

บทที่ 4

การวิเคราะห์กระบวนการ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือก “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี”

ก่อนที่จะกล่าวถึงกระบวนการเลือก “ความเป็นไทย” ในบทนี้ จะกล่าวถึงกระบวนการผลิตนิตยสาร “สวัสดี” เนื่องจากกระบวนการเลือกเป็นขั้นตอนหนึ่ง หรือกระบวนการที่ซ้อนทับอยู่ในกระบวนการผลิต

การผลิตนิตยสาร “สวัสดี”

การผลิตนิตยสาร “สวัสดี” เป็นภาระหน้าที่ของบริษัทผู้ผลิต คือ Travel & Trade Publishing (Asia) Limited ประเทศฮ่องกงทั้งหมด ทั้งการออกแบบการจัดวางรูปเล่ม การสรรหานักเขียน และการคัดเลือกบทความมานำเสนอต่อคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” แต่ทั้งนี้ การดำเนินการต่างๆ ของบริษัทผู้ผลิต ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่การบินไทยเป็นผู้กำหนด โดยทางการบินไทยได้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นมาชุดหนึ่ง (คณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี”) เพื่อทำหน้าที่ประสานงานและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาพที่จะนำเสนอในนิตยสาร เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานและนโยบาย รวมทั้งตรงตามความต้องการของการบินไทยที่ตั้งไว้

ก่อนการดำเนินงานในแต่ละปี บรรณาธิการผู้จัดทำนิตยสาร “สวัสดี” ซึ่งอยู่ที่ประเทศฮ่องกงจะส่งข้อเสนอแผนการดำเนินงาน (proposal) ซึ่งเป็นการวางแผนล่วงหน้าว่าในแต่ละฉบับจะนำเสนอเรื่องราวอะไรบ้าง ล่วงหน้าประมาณ 6 เดือน โดยปีหนึ่งจะส่งมา 2 ครั้ง ก่อนที่จะมีการประชุมร่วมกับคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” ซึ่งเป็นผู้แทนฝ่ายการบินไทยในการทำงานร่วมกับคณะบรรณาธิการฮ่องกง โดยในแผนการดังกล่าวจะบอกว่ามีเนื้อหาอะไรบ้าง โดยเฉพาะบทความที่จะตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ และนักเขียนที่จะเขียนเรื่องนั้นๆ เพื่อให้คณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” ทราบล่วงหน้า ก่อนที่จะประชุมพิจารณาร่วมกันเพื่อคัดเลือก และให้ความเห็นชอบเนื้อหาในแต่ละฉบับต่อไป

ขั้นตอนการผลิตนิตยสาร “สวัสดี”

1. การวางแผนจัดทำเนื้อหาในนิตยสาร “สวัสดี” โดยบริษัทผู้ผลิตที่ฮ่องกง แต่ละฉบับเป็นเวลาล่วงหน้า 6 เดือน และส่ง Proposal มาให้คณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” พิจารณา รวมทั้งสรรหานักเขียนสำหรับเขียนบทความต่าง ๆ ในฉบับ

2. นักเขียนส่งเรื่องไปยังบรรณาธิการที่ฮ่องกง

หลังจากที่บรรณาธิการนิตยสารเสนอ Proposal และผ่านการพิจารณาเห็นชอบของคณะกรรมการนิตยสารแล้ว บรรณาธิการจะไปติดต่อว่าจ้างนักเขียน

ในขั้นตอนนี้ ถ้าหากคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” ต้องการให้ลงเรื่องใดเป็นพิเศษในวโรกาส หรือโอกาสสำคัญ ก็จะมีส่งรายละเอียดเนื้อหาสาระ เป็นภาษาอังกฤษให้บรรณาธิการ เพื่อนำไปดำเนินการต่อไป โดยทางบรรณาธิการจะเป็นผู้แนะนำนักเขียนต่างชาติที่มีความเหมาะสมที่จะเขียนเรื่องนั้น ๆ หรือหากทางคณะกรรมการนิตยสารเห็นสมควรแนะนำนักเขียนท่านใดก็สามารถเสนอแนะได้

3. บรรณาธิการจะคัดเลือกเรื่องส่งมาให้คณะกรรมการนิตยสารพิจารณา ก่อนการประชุมร่วมกันล่วงหน้าประมาณ 7-10 วัน เพื่อตรวจทานเนื้อหาสาระ และการวางรูปภาพประกอบเรื่อง

4. บรรณาธิการจะเดินทางจากฮ่องกงมาร่วมประชุมกับคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อชี้แจงและเสนอภาพที่จะใช้ลงปกนิตยสาร “สวัสดี” ในขั้นตอนนี้ หากคณะกรรมการนิตยสารมีข้อเสนอแนะ หรือต้องการให้มีการแก้ไขก็จะแจ้งให้บรรณาธิการนำกลับไปแก้ไข ซึ่งนิตยสารจะตีพิมพ์ล่วงหน้าประมาณ 3 เดือน

5. เมื่อพิมพ์เป็นรูปเล่มแล้ว ทางฮ่องกงจะส่งมาให้ทางกองพาณิชย์สัมพันธ์ (กรรมการนิตยสาร “สวัสดี” 1 ท่าน มาจากกองพาณิชย์สัมพันธ์) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาพประกอบ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง ก่อนนำขึ้นบริการผู้โดยสารบนเครื่องบินของการบินไทย และแจกจ่ายแก่หน่วยงานต่าง ๆ ต่อไป (ข้อมูลรวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิดชัย เมทะนะยานนท์, 27 มีนาคม 2538. และ ชุตินถนาร์ วัชรปรีชา, 30 มีนาคม 2538.)

จากขั้นตอนการผลิตข้างต้น จะเห็นว่าการเลือกจะเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของการผลิต นิตยสาร “สวัสดี” ตั้งแต่การวางแผนของบรรณาธิการจนถึงขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนการพิมพ์จริง กล่าวคือ

1. การเลือกเกิดขึ้นตั้งแต่การวางแผนของบรรณาธิการว่าจะเลือกบทความอะไรบ้าง ทั้งนี้อาจจะพิจารณาจากเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ในช่วงนั้น ๆ ว่าควรจะนำเสนออะไร และเลือกนักเขียนที่เหมาะสมกับบทความนั้น ๆ เพื่อเขียน

2. จากนั้นคณะกรรมการนิตยสารพิจารณาเลือกบทความ หรือเรื่องที่มีความเหมาะสมกับนิตยสาร “สวัสดี” ในด้านต่าง ๆ โดยพิจารณาถึงภาพลักษณ์ของนิตยสาร ภาพลักษณ์ของการบินไทย และภาพลักษณ์ของประเทศไทย

3. ในการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ภาพประกอบ ที่จะตีพิมพ์ก็จะมีการเลือกเอาไว้ หรือให้ตัดข้อความ/ภาพ ที่ไม่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง หรือไม่เหมาะสมออกไป หรือให้แก้ไขให้เหมาะสม

กระบวนการเลือก “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี” ประกอบด้วยมิติต่าง ๆ 4 มิติ คือ

- ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก
- ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือก
- ค) เกณฑ์ในการคัดเลือก
- ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือก

รายละเอียดของทั้ง 4 มิติ นี้ จะปรากฏในส่วนประกอบของนิตยสาร “สวัสดี” ดังนี้

1. ส่วนนำ

“ความเป็นไทย” ที่พบในส่วนนำของนิตยสาร “สวัสดี” ประกอบด้วย ชื่อนิตยสาร หน้าปก และหน้าสารบัญ ซึ่งจะได้วิเคราะห์เป็นลำดับ ดังต่อไปนี้

1.1 ชื่อนิตยสาร

“ความเป็นไทย” ของนิตยสาร “สวัสดี” เริ่มตั้งแต่ชื่อของนิตยสาร ซึ่งได้เลือกเอา “คำภาษาไทย” ที่ใช้ในการทักทายอันบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาติไทย มาเป็นชื่อนิตยสาร

ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก

“ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก คือ ชื่อนิตยสาร “สวัสดี” สะกดเป็นภาษาอังกฤษว่า “Sawasdee” เป็นความเป็นไทยในแง่ภาษาไทย ซึ่งได้สรุปรวมนวัตกรรมของไทยเอาไว้ว่า เมื่อเวลาพบปะกันวัฒนธรรมไทยมีการสร้างสรรค์ถ้อยคำพิเศษเพื่อนำมาใช้กล่าวกัน

ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือก

สำหรับที่มาของชื่อนิตยสารนี้ ได้สัมภาษณ์คุณวิรงรอง จันวิจิ ในฐานะที่เป็นกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” และเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำนิตยสาร “สวัสดี” มาตั้งแต่ต้น โดยมีประสบการณ์จากการทำงานตรงนี้เป็นเวลาถึง 20 ปี และทราบถึงที่มาของการตั้งชื่อนิตยสารสำหรับบริการผู้โดยสารบนเครื่องบินนี้ว่า “สวัสดี” ดังจะเห็นได้จากคำตอบสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

“เดิมมีวารสารภายในที่พนักงานการบินไทยจัดทำขึ้นมา เช่นเดียวกับวารสารรักคุณเท่าฟ้าในปัจจุบันและตั้งชื่อว่า “สวัสดี” ต่อมาในปี พ.ศ.2514 การบินไทยเริ่มนำเครื่องบินไอพ่น(jet) เข้ามาทำการบินในฝูงบินของการบินไทย ฝ่ายบริหารของการบินไทยในขณะนั้น จึงมีนโยบายว่าจะจัดให้มีนิตยสารเพื่อบริการผู้โดยสารบนเครื่องบิน (Inflight Magazine) เพื่อยก

ระดับมาตรฐานการบริการ จึงถือโอกาสนำชื่อของวารสาร ภายในที่พนักงานจัดทำขึ้น มาตั้งเป็นชื่อของนิตยสารประจำ เครื่องบินของสายการบินไทยตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา เนื่องจากเห็นว่าเป็นชื่อที่มีความสมบูรณ์ทั้งในแง่ของ ความหมาย ออกเสียงง่าย และจดจำง่าย” (สัมภาษณ์ วิรงรอง จันวินิจ, กรรมการนิตยสาร “สวัสดิ์”, 13 มีนาคม 2538.)

ค) เกณฑ์ในการคัดเลือกชื่อนิตยสาร

ในฐานะที่นิตยสาร “สวัสดิ์” เป็นนิตยสารประจำบนเครื่องบินของสาย การบินแห่งชาติ ชื่อของนิตยสารจำเป็นต้องมีลักษณะที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ประจำชาติไทย และคำกล่าวทักทายของแต่ละชาติเป็นคำที่สากลยอมรับว่าบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของ ชาตินั้น ๆ เช่น คำทักทาย “Aloha” คนทั่วโลกยอมรับว่าเป็นคำทักทายของชาวฮาวาย (Hawaiian) เช่นเดียวกับคำว่า “สวัสดิ์” ย่อมบ่งบอกถึงความเป็นคนไทย และชาติไทย

ดังนั้น เกณฑ์ในการตั้งชื่อนิตยสาร “สวัสดิ์” จึงได้คำนึงถึงองค์ประกอบ เหล่านี้ คือ

1) ต้องเป็นชื่อที่สะท้อน “ความเป็นไทย” และคนไทย

คำที่จะสะท้อนความเป็นชาติ และคนในชาติ ได้อย่างชัดเจน และ กระชับที่สุด ก็ได้แก่ คำทักทาย ที่คนในชาตินั้น ๆ ใช้ และคำว่า “สวัสดิ์” ก็คือคำทักทายของคน ไทย ซึ่งสะท้อน “ความเป็นไทย” และคนไทย

2) ต้องเป็นคำในภาษาไทย ที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษแล้วชาวต่าง ประเทศสามารถอ่านเข้าใจ และจดจำง่าย

หากพิจารณาชื่อ “สวัสดิ์” แล้ว จะเห็นได้ว่าเป็นคำที่นอกจากจะ บ่งบอกถึง “ความเป็นไทย” และคนไทยแล้ว “สวัสดิ์” ยังเป็นคำที่สั้น กระชับ และเมื่อสะกด เป็นภาษาอังกฤษว่า “Sawasdee” แล้วยังสามารถออกเสียงได้ง่ายอีกด้วยสำหรับชาวต่าง ประเทศ

สำหรับการเลือกเอาคำทักทายมาใช้เป็นชื่อนิตยสาร โดยใช้คำทักทายประจำชาตินั้น ยังต้องคำนึงถึงความสั้น กระชับ และการออกเสียงได้โดยง่ายด้วย เนื่องจากคำทักทายของบางชาติ อาจจะมีความยาว และออกเสียงยาก สำหรับชาวต่างประเทศ และผู้ที่ไม่คุ้นเคยได้ นอกจากนี้ยังสงวนไว้สำหรับคนภายในวัฒนธรรมเดียวกันเท่านั้น อย่างเช่น คำกล่าวทักทายของอิสลามิกชน “อัส-สะ-ลา-มฺ-อะ-ลัย-กุม” ซึ่งมีความหมายว่า “ขอความสันติสุขจงประสบแก่ท่าน” เป็นต้น

3) คำว่า “สวัสดี” เป็นคำทักทายภาษาไทย ที่ไม่มีกฎเกณฑ์ข้อห้ามที่เข้มงวด สามารถใช้กล่าวได้ทั้งในหมู่คนไทย และชาวต่างชาติ ใช้ได้ทั้งหญิงและชาย เด็กและผู้ใหญ่ จึงเป็นคำทักทายที่ใช้ได้อย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้ คำว่า “สวัสดี” ซึ่งมีความหมายในเชิงเป็นคำทักทาย ในสายตาของชาวโลกแล้ว สำหรับคนไทย คำว่า “สวัสดี” ยังมีความหมายที่ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งเป็นการกล่าวทักทาย และบอกลาในคำเดียวกัน และยังมีความหมายถึง ความดี ความงาม และความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งเป็นความหมายที่ดีสำหรับคนไทย ด้วยเหตุผลนี้ทำให้เลือกชื่อนิตยสารฉบับนี้ว่า “สวัสดี” (สังเคราะห์จากการสัมภาษณ์ จิตรติ รักรว , Contributing Editor, 21 มีนาคม 2538. , วิรงรอง จันวินิจ, กรรมการนิตยสาร “สวัสดี” , 13 มีนาคม 2538. และ สรวณี คงสิริ , อดีตกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” , 14 มีนาคม 2538.)

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือกชื่อนิตยสาร

ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกชื่อนิตยสาร คือ ฝ่ายบริหารของการบินไทย ในขณะนั้น โดยมีพื้นฐานแนวความคิดร่วมกันในขณะนั้นว่า จะต้องนำวัฒนธรรมไทยอันมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไปสู่สายตาชาวโลก และได้เลือกชื่อนิตยสารบนเครื่องบินของสายการบินไทยว่า “สวัสดี” โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกชื่อนิตยสาร ซึ่งตอบโดยคุณวิรงรอง จันวินิจ ว่า

“ฝ่ายบริหารในขณะนั้นมีนโยบายอันหนึ่งที่ว่า สิ่งเดียวที่เราจะติดตลาดโลกได้ เราต้องนำวัฒนธรรมไทยออกไปสู่กับชาวโลก เราไม่สามารถสู้กับสายการบินอื่นทางด้านเทคโนโลยีได้ แต่เราจะสู้กับเขาทางด้านบริการ และการบริการอันหนึ่งที่

เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นที่สุดของคนไทย ก็คือ การไหว้ และคำว่า “สวัสดี” ตรงนี้เลยกลายเป็นชื่อนิตยสาร”(สัมภาษณ์ วิรงรอง จันวินิจ, กรรมการนิตยสาร “สวัสดี”, 12 ตุลาคม 2538.)

เมื่อเป็นอย่างที่กล่าวมาข้างต้น ก็หมายความว่า ในขั้นตอนของการเลือกชื่อนิตยสารมิได้มีการพิจารณาถึงชื่ออื่นใดเลย นอกจาก “สวัสดี” เพียงชื่อเดียว และสำหรับประเด็นการพิจารณาที่ว่า การเลือกชื่อนิตยสารโดยใช้ คำภาษาไทย สำหรับนิตยสารที่ต้องมีความเป็นสากลนั้น ได้มีการพิจารณาถึงข้อดี และข้อเสียของการเลือกใช้คำภาษาไทยเป็นชื่อนิตยสารอย่างไรบ้าง ได้รับคำตอบจากคุณวิรงรอง จันวินิจ ว่า

“ไม่มีข้อเสียของการใช้ชื่อนี้เลย เรามีความรู้สึกว่าชื่อนี้ สมบูรณ์ที่สุด เพราะคำว่า “สวัสดี” เป็นคำที่ทุกชาติทุกภาษา สามารถพูดคำนี้ได้ง่ายที่สุด พอเขียนเป็นภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส ง่าย สะกดก็ดี ออกเสียงง่าย การออกแบบ คำว่า Sawasdee ก็ง่าย เป็นอะไรที่สมบูรณ์แบบที่สุด ไม่มีที่ติเลย” (สัมภาษณ์วิรงรอง จันวินิจ , กรรมการนิตยสาร “สวัสดี”, 12 ตุลาคม 2538.)

จึงกล่าวได้ว่า ฝ่ายบริหารในขณะนั้นตัดสินใจเลือกชื่อนิตยสารเป็นภาษาไทยว่า “สวัสดี” โดยไม่มีการพิจารณาถึงชื่ออื่นใดเลย จากพื้นฐานแนวความคิดอันเดียวกันในอันที่จะนำธงไทยไปสู่สายตาชาวโลก และคำว่า “สวัสดี” มีความสมบูรณ์ ลงตัว อย่างมาก ในอันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ในการที่จะนำธงไทยไปสู่สายตาชาวโลก

ปัจจัยที่กำหนดการเลือกชื่อนิตยสาร

1) ปัจจัยเรื่องส่วนผสมของความเป็นสากลและความเป็นไทยที่ค่อนข้างลงตัว

ด้วยความที่การบินไทยเป็นสายการบินแห่งชาติ (National Flag Carrier) ซึ่งเป็นตัวแทนของประเทศไทยในนานาพิภพสากล และจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ทั่วโลก ให้ชาวโลกได้รู้จักประเทศไทย และคนไทย ที่มีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และเอกลักษณ์เฉพาะของ “ความเป็นไทย” และในขณะเดียวกันการบินไทยก็ดำเนินธุรกิจการบินพาณิชย์ที่ต้องมีการ

แข่งขันกันอย่างสูงในระดับสากล ฉะนั้นในขณะที่จะต้องดำรงความเป็นไทยไว้ในฐานะสายการบินแห่งชาติไทย และต้องมีความสากลด้วยในขณะเดียวกัน ให้เป็นที่ยอมรับจากสากล สื่อนิตยสารประจำบนเครื่องบินซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนของสายการบินไทย และประเทศไทย ก็ย่อมต้องผสมผสานทั้งความเป็นไทย และความเป็นสากล กล่าวคือ คำว่า “สวัสดี” เป็นคำที่สะท้อน “ความเป็นไทย” และคนไทย ขณะเดียวกันสากลก็ยอมรับว่าการกล่าวคำทักทายของชาติต่าง ๆ ป่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาตินั้น ๆ ดังนั้น คำว่า “สวัสดี” จึงมีความเป็นไทยที่เป็นสากล

2) บัจจัยเรื่องเวลา

การเลือกชื่อนิตยสารว่า “สวัสดี” ยังมีปัจจัยเรื่องของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เมื่อเราพิจารณาว่า หากสายการบินไทยก่อตั้งย้อนหลังกลับไปสัก 100 ปีที่แล้ว และสายการบินไทยจะจัดทำนิตยสารประจำเครื่องบินสักฉบับ โดยต้องการให้ชื่อนิตยสารมีลักษณะเป็นการทักทายกับผู้โดยสาร ชื่อที่จะเลือกออกมาได้ในขณะนั้นคงไม่ใช่ชื่อ “สวัสดี” เป็นแน่นอน เนื่องจากคำว่า “สวัสดี” ยังไม่เป็นคำทักทายที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในสังคมไทย

ทั้งนี้ เนื่องจากมีหลักฐานยืนยันว่าพระยาอุปกิตติศิลปสาร ได้เป็นผู้เริ่มนำคำว่า “สวัสดี” มาใช้ในการทักทายครั้งแรก เมื่อราว พ.ศ. 2477-2478 จากจดหมายลาป่วยของท่านถึงนิตยดักษรรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ลงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2478 ที่ไม่สามารถมาสอนได้ในวันสุดท้ายของภาคปลาย และได้มอบคำนี้ให้นิตยดักษรรก่อน หลังจากนั้นกรมการชำระปะทานุกรมและกรมการโปรแกรมวิทยุกระจายเสียงก็นำไปใช้ด้วยเป็นเหตุให้คำนี้แพร่หลายไปทั่วประเทศสืบมาจนถึงปัจจุบันนี้ (สมโรจน์ สวัสดิกุล ณ อยุธยา , 2528. อ้างถึงใน ศิลปวัฒนธรรม 13 (มกราคม 2535) : 64-66) ดังได้คัดลอกมาบางส่วน ดังนี้

“...คำว่า “สวัสดี” ที่ครูได้มอบไว้แต่ต้น โปรดจงโปรดคำอมฤตนี้ทุกครั้งเกิด จะใช้คำว่า “สวัสดี” ล้วน ๆ หรือ “สวัสดีขอรับ” หรือ “สวัสดีขอรับคุณครู” หรือจะเหยาะให้หวานว่า “สวัสดีขอรับคุณอาจารย์” ครูเป็นปลื้มใจทั้งนั้น ถ้าสงเคราะห์ครูให้ได้รับความปิติยินดีแล้ว เมื่อพบครูครั้งแรกไม่ว่าที่ไหน โปรดกล่าวคำนี้ครูจะปลาบปลื้มเหลือเกิน ยิ่งเป็นที่อื่น เช่น ในกลางถนน บนรถราง ครูปลาบปลื้มเป็นทวีคูณ เพราะจะได้เป็นตัวอย่างแก่สาธารณชนชาวไทยทั่วไป...

(ลงนาม) พระยาอุปกิตติศิลปสาร ”

ชื่อนิตยสารประจำบนเครื่องบินของสายการบินไทยในขณะนั้น คงชื่อว่า “ไปไหนมา” หรือ “กินข้าวหรือยัง” ซึ่งเป็นคำทักทายกันของคนไทยมาแต่อดีต เนื่องจากยังไม่มีคำทักทายที่แน่นอนใช้กัน แทนที่จะเป็นคำว่า “สวัสดี” อย่างในปัจจุบัน จึงอาจกล่าวได้ว่าคำว่า “สวัสดี” เป็นคำที่ลงตัวในยุคสมัยปัจจุบัน เป็นเครื่องแสดงควมมีอารยธรรมของสังคมไทยที่มี คำที่แน่นอน ใช้ในการทักทายกัน

3) ปัจจัยด้านการสื่อสาร

เป้าหมายของผู้ส่งสาร (ฝ่ายบริหารของการบินไทยในขณะนั้น) ในอันที่จะนำวัฒนธรรมไทยในด้านการบริการ คือ การไหว้ และคำว่า “สวัสดี” ออกไปสู่สายตาชาวโลก แทนที่จะต่อสู้ด้วยความสามารถทางด้านเทคโนโลยี เนื่องจากในขณะนั้นประเทศไทยยังไม่มีศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีเพียงพอ

4) ปัจจัยด้านเทคนิค

เนื่องจากคำว่า “สวัสดี” เป็นคำที่ออกเสียงง่าย จำได้ง่าย กระชับ

1.2 หน้าปก

ภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” ถือว่ามีความสำคัญมากในการจัดทำนิตยสาร เนื่องจากหากปกนิตยสารไม่สวย ไม่น่าสนใจ ก็จะไม่สามารถดึงดูดใจให้ผู้โดยสารถีบขึ้นมาอ่าน แม้ว่าเนื้อหาภายในจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม หากหน้าปกไม่สะดุดตาแล้ว ผู้โดยสารถีจะไม่หยิบขึ้นอ่าน เมื่อนั้นผู้จัดทำนิตยสารก็ไม่อาจจะส่งข่าวสารที่ต้องการถึงผู้รับสารได้ ดังนั้น การเลือกภาพปกและการนำเสนอจึงมีความสำคัญอย่างมาก และการบินไทยก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงมีความพิถีพิถันในการเลือกภาพปกนิตยสาร ซึ่งนอกจากจะให้สวยสะดุดตา น่าสนใจแล้ว ยังต้องพยายามให้มีลักษณะความเป็นไทยสอดใส่อยู่ในหน้าปกนั้นด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากกระบวนการเลือกภาพปก

ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกมาเป็นหน้าปก

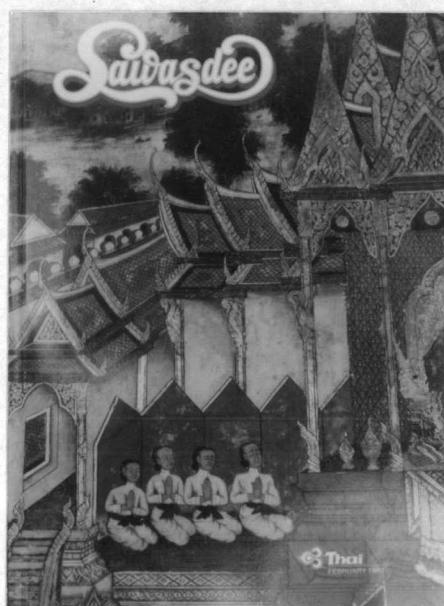
จากภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” ที่ศึกษาจำนวน 12 ฉบับ มีภาพที่แสดงถึง “ความเป็นไทย” จำนวน 4 ภาพปก ได้แก่

- ภาพดอกกล้วยไม้ไทย ชื่อ Queen Sirikit (มกราคม 2535) ผลงาน
ของ Luca Invernizzi Tettoni ซึ่งสะท้อนเนื้อหาของบทความเรื่อง Thailand's Unofficial
Official Flower เขียนโดย William Warren



ภาพที่ 1 ตัวอย่างภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” เดือนมกราคม 2535

- ภาพจิตรกรรมฝาผนังอุโบสถในจังหวัดเพชรบุรี (กุมภาพันธ์ 2536)
ผลงานของ Jean-Leo Dugast สะท้อนเนื้อหาของบทความเรื่อง The Temples of Phetchaburi
เขียนโดย Anthony Windsor



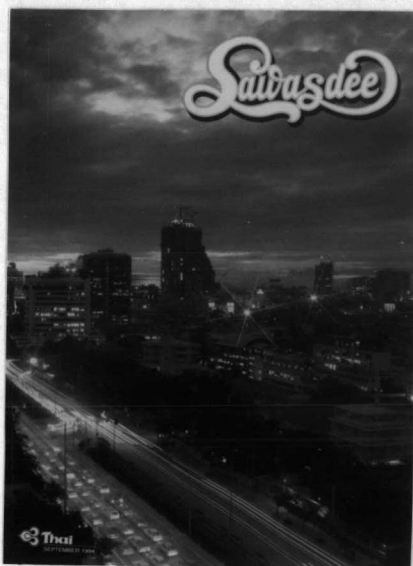
ภาพที่ 2 ตัวอย่างภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” เดือนกุมภาพันธ์ 2536

- ภาพดอกบัวไทยในสระน้ำ ถ่ายที่จังหวัดสุโขทัย (สิงหาคม 2536)
ผลงานของ August Timmermans เป็นภาพที่มีได้มีความเกี่ยวพันกับเนื้อหาภายในเล่ม



ภาพที่ 3 ตัวอย่างภาพปกนิตยสาร “สวัสดิ์” เดือนสิงหาคม 2536

- ภาพตึกระฟ้าในกรุงเทพฯ ยามค่ำคืน (กันยายน 2537) ผลงานของ Robert Mcleod สะท้อนเนื้อหาของบทความเรื่อง Thailand's Soaring Skyline เขียนโดย David Brandt



ภาพที่ 4 ตัวอย่างภาพปกนิตยสาร “สวัสดิ์” เดือนกันยายน 2537

ส่วนอีก 8 ฉบับ ได้แก่ ภาพลามะชาวเนปาล (มีนาคม 2537) , ภาพปมเชือกที่มัดในแบบอย่างของชาวญี่ปุ่น (เมษายน 2535) , ภาพเครื่องยนต์ของเครื่องบิน "Texan" (พฤษภาคม 2536) , ภาพเด็กชายชาวภูฐาน 4 คน (มิถุนายน 2537) , ภาพเปลือกหอยทะเล (กรกฎาคม 2535) , ภาพหมู่บ้านบนยอดเขา Andaluia ประเทศสเปน (ตุลาคม 2535) , ภาพเมืองเชียงใหม่ (พฤศจิกายน 2536) และภาพคริสต์มาส (ธันวาคม 2537) ซึ่งล้วนแต่เป็นภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับสถานที่ที่การบินไทยมีเส้นทางบินไปทั้งสิ้น

จะสังเกตได้ว่าภาพปกนิตยสารเน้นความสวยงาม และการดึงดูดความสนใจเป็นหลัก ไม่เน้น "ความเป็นไทย" มากนัก นอกจากนี้ยังเลือกภาพที่สอดคล้องกาลเวลาที่เป็นสากลอีกด้วย ดังเช่น ภาพคริสต์มาส ในเดือนธันวาคม เป็นต้น

ในจำนวน 4 ภาพปก พบว่ามี "ความเป็นไทย" ปรากฏ 2 หมวดหมู่ คือ

1) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม

ปรากฏบนปกประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2536 เป็นภาพจิตรกรรมฝาผนังแบบโบราณของไทย ซึ่งมักปรากฏอยู่ตามผนังอุโบสถต่าง ๆ ในภาพนี้เป็นภาพจิตรกรรมฝาผนังอุโบสถ ในจังหวัดเพชรบุรี

2) ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย

ภาพที่ปรากฏเป็นภาพของวิถีชีวิตไทย คือ ภาพดอกกล้วยไม้ไทย และภาพดอกบัวไทย นอกจากนี้ยังมีภาพวิถีชีวิตไทยแบบปัจจุบันที่ทันสมัย ได้แก่ ภาพตึกระฟ้าในกรุงเทพฯ ยามค่ำคืน

ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือกภาพปก

ภาพปกนิตยสารถ่ายโดยช่างภาพประกอบบทความในฉบับ โดยจะเลือกภาพเด่น ๆ จากภาพประกอบบทความในฉบับมาเป็นภาพปก ซึ่งได้แก่ ช่างภาพชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีชื่อเสียงในการถ่ายภาพนิตยสารชั้นนำของโลก เช่น มานิจ ศรีวานิชภูมิ , ปิงคลสวัสดิ์ อัมระนันท์ , Luca Invernizzi Tettoni และ Jean-Leo Dugast (ซึ่งเคยได้รับรางวัลชมเชยจากสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (พาด้า) ในปี พ.ศ.2533 จากภาพถ่ายในนิตยสาร “สวัสดิ์” ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับบ้านบาตรของไทย เป็นต้น

ค) เกณฑ์ในการคัดเลือก “ความเป็นไทย” มานำเสนอภาพปก

จากการศึกษาภาพปกนิตยสาร 12 ภาพ ตามตัวอย่างที่ศึกษาแล้ว พบว่ามี 4 ภาพปก ที่นำเสนอ “ความเป็นไทย” ส่วนอีก 8 ภาพ มีความหลากหลายไม่เฉพาะความเป็นไทยเท่านั้น แต่ทั้งนี้ทุกภาพ (ยกเว้นฉบับเดือนสิงหาคม 2536) ล้วนสะท้อนเนื้อหาของบทความในฉบับ ซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับเมือง และประเทศต่าง ๆ ที่การบินไทยมีเส้นทางบินไป

เกณฑ์ในการเลือกภาพปกนิตยสาร “สวัสดิ์” จึงมิได้เลือกเฉพาะภาพเกี่ยวกับประเทศไทยเท่านั้น แต่เน้นไปยังจุดหมายปลายทาง (destinations) ต่าง ๆ ของการบินไทยเป็นหลัก และเนื่องจากประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางหลัก ในฐานะประเทศเจ้าของสายการบิน จึงปรากฏภาพเกี่ยวกับประเทศไทยมากที่สุด เมื่อเทียบกับประเทศจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ที่การบินไทยดำเนินการบินไป ทั้งนี้เกณฑ์ในการพิจารณาเลือกภาพปก ได้แก่

1) ภาพปกนิตยสารต้องสะท้อนเนื้อหาภายในฉบับ

ภาพปกมักจะสะท้อน หรือนำมาจากภาพถ่ายประกอบบทความในฉบับ โดยเลือกนำเสนอภาพที่มีความเด่น สวยงาม สะดุดตา มาขึ้นปก อย่างไรก็ตามจากการศึกษานิตยสาร “สวัสดิ์” จำนวน 12 ฉบับ พบว่ามี 1 ฉบับที่ภาพปกมิได้มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาในฉบับนั้นแต่อย่างใด นั่นคือ ภาพดอกบัวไทยในสระน้ำ ซึ่งถ่ายที่จังหวัดสุโขทัย (สิงหาคม 2536)

2) เป็นภาพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ

ภาพปกทุกภาพทั้ง 12 ฉบับ ล้วนเป็นภาพที่ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ของสายการบินไทย ด้วยวัตถุประสงค์หลักในข้อนี้ ทำให้ภาพที่ตีพิมพ์ปกนิตยสาร ไม่จำเป็นต้องเลือกเฉพาะ “ความเป็นไทย” อย่างไรก็ตาม ภาพเกี่ยวกับประเทศไทยก็ได้รับการคัดเลือกให้นำมาลงตีพิมพ์ปกอย่างสม่ำเสมอ ด้วยเหตุที่ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางหลักของสายการบินไทย

3) เลือก “ความเป็นไทย” ที่เป็นรูปธรรม

ถ้าต้องการนำเสนอ “ความเป็นไทย” ในหน้าปก จะต้องนำความเป็นไทยที่เป็นรูปธรรมเท่านั้น (เช่น ดอกไม้ ภาพจิตรกรรมฝาผนัง) และต้องเป็นความเป็นไทยที่คนต่างชาติรู้จักดีพอสมควร

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการคัดเลือกภาพปก

การตัดสินใจเลือกภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” จะพิจารณาร่วมกันระหว่างบรรณาธิการนิตยสาร และคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” โดยบรรณาธิการนิตยสารจะเป็นผู้คัดเลือกภาพมาเสนอคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” เพื่อคัดเลือกในขั้นสุดท้ายก่อนตีพิมพ์

วิธีการเลือกภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” กระทำโดยบรรณาธิการนิตยสาร จะเลือกภาพที่สะท้อนเนื้อหาภายในฉบับตามเกณฑ์การเลือกภาพในข้อ ค) โดยจัดทำภาพเหมือนจริงที่ใช้ตีพิมพ์ มาจำนวนประมาณ 4 แผ่นภาพ ให้คณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” พิจารณาเลือกออกมา 1 แผ่นภาพ และการเลือกนี้จะพิจารณาร่วมกันในการประชุมแต่ละเดือน และจะทำล่วงหน้าประมาณ 3 เดือน ก่อนนิตยสารครบกำหนดออก หากคณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นว่าภาพที่นำเสนอทั้ง 4 แผ่นภาพ ยังไม่เหมาะสม หรือมีข้อเสนอแนะ เปลี่ยนแปลงแก้ไข ก็จะคืนไปก่อนและให้บรรณาธิการนำไปแก้ไข แล้วนำกลับมาพิจารณาคัดเลือกอีกครั้ง

ปัจจัยที่กำหนดการเลือกภาพปกนิตยสาร

1) เนื้อหาบทความในฉบับ

การเลือกภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” มีปัจจัยสำคัญที่กำหนดการเลือก คือ เนื้อหาบทความในแต่ละฉบับ ภาพเกือบทุกภาพ (ยกเว้นภาพปกเดือนสิงหาคม 2536) ล้วนสะท้อนเนื้อหาบทความในแต่ละฉบับทั้งสิ้น เช่น ภาพจิตรกรรมฝาผนังวัด สะท้อนเนื้อหาของบทความเรื่อง The Temples of Phetchaburi และ ภาพตีกระทบฟ้าในกรุงเทพฯ ยามค่ำคืน สะท้อนเนื้อหาของบทความเรื่อง Thailand's Soaring Skyline เป็นต้น

2) โอกาสพิเศษในแต่ละเดือน

เช่นในเดือนมกราคม 2535 ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติในหัวข้อเกี่ยวกับกล้วยไม้ ซึ่งจัดขึ้น ณ จังหวัดเชียงใหม่ การบินไทยก็ถือโอกาสประชาสัมพันธ์การประชุม และนำภาพกล้วยไม้ไทยมาตีพิมพ์ปกนิตยสารในเดือนนั้น เป็นต้น

3) เป้าหมายการสื่อสาร

เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ อันเป็น destination ของการบินไทย โดยจากการศึกษา ยังไม่พบว่ามีการตีพิมพ์ภาพใดที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับเมือง หรือประเทศที่การบินไทยมีเส้นทางบินไป

อาจกล่าวสรุปได้ว่า กระบวนการเลือกภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” ไม่ได้สนใจเรื่อง “ความเป็นไทย” มากนัก แต่เน้นการเสนอภาพประกอบบทความเรื่องเด่น ๆ ในฉบับ เพื่อดึงดูดความสนใจ และอาจกล่าวได้ว่า ความเป็นไทยในแง่มุมต่าง ๆ ก็มีใช้ปัจจัยหลักในการกำหนดการเลือกภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” ด้วย

1.3 หน้าสารบัญ

นิตยสาร “สวีสวี” ทุกฉบับจะปรากฏภาพถ่ายของพนักงานต้อนรับสุภาพสตรี สวมชุดไทย พนมมือไหว้ พร้อมรายงานประวัติโดยย่อของพนักงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามถ่ายทอดวัฒนธรรมไทย สะท้อนให้เห็นถึงการบริการอันอ่อนน้อม นุ่มนวล สุภาพ มีน้ำใจ และเปี่ยมด้วยรอยยิ้ม เป็นความพยายามที่จะสร้างให้เป็นสัญลักษณ์ของบริการ ที่เรียกว่า “บริการเอื้องหลวง” (Royal Orchid Service) ของสายการบินไทย โดยจะสังเกตเห็นได้ว่า รูปพนักงานทุกคนสวมชุดไทย และกลัดดอกกล้วยไม้สีม่วงที่หน้าอกเสื้อเสมอ



ภาพที่ 5 ตัวอย่างหน้าสารบัญนิตยสาร “สวีสวี”

ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก

“ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกออกมานำเสนอ คือ ลักษณะเด่นของคนไทย ซึ่งได้แก่

1) ลักษณะเด่นทางการแต่งกาย

เป็นการแต่งกายด้วยชุดไทย เสื้อคอกลม แขนกระบอกยาว และมีผ้าสไบเฉียงไหล่ เป็นชุดไทยที่ตัดเย็บด้วยผ้าไหมสีสดใส ปังบอกถึง “ความเป็นไทย” ในด้านการแต่งกาย และผ้าไหมไทยก็ได้รับการยกย่องจากชาวต่างประเทศว่ามีความสวยงาม และมีคุณภาพดีที่สุดในโลกแห่งหนึ่ง

2) ลักษณะเด่นในเรื่องกิริยาท่าทาง (manner) “การไหว้”

การไหว้เป็นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย การไหว้ของคนไทยเป็นการแสดงออกที่ผสมผสานมากกว่าเป็นเพียงแค่เป็นการทักทายเท่านั้น แต่การไหว้ยังปังบอกถึงสถานภาพทางสังคมของคนไหว้ด้วย ขึ้นอยู่กับว่าใครไหว้ใครก่อน เช่น คนไหว้พระผู้น้อยไหว้ผู้ใหญ่ เป็นต้น

ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือก

ภาพถ่ายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จัดทำโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของการบินไทย คือ ฝ่ายปฏิบัติการบินทำหน้าที่ในการคัดเลือกพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และส่งไปให้ช่างภาพของกองโฆษณา ดำเนินการถ่ายภาพ จากนั้นก็จะส่งภาพถ่ายไปตีพิมพ์ที่ประเทศฮ่องกง (สัมภาษณ์ วิรงรอง จันวิจิ, กรรมการนิเทศสารสวัสดิ์ , 12 ตุลาคม 2538)

ค) เกณฑ์ในการเลือก “ความเป็นไทย”

ในการเลือกนำ “ความเป็นไทย” ในด้านลักษณะเด่นของคนไทยมาเผยแพร่ต่อชาวต่างประเทศ โดยการเลือกภาพของผู้หญิงไทย สวมชุดไทย กลัดดอกกล้วยไม้ไทยที่ออกแล้ว พร้อมกับพนมมือไหว้นั้น พิจารณาได้ดังนี้

1) เลือกผู้หญิงในการแสดงออกถึง “ความเป็นไทย”

ความจริง “ความเป็นไทย” ก็คือคนไทย และการแสดงออกของคนไทย แต่การที่ผู้จัดทำเลือกคนไทยที่เป็นผู้หญิง อาจพิจารณาได้ว่าภาพของผู้หญิงสะท้อนความนุ่มนวล ตามมารยาทแบบไทยได้เด่นชัดกว่าภาพของผู้ชาย นอกจากนี้ชุดไทยที่ผู้หญิงสวมใส่ก็สะท้อนความเป็นไทยได้มากกว่าชุดของผู้ชาย (พนักงานต้อนรับชาย) ซึ่งเป็นชุดสากล

จากประเด็นการพิจารณาตรงนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์คุณจิตรดี รั้งควรร ซึ่งดำรงตำแหน่ง Contributing Editor ของนิตยสาร “สวัสดี” ถึงสาเหตุที่ไม่เคยนำภาพของผู้ชายมาลงในนิตยสารบ้าง ซึ่งได้คำตอบดังนี้

“เคยมีการประชุมพิจารณากันเหมือนกันในเรื่องที่คิดจะลงภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่เป็นผู้ชาย แต่คณะกรรมการพิจารณาแล้วไม่เห็นชอบ เนื่องจากภาพของพนักงานต้อนรับผู้หญิงจะสะท้อนบริการอันนุ่มนวลแบบไทยๆ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของการบริการ เอื่องหลวงได้ดีกว่า นอกจากนี้พนักงานต้อนรับผู้หญิงยังสวมชุดไทย ซึ่งสะท้อนความเป็นไทย ในขณะที่เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับชายไม่มีสิ่งบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของความเป็นไทยเนื่องจากแต่งกายในชุดสากล” (สัมภาษณ์ จิตรดี รั้งควรร, Contributing Editor , 21 มีนาคม 2538.)

นั่นคือเหตุผลว่า ทำไมจึงปรากฏแต่ภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่เป็นผู้หญิงเท่านั้น

2) เลือกเฉพาะคนไทย

ไม่ปรากฏว่าภาพที่ลงเป็นภาพของพนักงานต้อนรับที่เป็นชาวต่างชาติ ถึงแม้ว่าพนักงานต้อนรับของการบินไทย จะมีทั้งชาวต่างประเทศด้วย ทั้งนี้เพราะคนไทยเท่านั้นที่สามารถแสดงออกถึง “ความเป็นไทย” ได้ดีที่สุคนั่นเอง

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือก

ภาพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (Air Hostess) พร้อมประวัติส่วนตัว โดยย่อที่ตีพิมพ์แต่ละฉบับ ได้รับการคัดเลือก และดำเนินการจัดทำโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของบริษัท การบินไทย และจัดส่งไปให้บรรณาธิการที่ประเทศฮ่องกงดำเนินการตีพิมพ์

ปัจจัยที่กำหนดการเลือกภาพ

ปัจจัยที่เด่นชัดที่สุดที่กำหนดการเลือกภาพ ก็คือภาพลักษณ์ของการบริการ ด้วยมารยาทแบบไทย ๆ ในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติไทย ได้มีส่วนในการกำหนดการเลือกว่า ต้องแสดงออกถึงความเป็นไทย ภาพที่ออกมาจึงเป็นภาพที่สวมชุดไทย และตอกย้ำมารยาทไทยด้วยการไหว้ประกอบ

2. คอลัมน์ประจำ

“ความเป็นไทย” ที่ปรากฏในคอลัมน์ประจำมี 3 คอลัมน์ ได้แก่ Festivals, Things Thai และ A Few Thai Words ซึ่งจะวิเคราะห์กระบวนการเลือก และปัจจัยที่เกี่ยวข้องไปตามลำดับ

2.1 คอลัมน์ Festivals

เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอเทศกาลต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในเดือนที่นิตยสารฉบับนั้น ออก ซึ่งจะบอกวัน เวลา และสถานที่จัดงาน รวมทั้งลักษณะของงาน ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ ในที่นี้จะวิเคราะห์เฉพาะเทศกาลในประเทศไทยเท่านั้น



ภาพที่ 6 ตัวอย่างคอลัมน์ Festivals

ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก

จากการศึกษาเนื้อหาในคอลัมน์ Festivals จำนวน 12 เดือน มีเทศกาลต่าง ๆ ที่ได้รับการคัดเลือกมาทั้งหมด 56 เทศกาล ซึ่งสามารถจัดแบ่งหมวดหมู่ตามเกณฑ์การพิจารณา “ความเป็นไทย” ในด้านต่าง ๆ ได้ดังตาราง

ลำดับ	“ความเป็นไทย”	จำนวนที่พบ (เทศกาล)
1	สถาบันพุทธศาสนา	12
2	สถาบันพระมหากษัตริย์	4
3	ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย	45
4	ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม	-
5	ภาษาไทยและวรรณกรรม	-
6	ลักษณะเด่นของคนไทย	2
7	ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่แตกต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก	6
	รวม 56 เทศกาล	69

ตารางที่ 1 แสดงหมวดหมู่ “ความเป็นไทย” ในคอลัมน์ Festivals
(รายละเอียดการลงตารางข้อมูลได้จากภาคผนวก)

“ความเป็นไทย” ทั้ง 7 หมวดหมู่ ยังมีลักษณะเฉพาะของ “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกออกมาจากแต่ละหมวดหมู่ ดังนี้

1) สถาบันพุทธศาสนา

พุทธศาสนาที่ได้รับการคัดเลือกในคอลัมน์ Festivals ได้แก่ เทศกาลที่มีความเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนาพุทธ และวันสำคัญทางศาสนา รวมทั้งการจัดงานรื่นเริงในวันสำคัญทางศาสนา เทศกาลดังกล่าว ได้แก่ The Phra That Phanom Fair , วิสุทธิกษัตริย์สงกรานต์ วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา เป็นต้น

2) สถาบันพระมหากษัตริย์

เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ที่ได้รับการคัดเลือกในคอลัมน์ Festivals แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) วันสำคัญเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ได้แก่ วันฉัตรมงคล วันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระบรมราชินีนาถ และ 2) พระราชพิธี ได้แก่ พระราชพิธีแรกนาขวัญ เป็นต้น

3) ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย

เทศกาลต่างๆ ของคนไทยแยกไม่ออกจากประเพณีไทย และวิถีชีวิตไทย กล่าวคือ เทศกาลต่างๆ จะสะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยที่มีการปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน ประเพณีที่ได้รับการคัดเลือกมานำเสนอ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ประเพณีที่เป็นเทศกาลงานรื่นเริง รวมทั้งการแสดง และการเล่นต่างๆ เช่น งานแสดงของช่างที่จังหวัดสุรินทร์ , งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ที่จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นการรำลึกถึงประวัติศาสตร์ในเรื่องการต่อสู้เพื่อรักษาดินแดน , เทศกาลแข่งเรือยาวในจังหวัดต่างๆ และงานสงกรานต์ เป็นต้น และ 2) ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา เช่น การแห่เทียนเข้าพรรษา (Candle Festival) และตักบาตรดอกไม้ที่จังหวัดสระบุรี เป็นต้น

4) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม

“ความเป็นไทย” ในด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม ไม่ได้รับการคัดเลือกในคอลัมน์ Festival

5) ภาษาไทยและวรรณกรรม

“ความเป็นไทย” ในด้านภาษาไทยและวรรณกรรม ไม่ได้รับการคัดเลือกในคอลัมน์ Festivals

6) ลักษณะเด่นของคนไทย

ลักษณะเด่นของคนไทยที่ปรากฏในคอลัมน์ Festivals ได้แก่ เรื่องงานเทศกาลซึ่งมีพื้นฐานมาจากความเชื่อในอำนาจเหนือธรรมชาติ ความเชื่อที่พบได้แก่ งานเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยวที่จังหวัดปัตตานี และเทศกาลไหว้พระจันทร์ ทั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นความเชื่อของคนไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทย

7) ความเป็นไทยในแง่มุมอื่น ๆ ที่แตกต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก

“ความเป็นไทย” ที่แตกต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก เนื่องจากแปรเปลี่ยนไปตามโอกาสต่าง ๆ ในแต่ละเดือนที่มีการจัดงานเทศกาลนั้น ๆ และไม่สามารถจัดเข้าประเภทความเป็นไทยทั้ง 6 หมวดหมู่ข้างต้นได้ อันได้แก่

- วันสำคัญของชาติ ได้แก่ วันรัฐธรรมนูญ
- การประชาสัมพันธ์งานแสดงอัญมณีเครื่องประดับ ได้แก่ The Bangkok Gems & Jewellery Fair '94
- ส่งเสริมสินค้าส่งออกของประเทศไทย ของกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (Dept. of Export Promotion) เช่น Thailand Food Fair '93, The Gift Show '94
- วันสำคัญของชาติ ได้แก่ วันรัฐธรรมนูญ

หากพิจารณาจากตารางแสดงหมวดหมู่ของ “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก จะเห็นว่าหมวดหมู่ของประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย ได้รับการคัดเลือกออกมามากที่สุด กล่าวคือ จาก 56 เทศกาล พบเทศกาลที่เกี่ยวกับประเพณีไทยถึง 45 เทศกาล ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นคอลัมน์ที่มีลักษณะเป็นปฏิทินเทศกาล และเทศกาลก็คือประเพณีอย่างหนึ่ง และรองลงมาคือ พุทธศาสนา เทศกาลต่าง ๆ ของคนไทย มักจะเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา และกิจกรรมในวัด เนื่องจากวิถีชีวิตของคนไทยผูกพันกับวัดมาตั้งแต่อดีต และปฏิบัติสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน สำหรับหมวดหมู่ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม และภาษาไทยและวรรณกรรม ไม่ปรากฏในคอลัมน์ Things Thai เนื่องจาก “ความเป็นไทย” ทั้ง 2 หมวดหมู่นี้ ไม่ค่อยมีปรากฏในลักษณะที่เป็นเทศกาลของไทยนั่นเอง

ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือก

ข้อมูลเทศกาลต่าง ๆ ของประเทศไทย ทางบรรณาธิการผู้จัดทำนิตยสาร เป็นผู้จัดทำมาเอง โดยได้แหล่งข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ แหล่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น อสท. จากนั้นก็นำมาเสนอต่อคณะกรรมการ คณะกรรมการมีหน้าที่เพียงตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะความเห็น

ค) เกณฑ์ในการคัดเลือก “ความเป็นไทย” ในคอลัมน์ Festivals

เนื่องจากผู้รับสาร ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ และเป้าหมายหลักของการสื่อสารก็มีไว้เพื่อสื่อสารกับคนไทย ดังนั้นการเลือกประเพณี หรือเทศกาลต่างๆ มาลงในคอลัมน์ Festivals จึงมีลักษณะที่ต้องคำนึงถึงผู้รับสารซึ่งเป็นชาวต่างประเทศเป็นหลัก กล่าวคือ

- 1) เลือกเทศกาลหรือประเพณี ที่ชาวต่างประเทศสามารถเข้ามีส่วนร่วม (Participation) ได้

ประเพณี หรือเทศกาลที่ได้รับการคัดเลือก มักเป็นประเพณีที่มีการปฏิบัติกันทางสนุกสนาน รื่นเริง ไม่ใช่ประเพณีที่เคร่งขรึม หรือมีลักษณะเป็นพิธีกรรมเฉพาะคนในสังคมไทย หรือเฉพาะท้องถิ่น แต่จะเลือกประเพณีที่ชาวต่างประเทศสามารถเข้ามาร่วมได้ เช่น ประเพณีสงกรานต์ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งชาวต่างประเทศสามารถเข้ามาร่วมสนุกสนาน เข้ามาสาธิตน้ำร่วมกับคนไทยได้

- 2) ไม่เลือกเทศกาลหรือประเพณีที่มีความหมายเฉพาะสำหรับคนไทย

ประเพณีไทยส่วนใหญ่ เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางพุทธศาสนาแทบทั้งสิ้น ซึ่งพิธีกรรมดังกล่าวจะมีความหมายก็แต่เฉพาะสำหรับคนไทย ดังนั้นการเลือกประเพณีเพื่อนำเสนอต่อชาวต่างประเทศ จึงไม่เลือกประเพณีที่มีการปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เช่น ทอดกฐิน หรือ เทศน์มหาชาติ และถ้าหากมีการเลือกประเพณีมา ก็พยายามไม่เลือกลักษณะที่เป็นพิธีกรรมมาเสนอ

ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากประเพณี หรือเทศกาลที่เลือกขึ้นมานั้น ต้องมีลักษณะของการปฏิบัติที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว (การให้ข้อมูลว่าเดือนไหนจะมีเทศกาลอะไร และเป็นเทศกาลที่มีความสนุกสนาน พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้คนภายนอกมาร่วมได้ เท่ากับเป็นการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยตรงอยู่แล้ว ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวแทรกอยู่ด้วย) ขณะเดียวกันก็เผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณีไทยไปสู่สายตาชาวโลก ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อทั้งประเทศไทย และต่อการบินไทย เนื่องจากการบินไทยดำเนินธุรกิจการบินพาณิชย์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยการเดินทางท่องเที่ยว โดยการบินไทยร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือกเทศกาล

ผู้ที่มีหน้าที่เลือกเทศกาลต่างๆ มาลงในคอลัมน์ Festivals คือ บรรณาธิการ ผู้จัดทำนิตยสาร เป็นผู้หาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทศกาลต่าง ๆ จากแหล่งต่าง ๆ เอง แล้วจัดทำออกมา โดยมีคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” คอยทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง

ปัจจัยที่กำหนดการเลือก “ความเป็นไทย” ในคอลัมน์ Festivals

ในการคัดเลือกเทศกาลในคอลัมน์ Festivals มีปัจจัยที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดการคัดเลือกหลายประการ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านชื่อคอลัมน์ เวลา ผู้รับสาร และเป้าหมายในการสื่อสาร

1) ปัจจัยทางด้านชื่อคอลัมน์

ชื่อคอลัมน์เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการเลือกเนื้อหาในคอลัมน์ว่าต้องเป็นเทศกาลเท่านั้น จะเป็นอย่างไรไม่ได้ กล่าวคือ เมื่อเป็นคอลัมน์ Festivals ก็ย่อมต้องคัดเลือกเนื้อหาเฉพาะที่เป็นเทศกาลในแต่ละเดือนออกมา ซึ่งเป็นผลให้ “ความเป็นไทย” ด้านประเพณีไทยได้รับการคัดเลือกออกมามากที่สุด

2) ปัจจัยทางด้านเวลา

การคัดเลือกเทศกาลต่าง ๆ มานำเสนอในคอลัมน์ Festivals ยังมีปัจจัยหลักอีกประการหนึ่งที่กำหนดการเลือกเทศกาล คือ เวลา กล่าวคือ จะมีการเลือกเทศกาลที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนออกมานำเสนอ เช่น ในเดือนเมษายน มีเทศกาลเด่น ๆ ที่ได้รับการคัดเลือก คือ เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น

3) ปัจจัยทางด้านผู้รับสาร

เนื่องจากผู้รับสารส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ดังนั้น การเลือกเทศกาลต่าง ๆ ก็ย่อมต้องคำนึงถึงผู้รับสารเป็นหลัก ทำให้ลักษณะของเทศกาลที่ปรากฏออกมามีลักษณะที่เป็นงานรื่นเริงสนุกสนาน ชาวต่างประเทศสามารถเข้าไปร่วมงานเทศกาลได้ และตัดเทศกาลที่ไม่มีความหมายสำหรับชาวต่างประเทศออกไป

4) ปัจจัยทางด้านเป้าหมายการสื่อสาร

เนื่องจากการบินไทยได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กรที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติ จะสังเกตเห็นได้ว่าเทศกาลที่ได้รับการคัดเลือกมักจะเลือกเทศกาลเด่นๆ ของแต่ละภาคออกมา อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย

2.2 คอลัมน์ Things Thai

เป็นคอลัมน์ประจำที่นำเสนอสิ่งละอันพันละน้อยเกี่ยวกับคนไทย และความเป็นไทย ในด้านต่าง ๆ ไม่เฉพาะเจาะจง อันได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีของไทย รวมทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งของวัตถุต่าง ๆ ที่แสดงถึง “ความเป็นไทย” และเอกลักษณ์ไทย ที่ลงตีพิมพ์ในแต่ละเดือน จำนวนประมาณ 5 เรื่อง ในแต่ละฉบับ พร้อมภาพประกอบ

Things Thai

Gold leaf
Gold is the purest and most enduring natural metal, and although gold is considered expensive, the way of The Buddha to show that respect for a person or concept is to make merit by offering small squares of gold leaf onto images of the Buddha or other sacred objects. The origins of this custom are unknown, but gold-leafed images from the Sukhothai period, 700 years ago, have been found. Gold leaf is considered the best gift to please a spirit and respect deities. Even the act of making gold leaf costs more for an individual. Squares of gold are produced by 100,000 of them. The process...

Monks' bowls
In the days when Prince Siddhartha visited the Indian countryside over 2,500 years ago, monks' alms bowls were made of wood. The Buddha monks made their bowls from the bark of the tree that has three sets of ribs, a bowl is a monk's most important possession. In the suburbs of Siam (now Thailand), the bowls of Bangkok, monks' bowls are still made by hand in traditional ways, with a daily production of about 20 bowls, each costing about 500 baht (about US\$22). The code of monastic discipline requires each monk to obtain his daily food by going on an early morning almsround which encompasses the virtues of poverty, self-denial and humility. Those who offer rice and food to the monks take merit by doing so. Rice is placed directly into the monks' bowl, while the *Ang Akhar*—condemned water with the rice—is placed in another containing girth, usually carried by a temple boy who accompanies the monk. The bowls are made of seven narrow strips of teakwood (or which are bent and dovetailed together and joined with molten copper). The bowls are lacquered with and the finished bowl is lacquered. — B.N.

A special gesture
The way... the raising of the hands, palm joined and placed in a position lightly touching the body somewhere between the chest and the forehead—is a significant social custom and indicates both social structure and religious dogma. The gesture is a combination of greeting, display of respect and assurance of a person's rank in the social hierarchy. The Thai are generally very "low-key" but when, who walk first, and exactly how they place the hands in relation to the head or all part of the gesture of the way to use. When passing the *Eraser* (Buddha, as one of the Buddha's instructions in central Bangkok, will take both hands off the morning, which is on the part of Buddha, whose image is housed there. A person's gesture is an early gesture, a social indicator with a social superior, a Buddha monk never made a gesture, and most interesting a visit to the King. The honor the indication of the hand with the joined hands, the greater the amount of respect shown. Those of lower status always remain the feet, and the gesture can be used to be returned to the person of higher status. The hands should be held together, in which one eye covers the ear, as a gesture one will not be able to remain close if one is of the same social status. It is inappropriate for a noble person to not a gesture person back an action is supposed to indicate some one off the temple person. The shape when the hands form is as simple as the way someone the closed fist, a symbol of purity, growth and of respect to the Lord Buddha. — B.N.

The shimmering thread
Some 100,000 traditional silk fabrics are produced by hand out of silkworm cocoons in the province of shimmering sunset of over 8 million yards of this silk each year. Silk garments in Asia have always shined high silk and have been reserved for use on special occasions. Some descriptions from the ancient Thai capital of Sukhothai in the 13th century indicate that silk was a special ceremonial material. In the early days of Bangkok, certain designs were reserved for the highest court officials and were indications of status. Only court officials, granted great permission to do so could wear custom designs made to give a particularly significant look. Bangkok's traditional silk industry, which began in the Mahachulalongkornrajavidyalaya in 1907, got this silk on the way when he was a member of the silk, at the school of higher education in his. Today, the Thai people's life is a national industry, with a different history of silkworm producing 200 different qualities of silk used almost entirely for use in fabrics and clothing. This silk is distinguished by its shimmer and subtle texture. — B.N.

Pouring on hospitality
The ceramic water jug is typical of Thai craftsmanship. In a typical design is a rounded conical great narrow to offer visitors a drink of cool, clear water. This like this, made of the with a high and curved, holds the beautiful function. Still some bowls outside shops and houses, equipped with a drinking cup and a small table, this stylish line stopped need to a symbol of Thai hospitality and kindness. — B.N.

ภาพที่ 7 ตัวอย่างคอลัมน์ Things Thai

ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก

จากการศึกษาตัวอย่างทั้ง 12 ฉบับ พบคอลัมน์ Things Thai เพียง 8 ฉบับ ประกอบด้วยเรื่องราวเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” ทั้งหมด 42 เรื่อง เดือนที่ไม่ปรากฏคอลัมน์ Things Thai คือ มกราคม 2535 , เมษายน 2535 , กรกฎาคม 2535 และ ธันวาคม 2537 อย่างไรก็ตาม จาก 42 เรื่องที่ปรากฏ สามารถจัดแบ่งหมวดหมู่ตามเกณฑ์การพิจารณา “ความเป็นไทย” ในด้านต่าง ๆ ได้ดังตาราง

ลำดับ	“ความเป็นไทย”	จำนวนที่พบ (เรื่อง)
1	สถาบันพุทธศาสนา	10
2	สถาบันพระมหากษัตริย์	2
3	ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย	10
4	ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม	8
5	ภาษาไทยและวรรณกรรม	4
6	ลักษณะเด่นของคนไทย	7
7	ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่แตกต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก	7
	รวม 42 เรื่อง	48

ตารางที่ 2 แสดงหมวดหมู่ “ความเป็นไทย” ในคอลัมน์ Things Thai
(รายละเอียดการลงตารางข้อมูล ดูได้จากภาคผนวก)

“ความเป็นไทย” ทั้ง 7 หมวดหมู่ ยังมีลักษณะเฉพาะของความเป็นไทยที่ได้รับการคัดเลือกออกมาจากแต่ละหมวดหมู่ ดังนี้

1) สถาบันพุทธศาสนา

พุทธศาสนาได้รับการคัดเลือกมากที่สุด ในคอลัมน์ Things Thai (เช่นเดียวกับประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย) จาก 42 เรื่อง มี 10 เรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา โดยสามารถแยกแยะออกเป็นด้านต่าง ๆ ของพุทธศาสนาได้ดังนี้

1.1) พุทธศาสนาในด้านที่เกี่ยวกับพระสงฆ์ มีจำนวน 4 เรื่อง ได้แก่

- Robe of religion (เดือนมีนาคม 2537) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่มและการแต่งกายของพระสงฆ์ และที่มาของเครื่องนุ่งห่มของพระสงฆ์ครั้งพุทธกาล และในปัจจุบัน และข้อห้ามของสงฆ์ที่ไม่ให้ผู้หญิงไปแตะต้องจีวรของสงฆ์
- Making merit (เดือนสิงหาคม 2536) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการทำบุญใส่บาตรแด่พระสงฆ์ ซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่จะแสดงความบูชาพระรัตนตรัย คือ พระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์ ของชาวไทยพุทธ
- Monks' bowls (เดือนตุลาคม 2535) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับบาตรพระ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในบรรดาเครื่องอัฐบริขารแปดของพระสงฆ์ นอกจากเครื่องนุ่งห่ม 3 ชิ้น และวัตรปฏิบัติของสงฆ์ที่จะต้องบิณฑบาตทุกเช้า นอกจากนี้ยังอธิบายการทำบาตรอย่างย่ออีกด้วย
- Sacred thread (เดือนพฤศจิกายน 2536) เป็นเรื่องราวของเส้นด้ายศักดิ์สิทธิ์ในพุทธศาสนา คือสายสิญจน์ที่ใช้โดยพระสงฆ์ในพิธีศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา

1.2) พุทธศาสนาในด้านที่เกี่ยวกับประเพณีไทย

- Rite of passage (เดือนพฤษภาคม 2536) ซึ่งเป็นประเพณีการโกนจุกบุตร-ธิดา ของคนไทยในสมัยโบราณ ซึ่งเป็นพิธีกรรมผสมผสานระหว่างศาสนาพุทธและฮินดู

1.3) พุทธศาสนาในด้านที่แสดงออกทางศิลปกรรม และสถาปัตยกรรม มีจำนวน 3 เรื่อง ได้แก่

- Serpentine divinity (เดือนกุมภาพันธ์ 2536) ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมการก่อสร้างที่เกี่ยวกับการสร้างรูปพญานาคในส่วนต่าง ๆ ของวัดวาอาราม
- Monumental beginnings (เดือนกุมภาพันธ์ 2536) เป็นสถาปัตยกรรมเกี่ยวกับสถูป เจดีย์ ทางพุทธศาสนาซึ่งเป็นที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ และเป็นสัญลักษณ์ของพระพุทธเจ้า และคำสั่งสอน
- Pearl of the East (เดือนมิถุนายน 2537) เป็นศิลปกรรมแขนงหนึ่งของการประดับมุก ที่นำมาประดับตามประตูวัด และที่พระพุทธรบาท

1.4) พุทธศาสนาในด้านที่เกี่ยวข้อกับลักษณะเด่นของคนไทยในด้านความเชื่อ มีจำนวน 1 เรื่อง ซึ่งตีพิมพ์ 2 ฉบับ ได้แก่

- Gold leaf (เดือนกันยายน 2537 และเดือนตุลาคม 2535) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการปิดทองคำแผ่นบนพระพุทธรูป และรูปปั้นศักดิ์สิทธิ์ ที่ผนวกความเชื่อของคนไทยที่เชื่อว่าการทำบุญด้วยทองคำแสดงความเคารพสูงสุด และปิดทองตามส่วนต่างๆ ของพระพุทธรูป ด้วยความเชื่อว่าเป็นชาติหน้าจะมีอวัยวะส่วนนั้นสวยงาม เช่น การปิดทองที่ดวงตาของพระพุทธรูป เมื่อเกิด ในชาติต่อไปจะมีดวงตาที่สวยงาม เป็นต้น

2) สถาบันพระมหากษัตริย์

“ความเป็นไทย” เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ได้รับการคัดเลือกในคอลัมน์ Things Thai มี 2 ด้าน คือ

- 2.1) สถาบันพระมหากษัตริย์ ในด้านเกี่ยวกับสถานที่แปรพระราชฐานของราชวงศ์ คือ พระราชวังไกลกังวล ในเรื่อง A royal retreat (เดือนมิถุนายน 2537)

- 2.2) สถาบันพระมหากษัตริย์ ในแง่ที่เป็นพระราชกรณียกิจของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงช่วยเหลือชาวเขาให้เลิก ปลูกฝิ่น โดยมีพระราชดำริให้จัดตั้งโครงการปลูกพืช ผลไม้ เมืองหนาว ทดแทนการปลูกฝิ่น ในเรื่อง Opium poppy (เดือนกันยายน 2537)

3) ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย

“ความเป็นไทย” ในด้านประเพณีและวิถีชีวิตไทย ได้รับการคัดเลือก มากที่สุดในคอลัมน์ Things Thai (เช่นเดียวกับพุทธศาสนา) กล่าวคือ จากจำนวน 42 เรื่อง มี ความเป็นไทยในแง่นี้ถึง 10 เรื่อง ประเพณีและวิถีชีวิตไทยที่ได้รับการคัดเลือกนี้ นอกจากเป็น วิถีชีวิตของคนไทยในด้านต่างๆ แล้ว ยังเป็นประเพณีและวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับ “ความเป็น ไทย” ในหมวดอื่น ๆ อีกด้วย กล่าวคือเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา และศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ ดัง นี้

3.1) ในด้านที่สะท้อนวิถีชีวิตไทยในด้านต่างๆ มีจำนวน 8 เรื่อง ได้แก่

- วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยภาคกลาง ริมน้ำเจ้า พระยา จากเรื่อง Waterworks (เดือนกุมภาพันธ์ 2536) และ Venice of the East (เดือนมีนาคม 2537)
- วิถีชีวิตของคนไทย ในด้านอาชีพการทำมาหากิน และ อาหารการกินของคนไทย อันได้แก่ จากเรื่อง Daily staple (เดือนพฤศจิกายน 2536) เป็นเรื่องเกี่ยวกับอาชีพการทำ นาปลูกข้าว, Street food culture (เดือนกันยายน 2537) ซึ่งเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินของคนไทย และอาชีพการ ขายอาหารริมทางเท้า , Favorite food (เดือนพฤษภาคม 2536) เกี่ยวกับอาหารไทยที่เรียกว่า “ผัดไทย” และ Cool as coconut ice ไอศกรีมกะทิสด (เดือนสิงหาคม 2536)

- วิถีชีวิตของคนไทย ในด้านลักษณะนิสัยการกินหมาก จากเรื่อง The betel habit (เดือนพฤษภาคม 2536)
- วิถีชีวิตของคนไทย ในด้านการประดิษฐ์เครื่องใช้ในครัวเรือน จากเรื่อง Thai form (เดือนกันยายน 2537)

3.2) ในด้านประเพณีไทยที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรม และความเชื่อทางศาสนา

ได้แก่เรื่อง Rite of passage (เดือนพฤษภาคม 2536)

3.3) ในด้านวิถีชีวิตไทยที่เกี่ยวข้องกับศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ

ได้แก่ เรื่อง Thread of tradition (เดือนสิงหาคม 2536) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวไทยภูเขากับงานอาชีพในการทอผ้า และปักกลดลายแบบ ชาวเขา ซึ่งมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

4) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม

“ความเป็นไทย” ในด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม มีปรากฏอยู่ 8 เรื่อง มีทั้งที่เป็นศิลปกรรมล้วนในแขนงต่าง ๆ และศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทยในหมวดอื่น ๆ อีกด้วย กล่าวคือ เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา และวิถีชีวิตไทย ดังนี้

4.1) ศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ

ได้แก่ นาฏศิลป์ไทยแบบคลาสสิก ที่เรียกว่า โขน จากเรื่อง Age-old drama (เดือนกุมภาพันธ์ 2536 และเดือนมีนาคม 2537) , การแสดงหนังใหญ่ จากเรื่อง Puppet practice (เดือนมิถุนายน 2537) และศิลปการทำร่มกระดาษของชาว บ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ จากเรื่อง Paper protection (เดือนพฤศจิกายน 2536)

4.2) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา

ได้แก่ เรื่อง Serpentine divinity (เดือนกุมภาพันธ์ 2536) , Monumental beginnings (เดือนกุมภาพันธ์ 2536) , และ Pearl of the East (เดือนมิถุนายน 2537)

4.3) ศิลปกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่

ได้แก่เรื่อง Threads of tradition (เดือนสิงหาคม 2536)

5) ภาษาไทยและวรรณกรรม

5.1) ในด้านภาษาไทย

ได้แก่เรื่อง From A to Z, in Thai (เดือนกุมภาพันธ์ 2536) ซึ่งบอกลักษณะของภาษาไทยและการผสมใช้อักษร และความเป็นมาของอักษรไทย และจากเรื่อง Tongue-twister (ซึ่งตีพิมพ์ 2 เดือน คือเดือนพฤษภาคม 2536 และเดือนพฤศจิกายน 2536) ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับชื่อเต็มของจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่สะกดเป็นภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งให้ความหมายด้วย และประวัติเกี่ยวกับกรุงเทพมหานคร

5.2) ในด้านวรรณกรรม

ได้แก่เรื่อง Heroic tales (เดือนมีนาคม 2537) เป็นเรื่องราวของหนุมาน ซึ่งเป็นจ้าวแห่งลิงในวรรณกรรม เรื่องรามเกียรติ์ในภาคของคนไทย (Thai version)

6) ลักษณะเด่นของคนไทย

ลักษณะเด่นของคนไทยที่ปรากฏในคอลัมน์ Things Thai ได้แก่ ลักษณะเด่นในด้านความเชื่อ (ทั้งความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา และความเชื่อในอำนาจเหนือธรรมชาติ) ลักษณะเด่นด้านการไหว้ และความมีน้ำใจของคนไทย

6.1) ความเชื่อของคนไทย

ความเชื่อของคนไทยยังแยกได้เป็น ความเชื่อในอำนาจลี้ลับศักดิ์สิทธิ์ที่นอกเหนือธรรมชาติ ได้แก่ ความเชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ของพระพรหมณ์เอราวัณ จากเรื่อง House of spirit (เดือนมิถุนายน 2537) , ความเชื่อเรื่องฤาษีว่าเป็นผู้ถ่ายทอดศิลปวิทยาการต่างๆ ให้กับมนุษย์ จากเรื่อง Rishi (เดือนมิถุนายน 2537) และความเชื่อเกี่ยวกับ “ขวัญ” ถ้าอยู่ประจำกายแล้วจะปกป้องอันตรายต่างๆ ได้ จากเรื่อง Cherished soul (เดือนกันยายน 2537) และความเชื่อเกี่ยวกับพุทธศาสนา จากเรื่อง Gold leaf (เดือนกันยายน 2537 และ เดือนตุลาคม 2535)

6.2) การไหว้

การไหว้ ซึ่งบอกความหมาย บ่งบอกสถานภาพของคนไหว้ และคนรับไหว้ในสังคมไทย จากเรื่อง Special gesture (เดือนตุลาคม 2535)

6.3) ความมีน้ำใจ

จากเรื่อง Pouring on hospitality (เดือนตุลาคม 2535) มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงมารยาทที่ดี และความมีน้ำใจของคนไทย ด้วยการต้อนรับด้วยเครื่องดื่มเย็นๆ แก่ผู้มาเยือน เนื่องจากเมืองไทยเป็นเมืองร้อน และลักษณะอย่างนี้ยังพบบทเห็นได้ตามบ้านเรือนริมทางในต่างจังหวัด ที่ตั้งคนโหน้ำไว้หน้าบ้านสำหรับคนผ่านไปมา

7) ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก

“ความเป็นไทย” ที่ไม่สามารถจัดเข้าหมวดหมู่ของ“ความเป็นไทย” ทั้ง 6 หมวดหมู่ข้างต้นได้ มี 7 เรื่อง เนื่องจากไม่สามารถนิยาม “ความเป็นไทย” ตรงนี้ได้อย่างลงตัว แต่ถือว่าคือ “ความเป็นไทย” เพราะเกี่ยวข้องกับคนไทย ประเทศไทย และเป็นผลงานของคนไทย หรือเป็นลักษณะเด่นที่พบได้ในประเทศไทย ได้แก่ History of silk (เดือนมีนาคม 2537) , The shimmering thread (เดือนตุลาคม 2535) ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับผ้าไหมไทย, Buried treasure (เดือนพฤษภาคม 2536) และ Stumbling upon the Bronze age (เดือนพฤศจิกายน 2536) ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติของไทย คือ อัญมณี และโบราณวัตถุที่ขุดค้นพบโดยบังเอิญในประเทศไทย , Durian : Thing of Fruits (เดือนมิถุนายน

2537) ทูเรียนไทยที่ชาวตะวันตกยกย่องว่าเป็น King of fruits , Thailand's tabby (เดือนสิงหาคม 2536) เรื่องราวเกี่ยวแมวไทย , Making track (เดือนสิงหาคม 2536) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับถนนเก่าแก่ในกรุงเทพฯ

หากพิจารณาจาก “ความเป็นไทย” ในหมวดหมู่ต่าง ๆ ที่ได้รับการคัดเลือกในคอลัมน์ Things Thai จะพบว่าพุทธศาสนา และวิถีชีวิตไทย ได้รับการคัดเลือกมากที่สุด (อย่างละ 10 เรื่อง) รองลงมาคือ ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม (8 เรื่อง) และทั้ง 3 สิ่งนี้มักจะปรากฏคู่กันเสมอ ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตไทยกับพุทธศาสนา หรือสถาปัตยกรรมไทยกับพุทธศาสนา ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าวิถีชีวิตของคนไทย และรูปแบบของสถาปัตยกรรมไทย กับพุทธศาสนา เป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิต และการสร้างสรรค์งานศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ ล้วนมีรากฐานและอิทธิพลมาจากความเชื่อทางพุทธศาสนาแทบทั้งสิ้น

และการวิเคราะห์ของผู้วิจัยก็ได้รับการยืนยันซ้ำอีก จากการสัมภาษณ์กรรมการนิตยสาร “สวัสดี” ถึงประเด็นที่ว่าทำไมจึงมีการนำเสนอเกี่ยวกับพุทธศาสนาในคอลัมน์ Things Thai มากที่สุด คือ

“เราปฏิเสธไม่ได้ว่าดินแดนนี้เป็นประเทศที่มีวัดเกี่ยวกับพุทธศาสนามากที่สุดในโลก และในอดีตบ้านเมืองเราเริ่มเย็นด้วยพุทธศาสนาเป็นหลักในการดำเนินชีวิต และประเพณีก็แยกไม่ออกจากพุทธศาสนา วิถีชีวิตไทยก็พัฒนามาจากคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า เพราะฉะนั้น ถ้าเราจะศึกษาวัฒนธรรมไทย คนไทย ในแง่อย่างไร อย่างไทย อย่างรวดเร็ว ก็ต้องลงไปศึกษาที่พุทธศาสนา ดึงกันไม่ออกระหว่างความเป็นไทย กับหัวใจพุทธ” (สัมภาษณ์วีรกร จันวิจิตร, กรรมการนิตยสาร “สวัสดี”, 13 มีนาคม 2538.)

“ที่เป็นเช่นนี้ เพราะว่าเวลานักเขียน (ผู้รวบรวม) เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” ในความรู้สึกของเขามันก็หนีไม่พ้นศาสนา lifestyle และ ประเพณี แต่ตรงนี้ก็มิชอบนำติดอยู่ว่าสำหรับคนที่เขานับถือ

ศาสนาอื่น เขาก็จะไม่สนใจ และเกิดความเบื่อหน่าย
แต่มันก็น่าไม่พ้นว่าเมืองไทย ไปที่ไหนก็มีแต่วัด”
(สัมภาษณ์ จิตรดี ริงควร , Contributing Editor ,
21 มีนาคม 2538.)

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาเรื่องทั้งหมดที่เกี่ยวกับพุทธศาสนา จะไม่มีการพูดถึงพระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าเลย เพียงแต่พุทธศาสนามีถูกกล่าวถึง ในแง่ที่เป็นรากฐาน หรือที่มาของพิธีกรรมต่าง ๆ หรือเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งาน ศิลปะ และสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีแนวคิดอันมาจากความเชื่อในพุทธศาสนา

สำหรับหมวดหมู่สถาบันพระมหากษัตริย์ และ ภาษาไทยและวรรณกรรม ได้รับการคัดเลือกน้อยที่สุด คือ 2 เรื่อง และ 4 เรื่อง ตามลำดับ อาจพิจารณาได้ว่าเนื่องจากวัฒนธรรมไทย การกล่าวถึงสถาบันพระมหากษัตริย์ มีกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัดในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ ซึ่งไม่พ้นพระราชกรณียกิจต่าง ๆ ที่มีต่อสาธารณชน แต่ทว่าคอลัมน์นี้เป็นคอลัมน์สิ่งละอันพันละน้อยเกี่ยวกับความเป็นไทย ซึ่งมักจะเกี่ยวกับสิ่งของ และวัตถุที่เป็นรูปธรรม ดังนั้น จึงปรากฏสถาบันกษัตริย์น้อย ส่วนเหตุผลที่ปรากฏความเป็นไทย หมวดหมู่ภาษาไทยและวรรณกรรมน้อย เนื่องจากในนิตยสาร “สวัสดี” มีคอลัมน์สำหรับภาษาไทยโดยเฉพาะอยู่แล้วคือ A Few Thai Words นั้นเอง

ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือก

บรรณาธิการมีหน้าที่ในการหานักเขียน ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งละอันพันละน้อยของไทย นักเขียนที่เขียนเรื่องลงคอลัมน์ Things Thai จะเป็นนักเขียนประจำได้แก่ Shari Kessler ซึ่งเป็นทั้งผู้เขียนเรื่อง และถ่ายภาพประกอบ และบางครั้งก็จะเป็น Jennifer Sharples โดยที่นักเขียนจะส่งเรื่องทั้งหมดไปให้บรรณาธิการเลือก ทั้งนี้คณะกรรมการจะเป็นผู้ที่กำหนดแนวทางว่ามีความต้องการให้นำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราวอะไรบ้าง

จากการที่นักเขียนเป็นชาวต่างประเทศ และไม่สามารถอ่านภาษาไทยได้ ดังนั้น แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” ที่นักเขียนเหล่านี้จะค้นคว้าก็มีอยู่อย่างจำกัด กล่าวคือ จะได้จากการค้นคว้าจากหนังสือภาษาอังกฤษ ที่เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นไทย หรือจากประสบการณ์ของนักเขียนเอง หรือจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเท่านั้น

ค) เกณฑ์ในการคัดเลือก “ความเป็นไทย”

คอลัมน์ Things Thai ซึ่งมีลักษณะสิ่งละอันพันละน้อยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นของคนไทย และสิ่งที่บ่งบอกถึง “ความเป็นไทย” โดยไม่เฉพาะเจาะจงว่าสิ่งนั้นจะเป็นอะไร ดังนั้น “ความเป็นไทย” จึงมีความหลากหลายค่อนข้างสูง ดังนั้นเกณฑ์ในการคัดเลือก จึงมีลักษณะที่ยืดหยุ่นค่อนข้างสูง คือ คัดเลือกสิ่งต่าง ๆ ที่สะท้อน และบ่งบอกถึง “ความเป็นไทย” และคนไทย

อย่างไรก็ตาม สิ่งละอันพันละน้อยที่บ่งบอกถึง “ความเป็นไทย” ที่คัดเลือกออกมานำเสนอ มีเกณฑ์ในการคัดเลือก ซึ่งสังเคราะห์จากการสัมภาษณ์คุณจิตรดี รั้งควร (Contributing Editor, 21 มีนาคม 2538.) พอสรุปออกมาเป็นประเด็น ได้ดังนี้

3.1) เลือก “ความเป็นไทย” ที่สะท้อนด้านที่ดิงามของคนไทย

ซึ่งพิจารณาได้ว่า เนื่องจากนิตยสาร “สวัสดี” นอกจากจะเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงสำหรับผู้โดยสารบนเครื่องบินแล้ว ยังเป็นสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ดังนั้นการเลือกความเป็นไทยมานำเสนอ จึงต้องเลือกอย่างระมัดระวัง และเลือกแต่ด้านดีมานำเสนอ

3.2) เกณฑ์การพิจารณาว่าจะเลือก “ความเป็นไทย” ด้านใดมานำเสนอ ขึ้นอยู่กับแนวความคิดของผู้เขียนเอง ซึ่งเป็นชาวต่างประเทศ ที่มองว่าอะไรคือ “ความเป็นไทย” ในสายตาของเขา และของคนต่างชาติ

3.3) ในแต่ละฉบับ ซึ่งลงเรื่องราวสิ่งละอันพันละน้อย ประมาณ 5 เรื่อง ให้มีความหลากหลายของเนื้อหา สำหรับผู้อ่านที่มีความสนใจต่างกัน

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้น การเลือก “ความเป็นไทย” ยังต้องคำนึงถึงความแปลก สำหรับคนต่างวัฒนธรรมอีกด้วย

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือก

เรื่องทั้งหมดจากนักเขียนจะส่งไปยังบรรณาธิการที่ฮ่องกงก่อน ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่เลือกเนื้อหาตั้งแต่ต้น คือนักเขียน จากนั้นบรรณาธิการจะเป็นผู้เลือกมานำเสนอคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และให้ความเห็นชอบว่าจะลงหรือไม่ และคอยควบคุมให้เป็นไปตามแนวทางที่การบินไทยวางไว้

เนื่องจากเรื่องราวสิ่งละอันพันละน้อยของ “ความเป็นไทย” รวบรวมและเลือกเขียนโดยนักเขียนชาวต่างประเทศ คณะกรรมการจึงมีหน้าที่คอยตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา หากเห็นว่าเรื่องที่น่าเสนอไม่ถูกต้อง หรือเบี่ยงเบนไปจากความเป็นจริง ก็ไม่อนุญาตให้ลงตีพิมพ์ หรือให้กลับไปแก้ไขใหม่ให้ถูกต้อง

ปัจจัยที่กำหนดการเลือก “ความเป็นไทย” ในคอลัมน์ Things Thai

1) ชื่อคอลัมน์

ชื่อคอลัมน์ Things Thai อันหมายถึงสิ่งละอันพันละน้อยของไทย ทำให้การเลือก “ความเป็นไทย” มีความหลากหลายไม่จำกัด กล่าวคือ สิ่งใด ๆ ที่แสดงถึงคนไทย และความเป็นไทย (ยกเว้นเรื่องราวที่เป็นด้านลบ อันจะกระทบต่อภาพลักษณ์ของการบินไทย และประเทศไทย)

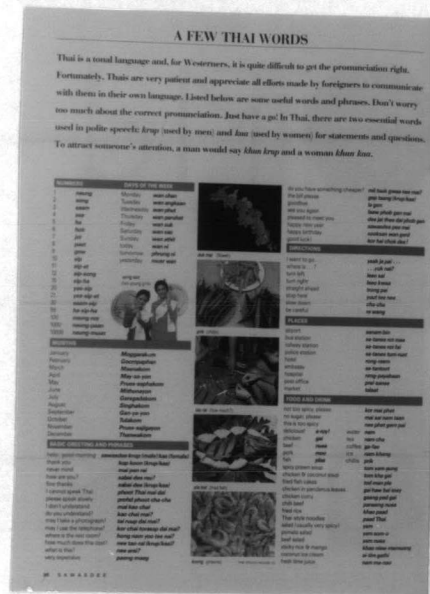
2) นักเขียน

นักเขียนเรื่อง “ความเป็นไทย” ลงคอลัมน์ Things Thai เป็นนักเขียนชาวต่างประเทศ ดังนั้นการเลือก “ความเป็นไทย” จึงเป็นการเลือกโดยชาวต่างประเทศ ที่มอง “ความเป็นไทย” ในสายตาของชาวต่างประเทศ และเห็นว่าสิ่งนั้นบ่งบอกถึงความเป็นไทย ก็เลือกมานำเสนอ และขึ้นอยู่กับว่านักเขียนมีแนวคิดเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” อย่างไร และมีความรู้สึกเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” ในระดับใด

นอกจากนี้ ปัจจัยที่กำหนดการเลือกน่าจะเป็นสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยที่ไม่มีในสังคมอื่น แต่ทว่าเป็นสิ่งที่มองเห็นได้โดยง่าย เช่น จีวรพระ บันไดนาค แต่ทว่าเห็นแต่รูปธรรม คนต่างชาติไม่รู้อาขามความหมาย ความเป็นมาเบื้องหลัง คอลัมน์นี้จึงเสนอความเป็นไทยในลักษณะให้ความรู้แก่คนต่างวัฒนธรรมมากขึ้น

2.3 คอลัมน์ A Few Thai Words

เป็นคอลัมน์ประจำที่ตีพิมพ์ประจำหน้าสุดท้ายของนิตยสาร “สวัสดี” มีเนื้อหาแนะนำ คำ และวลีสั้น ๆ ในภาษาไทยที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ การนับจำนวน วัน ในสัปดาห์ เดือน การทักทายเบื้องต้น ทิศทาง สถานที่ อาหารและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 8 ตัวอย่างคอลัมน์ A Few Thai Words

คอลัมน์ A Few Thai Words เป็นคอลัมน์ที่ไม่สามารถนำมาลงตารางแสดงหมวดหมู่ของ “ความเป็นไทย” ได้ เนื่องจากเป็นคอลัมน์ที่นำเสนอ “ความเป็นไทย” ในด้านภาษาไทยแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นการพิจารณาการเลือก “ความเป็นไทย” ของคอลัมน์ A Few Thai Words จึงวิเคราะห์ประเภทของคำ วลี และประโยคภาษาไทย ที่ได้รับการคัดเลือก และปัจจัยที่กำหนดการเลือกดังกล่าว

ก) คำ วลี และประโยคที่ได้รับการคัดเลือก มี 7 หมวดหมู่ คือ

- 1) การนับจำนวน (numbers)
- 2) วันในสัปดาห์ (days of the week)
- 3) เดือน 12 เดือน (months)
- 4) คำทักทาย และวลีต่างๆ (basic greeting and phrases)
- 5) ทิศทาง (directions)
- 6) สถานที่ (places)
- 7) อาหารและเครื่องดื่ม (food and drink)

คำ และวลีในภาษาไทยมีตั้งมากมาย แต่ผู้ส่งสารคัดเลือกมาเพียง 7 หมวดหมู่ข้างต้น พิจารณาได้ว่า เนื่องจากไม่ใช่คำทุกคำจะมีประโยชน์ต่อชาวต่างประเทศ ซึ่งเดินทางมาครั้งแรก หรือเดินทางมาเพียงครั้งคราว เช่น คำที่ใช้กันในวงการทำงานต่าง ๆ หรือคำที่ใช้พูดกับพระสงฆ์ เป็นต้น ดังนั้นคำที่เลือกจึงเป็นคำ หรือวลี ที่ใช้สนทนาในชีวิตประจำวันธรรมดา เช่น การนับจำนวน คำทักทาย และวลีสั้น ๆ เกี่ยวกับการซื้อสินค้า และการถามทิศทาง ดังที่ปรากฏข้างต้น และการเปลี่ยนแปลงคำ และวลีในคอลัมน์ก็ไม่มีประโยชน์ เนื่องจากผู้รับสารมิได้เป็นผู้ที่บอกรับนิยตสารเป็นประจำ และประเภทของคำ และวลี ที่คัดเลือกมาก็ครอบคลุมหมวดหมู่ที่สำคัญสำหรับชาวต่างประเทศแล้ว ดังนั้น คำ และวลี ที่ได้รับการคัดเลือกจึงมีลักษณะดังนี้

ข) คำ วลี และประโยคที่เป็นแหล่งข้อมูลในการคัดเลือก

คำ วลี และประโยคที่เลือกมาจะเป็นคำสนทนาอย่างสุภาพ ในระดับกึ่งทางการ และคำที่ใช้ในชีวิตประจำวัน จาก 7 หมวดหมู่ข้างต้น เช่น

hello/good morning	sawasdee krup (male)
	kaa (female)
how much does this cost?	nee tao-rai (krup/kaa)?
does anyone speak English?	mee krai pood pasa
	ang-grit dai bang mai?

ค) เกณฑ์ในการคัดเลือกคำ วลี และประโยคภาษาไทย

ในการเผยแพร่และส่งเสริมภาษาไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวต่างประเทศ ก็ต้องมีความระมัดระวัง เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติไทย และการเผยแพร่ภาษาไทย ก็คือ การเผยแพร่เกียรติภูมิของชาติ ที่มีการประดิษฐ์อักษร และภาษาเป็นของตนเอง ซึ่งมีเพียงไม่กี่ประเทศในโลกนี้ที่มีการประดิษฐ์อักษรเป็นของตนเอง ดังนั้นการเลือกคำมาเผยแพร่ ก็มีความสำคัญอยู่ไม่น้อยทีเดียว ที่จะต้องแสดงถึงควมมีวัฒนธรรมทางภาษาอย่างดีด้วย ในที่นี้พอจะวิเคราะห์เกณฑ์ในการเลือกคำ วลี และประโยคที่นำมาเสนอ จากการวิเคราะห์คำ วลี และประโยค ที่ปรากฏได้ดังนี้

1) เป็นคำ และวลีที่สุภาพ อันแสดงถึงควมมีวัฒนธรรมอันดีงาม

กล่าวคือ คำ หรือวลี ที่ใช้ต้องเป็นคำสุภาพ และไม่ใช่ว่าคำแสลงที่ใช้กันเฉพาะกลุ่ม และชั้นของภาษาควรเป็นระดับกึ่งทางการ เราจะเห็นได้จากคำแนะนำในคอลัมน์นี้สำหรับชาวต่างประเทศที่จะฝึกพูดภาษาไทย ว่ามีคำสำคัญอยู่ 2 คำ ที่สมควรพูดต่อท้ายทุกครั้ง คือ *krup* สำหรับสุภาพบุรุษ และ *kaa* สำหรับสุภาพสตรี (In Thai, there are two essential words used in polite speech : *krup* (used by men) and *kaa* (used by women) for statements and questions. To attract someone's attention, a man would say *khun krup* and a woman *khun kaa*.)

how are you?	<i>sabai dee reu?</i>
fine thanks	<i>sabai dee (krup/kaa)</i>
thank you	<i>kop koon (krup/kaa)</i>

2) คำที่คัดเลือกมาต้องเป็นคำถาวร

กล่าวคือ คำ หรือวลี ที่คัดเลือกมาต้องไม่มีลักษณะที่เป็นภาษาที่หรือหยาบ ชั่วครู่ชั่วคราว หรือเป็นศัพท์ที่วัยรุ่นในสังคมไทยกำลังนิยมกันอยู่ และก็จางหายไปเมื่อเวลาผ่านไป แต่ต้องเป็นคำที่สังคมไทยทั้งสังคมใช้กันอย่างถาวร

3) เลือกคำ วลี หรือประโยค ที่มีความจำเป็นต้องใช้บ่อยสำหรับนักท่องเที่ยว หรือคนต่างวัฒนธรรมที่มาเมืองไทย

เมื่อศึกษาจากรายการคำ วลี และประโยคที่ได้รับคัดเลือกออกมา จะพบว่า เป็นคำ วลี ประโยคที่มีความสำคัญในชีวิตประจำวัน และเป็นประโยชน์ต่อชาวต่างประเทศในขณะที่พำนักอยู่ในประเทศไทย เช่น การถามทิศทาง และการเรียกแพทย์มารักษา เป็นต้น ดังตัวอย่าง

where is the rest room?

hong nam yoo tee nai?

I need a doctor.

tong kam mor ma raksa

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือก

การคัดเลือกภาษาไทยมาลงในคอลัมน์ A Few Thai Words มีการเลือกเพียงครั้งเดียว เป็นชุดของคำเลย และในระยะเวลาที่นิตยสาร “สวัสดี” ออก ตั้งแต่ พ.ศ. 2535-2537 ซึ่งเป็นช่วงที่เป็นขอบเขตการศึกษาของผู้วิจัย ไม่พบว่ามีเปลี่ยนแปลงการคัดเลือก คำวลี และประโยค ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า นอกจากการเลือกตั้งแต่จัดทำครั้งแรก ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” และบริษัทผู้จัดทำนิตยสาร “สวัสดี” แล้ว ก็ไม่มีการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกอีก

ปัจจัยที่กำหนดการเลือก คำวลี และประโยค

การที่รายการของคำ วลี และประโยคที่ปรากฏในคอลัมน์ มีลักษณะที่คงที่ตายตัว เนื่องจากมีปัจจัยที่กำหนด คือ

1) ชื่อคอลัมน์

ชื่อคอลัมน์ เป็นสิ่งที่กำหนดว่าเนื้อหาที่คัดเลือกมาในคอลัมน์นี้ต้องเกี่ยวข้องกับภาษาไทยเท่านั้น การคัดเลือกจึงมีลักษณะที่ตายตัว

2) ผู้รับสาร

การคัดเลือก คำ วลี และประโยค ในคอลัมน์ A Few Thai Words คำนี้ถึงผู้โดยสารถส่วนใหญ่ซึ่งเป็นชาวต่างประเทศ จะเห็นได้จากหมวดหมู่ของคำ วลีภาษาไทยทั้ง 7 ที่

คัดเลือกออกมา ไม่ใช่เพื่อสื่อสารกับผู้รับสารที่เป็นคนไทย แต่จะจงไปที่ชาวต่างประเทศ และนอกจากนี้ การคัดเลือก คำ วลี และประโยค เป็นการแนะนำภาษาไทยสำหรับผู้โดยสารที่เดินทางมาครั้งแรก

3. บทความ

ในนิตยสาร “สวัสดี” ทุกฉบับจะต้องลงบทความเกี่ยวกับประเทศไทยในด้านต่าง ๆ อย่างน้อย 1 บทความ เนื้อหาที่มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับโอกาส และวโรกาสต่าง ๆ ในแต่ละเดือน เมื่อเทียบกับคอลัมน์อื่นๆ บทความค่อนข้างเปิดกว้าง เพราะไม่ได้ระบุชื่อคอลัมน์เอาไว้ ดังนั้น จึงแทรกเนื้อหาที่ทันสมัยได้ง่าย

ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก

เนื้อหาของบทความที่นำเสนอเกี่ยวกับประเทศไทย และ “ความเป็นไทย” ที่ผู้วิจัยศึกษาจากนิตยสาร “สวัสดี” ทั้งหมด 12 ฉบับ มีบทความที่เกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” จำนวน 21 บทความ ซึ่งสามารถจัดแบ่งหมวดหมู่ของ “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกมานำเสนอในนิตยสาร ออกเป็นหมวดหมู่ และจำนวน ได้ดังตาราง

ลำดับ	“ความเป็นไทย”	จำนวนที่พบ (เรื่อง)
1	สถาบันพุทธศาสนา	3
2	สถาบันพระมหากษัตริย์	5
3	ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย	5
4	ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม	4
5	ภาษาไทยและวรรณกรรม	-
6	ลักษณะเด่นของคนไทย	-
7	ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่แตกต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก	8
	รวมทั้งหมด 21 เรื่อง	25

ตารางที่ 3 แสดงหมวดหมู่ “ความเป็นไทย” ในบทความ
(รายละเอียดการลงตารางข้อมูล ดูได้จากภาคผนวก)

“ความเป็นไทย” ทั้ง 7 หมวดหมู่ยังมีลักษณะเฉพาะของความเป็นไทย ที่ได้รับการคัดเลือกออกมาจากแต่ละหมวดหมู่ ดังนี้

1) สถาบันพุทธศาสนา

พุทธศาสนาที่ได้รับการคัดเลือกมีปรากฏอยู่ 3 เรื่อง โดยสามารถแยกแยะได้ออกเป็นด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา คือ

1.1) พุทธศาสนาที่สะท้อนออกมาในผลงานทางด้านศิลปกรรม และสถาปัตยกรรม

ได้แก่ บทความเรื่อง The Temples of Phetchaburi (เดือนกุมภาพันธ์ 2536) ซึ่งเป็นการเลือกพุทธศาสนาในแง่ที่สะท้อนออกมาทางจิตรกรรมฝาผนัง เรื่องพุทธชาดก และสถาปัตยกรรมวัด ที่ปรากฏเป็น พระปาร์ค และเจดีย์

1.2) พุทธศาสนาที่สะท้อนอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิต

ได้แก่ บทความเรื่อง Memories of Mae Hong Son (เดือนพฤษภาคม 2536)

1.3) ความเชื่อเกี่ยวกับพุทธศาสนา

ได้แก่ เรื่อง The Princess's Cave (เดือนสิงหาคม 2536)

2) สถาบันพระมหากษัตริย์

สถาบันพระมหากษัตริย์ ในแง่ที่เด่นที่สุดที่ได้รับการคัดเลือกคือ พระราชกรณียกิจที่มีต่อประเทศชาติ ของพระบรมวงศานุวงศ์ จากบทความที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ จำนวน 5 เรื่อง พบว่ามีถึง 4 เรื่อง ที่กล่าวถึงพระราชกรณียกิจเป็นหลัก ได้แก่ บทความเรื่อง Royal Patronage of a Culture Heritage (เดือนมกราคม 2535) และ A Queen for All People (เดือนกรกฎาคม 2535) ซึ่งเป็นพระราชกรณียกิจของสมเด็จพระบรมราชินีนาถ , บทความเรื่อง Down to Earth Angel (เดือนเมษายน 2535) ซึ่งเป็นพระราช

กรณีศึกษาของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ และบทความเรื่อง Prince Mahidol A Figurehead With Vision (เดือนธันวาคม 2537) ซึ่งเป็นพระราชกรณียกิจของกรมหลวงสงขลานครินทร์ พระราชบิดา

ที่นอกเหนือจากพระราชกรณียกิจ คือสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ นั่นคือสถาปัตยกรรมการก่อสร้างพระราชวัง และพระตำหนัก ได้แก่ บทความเรื่อง A Place For My King (เดือนมิถุนายน 2537)

3) ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย

ส่วนใหญ่สิ่งที่ได้รับการคัดเลือกออกมา คือวิถีชีวิตไทยในด้านการแต่งกายในอดีต การกินหมาก และการต้อนรับของคนไทย จากเรื่อง Reflections On The Past (เดือนเมษายน 2535) , ในเรื่องของการแต่งงาน และการครองเรือนของผู้หญิงไทย ที่ประพุดติปฏิบัติตนอยู่ในกรอบของขนบธรรมเนียมประเพณีที่สะท้อนออกมาในเรื่อง Sai-Roong's Dream of Love (เดือนตุลาคม 2535) และวิถีชีวิตในด้านเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย บ้านทรงไทย จาก บทความเรื่อง At Home With Tradition (เดือนพฤศจิกายน 2536)

นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของคนสมัยปัจจุบันในเมืองหลวง รูปแบบความบันเทิงของคนกรุงเทพฯ ในยามค่ำคืนกับการไปฟังเพลง อย่างเช่น ในบทความเรื่อง Hot City Cool Sound (เดือนเมษายน 2535)

4) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม

ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม ที่ได้รับการคัดเลือก คือ จิตรกรรมฝาผนังเกี่ยวกับพุทธชาดก และสถาปัตยกรรมการก่อสร้าง พระปราสาท และเจดีย์ เช่น จากเรื่อง The Temples of Phetchaburi , สถาปัตยกรรมวัง การสร้างพระราชวัง และพระตำหนัก จากเรื่อง A Place For My King , การแสดงศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมแขนงต่าง ๆ ในงานแสดงศิลปะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา จากเรื่อง Expo Art เดือนเมษายน 2535) และสถาปัตยกรรมบ้านเรือนทรงไทย จากเรื่อง At Home With Tradition

5) ภาษาไทยและวรรณกรรม

“ความเป็นไทย” ในด้านภาษาไทย และวรรณกรรม ไม่ได้รับการคัดเลือกในบทความ ซึ่งน่าจะเป็นเพราะว่าในนิตยสาร “สวัสดี” มีคอลัมน์สำหรับด้านนี้อยู่แล้วนั่นเอง

6) ลักษณะเด่นของคนไทย

“ความเป็นไทย” ในด้านลักษณะเด่นของคนไทย ไม่ได้รับการคัดเลือกในบทความ (ที่ศึกษา)

7) ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก

“ความเป็นไทย” ในบทความเป็นการเสนอความเป็นไทยในขอบเขตที่กว้างขึ้น เนื่องจากต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และธุรกิจการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้น “ความเป็นไทย” ในแง่นี้ได้แก่

7.1) จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ปรากฏในบทความ ยังสามารถแยกออกได้เป็น 3 แบบ คือ

- การท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทย ได้แก่บทความเรื่อง Tourism Grows Green (เดือนสิงหาคม 2536), Close Encounters With Colossi (เดือนตุลาคม 2535)
- การท่องเที่ยวสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เพื่อชมโบราณสถาน ได้แก่ บทความเรื่อง Stairway To Heaven (เดือนตุลาคม 2535)
- การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ได้แก่ การเดินทางมาประเทศไทยเพื่อเล่นกอล์ฟ จากเรื่อง Golf Mania (เดือนมกราคม 2535)

7.2) บรรยายภาพทางธุรกิจในประเทศไทย

บทความที่เกี่ยวกับประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะคัดเลือกเรื่องที่จะนำมาเขียนบทความให้สอดคล้องกับภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- การจัดการประชุมในประเทศไทย เช่น บทความเรื่อง A Way With Convention (เดือนมีนาคม 2537)
- บรรยายภาพการลงทุนในประเทศไทย เช่น บทความเรื่อง Thailand's Soaring Skyline (เดือนกันยายน 2537)

7.3) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

โดยเฉพาะเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการบินพาณิชย์ ได้แก่ บทความเรื่อง In Search of the Middle Way (เดือนธันวาคม 2537)

จากลักษณะ “ความเป็นไทย” ในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก ซึ่งสะท้อนออกมาในบทความเป็นส่วนใหญ่ เป็นแนวโน้มของการเสนอ “ความเป็นไทย” ที่จะตอบสนองต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากขึ้น ไม่ใช่การพยายามเสนอ “ความเป็นไทย” ในลักษณะที่เป็นอดีตกาลที่ทุกอย่างยังคงงดงาม (Exotic Thai) อีกต่อไปแล้ว ทั้งนี้ได้รับการอธิบายจากคุณสรวณี คงสิริ ว่า

“นิตยสาร “สวัสดี” ค่อย ๆ มีพัฒนาการในเรื่องของการนำเสนอ “ความเป็นไทย” กล่าวคือ ถ้าเปรียบเทียบกับตอนต้น ๆ แล้วดูเหมือนว่า “ความเป็นไทย” ที่เป็นไทยแท้ ๆ หรือความเป็น Asian Exotic จะมีมากในตอนต้น เนื่องจาก destinations แถบนี้ชาวตะวันตกยังไม่ค่อยรู้จัก และไม่ค่อยมีความรู้ตรงนี้ ต่อมาภายหลังโลกเปิดกว้างมากขึ้นสายการบินต่าง ๆ ก็บินกันมากขึ้น เพราะฉะนั้นรูปลักษณะที่นำเสนอจะต้องเปลี่ยนไป เพราะเราไม่ได้เปิดตัวต่อโลกภายนอกอีกต่อไปแล้ว บทบาทของเราต้องเปลี่ยนไปด้วย เช่นเดียวกับนโยบายของการท่องเที่ยว ไม่ใช่เที่ยววัดพระ

แก้ว ตลาดน้ำ อีกต่อไปแล้ว เพราะว่าชาวต่างประเทศเคย มาแล้วหลายครั้ง ก็ต้องเปลี่ยนมุมมองไปเป็นด้านการ ประชุม หรืออะไรอื่นบ้าง จะเห็นว่าเราเริ่มมีบทความเกี่ยวกับธุรกิจ เนื่องจากประเทศไทยเราเศรษฐกิจเริ่มเติบโตใน ภูมิภาคนี้” (สัมภาษณ์ สรวณีย์ คงสิริ, 13 มีนาคม 2538.)

ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือก

เป็นภาระหน้าที่ของบรรณาธิการที่จะต้องจัดหาบทความเกี่ยวกับประเทศไทย โดยวางแผนล่วงหน้าว่าในแต่ละเดือนจะเลือกเรื่องราวอะไรบ้าง เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ นิตยสาร หากคณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นสมควรก็อนุญาตให้ดำเนินการต่อไป คือ ติดต่อว่าจ้างนักเขียนสำหรับบทความนั้น ๆ ซึ่งบรรณาธิการติดต่อกับนักเขียนมากมาย และทราบว่านักเขียนแต่ละท่านมีความชำนาญในด้านใด หรือบางครั้งคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” รู้จักนักเขียนท่านใด ก็แนะนำให้บรรณาธิการไปติดต่อได้ แหล่งข้อมูลที่จะนำมากำหนดเป็นโครงเรื่อง ของบทความ คือ

1) จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) บุคคลสำคัญของชาติและมีคุณูปการต่อประเทศชาติ (ทั้งนี้ต้องไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง ซึ่งกำหนดไว้ในข้อตกลงการจัดทำนิตยสาร “สวัสดี” ที่ทำกับบริษัทผู้จัดทำ นิตยสาร)

3) การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โอกาสในการลงทุนทางธุรกิจในประเทศไทย และบรรยากาศการลงทุน

4) ศิลปะ วัฒนธรรม และสถาปัตยกรรม

5) โอกาสสำคัญต่าง ๆ และวโรกาสสำคัญที่เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์

ทั้งนี้ รายละเอียดของเนื้อหา นักเขียนจะเป็นผู้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลมาเขียนเอง จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

ค) เกณฑ์ในการคัดเลือก “ความเป็นไทย”

บทความต่าง ๆ ที่จะลงตีพิมพ์ในนิตยสาร “สวัสดี” จะได้รับการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ เนื่องจากนิตยสาร “สวัสดี” ก็มีภาพลักษณ์เฉพาะของนิตยสารที่จะต้องระมัดระวังในฐานะที่เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาดของการบินไทย ขณะเดียวกันก็เป็นสื่อที่จะสะท้อนภาพลักษณ์ของประเทศไทยด้วย โดยการพิจารณาคัดเลือกบทความต่าง ๆ โดยเฉพาะบทความที่เกี่ยวกับประเทศไทย มีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

1) ไม่เลือกบทความที่นำเสนอด้านลบเกี่ยวกับประเทศไทย

บทความที่นำมาตีพิมพ์ในนิตยสาร “สวัสดี” ที่ศึกษา จำนวน 12 ฉบับ 21 เรื่อง ไม่พบว่ามิตบทความใดเลยที่นำเสนอภาพด้านลบเกี่ยวกับประเทศไทย เนื่องจากนิตยสาร “สวัสดี” มีภาพลักษณ์เฉพาะที่นอกจากจะเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงแก่ผู้โดยสารบนเครื่องบินแล้ว นิตยสาร “สวัสดี” ยังทำหน้าที่คล้ายทูตสันถวไมตรี (Good Will Ambassador) ที่จะนำเสนอประเทศไทยให้ชาวโลกได้รู้จัก เพราะฉะนั้นจึงไม่นำเสนอด้านลบเกี่ยวกับประเทศไทย จึงทำให้นิตยสาร “สวัสดี” มีลักษณะการนำเสนอข้อมูลเพียงด้านเดียว (one-sided information) คือ ด้านที่ดีงามเกี่ยวกับประเทศไทย

2) ต้องไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง

จากการศึกษาบทความ จำนวน 21 บทความ ตามขอบเขตการวิจัย ไม่ปรากฏว่ามีบทความเรื่องใดเสนอเกี่ยวกับการเมือง หรือนุคคลสำคัญทางการเมืองเลย ทั้งนี้เพราะนิตยสาร “สวัสดี” มีภาพลักษณ์เฉพาะที่จะต้องระมัดระวังนั่นเอง

3) เลือกบทความที่ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ของประเทศไทย

เนื่องจากการบินไทยดำเนินธุรกิจขนส่งผู้โดยสาร จึงต้องส่งเสริมการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ของผู้โดยสาร ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อจุดประสงค์การท่องเที่ยว การกีฬา หรือ การเดินทางเพื่อธุรกิจควบคู่ไปด้วย

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือก

การตัดสินใจเลือกบทความลงตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ กระทำโดยคณะกรรมการ
นิตยสาร “สวัสดี” ในการประชุมแต่ละเดือน

ปัจจัยที่กำหนดการเลือก

1) เหตุการณ์ โอกาส และวโรกาสสำคัญ

บทความที่นำมาลงตีพิมพ์มีปัจจัยด้านโอกาส และวโรกาสสำคัญ เป็นส่วนหนึ่ง
ในการกำหนดการเลือก เช่น การเลือกบทความเรื่อง Royal Patronage of a Cultural Heritage
(เดือนมกราคม 2535) เนื่องจากในเดือนมกราคม 2535 มีการจัดงาน “Asian Textile
Heritage: Craft and Industry” ซึ่งจัดโดยองค์การ UNESCO และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของ
ไทย เป็นการจัดงานแสดงศิลปะ หัตถกรรมของศูนย์ศิลปาชีพ ในพระบรมราชินูปถัมภ์ เพื่อ
เฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสที่สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ จะมีพระชนมายุครบ
60 พรรษา โดยงานจะจัดให้มีขึ้นในระหว่างวันที่ 20 มกราคม - 3 กุมภาพันธ์ 2535 ซึ่งอยู่ใน
ระหว่างเดือนที่นิตยสาร “สวัสดี” ออก และพระราชกรณียกิจของสมเด็จพระเทพรัตนราช
สุดาฯ จากบทความเรื่อง Down to Earth Angel (เดือนเมษายน 2535) เนื่องจากวันที่ 2
เมษายน เป็นวันคล้ายวันพระราชสมภพของพระองค์ เป็นต้น

2) ภาพลักษณ์ของนิตยสาร และภาพลักษณ์ของประเทศ

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ภาพลักษณ์ของนิตยสาร “สวัสดี” ที่เปรียบ
เสมือนทูตสันถวไมตรีของประเทศไทย เป็นตัวแทนของประเทศไทยในจุดหมายปลายทาง
ต่างๆ ทั่วโลก การเสนอเรื่องราวอะไรก็ตาม ต้องไม่กระทบต่อภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย
ทำให้การคัดเลือกต้องมีความระมัดระวังอย่างมาก

3) แนวโน้มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ก็มีผลสำคัญในการกำหนดการเลือก กล่าวคือ ทำให้การเลือกตอบสนองต่อความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และการลงทุน ของผู้โดยสารที่มีความต้องการมากขึ้น เนื่องจากสัดส่วนของผู้โดยสารที่เป็นนักธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น และนักธุรกิจเหล่านี้ต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และโอกาสทางการลงทุนในภูมิภาคนี้

4) ลักษณะของผู้โดยสาร

เนื่องจากคนต่างชาติเริ่มคุ้นเคยกับวัฒนธรรมไทยมากขึ้น ดังนั้นแง่มุมของการนำเสนอวัฒนธรรมไทย ก็ต้องเปลี่ยนไปเป็น “ความเป็นไทยที่รู้จักทำธุรกิจ” มากขึ้นนั่นเอง

5) การวิเคราะห์ของกรรมการนิตยสาร “สวัสดี”

จากการที่กรรมการนิตยสารมองว่า แนวโน้มของผู้โดยสารของสายการบินไทย เปลี่ยนแปลงไป โดยหันมาให้ความสนใจทางด้านธุรกิจมากขึ้น จึงได้มีการปรับเปลี่ยนทิศทางการนำเสนอเนื้อหาบทความให้ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารดังกล่าว ดังจะเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของ คุณสรวิณี คงสิริ ในหน้า 75-76

4. หน้าโฆษณา

โฆษณาของการบินไทยตั้งแต่เริ่มแรก ในปี 2503 ที่ก่อตั้งบริษัท ได้มีการนำแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย และส่งเสริมขนบธรรมเนียม ประเพณีไทย และเอกลักษณ์ของประเทศไทยมาโดยตลอด ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของการบินไทยที่มุ่งเผยแพร่วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และเอกลักษณ์ของประเทศในทุกวิถีทางไปสู่สายตาชาวโลก รวมทั้งเพื่อรักษาและสร้างภาพลักษณ์ของ “ความเป็นไทย” อย่างต่อเนื่องไปสู่สายตาชาวโลก ในฐานะสายการบินแห่งชาติตามจุดมุ่งหมายของการจัดทำโฆษณาของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำให้โฆษณาของการบินไทยนำเอกลักษณ์ของ “ความเป็นไทย” มาเป็นจุดขาย และแนวคิดหลักในการทำโฆษณาโดยตลอด (New Advertising Kits. Thai Airways International Public Company Limited, 1994)

การผลิตชิ้นงานโฆษณาของการบินไทย
Magnus Nankervis & Curl (Australia) Co.,Ltd.

ผลิตโดยบริษัทตัวแทนโฆษณาคือ

โฆษณาของการบินไทย ที่นำเสนอความเป็นไทย ซึ่งพบในนิตยสาร “สวัสดี” มีจำนวน 13 ชิ้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. โฆษณาการบริการบนเครื่องบิน (Inflight Service)
2. โฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย (Royal Orchid Holidays)

ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก

จากชิ้นงานโฆษณาของการบินไทยที่พบในนิตยสาร “สวัสดี” 12 ฉบับ จำนวน 13 ชิ้น ส่วนสะท้อน “ความเป็นไทย” ทั้งสิ้น

ลำดับ	“ความเป็นไทย”	ประเภทงานโฆษณา	
		A*	B*
1	สถาบันพุทธศาสนา	-	-
2	สถาบันพระมหากษัตริย์	-	-
3	ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย	-	1
4	ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม	-	-
5	ภาษาไทยและวรรณกรรม	-	-
6	ลักษณะเด่นของคนไทย	5	-
7	ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่แตกต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก	1	7
	รวม 13 ชิ้น	6	8

ตารางที่ 4 แสดงหมวดหมู่ “ความเป็นไทย” ในโฆษณาของการบินไทย
(รายละเอียดการลงตารางข้อมูล ดูได้จากภาคผนวก)

A* = โฆษณาบริการบนเครื่องบินของการบินไทย (inflight service)

B* = โฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย (Royal Orchid Holidays หรือ ROH)

1) โฆษณาการบริการบนเครื่องบิน

โดยภาพที่นำเสนอเป็นภาพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาย และหญิง 2 คน ใบหน้าเปี่ยมด้วย “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกมากที่สุด สำหรับการโฆษณาของการบินไทย ได้แก่ “ความเป็นไทย” ในด้านลักษณะเด่นของคนไทย ในด้านการบริการด้วยความอบอุ่น นุ่มนวล ของการต้อนรับแบบไทย และอ่อนน้อมด้วยมารยาทไทย ตัวอย่างของชิ้นงานโฆษณาที่สะท้อนความเป็นไทยในแง่การบริการนี้ ได้แก่

ชุด Smooth as silk is a special hostess to take care of the little things. ซึ่งเป็นบริการดูแลทารกในระหว่างเดินทางในเที่ยวบินต่างประเทศทุกเที่ยวบิน โดยจัดให้มี baby care hostess โดยภาพที่นำเสนอเป็นภาพพนักงานต้อนรับหญิงสวมชุดไทย โบหน้าเปี่ยมไปด้วยรอยยิ้ม อุ้มเด็กทารกที่กำลังสนิทในอ้อมแขน พร้อมกับมีข้อความใต้ภาพ ดังได้ตัดตอนมาบางส่วน ดังนี้

Smooth as silk is an attitude born of a centuries old culture. It's the natural charm of our cabin and ground crews. It's showing how much we care by providing a special hostess on every international flight to look after the little children. Smooth as silk is Thai's renowned Royal Orchid Service...



ภาพที่ 9 ตัวอย่างภาพโฆษณาชุด Smooth as silk is a special hostess to take care of the little things

และชุด Smooth as silk is a smile that comes from the heart not the handbook โดยภาพที่นำเสนอเป็นภาพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาย และหญิง 2 คน ใบหน้าเปี่ยมด้วยรอยยิ้ม พร้อมกับมีข้อความใต้ภาพ ดังได้ตัดตอนมาบางส่วน ดังนี้

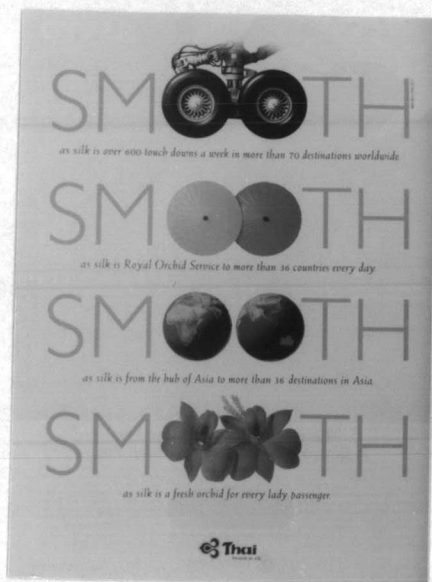
Smooth as silk is an attitude born of a centuries old culture. It's the natural charm and friendliness of our cabin and ground crews. It's a beautiful fresh orchid for every passenger. It's superb cuisine, some of it with a traditional Thai flavour. Smooth as silk is Thai's renowned Royal Orchid Service...



ภาพที่ 10 ตัวอย่างภาพโฆษณาชุด Smooth as silk is a smile that comes from the heart not the handbook

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าโฆษณาของการบินไทยในด้านการบริการ ได้นำเอกลักษณ์เด่นของคนไทย ในเรื่องความนุ่มนวล สุภาพ ความมีน้ำใจ และมีมารยาทแบบไทย มาเป็นจุดเด่นในการโฆษณา ซึ่งจะพบได้แต่เฉพาะในโฆษณาที่เป็นกรบริการบนเครื่องบินเท่านั้น

สำหรับ “ความเป็นไทย” ในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก ที่พบในโฆษณาการบริการบนเครื่องบิน ได้แก่ โฆษณาชุด Smooth as silk “O” ที่เป็นรูปล้อเครื่องบิน รม ลูกโลก และดอกกล้วยไม้ ที่ผสมผสานในด้านความมั่นคงแข็งแรงและศักยภาพของธุรกิจ วัฒนธรรมท้องถิ่น และการบริการ เข้าไว้ด้วยกัน



ภาพที่ 11 ตัวอย่างภาพโฆษณาชุด Smooth as silk “O”

2) โฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย

“ความเป็นไทย” ที่ปรากฏในโฆษณาได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย ที่เรียกว่า Royal Orchid Holidays (ROH) และประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางหลักของการท่องเที่ยว ในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติ รูปแบบของโฆษณาที่ปรากฏมี 2 ประเภท คือ เป็นบทความที่ส่งเสริมการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวของ ROH และในรูปของกำหนดการของโปรแกรมการท่องเที่ยวประเภทของโปรแกรมการท่องเที่ยวที่พบได้แก่

2.1) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

เป็นโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ชาวต่างประเทศได้เที่ยวชมทางด้านประเพณี วัฒนธรรม ศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในภาคต่าง ๆ โฆษณาประเภทนี้ มี 4 ชั้น คือ Phuket and Southern, Bangkok and Central Thailand, Northern Thailand และ Around Bangkok

2.2) การท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติ

เป็นโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติของการบินไทย มี 1 ชั้น คือ Discover Thailand's National Heritage - Phu Kradung

2.3) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อมาเล่นกีฬาในประเทศไทย มี 2 ชั้น ได้แก่ Sea canoeing และ Scuba diving ซึ่งเป็นโฆษณาขายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่นำเสนอออกมาในรูปของบทความส่งเสริมการขายท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังมีโฆษณาโปรแกรมสอนทำอาหารไทย สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจการทำอาหารไทย มี 1 ชั้น คือ โปรแกรม Cooking with Charlie ซึ่งเป็นการขาย "ความเป็นไทย" ในด้านวิถีชีวิตไทยในด้านอาหารการกิน

"ความเป็นไทย" ที่ได้รับการคัดเลือกในโฆษณาของการบินไทย สามารถแบ่งตามประเภทของ โฆษณา กับ "ความเป็นไทย" ที่เลือกมาโฆษณา คือ หากเป็นโฆษณาการบริการบนเครื่องบิน "ความเป็นไทย" ที่ได้รับเลือกอย่างเด่นชัดที่สุด คือ เลือกลักษณะเด่นของคนไทย ในด้านการบริการ มารยาทแบบไทย มาเป็นหัวใจของการโฆษณา และหากเป็นโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยว "ความเป็นไทย" ที่ได้รับการคัดเลือก คือ สถานที่ท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ (ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก)

เป็นที่น่าสังเกตว่า "ความเป็นไทย" ในหมวดหมู่ที่ 1-5 ไม่ได้รับการคัดเลือกในโฆษณาการบริการบนเครื่องบิน และหมวดหมู่ 1-2 และ 4-6 ไม่ได้รับการคัดเลือกในโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทยเลย เนื่องจาก

- สถาบันหลักของชาติ อันได้แก่ สถาบันพุทธศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์ ไม่สามารถนำมาโฆษณาได้ เนื่องจากมีกฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมที่เคร่งครัด

- ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย ซึ่งเป็น “ความเป็นไทย” ในโลกแห่งความเป็นจริง ที่ดำรงอยู่จริงในสังคมไทยเป็นปกติวิสัย ไม่อาจนำมาโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์การบริการได้ โดยปราศจากการปรุงแต่งสำหรับใช้เป็นโฆษณาในโลกของสื่อ ดังนั้น ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทยแท้ๆ จึงไม่ปรากฏในโฆษณาการบริการบนเครื่องบิน แต่ยังสามารถปรากฏได้ในโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยว (ROH) ได้ (มี 1 ชั้น คือโฆษณาโปรแกรม Cooking with Chalie ซึ่งเป็น “ความเป็นไทย” ที่โฆษณาขายได้)

- ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม และ ภาษาไทยและวรรณกรรม เป็น “ความเป็นไทย” ที่ไม่สอดคล้องกับลักษณะงานบริการ เนื่องจากศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม เป็นวัตถุหรือสิ่งที่แสดงออกเป็นรูปธรรม ซึ่งไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นงานบริการได้ นอกจากนี้ ภาษาไทยและวรรณกรรม ไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างประเทศซึ่งหลากหลายเชื้อชาติ และภาษาได้

- การบินไทยเป็นธุรกิจการบริการ ดังนั้นการโฆษณาก็ต้องพยายามสะท้อนลักษณะเด่นของคนไทยที่เกี่ยวข้องกับการบริการเท่าที่มีอยู่ (คือความนุ่มนวล ความอ่อนน้อม ความมีน้ำใจ และมารยาทการต้อนรับแบบไทย) แม้ว่ามิติของการบริการในธุรกิจการบินพาณิชย์จะประกอบด้วย ความรวดเร็ว ความประหยัด ความปลอดภัย ความสบาย และความเชื่อถือได้ (สุมณา อยู่โพธิ์, 2524) แต่การบินไทยเลือกโฆษณาเฉพาะคุณลักษณะที่คนไทยเรามีอยู่ ซึ่งได้แก่มิติของความสบาย ส่วนมิติอื่นการบินไทยมิได้มุ่งเน้นโฆษณา เช่น ความสามารถทางเทคนิค เนื่องจากมิใช่คุณลักษณะเด่นที่คนไทยมีอยู่

ซึ่งทำให้ได้ข้อสรุปเหตุผลที่ “ความเป็นไทย” ในด้านลักษณะเด่นของคนไทย ปรากฏมากที่สุด ในโฆษณาการบริการบนเครื่องบิน และความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก (ด้านสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบต่างๆ) ปรากฏมากที่สุดในโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ลักษณะเด่นของคนไทยในด้านการต้อนรับ ความนุ่มนวล และมารยาทงดงามแบบไทย เป็นคุณลักษณะที่สอดคล้องกับงานบริการ และเป็นภาษาท่าทาง (gesture) ที่สามารถสื่อสารกับคนทุกชาติ ทุกภาษาได้อย่างดียิ่ง ส่วน “ความเป็นไทย” ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ก็เป็นเป้าหมายของการโฆษณาขายโปรแกรมการท่องเที่ยว

ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือก

“ความเป็นไทย” ที่นำมาใช้ในการโฆษณาขึ้นอยู่กับประเภทของโฆษณา กล่าวคือ

1) โฆษณาบริการบนเครื่องบิน “ความเป็นไทย” ที่นำมาใช้ในการโฆษณาก็คือ ลักษณะเด่นของคนไทยในด้านความนุ่มนวล ความอ่อนน้อม ความมีน้ำใจ และมารยาท การต้อนรับแบบไทย

2) โฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยว “ความเป็นไทย” ที่นำมาใช้ในการโฆษณา ก็คือ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย

ค) เกณฑ์ในการเลือก “ความเป็นไทย”

3.1) เลือก “ความเป็นไทย” ที่สอดคล้องกับการบริการ เนื่องจากการบินไทยเป็นธุรกิจการบริการประเภทหนึ่ง โดยเลือกลักษณะเด่นในด้าน ความนุ่มนวล ความสุภาพ ความมีน้ำใจ และการยิ้ม เป็นต้น ซึ่งเป็นแง่มุมของการบริการเท่าที่ “ความเป็นไทย” จะมีให้

3.2) เลือกลักษณะเด่นของคนไทยที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของการบริการที่การบินไทยสร้างขึ้น คือ บริการด้วยความเป็นไทย ที่เรียกว่า บริการเอื้องหลวง (Royal Orchid Service) โดยเลือกลักษณะเด่นในด้านที่ส่งเสริมมาตรฐานการบริการเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม โฆษณาการบริการของการบินไทยมิได้มีจุดเน้นที่ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบินเลย เนื่องจากคนไทย ได้ชื่อว่า ไม่ตรงต่อเวลาในสายตาของชาวต่างประเทศ การบินไทยจึงมิได้พยายามโฆษณาขายความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน ทั้ง ๆ ที่ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบินเป็นเรื่องที่สำคัญไม่แพ้บริการด้านอื่น แต่การบินไทยไปเน้นทางด้านการบริการที่เป็นเลิศแทน

3.3) เลือก “ความเป็นไทย” ที่มีลักษณะโฆษณาที่ขายได้ คือ คนไทย การขายบริการ และขายสถานที่ท่องเที่ยว

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือก “ความเป็นไทย”

ในการจัดทำโฆษณาของการบินไทยมีผู้เกี่ยวข้องคือ ฝ่ายโฆษณาของบริษัทการบินไทย ที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจและวางแผนโฆษณา รวมถึงการคัดเลือก “ความเป็นไทย” เพื่อนำเสนอในชิ้นงานโฆษณา

ปัจจัยที่กำหนดการเลือก “ความเป็นไทย”

1) นโยบายของบริษัทในเรื่องการโฆษณา

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหลักของบริษัท การบินไทย ที่มุ่งเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี และเอกลักษณ์ไทย ในทุกวิถีทางไปสู่สายตาชาวโลก

2) เป้าหมายทางการตลาด ที่โฆษณาเพื่อมุ่งขาย ท่องเที่ยว และบริการ

3) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี

เนื่องจากประเทศไทยมิใช่ประเทศเจ้าของเทคโนโลยีด้านการบิน อย่างประเทศสหรัฐอเมริกา หรือ เยอรมนี จึงไม่อาจโฆษณาขายความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการบิน หรือความปลอดภัย ซึ่งเป็นหัวใจของธุรกิจการบิน แต่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประวัติความเป็นชาติมายาวนาน มีวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ที่งดงาม ในด้านการบริการและการต้อนรับที่ประทับใจชาวต่างประเทศ ยากที่จะพบได้ในประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การบินไทยจึงเลือก “ความเป็นไทย” มาเป็นแนวคิดหลักในการโฆษณาเพื่อแข่งขันกับสายการบินอื่น

ข้อค้นพบ

1) เรื่องราว “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี” คัดเลือก และนำเสนอโดยชาวต่างประเทศ ในฐานะผู้ที่รู้เรื่องราวเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” อย่างดี แทนที่จะเป็นคนไทย

2) ในขณะที่ธุรกิจการบินพาณิชย์ มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ คือ ความรวดเร็ว ความประหยัด ความปลอดภัย ความสบาย และความเชื่อถือได้ แต่การโฆษณาของสายการบินไทย กลับมิได้มุ่งเน้นคุณลักษณะเฉพาะดังกล่าว แต่กลับโฆษณาขายวัฒนธรรมของไทยในด้านความสามารถในการบริการและการต้อนรับแบบไทย ๆ