TEI THAILAND ENVIRONMENT INSTITUTE
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

“A Changing Cilmate. A Need to Adapt”
“เมื่อภูมิอากาศเปลี่ยน เราต้องปรับ?”



สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย
THAILAND ENVIRONMENT INSTITUTE

จากองค์ความรู้ สู่การสื่อสาร เปลี่ยนแปลงสังคม
Climate Adaptation Communication Blueprint

บทนำ



ดร.วิจารย์ สิมาฉายา
ผู้อำนวยการสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

ปัจจุบัน สถานการณ์โลกเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว ภัยคุกคามต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบทั้งต่อเศรษฐกิจและสังคม โดยภัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งภัยคุกคามที่สำคัญ โดยเฉพาะวิกฤตสภาพภูมิอากาศสุดขั้ว (extreme weather) ที่ทวีความรุนแรงและส่งผลกระทบมากขึ้นเรื่อย ๆ

เหตุน้ำท่วมที่หาดใหญ่และเชียงรายในปี 2568 ต่อเนื่องในปี 2569 ที่น่าน เป็นตัวอย่างของผลกระทบจากวิกฤตดังกล่าว กรณีน้ำท่วมหาดใหญ่มีปริมาณน้ำฝนสูงสุดนับตั้งแต่มีการเก็บข้อมูลมา 300 ปี ขณะที่เชียงรายประสบทั้งภาวะแห้งแล้งและน้ำท่วมในปีเดียวกัน เหตุการณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าสภาพอากาศกำลังเปลี่ยนแปลง และเราจำเป็นต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมี 2 ด้านสำคัญ ได้แก่ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการปรับตัว โดยประเทศไทยมีพันธกรณีที่จะต้องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ตามเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือ Net Zero ในปี ค.ศ. 2050 ที่ได้ให้สัตยาบันไว้

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไม่ถึง 1% ของโลก การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของไทยเพียงประเทศเดียวจึงไม่อาจลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ประเทศไทยต้องเผชิญได้ เพราะการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากประเทศอื่นยังคงส่งผลต่อสภาพภูมิอากาศโลก ดังนั้นการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่กับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

การปรับตัวเป็นเรื่องของการอยู่รอดและการลดความสูญเสีย เราต้องเตรียมพร้อมรับมือกับอากาศที่ร้อนขึ้น ภัยแล้ง การขาดแคลนน้ำ และภัยพิบัติที่อาจมีความรุนแรงและเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด ภาคเกษตรต้องวางแผนว่าจะปลูกพืชชนิดใดที่เหมาะสมกับสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง ขณะที่พื้นที่เสี่ยงภัยต้องมีแผนรับมือที่ชัดเจน ทั้งการเคลื่อนย้ายผู้สูงอายุ การเตรียมสถานพยาบาล และการช่วยเหลือประชาชน

ด้วยเหตุนี้ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI) จึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารงานวิจัยและองค์ความรู้เรื่องการปรับตัวสู่สังคม เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้หน่วยงาน องค์กร และประชาชนตระหนักถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสามารถนำความรู้ไปเตรียมพร้อมรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้น

หนังสือเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อรายงานผลการดำเนินงานสื่อสาร สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับตัว และชวนให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งการให้ข้อมูล การเตือนภัย และการซ้อมรับมือกับภัยต่าง ๆ ขณะเดียวกัน ได้สร้างความเข้าใจด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวล้วนมีความสำคัญต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยยังยึดแนวคิด “ปรับ เปลี่ยน ปลอด” เพื่อให้สามารถอยู่กับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างปลอดภัย

TEI จากองค์กรสิ่งแวดล้อม สู่ผู้เชื่อมโยงองค์ความรู้กับสังคม

TEI THAILAND ENVIRONMENT INSTITUTE
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรชั้นนำด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากลที่ยึดมั่นในความเป็นกลาง เพื่อร่วมสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI) ดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- เสนอแนะนโยบาย ยุทธศาสตร์ และทิศทางการพัฒนาของประเทศด้านสิ่งแวดล้อม
- พัฒนาองค์ความรู้ นวัตกรรม และมาตรฐานสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่อ้างอิงและเป็นสากล
- เสริมสร้างศักยภาพภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- สร้างความร่วมมือกับองค์กรหลักด้านสิ่งแวดล้อมและพัฒนาเครือข่ายระดับต่าง ๆ
- รณรงค์สื่อสารให้ข้อมูลและความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมต่อสังคม
- บริหารจัดการองค์กรด้วยธรรมาภิบาล

Core Value

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI) ยึดหลัก "รู้ลึก สำนึกดี ภาคีวางใจ รับใช้สังคม" เป็นวิถีการทำงานขององค์กร โดยมีความหมายดังนี้

- **รู้ลึก** คือ ความชำนาญและความเป็นเลิศด้านสิ่งแวดล้อม
- **สำนึกดี** คือ จิตใจดี ยึดมั่นในคุณธรรม ความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ และการตอบแทนสังคม
- **ภาคีวางใจ** คือ การทำงานอย่างมีส่วนร่วมและรับผิดชอบร่วมกับภาคีพันธมิตรและทุกภาคส่วน
- **รับใช้สังคม** คือ การมุ่งผลักดันนโยบายและมาตรการที่นำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับสังคมในทุกระดับ

บทบาท

ตลอด 33 ปีที่ผ่านมา สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI) ให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ การยกระดับการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาบุคลากร และการดำเนินงานในระดับพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะนโยบายของประเทศ โดยการดำเนินงานในช่วง 10 ปีแรก (พ.ศ. 2536-2545) มุ่งแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลพิษจากการพัฒนาอุตสาหกรรม ช่วงกลาง (พ.ศ. 2546-2555) มุ่งเสริมสร้างบทบาทของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแบบมีส่วนร่วม และช่วงปัจจุบัน (พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา) มุ่งประสานความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อรับมือกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ซับซ้อน พร้อมผลักดันการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดความสูญเสียจากความหลากหลายทางชีวภาพ และการป้องกัน/แก้ไขปัญหามลพิษ เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

สิ่งที่แตกต่างจากองค์กรอื่น

TEI ดำเนินงานในฐานะองค์กรวิชาการอิสระที่ยึดมั่นในความเป็นกลาง ทำงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาสังคม และชุมชน เพื่อสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยได้รับการยอมรับในระดับสากลและได้รับการจัดอันดับเป็นหนึ่งใน World Top Think Tanks ด้านสิ่งแวดล้อมจากมหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนียเป็นเวลา 9 ปี ติดต่อกัน

สารบัญ

บทที่ 01

โลกกำลังเปลี่ยน และเรากำลังเผชิญอะไร

5

บทที่ 02

จากองค์ความรู้สู่การปรับตัว

8

บทที่ 03

สิ่งที่ทุกคนทำได้: Adaptation Guide

14

บทที่ 04

บทเรียนจากการสื่อสารเรื่อง Climate Adaptation

17

บทที่ 1 โลกกำลังเปลี่ยน และเรากำลังเผชิญอะไร

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป อุณหภูมิที่สูงขึ้น ฝนตกหนัก น้ำท่วม ภัยแล้ง คลื่นความร้อน ความมั่นคงทางอาหาร ล้วนกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์



แต่จะทำอย่างไรให้มนุษย์ตระหนักรู้ถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้นหาก เรายังคงปล่อยให้โลกเราเดินทางสู่ภาวะ Climate Change โดยไม่มีการป้องกัน

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทยตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้ จึงมุ่งสื่อสารปัญหา Climate Change ให้บุคคลทั่วไปได้รับรู้ผ่านโซเชียลมีเดียของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ Photo Post, Infographic และ Short Clip ซึ่งมียอดเข้าชมดังกล่าวจำนวนมาก โดยมีประเด็นตัวอย่างดังนี้

1 น้ำท่วมหาดใหญ่



ยอดการรับชม **97,370** Views

https://www.facebook.com/tei.or.th/posts/pfbid02iStqGCmwhwPf-cy8SCkikTy84H6fyi27z5cZnyNhAtxSrMC4NEQy5Makj6GM2qaQZl?rdid=6wgsOckcsZAVvjPw

2 ฝุ่น $PM_{2.5}$



ยอดการรับชม **97,370** Views

https://www.facebook.com/tei.or.th/posts/pfbid0vjATPE4DxiMtow-JnNDfu4WzFd2aPQpRRb6AYVFJypcYgYgCjfsN5vseHa9q5Wd92l?rdid=QGWniuOkXvujX5W4

3 แก้ปัญหาน้ำท่วมแบบชิซุโอกะ



ยอดการรับชม **22,511** Views

https://www.facebook.com/tei.or.th/posts/pfbid0Rdyds-So7RMkBSDwBVgGREHDvqPkx6uD2bAxiwg4ixBzVSP7foc3CAysv1gfrEqwBl?rdid=6Xrn9RQZxMT176Fe

4 ผลกระทบจาก Climate Change ต่อโรงเรียน



ยอดการรับชม **218,971** Views

https://www.facebook.com/tei.or.th/posts/pfbid02whBqHyLSnWRqN-hVj48BHMrwsG2JGMCcYTf63sdLt4QJriRxeZkEKoxqy2fc5oSeZl?rdid=uUfl9ENj8z3fyPSo

5 วิกฤตน้ำมัน



ยอดการรับชม **644,097** Views

https://www.facebook.com/reel/1439268547996053

6 พลิกวิถีไร้อ้อยฝ่าฝุ่น



ยอดการรับชม **550,717** Views

https://www.facebook.com/reel/900536719256657

การปรับตัว คือ คำตอบของการอยู่รอด

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศไม่ใช่ **“ทางเลือก”** แต่เป็น **“ทางรอด”**

การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตประจำวันของเราในปัจจุบัน การปฏิเสธความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ใช่วิธีการแก้ไขปัญหาที่ยั่งยืน หากแต่เป็นการปรับตัว (Adaptation) และการลดผลกระทบ (Mitigation) ต่างหากที่จะเป็นทางรอดในยุค Climate Change



Climate Adaptation แนวคิดด้านการปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง เป็นแนวทางในการรับมือกับภัยที่อาจเกิดขึ้นจากสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง ทั้งปัญหาภัยแล้ง น้ำท่วม การขาดแคลนอาหารจากการสูญเสียระบบนิเวศ โดยมีแนวทางในการปรับตัว เช่น การเรียนรู้ในการปลูกพืชหมุนเวียน การจัดการน้ำสำหรับชุมชน ระบบเฝ้าระวังและเตือนภัย



ในด้าน Climate Mitigation ก็เป็นอีกหนึ่งแนวคิดสำคัญในการรับมือกับสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง เพราะเป็นแนวทางลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากฝีมือมนุษย์ให้ได้มากที่สุด ในสภาวะที่มนุษย์ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่ากิจกรรมบางอย่างที่สำคัญในชีวิตประจำวันส่งผลโดยตรงต่อสภาพภูมิอากาศ ดังนั้นการลดผลกระทบจึงจำเป็น เช่น การประหยัดพลังงานภายในอาคาร การใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานสะอาด การลดการใช้รถยนต์สันดาป เป็นต้น

ทั้ง Climate Adaptation และ Climate Mitigation ล้วนเป็นแนวคิดสำคัญในการรับมือกับสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง เพราะเป็นหนทาง **“ปรับ เปลี่ยน ปลอด”** ของมนุษย์ในการอยู่ร่วมกับธรรมชาติต่อไปในอนาคต

ทำไมการสื่อสารจึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างการปรับตัว

Climate Change เกิดขึ้นและกระทบต่อชีวิตของมนุษย์ในหลากมิติ การรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่เป็นทางรอด คือ การปรับตัว (Adaptation)

การปรับตัวในสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงให้มีประสิทธิภาพจึงไม่ใช่แค่การเผยแพร่เรื่องราวผลกระทบและแนวทางการรับมือเท่านั้น แต่ต้องให้ความรู้พื้นฐาน สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหา ผลกระทบ และความจำเป็นในการปรับตัว โดยอ้างอิงจากข้อมูลทางวิชาการให้บุคคลทั่วไปรับรู้ เข้าใจเรื่องการปรับตัวมากขึ้น

ดังนั้น แนวทางในการสื่อสารจึงต้องใช้วิธีการที่เข้าถึงคนส่วนใหญ่ให้ได้มาก ผลงานวิจัยจากนักวิชาการของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยจึงต้องนำมาย่อยให้ง่ายขึ้นผ่านการจัดทำสื่อ Infographic หรือวิดีโอเล่าเรื่องเข้าใจง่าย เพื่อสื่อสารผ่านทางโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ ยังดำเนินการสื่อสาร ทั้งออนไซต์ และออนไลน์ เช่น การจัดสัมมนาออนไลน์ การจัดบรรยายในสถานศึกษา รวมถึงกิจกรรมอบรม หรือสร้างการมีส่วนร่วมให้บุคคลทั่วไป

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย จึงเชื่อมั่นว่าการสื่อสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาวะภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงจะเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างการปรับตัวเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต



บทที่ 2 จากองค์ความรู้ สู่การปรับตัว



สถาบันสิ่งแวดล้อมไทยทำงานด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยมาอย่างยาวนาน โดยมีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมทำงานสร้างองค์ความรู้ให้สถาบันเป็นผลงานวิจัยจำนวนมาก ซึ่งทางสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยสามารถใช้องค์ความรู้เหล่านี้ในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมได้หลากหลายรูปแบบ

โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารกับบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ในวงการสิ่งแวดล้อม ทางสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยจึงเล็งเห็นแนวทางการนำองค์ความรู้ทางวิชาการมาเผยแพร่ให้เข้าใจง่ายผ่านกระบวนการ “วิจัย-สังเคราะห์-เข้าใจผู้คน-เล่าเรื่อง-สื่อสาร-นำไปใช้”

ทางสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย เลือกนำเสนอองค์ความรู้จากงานวิจัยเป็นเนื้อหาในโซเชียลมีเดีย ทั้ง infographic วิดีโอ บทสัมภาษณ์ คอนเทนต์ การเล่าเรื่อง ตามประเด็นต่าง ๆ โดยมีนักวิชาการและนักเล่าเรื่องของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยทำงานควบคู่กันไป



เราสื่อสารเรื่องอะไรกับสังคม

แนวทางการปรับตัวตามแผนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแห่งชาติ (NAP) ได้แบบ่งออกเป็นด้าน 6 ด้าน ต่อไปนี้

1. สาขาการจัดการน้ำ (Water Management)
เน้นการจัดการทรัพยากรน้ำ โดยเฉพาะการกักเก็บน้ำเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันและการวางระบบแหล่งน้ำให้เชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ การรีไซเคิลน้ำ

2. สาขาเกษตรและความมั่นคงทางอาหาร (Agriculture and Food Security)
มุ่งเน้นการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ ให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง รวมถึงการทำระบบเตือนภัยโรคและศัตรูพืช

3. สาขาสาธารณสุข (Public Health)
มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพกลุ่มเสี่ยงต่าง ๆ พัฒนาระบบบริการสาธารณสุข และเตรียมแผนฉุกเฉินในการรักษาผู้ป่วยในกรณีเกิดภัยพิบัติ หรือโรคอุบัติใหม่

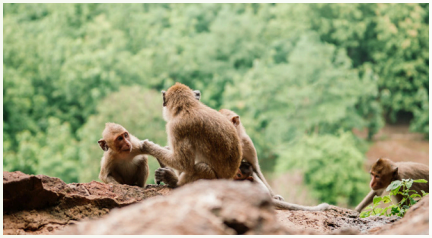
4. สาขาการท่องเที่ยว (Tourism)
ทำปฏิทินการท่องเที่ยวและแผนรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ เตรียมการป้องกันความเสียหายของสิ่งปลูกสร้างในกรณีเกิดภัยพิบัติ รวมถึงการพัฒนาระบบการแจ้งเตือนภัยต่าง ๆ ให้เชื่อมโยงกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ เป็นต้น

5. สาขาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource Management)
จัดการระบบนิเวศบนบก พื้นที่น้ำ และทะเล และสร้างเสริมพัฒนาชุมชนที่มีวิถีชีวิตเชิงนิเวศ ส่งเสริมการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

6. สาขาการตั้งถิ่นฐานและความมั่นคงของมนุษย์ (Human Settlement and Security)
มุ่งเน้นจัดการเมืองและชุมชนให้เหมาะสมทั้งการสร้างพื้นที่สีเขียว พลังงานสำรอง แหล่งทรัพยากรสำรอง และการสร้างระบบเตือนภัยพิบัติ ให้ความสำคัญกับกลุ่มเปราะบาง








TEI ถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างไร

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทยใช้การสื่อสารผ่าน 3 รูปแบบ ได้แก่ Photo Post, Infographic และ Short Clip โดยมีแนวทางการนำเสนอเนื้อหา 3 ลักษณะ คือ เนื้อหาทันเหตุการณ์ตามแต่ละพื้นที่สำคัญ เนื้อหาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และเนื้อหาต่อยอดจากเหตุการณ์สำคัญ

Photo Post

เป็นคอนเทนต์ภาพสำหรับโซเชียลมีเดียที่ใช้ภาพเป็นหลักในการถ่ายทอดข้อมูลและดำเนินเรื่องเหมาะกับเนื้อหาที่มีรายละเอียดหรือเหตุการณ์ต่อเนื่อง โดยเน้นการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจและชวนติดตาม



Infographic

เป็นคอนเทนต์สำหรับการย่อยข้อมูลทางวิชาการให้เข้าใจง่ายโดยไม่ลดทอนสาระ ในขณะเดียวกันต้องนำเสนอให้สั้นกระชับ จึงเหมาะกับการเล่าข้อมูลหรือสรุป



Short Clip

เป็นคอนเทนต์ที่ใช้การเล่าเรื่องด้วยเสียงและภาพ โดยต้องสั้นกระชับและเข้าใจง่าย เหมาะกับการอธิบายและสร้างการรับชม



ผลลัพธ์การสื่อสาร สะท้อนการเข้าถึงองค์ความรู้

การสื่อสารที่ประสบความสำเร็จใช่วัดกันเพียงยอดตัวเลข ‘มาก’ หรือ ‘น้อย’ หากจะต้องเข้าใจด้วยว่าตัวเลขเหล่านั้นสะท้อนพฤติกรรมและความรู้สึกของคนดูอย่างไรเพื่อให้สามารถวัดผลลัพธ์ได้อย่างแม่นยำ

อาทิ คนเห็นโพสต์และการแสดงผล (Reach/Impression) ใช้วัดการมองเห็นหรือจำนวนคนเห็นเนื้อหา ซึ่งสะท้อนถึงการรับรู้เบื้องต้น คนดูเนื้อหา (View) ยอดจำนวนคนเปิดดูเนื้อหาที่บอกให้ทราบว่าเนื้อหานั้นน่าสนใจและดึงดูดมากเพียงใด หรือ การตอบสนองต่อเนื้อหา (Interaction) ที่บ่งชี้ว่าเนื้อหาดังกล่าวสื่อสารประเด็นได้ตรงใจ โดยสะท้อนผ่านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมอย่างการกด Like Comment หรือ Share เป็นต้น

ตัวชี้วัดผลการสื่อสารและความคืบหน้า

ยอดรวมคนเห็นโพสต์และการแสดงผล (Reach, Impression)

เป้าหมาย **20,000,000** คน/ครั้ง

ยอดรวมคนดูเนื้อหา (View)

เป้าหมาย **10,000,000** คน

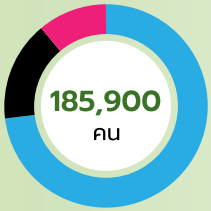
ยอดรวมการตอบสนองต่อเนื้อหา (Interaction)

เป้าหมาย **500,000** คน

ยอดการรับชม เป้าหมาย 20,000,000 คน/ครั้ง

ผลสรุปยอดการรับชมทั้งหมด **21,868,425** คน/ครั้ง

สรุปผลยอดด้านผู้ติดตาม (Followers)



- **Facebook** 118,000 คน
  จากเป้าหมาย 100,000 คน
- **TikTok** 47,600 คน
  จากเป้าหมาย 150,000 คน
- **Instagram** 20,300 คน
  จากเป้าหมาย 20,000 คน

การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย เผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ถึงแนวทางการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่สังคม ได้แก่

1 งานแถลงข่าว

‘TEI เผยคนไทยผลสำรวจ 88% อ่วมพิษสิ่งแวดล้อม! เรียกร้องพรรคการเมืองดัน 3 นโยบาย “อากาศ-น้ำ-ขยะ” เป็นวาระหลัก’

การประชาสัมพันธ์ (PR value) **33,421,165.80** บาท

จำนวนคนมองเห็น (Eyeballs) **108,049,343** คน

2 ข่าวประชาสัมพันธ์

‘TEI เปิดข้อมูลวิเคราะห์ 9 อาชีพเสี่ยงภัยกลางแจ้งรับเดือนแห่งแรงงาน สถิติชี้ ‘รับจ้างทั่วไป’ ครองแชมป์เสียชีวิตอันดับหนึ่ง! พร้อมชง รัฐ-เอกชน เร่งคลอด 3 มาตรการคุ้มครองแรงงาน’

การประชาสัมพันธ์ (PR value) **2,280,00.00** บาท

จำนวนคนมองเห็น (Eyeballs) **14,336,190** คน

รวมมูลค่าการประชาสัมพันธ์จากความร่วมมือ

การประชาสัมพันธ์รวม **39,261,010.80** บาท

จำนวนคนที่มองเห็นรวม **132,855,720** คน

TEI ถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างไร

แม้เนื้อหาของสิ่งที่ต้องการบอกเล่าจะเป็นเรื่องเดียวกัน แต่เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย TEI จึงสร้างสรรค์การสื่อสารออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ โพสต์ภาพประกอบข้อความ (Photo Post) อินโฟกราฟิก (Infographic) และคลิปสั้น (Short Clip) อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ช่วยกระตุ้นการเข้าถึง เพิ่มจำนวนการมองเห็น รวมถึงทำให้การสื่อสารมีความดึงดูดใจและได้รับความนิยมสูง ประกอบด้วย

1. นำเสนอเนื้อหาโดยเชื่อมโยงกับสถานการณ์สำคัญที่มีผลกระทบต่อสังคม
2. ยกกรณีศึกษาที่มีความใกล้เคียงกันมานำเสนอเชิงเปรียบเทียบเพื่อให้คนเห็นภาพชัดขึ้น
3. นำเสนอ ‘ทางออกที่ทำได้จริง’ เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมหรือปฏิสัมพันธ์เชิงบวก (Positive Engagement)
4. ใช้ภาพประกอบแบบขั้วตรงข้าม (Contrast) เพื่อสร้างการสื่อสารที่ดึงดูดและต้องหยุดดู
5. สร้างชุดคำที่จดจำง่าย สะดุดตา เช่น สูตร 3 ป (ปรับ-เปลี่ยน-ปลอด) พร้อมยกกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จเพื่อสร้างความหวัง
6. เชื่อมโยงเนื้อหากับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวันเพื่อสะท้อนความเปราะบางหรือสร้างความห่วงใย
7. การเลือกใช้ภาพและคำที่ดึงดูดกลุ่มคอมมูนิตี้ที่มี Engagement สูง เช่น กลุ่มคนรักสัตว์ เป็นต้น
8. เชื่อมโยงเนื้อหากับปัญหาปากท้องและคุณภาพชีวิตที่ทุกคนกำลังเผชิญอยู่จริง
9. ถ่ายทอดเนื้อหาผ่านผู้เผชิญสถานการณ์จริงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มการมีส่วนร่วม
10. ใช้ความน่ารักลดทอนความหนักของเนื้อหาเชิงวิชาการให้ดูเป็นมิตรและเข้าถึงง่าย
11. ระบุสถานที่หรือช่วงเวลาเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกว่าไม่ใช่เรื่องไกลตัว
12. เชื่อมโยงเนื้อหากับรายได้และความอยู่รอดเปลี่ยนวิกฤตระยะไกลให้กลายเป็นปัญหาใกล้ตัว

Best Knowledge ถ่ายทอดสู่ประชาชน

จำนวนคนดูไม่ใช่ตัวแปรเดียวในการตัดสินว่าคอนเทนต์หรือเนื้อหาใดประสบความสำเร็จมากที่สุด เพราะเหนือกว่าการเข้าถึงและดึงดูด คือ ความเข้าใจ การสร้างสรรค์เนื้อหาย่อยยากให้กลายเป็นเรื่องเข้าใจง่าย ใกล้ตัวและสามารถต่อยอดใช้ประโยชน์ได้จริง ถือเป็นสิ่งที่ TEI ให้ความสำคัญไม่แพ้กัน

สำหรับแนวทางในการออกแบบเนื้อหาด้วยแนวคิดข้างต้นจะใช้วิธีการจัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1 Hot Issue Content หรือ กลุ่มเนื้อหาที่บอกเล่าประเด็นร้อนในสังคมรอบสัปดาห์

อาทิ ฝุ่น $PM_{2.5}$ น้ำท่วมหาดใหญ่ แลนด์สไลด์ หลุมยุบ นโยบายสิ่งแวดล้อม วิกฤตน้ำมันโลก และเทรนด์ใหม่ชาวไร่อ้อย ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ Gen Y - Gen X และ Gen Z - Gen Y ช่วงอายุระหว่าง 55-64 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ โดยถือเป็นกลุ่มเนื้อหาที่มีสัดส่วนความนิยมในการรับชมและมีส่วนร่วมจากคนดูสูงสุด เนื่องจากสัมผัสได้ถึงความรุนแรงของปัญหาและภัยพิบัติที่เกิดขึ้นกับตนเอง ผู้คนมักแสดงความคิดเห็นอยู่บนพื้นฐานของอารมณ์และการระบายความรู้สึกมากกว่าความคิดเห็นในเชิงสร้างสรรค์ เพราะเป็นประเด็นสังคมที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือมีข้อพิพาทเดิม ตลอดจนแสดงความคิดเห็นเชิงบวกและให้กำลังใจผู้ประสบปัญหา

2 Seasonal Content หรือ กลุ่มเนื้อหาประเด็นพิเศษรอบเดือน

อาทิ ฝุ่น $PM_{2.5}$ การฟื้นฟูหลังน้ำท่วม ฝนถล่มฤดูหนาว เตือนภัยพายุ ความหลากหลายทางชีวภาพ ช้างไทย ชิซุโอกะน้ำท่วม และการเลือกตั้ง ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ Gen Y - Gen X และ Gen Z - Gen Y ช่วงอายุระหว่าง 55-64 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ โดยถือเป็นกลุ่มเนื้อหาที่มีสัดส่วนความนิยมในการรับชมและมีส่วนร่วมจากคนดูสูงเป็นอันดับสอง เนื่องจากสัมผัสได้ถึงความรุนแรงของปัญหาและภัยพิบัติที่อาจจะเกิดขึ้นกับตนเองในอนาคต มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่สะท้อนถึงองค์กรต่าง ๆ และบริบทของสังคม ตั้งคำถามถึงมาตรการป้องกันแก้ไข รวมถึงกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่หันมาตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3 Evergreen Content หรือ กลุ่มเนื้อหาความรู้ไม่จำกัดช่วงเวลา

อาทิ Climate Adaptation ฝนระเบิด ยุคโลกเดือด การกัดเซาะชายฝั่งทะเล นาล่ม สัตว์เลี้ยง และสังคมสูงวัย ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ Gen Z - Gen Y และ Gen Y - Gen X ช่วงอายุระหว่าง 35-44 ปี 45-54 ปี และ 25-34 ปี ตามลำดับ โดยถือเป็นกลุ่มเนื้อหาที่มีสัดส่วนความนิยมในการรับชมและมีส่วนร่วมจากคนดูสูงเป็นอันดับสาม เนื่องจากเนื้อหาอาจมีความซับซ้อนสำหรับกลุ่ม Gen Z - Gen Y รวมถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมักเรียบเฉยต่อสถานการณ์หรือปัญหาที่ยังไม่ได้เกิดขึ้นกับตัวเอง จึงไม่ค่อยมีผู้แสดงความคิดเห็นในประเด็นเนื้อหาดังกล่าวมากนัก ทว่าเมื่อใดก็ตามที่มีปัจจัยกระตุ้นอื่น ๆ กลุ่มนี้จะแสดงออกถึงจุดยืนอย่างชัดเจน

บทที่ 3 สิ่งที่ทุกคนทำได้ : Adaptation Guide

เมื่อต้องเผชิญหน้ากับภัยพิบัติทางสิ่งแวดล้อม เราจะต่อยอดองค์ความรู้สู่การแก้ไขปัญหาได้อย่างไร

บทนี้รวบรวมตัวอย่างกรณีศึกษาน่าสนใจที่แสดงให้เห็นแนวทางการปรับตัวและอยู่รอดอย่างปลอดภัยท่ามกลางวิกฤตสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ 'แผนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแห่งชาติ (Thailand's National Adaptation Plan : NAP)' อันเป็นกรอบแนวทางสำคัญในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้ประเทศ ลดความเปราะบาง พร้อมสร้างขีดความสามารถในการรับมือผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งครอบคลุม 6 ด้าน ได้แก่ การจัดการทรัพยากรน้ำ เกษตรและความมั่นคงทางอาหาร การท่องเที่ยว สาธารณสุข การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และการตั้งถิ่นฐานและความมั่นคงของมนุษย์

กรณีศึกษาการปรับตัวของชุมชนและบทบาทขององค์กร

ด้านการจัดการน้ำ

- ชุมชนบ้านศาลาดิน จังหวัดนครปฐม

ภายหลังเผชิญปัญหาน้ำท่วมซ้ำซาก ชาวชุมชนจึงรวมตัวกันคิดค้นและพัฒนาระบบการจัดการน้ำ เช่น ขุดลอกคูคลอง สร้างแก้มลิง และยกบ้านขึ้นพื้นที่สูง พร้อมส่งเสริมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งไม่เพียงช่วยแก้ไขปัญหา หากยังสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนอีกด้วย

ด้านเกษตรและความมั่นคงทางอาหาร

- ชุมชนบ้านท่ามะปรางค์–บ้านคลองเพล จังหวัดนครราชสีมา

ภัยแล้งและสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบรุนแรงต่อภาคเกษตรกรรม อันเป็นรายได้หลักของคนที่นี่ ชาวชุมชนจึงร่วมตัวกันสร้างฝายและแก้มลิง ปรับเปลี่ยนวิถีการเกษตร และส่งเสริมเกษตรอินทรีย์และวนเกษตร ซึ่งช่วยให้สามารถจัดการทรัพยากรน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ในช่วงภัยแล้งและผลิตอาหารได้มากขึ้น

ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

- ชุมชนท่องเที่ยวบ้านสลักคอก เกาะช้าง จังหวัดตราด

ชุมชนบ้านสลักคอก เกาะช้าง จังหวัดตราด เผชิญปัญหาน้ำกัดเซาะชายฝั่ง อุณหภูมิน้ำทะเล กระแสน้ำ และคลื่นลมที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อป่าชายเลนและสัตว์น้ำ จึงรวมกลุ่มปลูกป่าชายเลนเพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศและแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำ พร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น พายเรือคายัค ล่องเรือชมธรรมชาติ และเรียนรู้วิถีชุมชน ควบคู่กับการจัดการขยะและน้ำเสีย ช่วยสร้างรายได้อย่างยั่งยืนและพัฒนาชุมชนสู่แหล่งเรียนรู้ด้านการอนุรักษ์

ด้านสาธารณสุข

- โครงการหมอกควันข้ามแดนในพื้นที่ภาคเหนือ

ปี พ.ศ. 2567 ปัญหาไฟป่าในภาคเหนือและประเทศเพื่อนบ้านส่งผลให้ค่าฝุ่น $PM_{2.5}$ สูงเกินมาตรฐาน กระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสุขภาพของประชาชน หน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมและภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศจึงร่วมวิเคราะห์ปัญหา ถอดบทเรียนชุมชนปลอดการเผา และขับเคลื่อนเชิงนโยบาย พร้อมขยายผลสู่พื้นที่อื่น เพื่อแก้ไขปัญหาหมอกควันข้ามแดน จนได้รับความสนใจและความร่วมมือจากองค์กรระหว่างประเทศในการพัฒนาโครงการต่อยอดแก้ไขปัญหาหมอกควันในพื้นที่ ทั้ง ลาว เมียนมา และกัมพูชา ซึ่งจะช่วยบรรเทาปัญหา $PM_{2.5}$ ในประเทศไทยด้วย

ด้านการตั้งถิ่นฐานและความมั่นคงของมนุษย์

- การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในจังหวัดเชียงราย

เชียงรายเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่ประสบภัยพิบัติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างหนักหน่วง โดยเฉพาะปัญหาน้ำท่วมและดินถล่ม รวมถึงภัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินในประเทศเพื่อนบ้าน จึงร่วมกับกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม จัดทำแนวทางการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สาขาการตั้งถิ่นฐานและความมั่นคงของมนุษย์ และแนวทางการปรับตัวในระดับพื้นที่ โดยวิเคราะห์ความเสี่ยงและต้นทุนทางธรรมชาติ สังคม และเศรษฐกิจ เพื่อให้หน่วยงานท้องถิ่นและชุมชนนำไปใช้วางแผน ป้องกัน และรับมือกับภัยพิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การปรับตัวเริ่มต้นได้จากตัวเรา (Adapt Suggestion by Target)

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นแนวทางที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้
โดยสามารถเริ่มต้นได้ง่าย ๆ จากตนเอง

ประชาชน

- ศึกษาและทำความเข้าใจปัญหา
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน
- ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ติดตามและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมหรือคอมมูนิตี้ที่ส่งเสริมการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โรงเรียน

- จัดทำสื่อให้ความรู้สรุปแนวทางการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่นักเรียนทุกคนทำได้
- จัดทำสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในและต่างประเทศ
- จัดกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อชวนนักเรียนร่วมปรับตัว
- สร้างกลุ่มหรือชมรมส่งเสริมการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ชุมชน

- สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับสาเหตุของปัญหา ผลกระทบและความจำเป็นของการปรับตัวในชุมชน
- จัดกิจกรรมอบรมแนวทางการปรับตัวเบื้องต้น เช่น อบรมเกี่ยวกับการทำเกษตรเท่าทันภูมิอากาศ
- สร้างเครือข่ายรวมผู้คนที่มุ่งมั่นปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- เปิดรับฟังความคิดเห็นสำหรับสิ่งที่อยากให้ทำในปีถัดไป

ภาคธุรกิจ

- ศึกษาโมเดลธุรกิจต้นแบบที่ปรับตัวสำเร็จ
- จัดกิจกรรมอบรมแนวทางการปรับตัวเบื้องต้นสำหรับธุรกิจ
- ทำเช็กลิสต์สำรวจความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- สร้างสรรค์เนื้อหาแบ่งปันความรู้และจูงใจให้คนดูมีส่วนร่วมในการปรับตัว
- จัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คนดู หรือผู้ติดตามได้ลองลงมือปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

องค์กร

- จัดทำชุดข้อมูลความรู้สรุปแนวทางการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- จัดทำวิดีโอบอกเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในและต่างประเทศ
- เผยแพร่งานวิจัยและรายงานเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่น่าเชื่อถือ
- จัดกิจกรรมเสวนา สัมมนาออนไลน์ และการบรรยายให้ความรู้แก่สถานศึกษา
- ทำเช็กลิสต์สำรวจความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- จัดทำบทสัมภาษณ์ องค์กร และชุมชนที่ปรับตัวสำเร็จ เพื่อเผยแพร่เป็นแบบอย่าง
- ร่วมกับแหล่งทุนหรือภาคีจัดกิจกรรมอบรมแนวทางการปรับตัวเบื้องต้น
- ร่วมกับเพจหรืออินฟลูเอนเซอร์ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อขยายการเข้าถึงเนื้อหา
- สร้างเนื้อหาในโซเชียลมีเดียเพื่อจูงใจให้คนดูมีส่วนร่วม เช่น สัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงในประเด็นการปรับตัว
- จัดกิจกรรมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คนดู หรือผู้ติดตามมีส่วนร่วม เช่น การประกวดต่าง ๆ หรือเปิดให้แชร์ไอเดียการปรับตัว
- สร้างกลุ่ม Facebook เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้คนได้มาแลกเปลี่ยนและร่วมมือปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



หากทุกคนเริ่มปรับตัววันนี้ เราจะเปลี่ยนอนาคตได้อย่างไร

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา TEI ไม่เพียงเดินหน้าเป็นกระบอกเสียงสื่อสารสร้างความเข้าใจให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญของการปรับตัวรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หากเรายังร่วมขับเคลื่อนการทำงานทั้งในระดับบุคคลด้านการส่งเสริมพฤติกรรมและการเตรียมพร้อม ระดับชุมชนผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มและจัดการความเสี่ยง ระดับเมืองหรือพื้นที่ในการวางแผนและสร้างระบบ ตลอดจนถึงระดับประเทศอย่างการร่วมออกแบบนโยบายและสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือ เพราะเราเชื่อมั่นว่าถ้าต้องการสร้างสังคมที่มีความพร้อมและยั่งยืนในอนาคต กระดุมเม็ดสำคัญที่สุด คือการขยับปรับตัวของทุกภาคส่วนตั้งแต่วันนี้

ตัวอย่างการทำงานตั้งแต่ระดับเชิงพื้นที่ถึงระดับนโยบาย

- จัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพชุมชนในหัวข้อ ‘กฎหมายป่าไม้’ และ ‘แนวทางการจัดการป่าชุมชน’
- จัดงานประกวดรายงานพิเศษหรือสารคดีเชิงข่าว ‘พลังสื่อสิ่งแวดล้อม: ปรับเพื่ออยู่ รู้เพื่อรอด’
- จับมือ PIT ลงพื้นที่มหาสารคาม-ขอนแก่น ยกระดับชุมชนต้นแบบเกษตรปลอดการเผา เปลี่ยนวัสดุเหลือใช้สร้างรายได้ยั่งยืน
- ร่วมกับเครือข่ายเกาะยั่งยืนประเทศไทย กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (ทช.) และมูลนิธินิเวศวิถี จัดการอบรม ‘ทางออก (ของ) ขยะเกาะ ระยะที่ 2: การออกแบบระบบและการจัดการปลายทางอย่างยั่งยืน’ เพื่อเชื่อมโยงบทเรียนจากเครือข่ายเกาะและร่วมกันค้นหาแนวทางจัดการขยะที่ตอบโจทย์บริบทของพื้นที่
- ร่วมนำเสนอ ‘ลันตาโมเดล’ ต้นแบบการจัดการขยะที่ยั่งยืนด้วยพลังความร่วมมือและแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ สู่เวทีวิจัยระดับชาติในมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568
- จัดพิธีมอบโล่ ‘Food Circularity Partnership’ เชิดชูโรงแรม ร้านอาหาร เกษตรกร และองค์กรพันธมิตรที่มีบทบาทในการลดขยะอาหารตั้งแต่ต้นทาง และร่วมกันสร้างระบบหมุนเวียนทรัพยากรในระดับพื้นที่
- มอบรางวัล ‘ฉลากเขียว’ และ ‘ฉลากข้อมูลสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ (EPD)’ แก่องค์กรพันธมิตรผู้ร่วมขับเคลื่อนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย
- จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และถอดบทเรียน ‘การดำเนินงานด้านการจัดการขยะพลาสติก’ มุ่งเชื่อมโยงบทเรียนเชิงพื้นที่กับนโยบายและมาตรฐานระดับภูมิภาค
- ร่วมกับกรมชลประทาน และ GIZ ถอดบทเรียน พร้อมขับเคลื่อนแนวทาง ‘การปรับตัวโดยอาศัยระบบนิเวศ (Ecosystem-based Adaptation: EbA)’ สู่นโยบายการจัดการน้ำ
- ร่วมเวที Policy Forum รับฟังความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการแก้ไขปัญหาการเผาและฝุ่น $PM_{2.5}$ บนพื้นที่สูงภาคเหนือตอนบนอย่างยั่งยืน
- ร่วมกับกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม จัดประชุมการรับฟังความคิดเห็นต่อร่าง Climate Resilient City Framework จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 4 บทเรียนจากการสื่อสารเรื่อง Climate Adaptation

ถอดบทเรียนการสื่อสารเรื่องการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ดึงดูดให้คนหยุดดู สร้างความเข้าใจ และมีส่วนร่วมกับเนื้อหามากกว่าที่เคย

5 บทเรียนสำคัญ

1. คนเชื่อถือข้อมูลที่เข้าใจง่าย
2. ให้ภาพช่วยอธิบายดีกว่าใช้ตัวเลข
3. ยกตัวอย่างเรื่องจริงสร้างแรงบันดาลใจได้มากกว่าข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว
4. คนส่วนใหญ่สนใจประเด็นใกล้ตัวและเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิต
5. นำเสนอสิ่งที่สามารถต่อยอดใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต

พลังของคลิปสั้น

นอกจากนี้ การสื่อสารผ่านคลิปสั้น (Short Clip) ก็เป็นอีกกลยุทธ์การสื่อสารที่ TEI นำมาใช้เผยแพร่องค์ความรู้ โดยจากข้อมูลสถิติการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มคนดู (Audience Shift) พบว่า ‘คลิปสั้นแนวใหม่’ เป็นที่สนใจของผู้ชมที่มีอายุ 18-34 ปี คิดเป็น 61.9% รองลงมาคือผู้ชมอายุ 35-44 ปี คิดเป็น 21.5% และอายุ 45 ปีขึ้นไป คิดเป็น 16.6%

ที่สำคัญคือสามารถเข้าถึงและดึงดูดผู้ชมกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-34 ปี ให้เติบโตขึ้นถึง 40.3% และมีสัดส่วนของกลุ่มผู้หญิงเพิ่มขึ้น 4.4%

เทคนิคสื่อสารให้โดนใจ

- เรียบเรียงและลำดับเรื่องเล่าให้เข้าถึงง่าย
- บอกเล่าเนื้อหาด้วยภาษาเข้าใจง่ายและกระชับ
- ใช้น้ำเสียงที่ฟังดูจริงใจและน่าเชื่อถือ
- นำเสนออย่างมีความเป็นกลาง



Mascot (BEEZII) & Engagement
ไม่ได้เป็นแค่ตัวการ์ตูน แต่เป็นทูตสิ่งแวดล้อม
ผู้แปลงานวิจัยและข้อมูลวิชาการให้ประชาชน (Knowledge Ambassador)

รู้จัก BEEZII ผู้ช่วยแปลวิทยาศาสตร์ให้ประชาชนเข้าถึงง่าย



'BEEZII' เป็นชื่อของน้องผึ้งตัวอ้วนกลม ขนปุยนุ่ม บุคลิกน่ารักปนกวน ช่างคิด ขี้สงสัย และจิตใจดี แถมยังมีทักษะความเชี่ยวชาญด้านการปรับตัวให้อยู่รอดในทุก ๆ วิกฤต นอกจากจะเป็นขวัญใจเด็ก ๆ BEEZII ยังเป็นทูตสิ่งแวดล้อมตัวแทนของ TEI ผู้ทำหน้าที่สื่อสารงานวิจัยที่เข้าใจยากให้น่าติดตามและเข้าถึงง่ายทุกเพศทุกวัย มักปรากฏตัวในอีเวนต์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทพิธีกรดำเนินรายการและนักเล่าข้อมูลความรู้

โดยมีลักษณะพิเศษคือ เมื่อใดก็ตามที่พบความจริงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ BEEZII จะมีอาการเซื่องซึมคล้ายน้ำตาลตกและมีวลีติดปาก 'ฉุกเฉิน ๆ น้ำผึ้งขม' ทว่าทันทีที่ได้บอกเล่าวิธีการปรับตัวก็จะกลับมามีชีวิตชีวาเป็นผึ้งน้อยที่เต็มไปด้วยความร่าเริง แจ่มใส พร้อมประโยคดีใจเมื่ออยู่ในร่างน้ำตาลเต็มถังว่า 'ฮี่ฮี่ น้ำผึ้งกลับมาหวานแล้ว'



ก้าวต่อไปของ TEI อนาคตของการสื่อสาร (Future Direction & Partnership)

สำหรับทิศทางการดำเนินงานในอนาคต TEI มุ่งมั่นสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ภาครัฐ และภาคเอกชน (Donor and Partners) เพื่อขับเคลื่อนเรื่องการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ขณะเดียวกันยังตั้งเป้าพัฒนาและขยายผลสื่อสร้างสรรค์ให้เข้าถึงภาคประชาชนในวงกว้างเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ควบคู่สร้างแรงตื่นตัวในการปรับตัว พร้อมเพิ่มขีดความสามารถในการรับมือผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและวิกฤตสิ่งแวดล้อม

เดินหน้าต่อบนความเชื่อมั่นด้วยกลยุทธ์ Know–Believe–Feel–Act

Know

ดำเนินงานด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการปรับตัวในมิติต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเชื่อมั่น และไว้วางใจ

Believe

ถ่ายทอดเรื่องราวของโครงการที่ประสบความสำเร็จจากการดำเนินงานร่วมกับภาคีเครือข่ายเพื่อสะท้อนความเชี่ยวชาญ ความไว้วางใจ และสร้างความน่าเชื่อถือให้แหล่งทุนหรือผู้ที่สนใจร่วมสร้างสรรค์โครงการต่าง ๆ ร่วมกัน ตั้งแต่ในระดับเชิงพื้นที่ไปจนถึงระดับนโยบาย

Feel

ทำงานด้วยความเป็นกลางและสามารถทำงานร่วมกับทุกภาคส่วนได้อย่างไร้ช่องว่าง พร้อมสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้แหล่งทุนสัมผัสได้ถึงความเชี่ยวชาญ จริงใจ อยากเริ่มต้นทำงานหรือทำต่อ ผ่านการยกย่องด้วยกิจกรรมประจำปี อาทิ การรับรองฉลากเขียว ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับจากภาคเอกชนและเครือข่ายฉลากสิ่งแวดล้อมโลก (Global Ecolabelling Network : GEN) องค์กรที่มีสมาชิกและพันธมิตรกระจายตัวอยู่ทั่วโลกกว่า 47 ประเทศ

Act

ขับเคลื่อนผลงานต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรมและมีความสำคัญ อาทิ การร่วมมือกับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) ในการร่างนโยบายความคุ้มครองทางสังคมที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปรับตัวของกลุ่มเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

หรือผลงานล่าสุด ร่วมลงนามบันทึกความร่วมมือทางวิชาการกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ว่าด้วยการสื่อสารประเด็นการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Adaptation) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ การวิจัย และการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้เยาวชนและประชาชนมีความพร้อมในการรับมือกับวิกฤตภัยโลกรวน พร้อมขับเคลื่อนสถาบันการศึกษาในพื้นที่ภาคอีสานสู่การเป็น Smart & Green University และ Net Zero University อย่างเป็นระบบและยั่งยืน ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสให้แหล่งทุนมีความสนใจทำงานกับ TEI มากยิ่งขึ้น

เพราะ ‘การปรับตัวไม่ใช่หน้าที่ของใครคนหนึ่ง แต่เป็นความร่วมมือของทุกภาคส่วน’ ชวนมาร่วมขับเคลื่อนสร้างสังคมที่พร้อมปรับตัวไปด้วยกัน

TEI THAILAND ENVIRONMENT INSTITUTE
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย
(Thailand Environment Institute: TEI)

ที่อยู่ 16/151 เมืองทองธานี บอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120

โทรศัพท์: 02 503 3333

: สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย - TEI

: สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI)

: สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย - TEI

: https://www.tei.or.th/

: Thailand Environment Institute Foundation - TEI

ประธานที่ปรึกษา

ดร.วิจารย์ สิมาฉายา - ผู้อำนวยการสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

คณะที่ปรึกษา

ดร.เบญจมาส โชติทอง - ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาโครงการและแผนงาน
วิลาวรรณ น้อยภา - ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรธรรมชาติ
ดร.ฉัตรตรี ภูรัต - ผู้อำนวยการฝ่ายฉลากเขียวและฉลากสิ่งแวดล้อม
วิศรา หุ่นธานี - ผู้อำนวยการฝ่ายมลพิษ พลังงานและสิ่งแวดล้อม
ภิญญดา เจริญสิน - ผู้อำนวยการฝ่ายเครือข่ายสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ดร.นิติ ยอดดำเนิน - ผู้อำนวยการฝ่ายอำนวยการ

คณะผู้จัดทำ

ทีมนักวิจัย สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย
งานสื่อสารองค์กร สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย
บริษัท มาย เฟื่องฟู จำกัด ที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์