้นให้เห็นถึงภาพที่ชัดเจนและข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสึนามิ และควรเพิ่มเนื้อหาที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ประสบภัยจากสึนามิอีกครั้ง โดยอาจจะเพิ่มคอลัมน์ที่เน้นและสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เคยได้รับผลกระทบจากสึนามิ สามารถพลิกฟื้นคืนสู่สภาพปกติที่มีความสวยงามดังที่ผ่านมา

6. การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยว ควรเน้นเนื้อหาที่มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติเป็นสำคัญ โดยเฉพาะในกรณีการเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติจากธรรมชาติต่างๆ นิตยสารท่องเที่ยวควรมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคม ต่อการแก้ไขปัญหา ช่วยเหลือกรณีวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างต่อเนื่องและจริงจัง และควรมีแนวนโยบายในการปรับปรุง ตลอดจนพัฒนารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่อาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

7. การนำเสนอเนื้อหาควรมีความกระชับและชัดเจน ทั้งนี้เพื่อสะดวกและง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้อ่านนิตยสาร ซึ่งเนื้อหาที่เข้าใจง่ายจะช่วยให้ผู้อ่านสามารถซึมซับข่าวสารความรู้และเนื้อหาได้อย่างแท้จริง และนิตยสารที่ดีควรเป็นสื่อที่น่ากลับมาอ่านได้ตลอดเวลา

8. ผู้บริหารนิตยสารท่องเที่ยวควรเปิดโอกาสให้ผู้อ่านและผู้ประสบเหตุการณ์โดยตรง สามารถเสนอบทความในเชิงสร้างสรรค์หรือบอกเล่าประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์จากเหตุการณ์สึนามิให้ผู้อื่นได้รับทราบผ่านนิตยสารท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อช่วยให้เข้าใจถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงได้อีกมุมมองหนึ่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตของสื่อต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสื่อต่อไป
2. ควรศึกษาวิจัยบทบาทในการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาของสื่อประเภทอื่นๆ ในภาวะวิกฤต
3. ควรศึกษาวิจัยประสิทธิภาพของสื่อนิยตยสารในภาวะวิกฤต
4. ควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาของสื่อในภาวะวิกฤต

สำนักหอสมุด

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). *ช่วยอันดามันเที่ยวอันดามัน: คู่มือแหล่งเที่ยว 6 จังหวัดอันดามัน*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิติมา สุรสนธิ. (2544). *ความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดรุณี หิรัญรักษ์. (2530). *นิตยสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2545). *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2534). *การจัดทำนิตยสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2550). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น : ปรัชญาและแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ระวีวรรณ ประกอบผล. (2530). *นิตยสารไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งทิพ ว่องปฏิการ. (2548). *ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- วินิจ รังผึ้ง. (2549). *อันดามันความลับทะเลลึก (หลังคลื่นสึนามิ)*. กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2538). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. (2527). *นิตยสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุกัญญา ติระวณิช. (2528). *ภาษาหนังสือพิมพ์และนิตยสาร*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร* (หน่วยที่ 10). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วิทยานิพนธ์

กนกพร วงศ์น่าน. (2549). บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกับการส่งเสริมสุขภาพใน 4 จังหวัดภาคเหนือตอนบน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

กนกวรรณ นະนะกร. (2542). การวิเคราะห์องค์กร รูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารสกุลไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์.

กาญจนา ธานีปกรณ์. (2544). รูปแบบการดำเนินชีวิตและทัศนคติของผู้อ่านชายต่อนิตยสารผู้ชายกรณีศึกษานิตยสารเอสไควร์ ฉบับภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

ธารินี สมบุญ. (2548). นโยบายและการวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์: ศึกษากรณีการฟื้นฟูการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามันหลังประสบภัยพิบัติภัย ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.

ปาริชาติ บุญคล้าย. (2548). การบริหารข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในภาวะวิกฤต: ศึกษาเฉพาะกรณีธรณีพิบัติภัย. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

รัชนี สมนะอาดจิต. (2548). ทัศนคติและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษาหลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย คลื่นยักษ์ Tsunami. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

วิธินี วรรณสกล. (2542). การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.

- วิปาลี จันทรโรจน์. (2543). *แนวทางการกำหนดนโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑสถานในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- วินิจ รังผึ้ง. (2530). *นิตยสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับปีการท่องเที่ยวไทย 2530*, สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์
- วิสุทธิ มั่งมี. (2549). *กระบวนการผลิตข่าวภัยพิบัติทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ศึกษากรณี ภัยพิบัติ สึนามิ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- อดิศักดิ์ จารุจินดา. (2547). *บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมคุณภาพ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- อินทิรา วุฒิสุมบูรณ์. (2549). *การประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชายฝั่งอันดามันของไทย หลังประสบภัยพิบัติสึนามิ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูมิภาคยุโรป*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.
- อิสริย์ อชพงศ์สิน. (2548). *บทบาทนิตยสารศิลปวัฒนธรรมในการสื่อสารด้านศิลปวัฒนธรรมไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

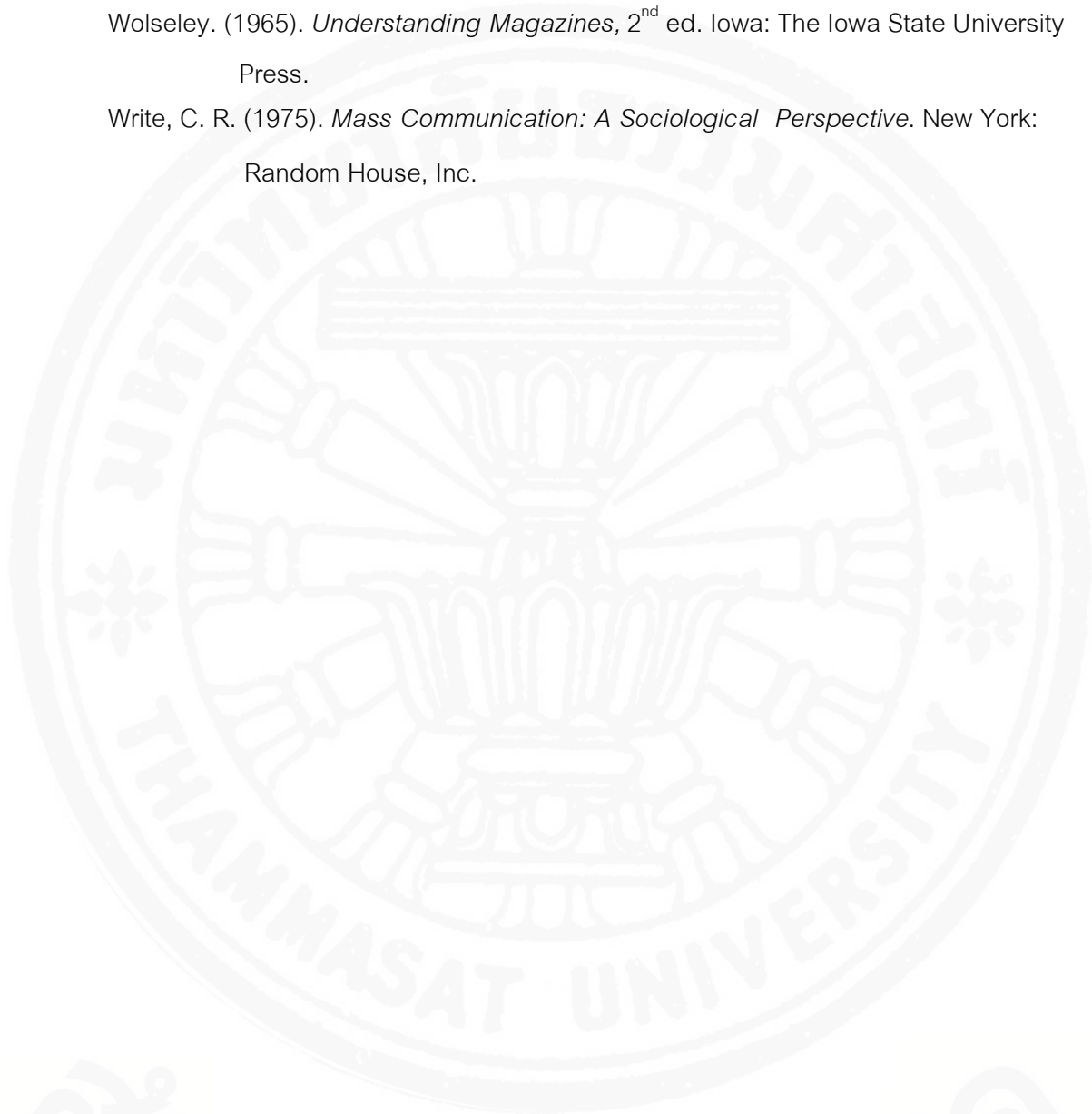
Books

- Clason, W. E. (1973). *Elsevier's Dictionary of Library Science, Information and Documentation*. Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing.
- Davinson, D. E. (1969). *The Periodical Collection: Its Purpose and Uses in Library*. London: Dentsch.
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication*. New York: Harper and Row Publishers.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory*. New York: Sage Publications.

Shramm. (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford, California: Standard University Press.

Wolseley. (1965). *Understanding Magazines*, 2nd ed. Iowa: The Iowa State University Press.

Write, C. R. (1975). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. New York: Random House, Inc.



สำนักหอสมุด



ภาคผนวก

สำนักหอสมุด

ผนวก ก

แบบสัมภาษณ์บรรณาธิการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. ชื่อ.....นามสกุล.....
2. นิตยสาร.....
3. ตำแหน่ง.....
4. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน.....

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังการเกิดสึนามิ

2.1 แนวนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยว

- 1) นิตยสารของท่านมีนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยว 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิอย่างไร
- 2) จุดมุ่งหมายในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังการเกิดสึนามิของนิตยสารคืออะไร
- 3) แหล่งข้อมูลเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลังการเกิดสึนามิของนิตยสารมาจากที่ใดบ้าง
- 4) ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง และมีการติดต่อประสานงานการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกันอย่างไร
- 5) มีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของนิตยสารในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังการเกิดสึนามิ

2.2 ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยว

- 1) นิตยสารของท่านมีวิธีการจัดสรรพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยว 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิอย่างไร
- 2) ในความรู้สึกรของท่านนิตยสารของท่านมีการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิในปริมาณมากน้อยเพียงใด และท่านคิดว่าเพียงพอหรือไม่
- 3) สัดส่วนของรูปภาพต่อเนื้อหาเป็นอย่างไร

2.3 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้านการฟื้นฟูการท่องเที่ยว

1) ท่านมีวิธีการพิจารณาคัดเลือกประเด็นเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังการเกิดสึนามิเป็นอย่างไร

2) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังการเกิดสึนามิของนิตยสารของท่านแตกต่างกับนิตยสารคู่แข่งอย่างไรบ้าง

3) นิตยสารของท่านมุ่งเน้นการเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ ดังนี้ อย่่างไร

3.1) การฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง เช่น ปะการัง หาดทราย การเก็บกวาดทำความสะอาด การกู้ซากปรักหักพัง การกำจัดสิ่งสกปรก ขยะชายหาดและใต้ทะเล การจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว

3.2) การฟื้นฟูบุคลากร เช่น การเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการฟื้นฟูอาชีพ การฟื้นฟูสภาพจิตใจของนักท่องเที่ยวและผู้คนในพื้นที่ประสบภัย การบริจาคเงิน และสิ่งของแก่ผู้ประสบภัย การส่งเสริม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น

3.3) การฟื้นฟูสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว เช่นรูปแบบของ โรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น

3.4) การฟื้นฟูภาพลักษณ์การท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการฟื้นฟูภาพลักษณ์ การฟื้นฟูความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับสถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย เป็นต้น

2.4 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขปัญหา ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการฟื้นฟูการท่องเที่ยว

1) ปัญหาในการนำเสนอข่าวสารเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังการเกิดสึนามิของนิตยสารของท่านมีอะไรบ้าง

2) นิตยสารมีการแก้ไขปัญหาอย่างไร

3) ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยว 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิควรเป็นอย่างไร

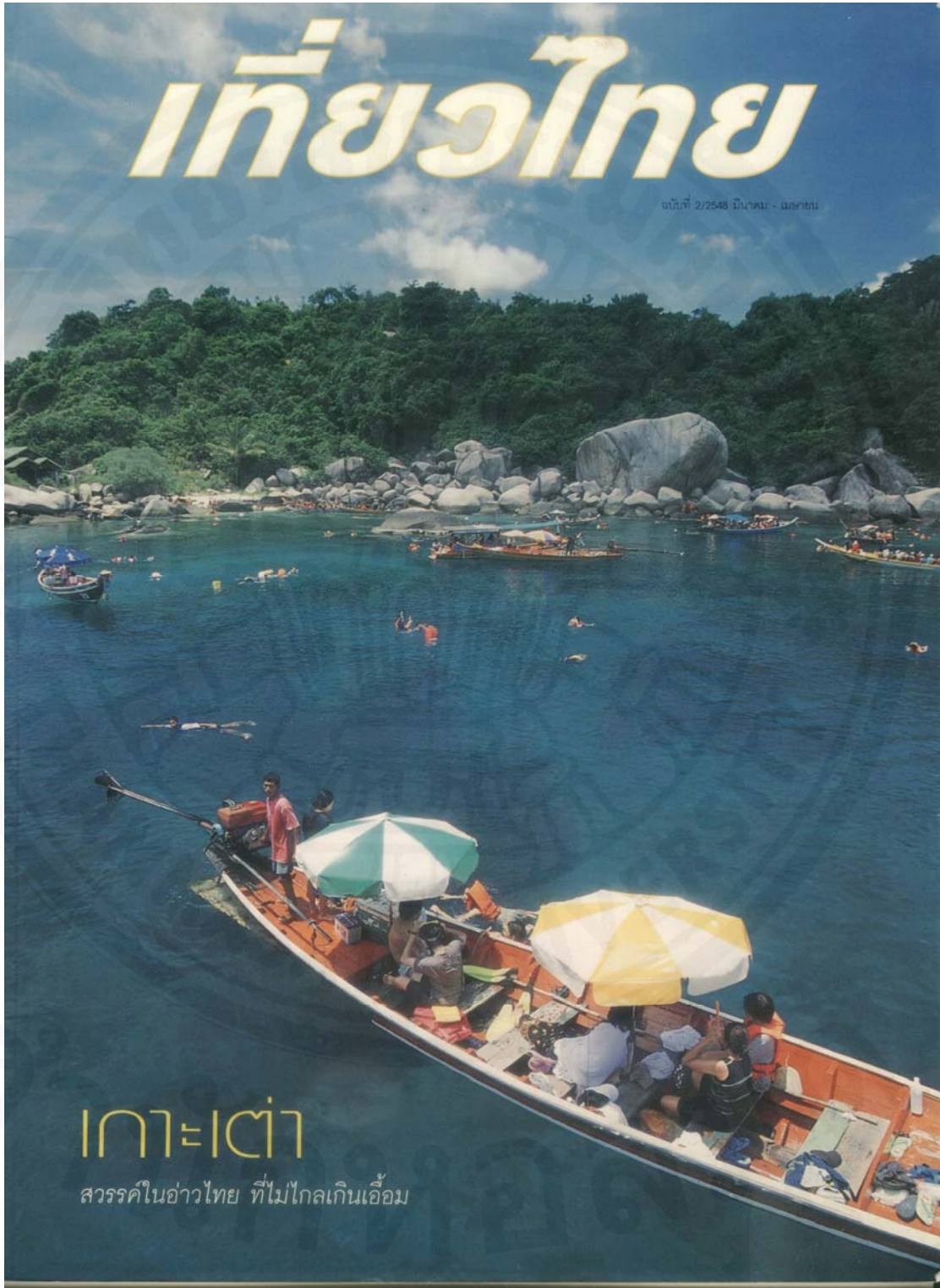
ผนวก ข

ตัวอย่างปกนิตยสารท่องเที่ยว

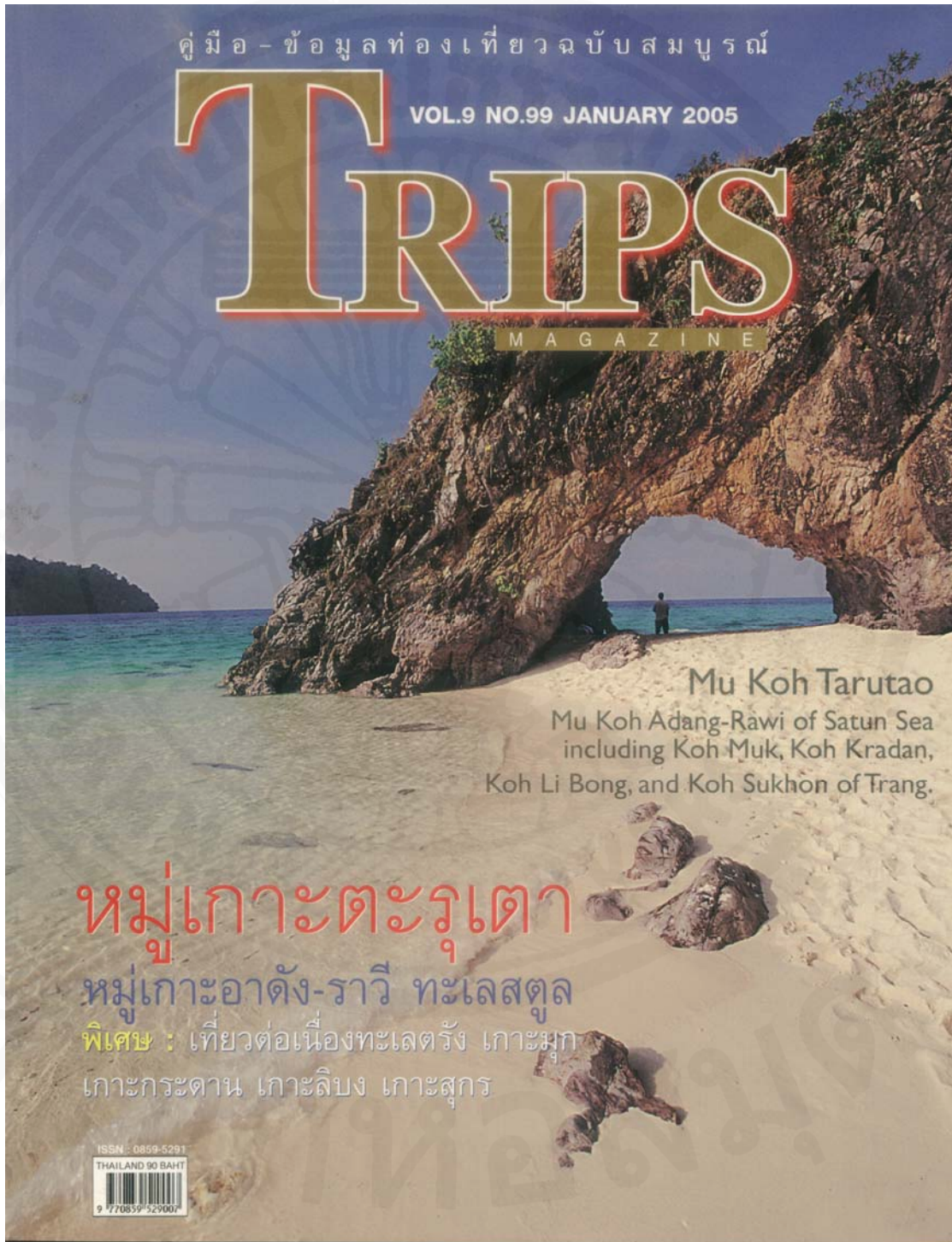
นิตยสาร อสท.



นิตยสารเที่ยวไทย



นิตยสาร Trips



นิตยสาร Outdoor Thailand

THE TICKET TO EXPLORE Life's too short - Not To Be!

ADVENTURE, SPORTS & HEALTH

OUTDOOR

T H A I L A N D

MAGAZINE FOR LIFESTYLE

The Go - Now Guide to Great Trips

MOUNTAINBIKE
สองสาวกับเต่าจอมพลังทะเล
เขาฟ้าแลบ

SEA THROUGH
บันทึกลินามิ
จากใต้ท้องทะเลสมิรัน

OUTSIDE ACTION
เกี่ยวพีพีนหน้าผา
อ่าวสิง

FORD FOR TRIPS
ชีวิตที่ไร้ขีดจำกัดกับ FORD RANGER HI-RIDER ACTIVE

ก้าวเข้าสู่ปีที่ 3

ISSN 1685-0718

70.

9 771685 071005

74 OUTBOUND

NAPAL

50 TREKKING
ภูเขา

PHILIPS

PROJECTOR WATCH
PHILIPS
AJ3600

88 TOOLS&TOYS

The New Style of Adventure

นิตยสาร Adventure&Travel

ฉบับนี้
ท่องเที่ยว ยุคใหม่

Adventure & Travel

ปีที่ 21 | ฉบับที่ 249

1 686 872 200015

ไทย 88 บาท

จิวโซโก
มีอาจเป็นแค่สวรรค์บนดิน

ฟูลมูนปาร์ตี้
ชีวิตที่เป็นมากกว่าการปลดปล่อย

เขาระหะคว่า เส้นทางพิสุทธ์
สายใหม่ของคนเดินป่า

ลัน่า
คริสเต็นเซนต์
กับความท้าทายบนพื้นผิวน้ำและเส้นเชือก

เปิดโลกกุหลาบไทย
3 หมู่เกาะป่าเขียว
เที่ยวตลาดวังหลัง
ด้วยเงิน 1,000 บาท
ค้นหาแก้วแล้วก็องุ่น
ชีวิตสองภาคกับ
บุรินทร์ บุนนาค
จากอ่างขาง แกมฮอย
ถึงเชียงใหม่กลาง
เส้นทางขับรถถึงดงงาม
แห่งหนึ่งของไทย

ประวัติการศึกษา

ชื่อ นางสาววิชุดา ทองปัญญา
วันเดือนปีเกิด 15 เมษายน 2525
วุฒิการศึกษา ศิลปศาสตรบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

