

การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอแนวคิดเรื่อง “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี”

ในการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอแนวคิดเรื่อง “ความเป็นไทย” และปัจจัยที่กำหนดลักษณะการนำเสนอในนิตยสาร “สวัสดี” ผู้วิจัยได้ใช้มิติในการวิเคราะห์ 3 มิติ ดังนี้

- ก) รูปแบบ หรือวิธีการนำเสนอ
- ข) ความหมาย หรือเนื้อหาที่นำเสนอ
- ค) วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายของการนำเสนอ

รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มากำหนดลักษณะการนำเสนอดังกล่าวด้วย

รายละเอียดของทั้ง 3 มิตินี้ จะปรากฏในส่วนประกอบของนิตยสาร “สวัสดี” ดังนี้

1. ส่วนนำ

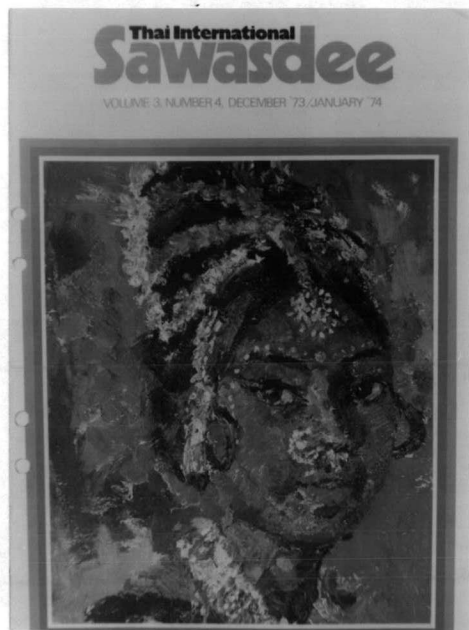
1.1 ชื่อนิตยสาร

ก) รูปแบบการนำเสนอชื่อ “สวัสดี”

ในด้านรูปแบบ ชื่อนิตยสารปรากฏที่ด้านบนของหน้าปกสะกดเป็นภาษาอังกฤษว่า “Sawasdee” ซึ่งรูปแบบการนำเสนอชื่อ “Sawasdee” นี้มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะหลัก ๆ 2 ช่วง คือ

ตั้งแต่ พ.ศ. 2514 - 2518

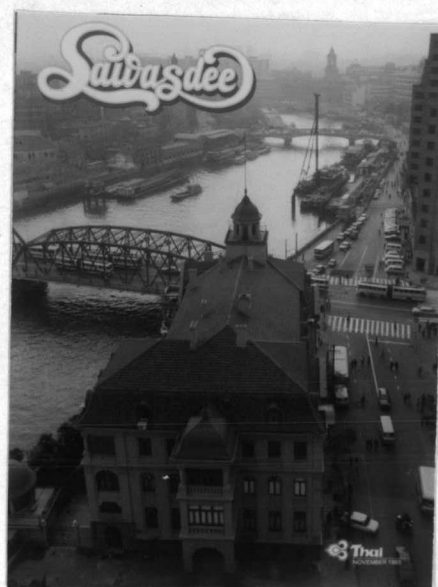
ชื่อนิตยสารเขียนด้วยอักษรตัวพิมพ์ใหญ่ (block letters) ที่มีลักษณะแข็ง สอดรับกับตราเครื่องหมายสัญลักษณ์ของสายการบินไทย ในขณะนั้นคือ เป็นรูปละครรำ (dancing man)



ภาพที่ 12 ตัวอย่างการนำเสนอชื่อนิตยสาร “สวัสดี” ในช่วงปี พ.ศ. 2514-2518

ตั้งแต่ พ.ศ. 2518- ปัจจุบัน

ชื่อนิตยสารเขียนด้วยอักษรภาษาอังกฤษแบบตัวเขียน ที่มีความโค้ง และความต่อเนื่อง ซึ่งมีความอ่อนช้อยมากขึ้น เนื่องจากในปี พ.ศ. 2518 การบินไทยได้เปลี่ยนตราสัญลักษณ์จากรูปละครรำ เป็นรูปเสมาแนวนอน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องออกแบบรูปแบบการนำเสนอชื่อนิตยสารใหม่ ให้สอดคล้องกับตราเครื่องหมายใหม่มีความโค้งของ “S” เช่นเดียวกับความโค้งของตราเครื่องหมายสัญลักษณ์



ภาพที่ 13 ตัวอย่างการนำเสนอชื่อนิตยสาร “สวัสดี” ในช่วงปี พ.ศ. 2518 - ปัจจุบัน

ข) การนำเสนอความหมายของคำว่า “สวัสดี”

เมื่อนิตยสาร “สวัสดี” เป็นนิตยสารภาษาอังกฤษมีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างประเทศ แต่การเลือกชื่อนิตยสารใช้ภาษาไทย ซึ่งกลุ่มผู้รับสารจะต้องไม่เข้าใจความหมาย จึงมีการให้ความหมายของคำว่า “Sawasdee” เพื่อให้ผู้อ่านซึ่งเป็นชาวต่างประเทศได้รู้จักและเข้าใจ โดยมีการให้ความหมายไว้ในหน้าสารบัญของทุกฉบับว่า

“Sawasdee” means “welcome” in Thai , and we are happy to introduce you to the comfort and delights of traditional hospitality.

ความหมายดังกล่าวข้างต้นเป็นความหมายที่สื่อสารกับชาวต่างประเทศซึ่งมีความหมายที่แตกต่างไปจากความหมายที่คนไทยด้วยกันใช้ในชีวิตประจำวัน ดังความหมายที่ปรากฏในหนังสืออรรถาภิธาน (โดยคณะผู้ดำเนินการโครงการวิจัยและพัฒนาระบบช่วยแปลภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย, 2535.) ว่า

1. (น.) ความดี ความงาม การเจริญรุ่งเรือง
2. (น.) คำทักทาย คำอำลา
3. (ก.) ลาก่อน กล่าวลา อำลา ลา ร่ำลา

จากความหมายของคำว่า “สวัสดี” ในนิตยสาร “สวัสดี” ที่แตกต่างจากความหมายในหนังสืออรรถาภิธาน จะเห็นได้ว่าการนำเสนอมีการปรับเปลี่ยนความหมายเพื่อสื่อสารกับผู้อ่านที่เฉพาะเจาะจง ที่จะสะท้อนถึงบริการของสายการบินด้วยการต้อนรับที่อบอุ่นแบบไทย ตามรูปแบบการบริการของการบินไทย ที่เรียกว่า “บริการเอื้องหลวง” (Royal Orchid Service) แทนที่จะเป็นการให้ความหมายที่เป็นการทั่วไป (general term) อันเป็นรูปแบบของการสร้างภาพลักษณ์การบริการ

เป็นการปรับเปลี่ยนความหมายใหม่ และให้คุณค่าในเชิงการบริการ เพื่อแสดงออกถึงรูปแบบการบริการด้วย “ความเป็นไทย” ซึ่งความหมายดั้งเดิมที่ใช้กันในสังคมไทยมิได้มีความหมายในเชิงการให้บริการ ถือเป็นปรากฏการณ์ที่ก่อตัวขึ้นใหม่เพื่อสร้างภาพลักษณ์การบริการของสายการบิน

ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอชื่อ “สวัสดี”

เพื่อเป็นการทักทายกับผู้โดยสารของสายการบินไทย โดยการทักทายเริ่มตั้งแต่ก้าวแรกที่ผู้โดยสารก้าวขึ้นเครื่องบินพนักงานต้อนรับ กล่าวคำ “สวัสดี” เมื่อผู้โดยสารประจำที่นั้นก็จะได้พบหน้าผู้โดยสารประจำเครื่องบิน มีบริการไว้สำหรับทุกที่นั่งและเมื่อผู้โดยสารหยิบนิตยสาร “สวัสดี” ขึ้นมาอ่าน ชื่อนิตยสารซึ่งปรากฏอยู่ด้านบนของปกทันทีที่มองก็จะพบชื่อของ “Sawasdee” ก่อน เท่ากับเป็นการทักทาย และกล่าวต้อนรับแบบไทยๆ สอดคล้องกับบริการด้านอื่นๆ ของสายการบินไทย ที่บริการด้วย “ความเป็นไทย”

ปัจจัยที่กำหนดลักษณะการนำเสนอชื่อ “สวัสดี”

1) ปัจจัยทางด้านเทคนิคการนำเสนอ

รูปแบบการนำเสนอชื่อนิตยสารที่มีปัจจัยทางด้านเทคนิคเข้ามากำหนด ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงตราเครื่องหมายสัญลักษณ์ (logo) ของสายการบินไทย จากรูปละครร่า (dancing man) มาเป็นรูปเสมาแนวนอน ทำให้รูปแบบของตัวอักษรชื่อ “Sawasdee” มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สอดคล้องกับความแข็ง หรือความอ่อนนุ่มของความต่อเนื่อง ของตราสัญลักษณ์ กล่าวคือ เมื่อตราสัญลักษณ์เป็นรูปละครร่า ซึ่งมีลักษณะแข็งทื่อ การเขียนอักษรชื่อนิตยสารก็มีความแข็งด้วย ต่อมาเมื่อการบินไทยเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ เป็นรูปเสมาแนวนอน ซึ่งมีความโค้งและความต่อเนื่องของลายเส้น ตัวอักษรชื่อนิตยสารก็ถูกออกแบบให้มีความอ่อนนุ่ม และต่อเนื่องมากขึ้น ให้สอดคล้องกับตราสัญลักษณ์ใหม่

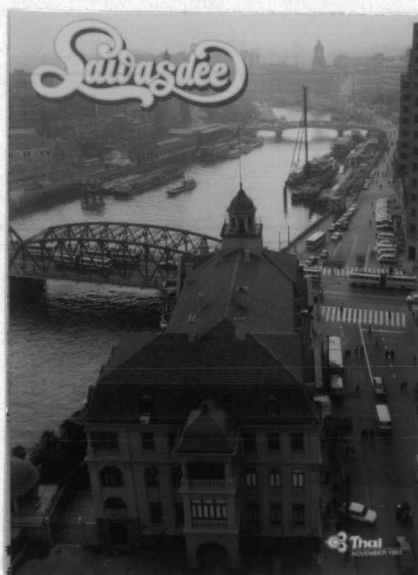
2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์

เนื่องจากปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ของการบริการด้วย “ความเป็นไทย” ที่กำหนดให้นำเสนอสิ่งต่าง ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการบริการต้องสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้นการนำเสนอคำว่า “สวัสดี” สำหรับชาวต่างประเทศที่ไม่เคยเดินทางมาเมืองไทยมาก่อน และอาจไม่รู้จักรักคำว่า “สวัสดี” จึงจำเป็นต้องมีการให้ความหมาย เพื่อให้ชาวต่างประเทศเข้าใจ และความหมายที่สายการบินสร้างขึ้นมาก็เพื่อสนองตอบต่อภาพลักษณ์ “ความเป็นไทย” ในด้านบริการที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน

1.2 หน้าปก

ก) รูปแบบการนำเสนอภาพปก

การนำเสนอภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” จะเป็นภาพที่ได้รับการคัดเลือกแล้วตามกระบวนการเลือก ดังได้กล่าวมาแล้ว โดยรูปแบบของปกประกอบด้วยตัวอักษรชื่อนิตยสาร “Sawasdee” ปรากฏอยู่ด้านบนของหน้าปกเสมอ โดยจะมีที่วางตำแหน่งชิดซ้าย ชิดขวา หรือตรงกลาง ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของภาพ และปรากฏเครื่องหมายตราสัญลักษณ์ของการบินไทยอยู่ตรงมุมล่าง ชิดไปด้านใดด้านหนึ่ง พร้อมระบุเดือนปีที่นิตยสารฉบับนั้นออก ซึ่งเป็นรูปแบบที่เฉพาะไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นเลย



ภาพที่ 14 ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอภาพปกนิตยสาร “สวัสดี”

ข) การนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏในภาพปก

ภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” 12 ฉบับ มี 4 ฉบับที่นำเสนอ “ความเป็นไทย” ซึ่งสะท้อนเนื้อหาบทความเด่น ๆ ในฉบับ โดยนำเสนอเนื้อหาความเป็นไทย 2 หมวดหมู่ คือ

1) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม

เป็นภาพจิตรกรรมฝาผนัง (กุมภาพันธ์ 2536) ถ่ายภาพโดย Jean-Leo Dugast ซึ่งสะท้อนเนื้อหาบทความเรื่อง The Temples of Phetchaburi โดย Anthony Windsor เป็นการนำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมไทย ในด้านจิตรกรรม ให้ชาวต่างประเทศได้เห็น ว่าประเทศไทยก็มีอารยธรรมมาช้านานแล้ว

2) ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย

2.1) เป็นภาพดอกกล้วยไม้ไทย ชื่อ Queen Sirikit (มกราคม 2535) ถ่ายภาพโดย Luca Invernizzi Tettoni ซึ่งสะท้อนเนื้อหาบทความเรื่อง Thailand's Unofficial Official Flower โดย William Warren และภาพดอกบัวไทยในสระน้ำ (สิงหาคม 2536) ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทย และดอกไม้ที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในประเทศไทย

2.2) ภาพตึกระฟ้าในกรุงเทพฯ ยามค่ำคืน (กันยายน 2537) ถ่ายภาพโดย Robert Mcleod สะท้อนเนื้อหาบทความเรื่อง Thailand's Soaring Skyline โดย David Brandt เนื้อหาของภาพสะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบันของคนในเมืองหลวง ที่มีความเจริญ และเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

จากการศึกษาภาพปกทั้ง 12 ฉบับ พบว่าภาพที่นำมาตีพิมพ์เป็นภาพปก มีการนำเสนอในลักษณะประชาสัมพันธ์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ที่การบินไทยมีเส้นทางบินและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากกิจการขนส่งผู้โดยสารต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัยที่กำหนดลักษณะการนำเสนอภาพปก

จากลักษณะการนำเสนอภาพปกนิตยสาร “สวัสดี” ที่มีรูปแบบค่อนข้างตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงการจัดวาง lay out เนื่องจากมีปัจจัยหลัก ๆ ที่กำหนดการนำเสนอ อันได้แก่

1) ปัจจัยเรื่องกฎเกณฑ์การจัดวาง lay out

เป็นปัจจัยที่กำหนดโดยทางการบินไทย เพื่อพยายามรักษามาตรฐานการนำเสนอที่การบินไทยยึดถือมาโดยตลอด โดยจะเห็นได้ว่าไม่เคยปรากฏว่ามีข้อความอื่นใด หรือมีแถบใด ๆ พาดผ่านหน้าปกของนิตยสาร อย่างที่ปรากฏบนหน้าปกนิตยสารฉบับอื่น ๆ

2) ปัจจัยเรื่องภาพลักษณ์ของนิตยสาร “สวัสดี”

“สวัสดี” เป็นนิตยสารประจำเครื่องบินของสายการบินไทยมีภาพลักษณ์เฉพาะคือเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงแก่ผู้โดยสารขณะอยู่บนเครื่องบิน และขณะเดียวกันก็เป็นสื่อที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสายการบินไทย และประเทศไทยด้วย ดังนั้น การนำเสนอจะต้องไม่มีลักษณะที่หือหวาจนเกินไป เป็นต้นว่า ไม่ลงภาพนักท่องเที่ยวเปลือยกายแอบแคคตามชายหาด แม้ว่าสถานที่นั้นจะเป็นจุดหมายปลายทางของสายการบินไทยก็ตาม และขณะเดียวกันก็ต้องไม่มีลักษณะที่เคร่งขรึมจนเกินไป แต่ต้องมีสีสันสวยงาม สะดุดตา

1.3 หน้าสารบัญ

ในที่นี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การนำเสนอเฉพาะภาพพนักงานต้อนรับ (Air hostess) ซึ่งแสดงออกถึง “ความเป็นไทย” โดยไม่พิจารณารูปแบบและเนื้อหาในส่วนอื่น ซึ่งมีได้แสดงออกถึงความเป็นไทย

ก) รูปแบบการนำเสนอหน้าสารบัญ

นำเสนอภาพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเป็นภาพถ่ายครึ่งตัว สวมชุดไทยซึ่งประกอบด้วย เสื้อคอกลมแขนยาวทรงกระบอก ที่ตัดเย็บด้วยผ้าไหมไทย พนมมือไหว้ระดับอก พร้อมกับค้อมศีรษะเล็กน้อย โบกหน้าเปี่ยมด้วยรอยยิ้ม นำเสนอควบคู่กับการอธิบายความหมายของคำว่า “สวัสดี” พร้อมปรากฏข้อความ “Welcome Aboard” เป็นการ กล่าวทักทาย และต้อนรับผู้โดยสารบนเครื่องบิน และแนะนำพนักงานต้อนรับของสายการบินไทยให้ผู้โดยสารได้รู้จัก ในขณะเดียวกันก็เป็นภาพประกอบของคำว่า “สวัสดี” ด้วย

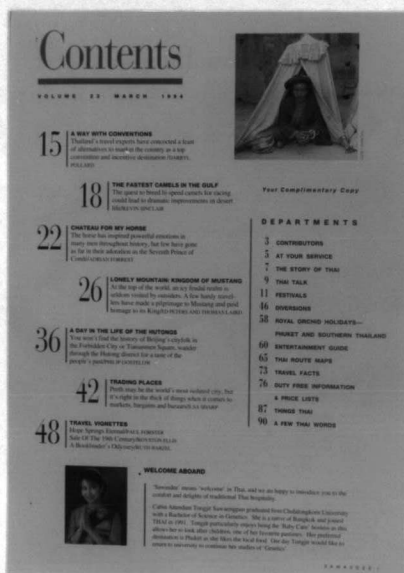
รูปแบบการนำเสนอ จะมียอดประกอบคงที่ คือ การกล่าวต้อนรับ (Welcome Aboard) ความหมายของคำว่า “สวัสดี” ภาพและประวัติส่วนตัวของพนักงานต้อนรับ โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงเฉพาะภาพของพนักงานต้อนรับและประวัติส่วนตัว ที่จะเปลี่ยนไปทุกฉบับ ส่วนการออกแบบการนำเสนอมีการเปลี่ยนแปลงการจัดวาง (lay out) ของภาพ 2 ลักษณะ คือ

- ช่วงปี พ.ศ. 2535-2536 องค์ประกอบทั้งหมดของภาพถูกจัดวางไว้ในแนวตั้ง ชิดไปทางด้านขวามือ โดยนำเสนอภาพพนักงานต้อนรับ พร้อมแนะนำประวัติส่วนตัวไว้ได้ความหมายของคำว่า “สวีสวี”



ภาพที่ 15 ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอหน้าสารบัญ ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2536

- ช่วงปี พ.ศ. 2537 องค์ประกอบทั้งหมดของภาพถูกจัดวางไว้ด้านล่างของหน้ากระดาษ โดยมีภาพของพนักงานต้อนรับอยู่ทางด้านซ้ายมือ ส่วนความหมายของคำว่า “สวีสวี” และประวัติส่วนตัวของพนักงานต้อนรับ จะอยู่ทางด้านขวามือของภาพ โดยมีการให้พื้นที่น้อยกว่าในช่วงปี พ.ศ. 2535-2536



ภาพที่ 16 ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอหน้าสารบัญ ในช่วงปี พ.ศ. 2537

ข) ความหมายของการนำเสนอ

ในการวิเคราะห์การนำเสนอภาพในที่นี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ โดยมีมิติการมองในเชิงเปรียบเทียบ “ความเป็นไทย” 2 ด้าน คือ “ความเป็นไทย” ในด้านที่สื่อสร้างขึ้น และ “ความเป็นไทย” ในโลกแห่งความเป็นจริง

1) “ความเป็นไทย” ที่สื่อสร้างขึ้นมา

สื่อได้สร้าง “ความเป็นไทย” ขึ้นมาให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยนำคนมาสวมชุดไทย ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติ (ที่มักสวมใส่เฉพาะในงาน และพิธีการ) “ความเป็นไทย” ถูกนำเสนอออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรมด้วยชุดไทย การไหว้ และการยิ้ม แสดงออกผ่านสื่อที่เป็นผู้หญิงไทย สร้าง “ความเป็นไทย” ให้เห็นเป็นรูปธรรมอย่างนี้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์การบริการนั่นเอง

2) “ความเป็นไทย” ในโลกแห่งความเป็นจริง

ในโลกแห่งความเป็นจริง “ความเป็นไทย” ไม่จำเป็นต้องสร้างขึ้นมา เพราะ “ความเป็นไทย” ก็คือ คนไทย และการแสดงออกทุกอย่างของคนไทย ไม่ใช่เพียงเฉพาะชุดไทย การไหว้ และรอยยิ้มเท่านั้น ที่แสดงออกถึง “ความเป็นไทย” แต่คือทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และการแสดงออกของคนไทย และในชีวิตประจำวันคนไทยก็ได้สวมชุดไทยตลอดเวลา นอกจากโอกาสพิเศษต่าง ๆ แม้แต่ในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (Air hostess) ขณะอยู่บนเครื่องบินที่สวมชุดไทยในขณะปฏิบัติหน้าที่ แต่เมื่อลงจากเครื่องบินก็ถอดชุดไทยออกกลับมาแต่งกายด้วยชุดแบบสากล ซึ่งแตกต่างกับการแต่งกายด้วยชุดประจำชาติของชาวญี่ปุ่น ที่ยังสวมใส่อยู่ในชีวิตประจำวัน

ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

เพื่อสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ของการบริการด้วย “ความเป็นไทย” ที่เรียกว่า “บริการเอื้องหลวง” (Royal Orchid Service) โดยจะสังเกตเห็นได้ว่า นอกจากสวมชุดไทยแล้วยังกลัดดอกกล้วยไม้ไทยที่หน้าอกเสื้ออีกด้วย

ปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอ

ปัจจัยสำคัญที่กำหนดลักษณะการนำเสนอภาพพนักงานต้อนรับ ในหน้าสารบัญ คือ ความเป็นสายการบินแห่งชาติ และภาพลักษณ์การบริการของสายการบิน กล่าวคือ

1) ความเป็นสายการบินแห่งชาติ

ที่มีหน้าที่ในการมุ่งเผยแพร่วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและเอกลักษณ์ของประเทศไทยในทุกวิถีทางไปสู่สายตาชาวโลก

2) ภาพลักษณ์การบริการของสายการบินไทย

ที่จะต้องสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของการบริการด้วย “ความเป็นไทย” การแสดงออกต่าง ๆ จึงต้องสะท้อนความเป็นไทย

2. คอลัมน์ประจำ

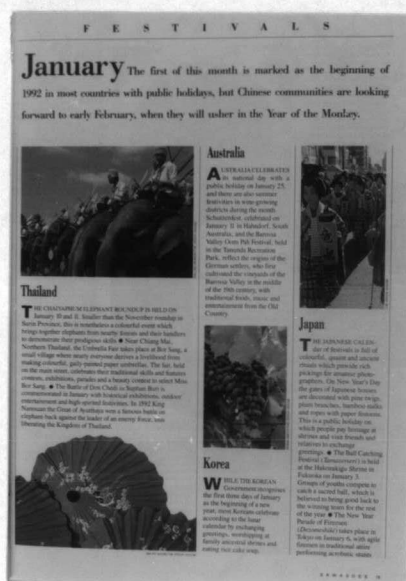
“ความเป็นไทย” ที่พบในคอลัมน์ประจำมี 3 คอลัมน์ ได้แก่ Festivals , Things Thai และ A Few Thai Words ซึ่งจะวิเคราะห์การนำเสนอ และปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอ ไปตามลำดับ

2.1 คอลัมน์ Festivals

ก) รูปแบบการนำเสนอ

นำเสนอในรูปแบบปฏิทินเทศกาล โดยการนำเสนอเทศกาลตามเดือนต่างๆ 12 เดือน โดยคัดเลือกมาเพียงเทศกาลที่เด่น ๆ ของแต่ละภาคออกมา และนำเสนอแต่ละเทศกาลอย่างสั้น ๆ ดังตัวอย่างการนำเสนอบางส่วนของเทศกาลประจำเดือนมกราคม 2535

The Battle of Don Chedi in Suphan Buri commemorated in January with historical exhibitions , outdoor entertainment and high-spirited festivities. In 1592 King Naresuan the Great of Ayuthaya won a famous battle on elephant-back against the leader of an enemy force , thus liberating the Kingdom of Thailand.



ภาพที่ 17 ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ Festivals

ข) การนำเสนอเนื้อหา

เนื้อหาคอลัมน์ Festivals เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัน เวลา และสถานที่จัดงานเทศกาล พร้อมทั้งอธิบายลักษณะของงานเทศกาล นั้น ๆ โดยย่อ บางครั้งจะอธิบายที่มาหรือความเป็นมาของเทศกาลนั้น เพื่อให้ชาวต่างประเทศได้เข้าใจอีกด้วย

ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างการนำเสนอเนื้อหาของ “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกมาแล้ว เพื่อจะให้เห็นว่าผู้ส่งสารมีวิธีการนำเสนออย่างไรบ้าง

1) การนำเสนอเทศกาลที่เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์

จะมีลักษณะเพียงให้ข้อมูล (information) ให้ทราบ เนื่องจากเป็นสถาบันหลักของประเทศไทย มิได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ชาวต่างประเทศเข้าร่วมเฉลิมฉลองอย่างเช่นเทศกาลที่เกี่ยวกับความสนุกสนานทั่วไป โดยมีลักษณะการนำเสนอ คือให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัน และโอกาสสำคัญนั้น เช่น เป็นวันเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว หรือ เป็นวันที่มีการประกอบพระราชพิธีต่าง ๆ เช่น พระราชพิธีแรกนาขวัญ เป็นต้น ดังตัวอย่างการนำเสนอ ต่อไปนี้

December is the month for much pomp and pageantry in Thailand. The entire nation celebrates **His Majesty King Bhumibol Adulyadej's Birthday** on December 5, a public holiday. Government buildings , businesses and homes all over the country are elaborately decorated and the area around the Grand Palace is spectacularly illuminated. The royal family presides over the **Trooping of the Colours** ,where Royal Guards swear allegiance to the King in a magnificent ceremony which takesplace on December 3. (เดือนธันวาคม 2537)

The Royal Ploughing Ceremony, May 17, is also a public holiday and marks the official commencement of the rice-planting season. HM the King attends this ancient Brahman ritual which takes place at Sanam Luang , a park adjacent to the Grand Palace in Bangkok. Thousands of Thais gather around the park to witness *Raek Na* , or first ploughing, as it is known locally. (เดือนพฤษภาคม 2536)

2) การนำเสนอเกี่ยวกับประเพณีไทย,วิถีชีวิตไทย และพุทธศาสนา

ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย เป็นส่วนที่ได้รับการคัดเลือกมานำเสนอมากที่สุด เนื่องจากเทศกาลต่าง ๆ ล้วนมีรากฐานมาจากประเพณี , วิถีชีวิตไทย และพุทธศาสนา และคอลัมน์นี้เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอเกี่ยวกับเทศกาลโดยเฉพาะนั่นเอง

การนำเสนอ จะนำเสนอประเพณี และเทศกาล ที่ชาวต่างประเทศสามารถไปท่องเที่ยวชมได้ และมักจะหลีกเลี่ยงการนำเสนอประเพณีที่มีพิธีกรรมทางศาสนา แล้วหันมานำเสนอประเพณีที่มีความสนุกสนานแทนเช่น ประเพณีลอยกระทง เป็นต้น

Loy Krathong is celebrated all over the Kingdom under the full moon on the night of November 28. Small lotus-shaped baskets or boats made of banana leaves, containing flowers, incense, candles and a coin , are set adrift on rivers , lakes , and Klongs. loy Krathong is said to have originated in Sukhothai and there the festivities include fireworks and folk dancing amongst the ruins of the ancient capital. In Chiang Mai , home and shops are decorated with beautiful lanterns and people launch paper balloons filled with hot air to bear their troubles away(พฤศจิกายน 2536)

นอกจากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้แล้ว การนำเสนอเทศกาลผู้วิจัยยังพบอีกว่า นอกจากจะได้เห็นการเลือกเทศกาลมานำเสนอแล้ว ยังสามารถเห็นวิธีการเลือกนำเสนอเนื้อหาที่คัดเลือกมาเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างเทศกาลสงกรานต์ที่นำเสนอในฉบับเดือน เมษายน 2535 ซึ่งนำเสนอสองสถานที่จัดงาน คือ งานสงกรานต์ ที่จังหวัดเชียงใหม่ และงานวิสุทธีกษัตริย์สงกรานต์ (พระประแดง)

Songkran, April 12-14, is the old Thai New Year and an occasion for merrymaking throughout the country , with religious ceremonies and public festivities. Anyone who venture out onto the street is likely to get a thorough soaking but all in the spirit of fun. Songkran is celebrated with particular enthusiasm in Chiang Mai where it is marked by merit-making ceremonies, good natured water throwing and parades and beauty contests.

Wisutkasat Songkran festivals in the middle of April is intended to preserve and promote Thai culture. Activities include sprinkling water on revered Buddha images , freeing captive birds and fish in order to gain merit and sprinkling water on adults' hands to bless and honour elders. The second day features alms-giving to monk , a Miss Songkran contest and several forms of entertainment.

จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น จะเห็นว่าการนำเสนอเทศกาลสงกรานต์ เหมือนกัน แต่วิธีการนำเสนอรายละเอียดของงานเทศกาลมีความแตกต่างกัน กล่าวคือเทศกาลสงกรานต์ ที่จังหวัดเชียงใหม่ การนำเสนอเป็นการเลือกนำเสนอโดยเน้นหนักในเรื่องของประเพณี ความสนุกสนานมีการกล่าวถึงพิธีกรรมทางศาสนาบ้างแต่ไม่ใช่เนื้อหาหลัก ในขณะที่เทศกาลวิสุทธิกษัตริย์สงกรานต์ นำเสนอในแง่ส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ในแง่ความเชื่อ และพิธีกรรมทางศาสนาเป็นหลัก เช่น การสรงน้ำพระการทำบุญใส่บาตร การรดน้ำผู้ใหญ่ และการปล่อยนกปล่อยปลา

ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

จากเนื้อหารายละเอียดของเทศกาลที่นำเสนอออกมาและวิธีการนำเสนอ ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการนำเสนอคอลัมน์ Festivals มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) เผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีของไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ โดยนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปธรรมของ “ความเป็นไทย” ที่แสดงออกมาในงานประเพณีต่าง ๆ แต่ทั้งนี้ไม่ได้บอกความหมายที่อยู่เบื้องหลังประเพณีนั้น ๆ มากนัก ซึ่งน่าจะเป็นเพราะว่าอธิบายยาก และการมาร่วมเทศกาลต่าง ๆ ของชาวต่างประเทศก็เพื่อความสนุกสนาน และประสบการณ์ มิใช่เพื่อแสวงหาความหมายที่แท้จริงของประเพณี และเทศกาลต่าง ๆ

2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เทศกาลต่าง ๆ ที่นำเสนอมีการให้รายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะงานเทศกาล วัน เวลา และสถานที่จัดงาน ก็เพื่อให้ชาวต่างประเทศเกิดความสนใจอยากเดินทางไปชม

3) เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทศกาลที่สำคัญของชาติไทย และวันสำคัญต่าง ๆ ของประเทศไทย ทั้งสองสถาบันหลักของชาติ (คือสถาบันศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์)

ปัจจัยกำหนดลักษณะการนำเสนอคอลัมน์ Festivals

1) ปัจจัยทางด้านชื่อคอลัมน์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอมากที่สุด คือ ชื่อคอลัมน์ ทำให้การนำเสนอมีลักษณะที่ค่อนข้างตายตัว คือ มีลักษณะเป็นปฏิทินเทศกาล ซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ วันเวลา สถานที่จัดงาน และลักษณะงานโดยสังเขป นอกจากนี้ คำว่า Festivals ยังมีความหมาย ถึงเทศกาลที่เป็นงานรื่นเริง สนุกสนาน จึงกำหนดให้การนำเสนอต้องออกมาในลักษณะเป็นงานรื่นเริงเสียเป็นส่วนใหญ่

2) ปัจจัยทางธุรกิจ

กล่าวคือ การนำเสนอเทศกาล ต้องเป็นเทศกาลที่สามารถขายได้ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ชักชวนให้ชาวต่างประเทศเดินทางมาร่วมเทศกาลนั้น ๆ

3) ปัจจัยทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมมีส่วนในการกำหนดการนำเสนอเทศกาลบางอย่าง เช่น การนำเสนอเทศกาลที่เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ นำเสนอได้เฉพาะการให้ข้อมูล และหมายกำหนดการพระราชพิธี ห้ามการวิพากษ์วิจารณ์ โดยเฉพาะในด้านลบ เนื่องจากทรงอยู่เหนือการวิจารณ์

2.2 คอลัมน์ Things Thai

ก) รูปแบบการนำเสนอ

เป็นคอลัมน์ที่ประกอบด้วยเรื่องราวสิ่งละอันพันละน้อยเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” เป็นเรื่องราวสั้นๆ มีเนื้อที่ประมาณ 1/3 ถึง 1/2 ของหน้ากระดาษ ต่อ 1 เรื่อง และใน 1 คอลัมน์ มีเรื่องราวประมาณ 5 เรื่องต่อฉบับ รูปแบบการเขียนเป็นลักษณะให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย และคนไทย ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความหมายต่าง ๆ ที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรมไทย ที่ชาวต่างประเทศได้เห็นแต่เพียงภายนอก



ภาพที่ 18 ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ Things Thai

ข) การนำเสนอเนื้อหา “ความเป็นไทย”

ผู้วิจัยจะวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาตามหมวดหมู่ของ “ความเป็นไทย”

ทั้ง 7 หมวดหมู่ ตามลำดับ

1) สถาบันพุทธศาสนา

ได้รับการนำเสนอในลักษณะที่เป็นพื้นฐาน หรือที่มาของการปฏิบัติ การต่าง ๆ ทางสังคมของคนไทย ที่สะท้อนออกมาในรูปของ

- 1.1) ผลงานความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยในรูปของสถาปัตยกรรม วัด และศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ
- 1.2) วิถีการดำเนินชีวิตและประเพณีของคนไทย
- 1.3) ความเชื่อในเรื่องการทำบุญ และการปิดทอง เป็นต้น

อนึ่ง พุทธศาสนาเป็นศาสนาที่แตกต่างจากศาสนาของชาวต่างประเทศ ซึ่งมักจะเป็นผู้นับถือคริสตศาสนา อย่างไรก็ตาม การนำเอาเรื่องราวของศาสนาหนึ่งไปเผยแพร่ต่อผู้ที่นับถืออีกศาสนาหนึ่ง จำเป็นต้องหลีกเลี่ยงการกล่าวในลักษณะที่ว่าศาสนาของตนดีกว่า ดังนั้น เรื่องราวของพุทธศาสนาจึงมักเป็นองค์ประกอบภายนอกของพุทธศาสนา หรือเป็นพุทธศาสนาในแง่รูปธรรม ไม่ใช่หลักคำสอน และที่สำคัญเป็นเรื่องแปลกสำหรับชาวต่างวัฒนธรรม

2) สถาบันพระมหากษัตริย์

ได้รับการนำเสนอในน้อยที่สุด ลักษณะเด่นที่ปรากฏในการนำเสนอเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ คือ พระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงทำประโยชน์ให้กับประเทศชาติ ในอันที่จะช่วยเหลือชาวไทยภูเขาให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นการนำเสนอในลักษณะที่ยกย่อง

3) ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย

ได้รับการนำเสนอในลักษณะที่สะท้อนวิถีชีวิตไทยออกมาในเรื่องความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ และวัฒนธรรมเกี่ยวกับการกิน การประดิษฐ์เครื่องใช้ไม้สอยต่าง ๆ ในครัวเรือน

4) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม

ได้รับการนำเสนอในฐานะที่เป็นศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมอันมีลักษณะเฉพาะของไทย มีคุณค่าทางศิลปะไม่แพ้ของชาติอื่น ๆ ซึ่งเป็นศิลปะชั้นสูง เช่น นาฏศิลป์ ที่เรียกว่า “โขน” ในระดับท้องถิ่นก็มีศิลปะการทำรมที่มีชื่อเสียงของอำเภอบ่อสร้าง เพื่อให้ชาวต่างประเทศได้รู้ว่าคนไทยก็มีศิลปะ และวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

5) ภาษาไทยและวรรณกรรม

ภาษาไทยที่ได้รับการนำเสนอใน Things Thai เป็นการนำเสนอ “ความเป็นไทย” ซึ่งบ่งบอกนัยของการนำเสนอได้เป็น 3 ประเด็น ดังนี้

5.1) เป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย คือภาษาไทยที่นำเสนอใน Things Thai เป็นการบอกให้ชาวต่างประเทศทราบว่า ประเทศไทยมีภาษา ทั้งภาษาพูด และตัวอักษรเขียน เป็นของตนเอง อักษรไทยประกอบด้วยพยัญชนะ 44 ตัว และสระ 24 ตัว และคำในภาษาไทยเกิดจากการผสมตัวอักษร

5.2) บ่งบอกถึงการมีความเป็นชาติมายาวนานแล้ว จากข้อมูลเกี่ยวกับวิวัฒนาการของภาษาไทยตั้งแต่อดีต (จากเรื่อง From A-Z, in Thai)

5.3) เป็นวัฒนธรรมที่มีความซับซ้อนพอสมควร และเชิญชวนให้สัมผัสความซับซ้อนดังกล่าว ซึ่งจะได้รับความสนุกสนานด้วย ดังจะเห็นได้จากการนำเสนอชื่อเป็นภาษาไทยที่อ่านยาก (tongue-twister) สำหรับชาวต่างประเทศ คล้ายชักชวนให้ลองฝึกพูด ฝึกออกเสียง คือ การเขียนชื่อเต็มของจังหวัดกรุงเทพมหานครให้อ่าน โดยเขียนเป็นอักษรโรมัน ดังนี้

Krungthepmahanakhonamornratanakosin-
mahintarayudhayamahadilokpopnoparata-
narajthaniburiromudomrajaniwesmahasatarn-
amornpimarnavatarnsatitsakattiyavisanukamprasit.

สำหรับวรรณกรรมไทยพบเพียง 1 เรื่อง เป็นการเล่าเรื่องราวสั้นๆ ของหนุมาน ซึ่งเป็นตัวละครตัวหนึ่งในวรรณกรรมเรื่องรามเกียรติ์ในภาคภาษาไทย (Thai version)

6) ลักษณะเด่นของคนไทย

ลักษณะเด่นที่นำเสนอออกมา คือ

6.1) ความเชื่อ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา และความเชื่อในอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งกำหนดวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย ที่ทำให้คนไทยมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากชนชาติอื่น เช่น ถ้ามีความปรารถนาในสิ่งใด ก็ขออำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ช่วยให้สมปรารถนา เป็นลักษณะของคนไทยที่สร้างกำลังใจให้กับตนเอง และความเชื่อในลักษณะนี้ก็สามารถเห็นได้โดยทั่วไปในประเทศไทย จะเห็นได้จากการที่มีคนไปกราบไหว้สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น พระพรหมณ์เอราวัณ (จากเรื่อง House of spirit, มิถุนายน 2537.) เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการนำเสนอลักษณะเด่นของคนไทย ในเรื่องความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้น จะเห็นได้ว่า นิตยสาร “สวัสดี” ได้เลือกนำเสนอสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นที่รู้จักกันในระดับสากล (International) ด้วย เนื่องจากพระพรหมณ์เอราวัณเป็นที่รู้จักและศรัทธาอย่างกว้างขวางในหมู่ชาวต่างประเทศ จะเห็นได้จากการที่มีชาวต่างประเทศจำนวนมากเดินทางมาเพื่อกราบไหว้ สักการะ ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทุกวัน

6.2) การไหว้ เป็นการนำเสนอ “ความเป็นไทย” ที่เป็นลักษณะเด่นของคนไทย เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึง “ความเป็นไทย” และคนไทย มีการนำเสนอโดยการบอกรายละเอียดของความหมายของการไหว้ ซึ่งไม่ใช่เพียงการทักทาย แต่ยังบ่งบอกถึงสถานภาพของคนที่ได้รับไหว้ คนที่รับไหว้ และใครไม่ไหว้ใครในสังคมไทย เช่น พระไม่ไหว้ตอบคนธรรมดา หรือแม้แต่พระมหากษัตริย์ และการพนมมือไหว้ เป็นรูปดอกบัวตูมเป็นสัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ ที่แสดงออกถึงความเคารพบูชาในพระพุทธรูป ซึ่งการนำเสนอในลักษณะดังกล่าวเป็นการใช้ข้อมูล (information) ในแง่รายละเอียด (details) นอกเหนือไปจากวัฒนธรรมแบบที่มองเห็นเฉพาะลักษณะที่ปรากฏแต่เพียงภายนอก (appearance) ที่ชาวต่างประเทศได้พบเห็นอยู่แล้ว และเป็นการให้ข้อมูลในลักษณะอธิบายจากสัญลักษณ์ที่ปรากฏไปสู่ความหมายที่อยู่เบื้องหลัง

6.3) ความมีน้ำใจของคนไทย เป็นลักษณะเด่นที่ถูกนำเสนอออกมาว่าคนไทยเป็นคนมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อผู้อื่น แม้แต่กับคนแปลกหน้า หรือชาวต่างประเทศ

จะสังเกตได้ว่าการนำเสนอลักษณะเด่นของคนไทย จะเลือกเฉพาะที่เป็นด้านดีงามเท่านั้น อันได้แก่ ความมีน้ำใจ มารยาทงดงาม ไม่นำเสนอลักษณะเด่นที่เป็นด้านลบของคนไทยเช่น การไม่ตรงต่อเวลา ไม่เคร่งครัดต่อระเบียบวินัย เป็นต้น

7) ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก

เป็นการนำเสนอลักษณะเด่นของสิ่งต่างๆ ของไทย ที่โดยตัวของมันเองไม่ได้บ่งบอกว่าเป็นไทย แต่เป็นไทยในแง่ที่เป็นสิ่งที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย เช่น อัญมณี ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติ แต่อัญมณีของไทยได้รับการยกย่องว่ามีความสวยงาม และมีคุณภาพ , แมวไทย เป็นแมวที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะที่พบในประเทศไทยเท่านั้นที่เรียกว่า Siamese cat ซึ่งเป็นแมวสีสวาด , ทูเรียน ผลไม้ที่ตะวันตกยกย่องว่าเป็น Kings of fruits สิ่งเหล่านี้ล้วนบ่งบอกถึงลักษณะพิเศษที่พบได้ในประเทศไทย กล่าวคือ เลือกสิ่งที่มีรู้จักกันในระดับสากลอยู่แล้ว แล้วมาแพร่ขยายให้รู้จักมากขึ้น แต่จากการศึกษาตัวอย่างยังไม่พบว่ามีการนำเสนอสิ่งยังไม่ค่อยมีชื่อเสียง ให้ขึ้นมารู้จักกันในระดับสากล

ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอคอลัมน์ Things Thai

เพื่อให้ชาวโลกได้รู้จักประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศเล็ก ๆ ประเทศหนึ่งที่มีวัฒนธรรมอันดีงามมาเป็นเวลายาวนานแล้ว มีภาษา และเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง และมีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ที่คนไทยมีความภูมิใจที่จะนำเสนอให้คนต่างชาติ ได้รู้จักและเข้าใจคนไทย และประเทศไทย อย่างถูกต้องว่าเราก็มีวัฒนธรรม ศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม มิใช่เป็นเพียงจุดหมายปลายทางของการเดินทางแห่งหนึ่งเท่านั้น เพื่อเชิญชวนให้ชาวต่างประเทศเข้ามาสัมผัสกับความดีงามของเรา

ปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอ

1) นโยบายของผู้จัดทำนิตยสาร

จากนโยบายที่ต้องการให้คอลัมน์ Things Thai เป็นคอลัมน์ที่จะช่วยสร้างความสมดุลเกี่ยวกับภาพของความเป็นไทยในสายตาของชาวต่างประเทศ ที่ได้รับรู้จากคอลัมน์อื่นๆ และโฆษณาที่เป็นธุรกิจการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นในแง่ธุรกิจในประเทศไทย และการท่องเที่ยวที่ปรากฏในบทความ และโฆษณา Royal Orchid Holidays เป็นต้น ซึ่งประเด็นนี้ คุณวิรงรอง จันวินิจ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“...การมีคอลัมน์ ThingsThai ก็คาดหวังว่าจะ ทำให้ชาวต่างชาติเข้าใจและรู้จักเรามากขึ้นเรา หวังจะลบภาพของดินแดนแห่งความสนุกสนานบันเทิงเท่านั้น เราหวังว่าจะได้กลุ่มคนที่มาเที่ยวเมืองไทยมาแสวงหาความดีงามของเรา มากกว่ามาเสพทรัพยากรธรรมชาติของเรา และหวังว่าเขาจะรู้สึกว่าเป็นดินแดนของเรามีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนคนชาติอื่น” (สัมภาษณ์วิรงรอง จันวินิจ, กรรมการนิตยสาร, 13 มีนาคม 2538)

จากความคาดหวังที่ได้รับจากคำตอบสัมภาษณ์ของคุณวิรงรอง จันวินิจ ดังกล่าวข้างต้น น่าจะเป็นปัจจัยที่ทำให้การนำเสนอความเป็นไทยในคอลัมน์ Things Thai เสนอแต่ด้านที่ดีงามของคนไทย นอกจากนี้ยังกำหนดรูปแบบการนำเสนอเป็นวิธีการให้ข้อมูล (information) ในลักษณะที่เป็นรายละเอียดที่เป็นความหมายของการแสดงออกทางวัฒนธรรมต่าง ๆ

2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

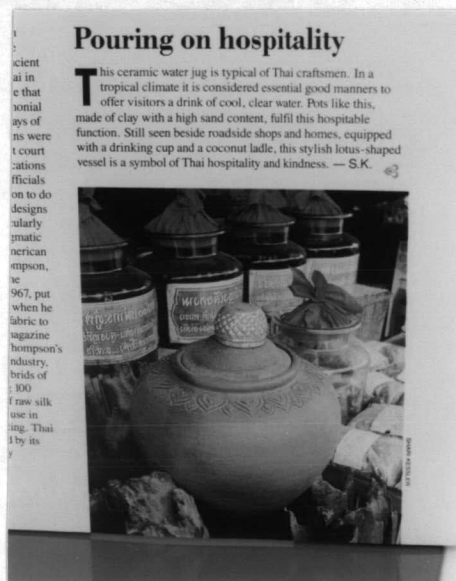
จากวัตถุประสงค์ และความคาดหวังที่จะแก้ไขภาพลักษณ์เดิม และเปลี่ยนเป้าหมายของการท่องเที่ยวเมืองไทย รวมทั้งให้ชาวต่างประเทศเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมไทย ที่ปรากฏในคำสัมภาษณ์ของคุณวิรงรอง จันวินิจ ในข้อ 1) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอ “ความเป็นไทย” ในคอลัมน์ Things Thai จึงนำเสนอแต่ในด้านที่ดีงามของคนไทยเท่านั้น

3) ชื่อคอลัมน์

ชื่อคอลัมน์บอกว่าเป็นสิ่งละอันพันละน้อยแบบไทยๆ ดังนั้น รูปแบบการนำเสนอจึงมีลักษณะสั้น ๆ และหลากหลายเรื่องราวในแต่ละฉบับ

4) นักเขียน

แม้ว่านักเขียนผู้ค้นคว้า และรวบรวมเรื่องราว “ความเป็นไทย” ในด้านต่างๆ จะเป็นชาวต่างประเทศ ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองไทยเป็นอย่างดี แต่การที่นักเขียนเป็นชาวต่างประเทศ ก็เป็นข้อจำกัดประการหนึ่งที่ทำให้เกิดความผิดพลาดในการนำเสนอได้เหมือนกัน ดังตัวอย่าง จากเรื่อง Pouring on hospitality ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความมีน้ำใจของคนไทย โดยกล่าวถึงว่าในปัจจุบันก็ยังสามารถพบเห็นบ้านเรือนตามริมถนนที่จัดเตรียมน้ำดื่มไว้หน้าบ้านสำหรับคนผ่านไปมา เพื่อดับกระหาย แต่ภาพที่ประกอบเนื้อเรื่องเป็นภาพของโถน้ำที่วางไว้ร่วมกับโถยาดอง ซึ่งวางไว้สำหรับขาย เป็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างเนื้อหากับภาพที่นำมาประกอบ นอกจากนี้ ความผิดพลาดทางเทคนิคเกี่ยวกับภาพที่เกิดขึ้นก็เนื่องมาจากช่างภาพชาวต่างประเทศ ไม่เข้าใจภาษาไทย กล่าวคืออักษรภาษาไทยที่เขียนบอกสรรพคุณของยาดองในโถยาดองเป็นภาพกลับด้านกัน ซึ่งอาจเป็นความผิดพลาดในด้านความรู้สึกของนักเขียน (ซึ่งเป็นช่างภาพด้วย) หรืออาจเป็นความผิดพลาดในการเลือกภาพประกอบในระหว่างการจัดทำก็ได้



ภาพที่ 19 ตัวอย่างภาพประกอบที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อเรื่องในคอลัมน์ Things Thai

การนำเสนอภาษาไทยในคอลัมน์ A Few Thai Words สามารถคงไว้ได้ แต่เฉพาะเสียงที่ใกล้เคียงที่สุดเท่านั้น และสำหรับผู้โดยสารชาวต่างประเทศที่สามารถอ่านภาษาอังกฤษได้เท่านั้น (เนื่องจากนิตยสาร “สวัสดี” จัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ) โดยไม่ได้นำเสนอตัวอักษรภาษาไทยเลย กล่าวคือ ภาษาไทยที่เผยแพร่ต่อชาวต่างประเทศในนิตยสาร “สวัสดี” ถูกกำหนดลักษณะการนำเสนอโดยสื่อที่เป็นภาษาอังกฤษ

ระดับของภาษาที่นำเสนอ คือ ภาษาไทยแบบกึ่งทางการ กล่าวคือ มีลักษณะเป็นการสนทนาที่สุภาพ แต่ไม่เป็นทางการจนเกินไป ซึ่งจะทำให้ขาดความเป็นกันเองไป และจะดูไม่เป็นการสนทนา เช่น

สวัสดี ครับ/ค่ะ
 สบายดีหรือ
 สบายดี ครับ/ค่ะ
 นี่เท่าไร ครับ/ค่ะ เป็นต้น

ข) เนื้อหาและความหมายที่ได้รับการนำเสนอ

เนื้อหาของภาษาไทยที่ได้รับการคัดเลือกมานำเสนอในคอลัมน์ A Few Thai Words มีลักษณะที่แน่นอนตายตัวไม่มีการเปลี่ยนแปลง คือ จะนำเสนอคำ วลี และประโยค ในหมวดหมู่ดังต่อไปนี้

- การนำจำนวน (numbers)
- เดือนจำนวน 12 เดือน (months)
- วันต่าง ๆ ในสัปดาห์ (days of week)
- การทักทายเบื้องต้น และวลีต่าง ๆ (basic greeting and phrases)
- ทิศทาง (directions)
- สถานที่ (places)
- อาหารและเครื่องดื่ม (food and drink)

เหตุผลที่คอลัมน์ A Few Thai Words ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเนื้อหาที่นำเสนอ เนื่องจากคอลัมน์นี้ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสอนภาษาไทยในลักษณะที่เป็นบทเรียนภาษาไทย แต่ออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของนิตยสาร “สวัสดี” คือเพื่อ

ความเพิดเพลินแก่ผู้โดยสารขณะที่อยู่บนเครื่องบิน และสำหรับผู้โดยสารที่มีความสนใจที่จะหัดพูดภาษาไทยเล็ก ๆ น้อย ๆ ขณะพำนักอยู่ในเมืองไทยเท่านั้น ขณะเดียวกันก็เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ ผู้โดยสารก็ไม่ใช่ผู้ที่บอกรับนิตยสาร “สวัสดี” เป็นประจำ ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเนื้อหาจึงไม่เกิดประโยชน์ เพราะผู้อ่านไม่ได้ติดตามตลอด จะเปลี่ยนแปลงก็แต่เพียงภาพประกอบ และการจัดวางเท่านั้น

ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

1) เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมทางด้านภาษาไทย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ให้ชาวต่างประเทศได้รับรู้ว่าชาติไทยเป็นชนชาติที่มีภาษา และอักษรเป็นของตนเองมาเป็นเวลาช้านานแล้ว เป็นการเผยแพร่เกียรติภูมิของชาติไทยทางหนึ่ง

2) นอกจากเผยแพร่ และส่งเสริมภาษาไทยแล้ว การนำเสนอคอลัมน์ A Few Thai Words ก็เพื่อแนะนำให้ชาวต่างประเทศได้รู้จักภาษาไทยที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อชาวต่างประเทศในขณะที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเช่น การขอความช่วยเหลือในเรื่อง การถามทิศทาง หรือ การเรียกแพทย์มารักษา เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม คอลัมน์นี้ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายที่จะสอนภาษาไทยแก่ชาวต่างประเทศอย่างจริงจัง และไม่ได้มีเนื้อหาในลักษณะบทเรียนภาษาไทย เนื่องจากผู้โดยสารไม่ได้เป็นผู้ที่บอกรับนิตยสาร “สวัสดี” เป็นประจำ เป็นเพียงแต่แนะนำภาษาไทยสำหรับผู้โดยสารที่สนใจ และสนุกในการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ

ปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอ คอลัมน์ A Few Thai Words

1) ชื่อคอลัมน์

ชื่อคอลัมน์เป็นปัจจัยกำหนดรูปแบบ และเนื้อหา ของการนำเสนอ ว่าเนื้อหาต้องเกี่ยวกับภาษาไทย และการนำเสนอในลักษณะแนะนำภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศ

2) ผู้รับสาร

ผู้รับสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ในการกำหนดเทคนิคการนำเสนอภาษาไทย ให้ชาวต่างประเทศได้เข้าใจ กล่าวคือ ผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสารนี้เป็นชาวต่างประเทศ และนิตยสาร “สวัสดี” ก็เป็นนิตยสารภาษาอังกฤษ ดังนั้นการนำเสนอภาษาไทย จึงต้องมีคำภาษาอังกฤษกำกับอยู่ด้วยเสมอ เพื่อให้ความหมายที่ชาวต่างประเทศสามารถเข้าใจได้ ทั้งนี้โดยใช้อักษรโรมัน ซึ่งเป็นอักษรที่ใช้ในภาษาอังกฤษด้วย มาช่วยในการสะกดให้สามารถอ่านออกเป็นเสียงที่ใกล้เคียงกับเสียงในภาษาไทยมากที่สุด

3. บทความ

ก) รูปแบบการนำเสนอบทความ

นำเสนอในรูปแบบบทความ พร้อมภาพประกอบบทความ เนื้อหาของบทความยาวประมาณ 3 - 6 หน้ากระดาษ เนื้อหาที่มีความหลากหลายมิติ ทั้งความเป็นไทยในยุคสมัยปัจจุบันและอดีต และสถาบันสำคัญของชาติ รูปแบบการนำเสนอบทความขึ้นอยู่กับเนื้อหา และสถาบันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกำหนดรูปแบบการเขียน เป็นลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1) การให้ข้อมูล (Information)

บทความที่มีลักษณะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยส่วนใหญ่ เป็นบทความในหมวดหมู่ของ “ความเป็นไทยในแง่มุมอื่น ๆ ที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก” ได้แก่ บทความที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทย (ได้แก่เรื่อง Tourism Grows Green) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (ได้แก่เรื่อง Stairway to Heaven) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (ได้แก่เรื่อง Golf Mania) และบทความที่นำเสนอเกี่ยวกับบรรยากาศทางธุรกิจในประเทศไทย (ได้แก่เรื่อง A Way With Conventions และ Thailand's Soaring Skyline) เป็นต้น

2) การเล่าเรื่อง (Narration)

เป็นบทความที่เขียนเล่าเรื่องจากประสบการณ์จากการเดินทาง และความทรงจำในอดีตของนักเขียน บทความที่มีรูปแบบการเขียนในลักษณะนี้ ได้แก่ บทความเรื่อง Memories of Mae Hong Son ที่เล่าประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยว และนำเรื่องราวที่ได้พบเห็น หรือพูดคุยกับคนในท้องถิ่น แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นเรื่องราว และบทความเรื่อง Reflections on The Past ที่เขียนเล่าเรื่องความทรงจำในวัยเยาว์ของผู้เขียนเอง เกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณีไทยในอดีต ในเรื่องการแต่งกาย ธรรมเนียมการต้อนรับแขก และค่านิยมการกินหมาก

3) การสัมภาษณ์

ได้แก่บทความเรื่อง Expo Art ที่เขียนบรรยายเกี่ยวกับการจัดงานแสดงศิลปะไทย ที่จัดขึ้น ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในงาน Expo '92 พร้อมกับมีการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในการจัดงานดังกล่าว

4) การยกย่อง

“ความเป็นไทย” ที่ต้องเขียนในลักษณะยกย่องเท่านั้น คือ ความเป็นไทย ในหมวดหมู่ “สถาบันพระมหากษัตริย์” เนื่องจากมีกฎเกณฑ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดว่า การนำเสนอเรื่องราวใด ๆ เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ จะต้องไม่หมิ่นพระบรมเดชานุภาพหรือลบหลู่พระบรมวงศานุวงศ์ ดังนั้น การนำเสนอบทความเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ จึงนำเสนอเฉพาะในแง่มุขที่ยกย่อง และเนื้อหาที่นำเสนอจึงเกี่ยวข้องกับพระราชกรณียกิจทั้งหลาย ได้แก่ บทความเรื่อง Royal Patronage of a Culture Heritage , Down-to-Earth Angel และ Prince Mahidol A Figurehead With Vision เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม รูปแบบการนำเสนอบทความ เป็นการนำเสนอที่ผสมผสานรูปแบบมากกว่า 1 รูปแบบ อย่างเช่น การนำเสนอในลักษณะการให้ข้อมูล ผสมผสานกับการสัมภาษณ์ (บทความเรื่อง Expo Art) หรือการให้ข้อมูล ผสมผสานกับการยกย่อง เช่น การนำเสนอเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ มักเป็นการให้ข้อมูล ขณะเดียวกันก็แสดงความยกย่องด้วย ทั้งนี้ การนำเสนอเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ไม่มีการสัมภาษณ์ในเรื่องส่วนพระองค์ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันกษัตริย์ในเชิงวิพากษ์วิจารณ์ โดยเด็ดขาด

ข) การนำเสนอเนื้อหา

ผู้วิจัยจะวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหา ตามหมวดหมู่ของ “ความเป็นไทย” ที่ปรากฏ

1) สถาบันพุทธศาสนา

ในแง่ของพุทธศาสนาที่ได้รับการนำเสนอในบทความถูกนำเสนอ ในแง่ของพุทธศาสนาที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ และสถาปัตยกรรม และความเชื่อในทางพุทธศาสนาในแง่ที่เป็นสิ่งที่กำหนดวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย เช่น การนำเสนอ “ความเป็นไทย” ในด้านพุทธศาสนาในบทความเรื่อง The Temples of Phetchaburi โดย Anthony Windsor (เดือนกุมภาพันธ์ 2536) เป็นการนำเสนอพุทธศาสนาในแง่ของจิตรกรรมฝาผนังที่เล่าเรื่องราวพุทธชาดก และในแง่สถาปัตยกรรม ตามแนวความคิดความเชื่อแบบพุทธ

2) สถาบันพระมหากษัตริย์

ในแง่ของสถาบันพระมหากษัตริย์ บทความที่นำเสนอเกือบทั้งหมดจะเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจของพระบรมวงศานุวงศ์ ที่มีคุณูปการต่อประเทศไทย เช่น สมเด็จพระบรมราชินีนาถ กับพระราชกรณียกิจในอันที่จะยกระดับความเป็นอยู่ และส่งเสริมอาชีพสตรีในชนบท ด้วยการส่งเสริมงานหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย (จากบทความเรื่อง Royal Patronage of a Cultural Heritage โดย John Hoskin , เดือนมกราคม 2535) และพระราชกรณียกิจของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี ในถิ่นฐานกันดาร ทรงเยี่ยมหมู่บ้านชายแดนไทย-พม่า ทรงริเริ่มโครงการอาหารกลางวันสำหรับเด็กยากจนในชนบท ทรงปฏิบัติภารกิจเจริญรอยตามพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (จากบทความเรื่อง Down-to-Earth Angel โดย David Brandt, เดือนเมษายน 2535)

ซึ่งเป็นพระราชกรณียกิจแบบส่วนรวมที่เป็นทางการเท่านั้น ไม่มีการนำเสนอเรื่องราวส่วนพระองค์ เนื่องจากรูปแบบการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันนี้ สามารถทำได้เท่านั้น และถ้าจะมีการแสดงความคิดเห็นก็มีรูปแบบเดียวคือ ในด้านบวกเท่านั้น

3) ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย

วิถีชีวิตไทยในอดีต การดำเนินชีวิตในอดีตบางส่วนได้สะท้อนออกมาในบทความเรื่อง Reflections on the Past โดย Onthira Khoman (เดือนเมษายน 2535) ซึ่งสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมการแต่งกาย และการกินหมากที่เป็นที่นิยมมากในอดีต ตั้งแต่เจ้านายในราชสำนักจนถึงชาวบ้านธรรมดา ค่านิยมเกี่ยวกับการกินหมากของคนไทยในอดีต นอกจาก

นี้ยังสะท้อนรูปแบบความสัมพันธ์ การต้อนรับ การตั้งวงไฟของสตรีในอดีต ตลอดจนการตั้งวง ชุบชิบ

วิถีชีวิตไทยในปัจจุบัน สำหรับวิถีชีวิตไทยในสมัยปัจจุบันได้สะท้อน ออกมาในบทความ เรื่อง Hot City Cool Sounds โดย Keith Mundy (เดือนเมษายน 2535) ซึ่งสะท้อนรูปแบบของการแสวงหาความบันเทิงของคนกรุงเทพฯ ในยามค่ำคืนหลังเลิกงานที่ นิยมไปฟังดนตรีตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท โดยในบทความนี้ นำเสนอเฉพาะการฟังดนตรี jazz และแนะนำสถานที่แสดงดนตรี jazz ในกรุงเทพฯ

4) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม

ในแง่ของศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่นำเสนอ เป็นการนำเสนอในแง่ ของศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันสำคัญของชาติไทย และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อย่างแยกกันไม่ออก เช่น

4.1) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม กับ สถาบันพุทธศาสนา

กล่าวคือ ภาพจิตรกรรมฝาผนังในโบสถ์ มักจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับ พุทธชาดกเสมอ ซึ่งนำเสนอในแง่ของความสวยงามวิจิตร แสดงถึงภูมิปัญญาของช่างฝีมือไทย นอกจากนี้สถาปัตยกรรมวัดต่างๆ ล้วนมาจากพุทธศาสนาเป็นแกน เช่น บทความเรื่อง The Temples of Phetchaburi

4.2) สถาปัตยกรรมกับสถาบันพระมหากษัตริย์

กล่าวคือ นำเสนอสถาปัตยกรรมไทยในอดีตในการก่อสร้าง พระราชวัง พระตำหนักของกษัตริย์ไทยในอดีต ตั้งแต่สมัยอยุธยา ที่มีการผสมผสานระหว่าง ความเป็นไทยและตะวันตก สะท้อนศิลปะร่วมสมัย ระหว่างความเป็นตะวันออกและตะวันตก เนื่องจากมีการติดต่อกับชาวตะวันตก เช่น บทความเรื่อง A Place For My King โดย Jennifer Sharples (เดือน มิถุนายน 2537) ซึ่งเขียนขึ้นในโอกาสที่การบินไทยร่วมส่งเสริม ปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย ปี 2537

4.3) สถาปัตยกรรม กับ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย

เช่น บทความเรื่อง At Home With Tradition โดย John Hoskin (เดือนพฤศจิกายน 2536) เกี่ยวกับการสร้างเรือนไม้แบบไทย อธิบายส่วนประกอบของโครงสร้าง สะท้อนความงดงามแบบไทย และวิถีชีวิตแบบไทยในอดีต

5) ภาษาไทยและวรรณกรรม

“ความเป็นไทย” ในด้านภาษาไทยและวรรณกรรมไม่ได้รับการนำเสนอในบทความ ในช่วงที่ศึกษา

6) ลักษณะเด่นของคนไทย

“ความเป็นไทย” ในด้านลักษณะเด่นของคนไทย ไม่ได้รับการนำเสนอในบทความ ในช่วงที่ศึกษา

7) ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก

ในหมวดหมู่นี้ส่วนใหญ่แล้วเป็น “ความเป็นไทย” ในมิติปัจจุบันทั้งนั้น

7.1) จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในแง่ของการเขียนบทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ถือเป็น “ความเป็นไทย” อย่างหนึ่ง เมื่อพิจารณาจากค่านิยม “ความเป็นไทย” ของคุณกุมาริรัตน์ทิพ ซึ่งเป็นกรรมการนิตยสาร “สวัสดี”(คู่มือในภาคผนวก) เนื่องจากธุรกิจของการบินไทยต้องอาศัยการท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นไทยที่สอดคล้องกับสภาพความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน เนื้อหาของการนำเสนอความเป็นไทยในแง่ของสถานที่ท่องเที่ยวมี 3 ลักษณะ คือ

- การท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทย เป็นเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และไม่ทำลายวัฒนธรรมอันดีงาม

ของท้องถิ่นที่เข้าไปท่องเที่ยว ได้แก่ บทความเรื่อง Tourism Grows Green โดย Denis D. Gray (เดือน สิงหาคม 2536) มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์และบทความเรื่อง Close Encounters With Colossi โดย Mark Strickland (เดือน ตุลาคม 2535)

- การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น บทความเรื่อง Stairway to Heaven โดย Piangjai Srisod เป็นการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อชมโบราณสถานเขาพระวิหาร ติดกับชายแดนไทย-กัมพูชา นอกจากนี้ยังสอดแทรกความรู้ทางประวัติศาสตร์ และ สถาปัตยกรรมอีกด้วย
- การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เช่น บทความเรื่อง Golf Mania โดย Alastair McManus (เดือนมกราคม 2535) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการส่งเสริมให้ชาวต่างประเทศเดินทางมาเมืองไทยเพื่อเล่นกอล์ฟ เนื่องจากประเทศไทย มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น มีสนามกอล์ฟที่มีสภาพแวดล้อม ทำเลและอากาศเหมาะสมตลอดทั้งปี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยที่ค่าใช้จ่ายในการเล่นกอล์ฟในประเทศไทยก็ไม่สูงมากนัก ทำทนายให้นักกอล์ฟต่างประเทศเดินทางมาแสวงหาบรรยากาศแบบใหม่

7.2) บรรยากาศทางธุรกิจในประเทศไทย

บทความที่เกี่ยวกับประเทศไทยในนิตยสาร “สวัสดี” มีแนวโน้มที่จะนำเสนอให้สอดคล้องกับภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อแสดงศักยภาพทางธุรกิจของประเทศไทย ที่มีข้อได้เปรียบมากที่สุดตามกฎหมายนี้ ดังนั้น เนื้อหาจึงมีแนวโน้มไปในทางที่จะนำเสนอความเป็นไทยในแง่ของธุรกิจมากขึ้น ในช่วงปีหลัง ๆ นี้ เพื่อตอบสนองความต้องการรับรู้ข่าวสารทางด้านธุรกิจบรรยากาศการลงทุน ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ของผู้โดยสาร ซึ่งมีสัดส่วนของนักธุรกิจเพิ่มมากขึ้น สำหรับเนื้อหาที่นำเสนอบรรยากาศทางธุรกิจ ได้แก่

- การจัดการประชุม

มีเนื้อหาเกี่ยวกับศักยภาพของประเทศไทย ในเชิงธุรกิจการจัดการประชุมว่า สามารถรองรับการประชุมได้ทุกขนาดตั้งแต่ 200-300 คน ไปจนถึง 10,000 คน และอุดมไปด้วยสถานที่จัดการประชุมทุกบรรยากาศทั้งในกรุงเทพฯ และสถานที่พักผ่อนอากาศในต่างจังหวัด มีความสะดวกสบายครบถ้วน สำหรับการประชุมและการพักผ่อน สถานที่รองรับการประชุมขนาดต่างๆ ก็คือโรงแรม และสถานที่ตากอากาศจำนวนมากภายในประเทศไทย รวมทั้งศูนย์การประชุมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และเคยรับรองการประชุมธนาคารโลกมาแล้ว คือ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (A Way With Conventions โดย Darryl Pollard , เดือนมีนาคม 2537.)

- บรรยากาศการลงทุนในประเทศไทย

นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบรรยากาศการลงทุนในประเทศไทย โดยกล่าวถึงความได้เปรียบของประเทศไทยในภูมิภาคนี้ในแง่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเนื่องจากประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจภูมิภาคนี้ และกำลังจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นประตูสู่อินโดจีน คือ ลาว กัมพูชา และเวียดนาม หรือแม้แต่พม่า ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) ที่เอื้อต่อการเข้ามาลงทุนในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นถนน ท่าอากาศยาน แหล่งพลังงาน หรือ ระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Thailand's Soaring Skyline โดย David Brandt, เดือนกันยายน 2537.)

7.3) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

นำเสนอเกี่ยวกับความศักยภาพ และเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทางการบิน จากบทความเรื่อง In Search of The Middle Way โดย Imtiaz Muqbil , เดือนธันวาคม 2537

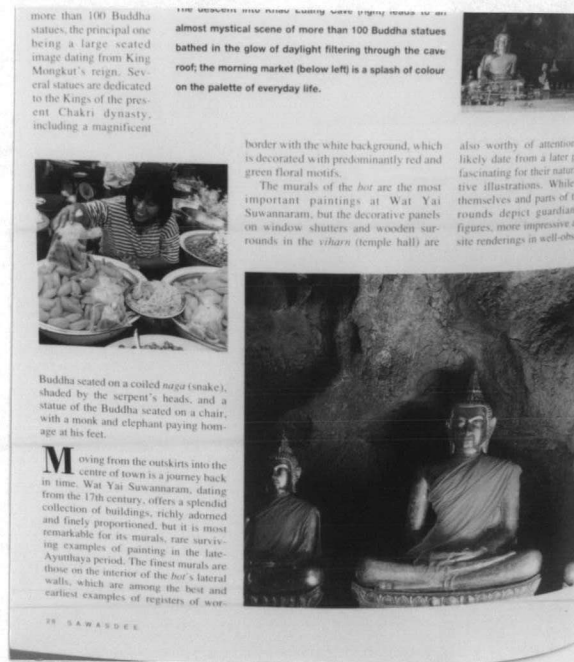
ค) การนำเสนอภาพประกอบบทความ

แม้ว่าการจัดทำนิตยสาร “สวัสดี” จัดทำโดยบริษัทผู้จัดทำต่างประเทศแต่ได้รับการตรวจสอบและควบคุมการนำเสนอเนื้อหา และภาพในนิตยสาร อย่างเคร่งครัดโดยคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของการบินไทย เพื่อให้ได้มาตรฐานที่การบินไทยวางไว้ ทั้งนี้เนื่องจากนิตยสาร “สวัสดี” มีภาพลักษณะเฉพาะที่จะต้องระมัดระวัง การนำเสนอเรื่องราว และภาพต่าง ๆ โดยเฉพาะการเสนอเกี่ยวกับพระพุทธรูป และบุคคลสำคัญ ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ คุณจิตรดี รังควร ถึงหลักเกณฑ์การนำเสนอภาพของบทความ

“...ภาพเราก็ดูเหมือนกัน เนื่องจากนิตยสาร “สวัสดี” ก็มีหน่วยงานภายนอกคอยจับตาดูอยู่ เช่น กรมศาสนา และสำนักเอกลักษณ์ไทย เตือนไว้ และเราก็ไม่ทำเรื่องที่เตือนก็คือ รูปพระพุทธรูปไม่ควรอยู่ใต้ภาพอื่น หรือภาพบุคคลสำคัญ ก็ไม่ควรอยู่ผ่ากลางหน้ากระดาษ ซึ่งเราถือมาก....” (สัมภาษณ์ จิตรดี รังควร, Contributing Editor , 21 มีนาคม 2538.)

จากคำสัมภาษณ์ จะเห็นว่าการนำเสนอภาพ มีความระมัดระวัง และมีหลักเกณฑ์ในการนำเสนอ อยู่ 2 ประเด็น คือ การเสนอภาพพระพุทธรูป และการเสนอภาพบุคคลสำคัญ

แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการตรวจสอบและควบคุม การนำเสนออย่างเคร่งครัด แต่ก็ปรากฏว่ามีการนำเสนอภาพที่ไม่เหมาะสมตามหลักเกณฑ์ที่ยึดถือปฏิบัติอยู่ คือ การนำเสนอภาพพระพุทธรูปไว้ใต้ภาพของแม่ค้าขายผลไม้ดอง ซึ่งเป็นภาพจากบทความเรื่อง The Temples of Phetchaburi เดือนกุมภาพันธ์ 2536 ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นนี้ อาจพิจารณาได้ว่า เนื่องจากนิตยสาร “สวัสดี” จัดทำโดยบริษัทต่างประเทศ ซึ่งไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญในข้อนี้และขาดความรู้สึกในเรื่องกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการนำเสนอภาพสถาบันหลักของชาติไทย



ภาพที่ 21 ตัวอย่างการนำเสนอภาพประกอบที่ไม่เป็นไปตามกฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรม

ง) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

เพื่อเผยแพร่ข่าวสารในด้านต่าง ๆ อันเอื้อประโยชน์ทางด้านธุรกิจของประเทศ ไทย และส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมในประเทศ เช่น การท่องเที่ยว และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง นอกจากนี้ยังเป็นการเผยแพร่เกียรติภูมิ และความสามารถในด้านการบิน

ปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอ

1) ปัจจัยทางด้านกฎหมาย

กล่าวคือ เรื่องที่นำเสนอต้องไม่ขัดต่อกฎหมายทั้งของประเทศไทยและประเทศฮ่องกง (ซึ่งกำหนดไว้ในข้อตกลงการจัดทำนิตยสาร) นอกจากนี้ในส่วนของกฎหมายไทย ยังมีกฎหมายในเรื่องการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ว่า เนื้อหาต้องไม่หมิ่นพระบรมเดชานุภาพ หรือลบหลู่พระบรมวงศานุวงศ์ เป็นต้น

2) ปัจจัยทางด้านเทคนิคการนำเสนอ

การนำเสนอภาพเกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติ ต้องนำเสนอด้วยความระมัดระวังให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของ กรมศาสนา และสำนักงานส่งเสริมเอกลักษณ์ไทย ที่วางไว้อย่างเคร่งครัด

4. หน้าโฆษณา

ก) รูปแบบการนำเสนอ

โฆษณาของการบินไทย ที่พบในนิตยสาร “สวัสดี” มีรูปแบบของการนำเสนอ ซึ่งแบ่งตามประเภทของโฆษณา ได้ดังนี้

1) โฆษณาบริการบนเครื่องบินของการบินไทย

รูปแบบการนำเสนอเป็นภาพโฆษณาโดยใช้จุดเร้าใจ (Appeal) ในด้านความสะดวกสบาย (Comfort Appeal) เพื่อดึงดูดความสนใจ และสร้างความรู้สึกประทับใจ

2) โฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย (Royal Orchid Holidays)

รูปแบบการนำเสนอโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวมี 2 ประเภท คือ

2.1) รายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยว (Schedules)

ซึ่งเป็นตารางเวลา และสถานที่ท่องเที่ยวโปรแกรมต่าง ๆ พร้อมภาพประกอบ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น โปรแกรม Northern Thailand และ Bangkok and Central Thailand เป็นต้น

ROYAL ORCHID HOLIDAYS

Royal Orchid Holidays

From the forests and tribal people of Northern Thailand to Malaysia's tropical beauty, from Sydney Harbour to Hong Kong's shopping arcades, there are Royal Orchid Holidays to fit every taste and budget. Whether you want to relax and immerse yourself in nature, or for travellers who enjoy well-planned vacations but aren't looking for an over-organized tour. Sales offices worldwide handle all arrangements, leaving you free to enjoy your holiday.

Northern Thailand

North of Chiang Mai, up towards the border with Burma and Laos, lies a superb scenery of rugged, forested hills, ancient ruins, and temples. Excursions will take you to several of these sites, some of which are still in the process of being discovered. This is also the area of the ancient "Golden Triangle" where a major source of opium is produced.

DAY 1 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.

DAY 2 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.

DAY 3 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.



DAY 4 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.

DAY 5 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.

DAY 6 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.

DAY 7 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.

DAY 8 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.



DAY 9 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.

DAY 10 - **Phuay - Nam**
After breakfast, visit an ancient carved wooden temple, the Chuenkuan, and an ancient rock burial. After lunch continue by road to Nam.

ภาพที่ 22 ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยว

2.2) บทความส่งเสริมการขายโปรแกรมการท่องเที่ยว

ซึ่งเขียนโดย Travel Writers เพื่อโน้มน้าวใจผู้อ่านให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม และการเขียนในลักษณะนี้ได้บรรยากาศมากกว่าการนำเสนอในรูปแบบตารางการท่องเที่ยว (Schedules) เช่น บทความเรื่อง Cooking with Charlie เป็นต้น ทั้งนี้ รูปแบบการนำเสนอจะปรากฏข้อความขายโปรแกรมการท่องเที่ยวอยู่ท้ายบทความ ตัวอย่างของข้อความที่ปรากฏได้แก่

Thai's Royal Orchid Holidays offers a variety of interesting packages for..... For further information and brochure , please contact your nearest Thai Airways International office or travel agent.

2) โฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย

โฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย ได้นำ “ความเป็นไทย” ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย มาเป็นจุดระจําใจในการโฆษณา โดยนำวัฒนธรรมไทย และเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นมาเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จุดระจําใจประเภทนี้อาจเรียกว่า เป็นจุดระจําใจในเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local-Culture Appeal) โดยนำเสนอภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะประจำท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ภาพตลาดน้ำ ในโปรแกรม Bangkok and Central Thailand , ภาพชาวเขา และการขี่ช้างในป่า (Trekking) ในโปรแกรม Northern Thailand และภาพอาหารไทย ในโปรแกรม Cooking with Challe ซึ่งเป็นการฝึกทำอาหารไทยกับ ชาลี อมาตยกุล นอกจากนี้ โฆษณาการท่องเที่ยวของการบินไทยยังเน้นถึงการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม และไม่เข้าไปทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เข้าไปท่องเที่ยวอีกด้วย โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ใช้จุดระจําใจเรื่องการตระหนักถึงสภาพแวดล้อม (Environmental-Awareness Appeal) ได้แก่ โปรแกรมท่องเที่ยว Discover Thailand’s National Heritage-Phu Kradung เป็นต้น

ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

จากการศึกษาการนำเสนอโฆษณาของการบินไทย โดยใช้ “ความเป็นไทย” มาเป็นจุดระจําใจในการโฆษณา โดยศึกษาจากโฆษณา ทั้ง 13 ชิ้น สามารถวิเคราะห์วัตถุประสงค์การนำเสนอได้ 2 ประเด็น คือ

1) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการบริการ

โฆษณาส่งเสริมการขายบนเครื่องบินของการบินไทยที่ใช้ “ความเป็นไทย” ในด้านลักษณะเด่นของคนไทยมาสร้างจุดระจําใจในเรื่องความสะดวกสบาย ที่ได้รับจากการบริการด้วยความนุ่มนวล อ่อนโยน และเปี่ยมด้วยรอยยิ้ม ก็เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการบริการด้วย “ความเป็นไทย”

2) เพื่อขายบริการและโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย

โฆษณาที่นำเสนอ “ความเป็นไทย” ก็เพื่อขายบริการ สำหรับโฆษณาบริการบนเครื่องบิน และขายโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย สำหรับโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Royal Orchid Holidays

ปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอ

1) เป้าหมายทางการตลาด

นิตยสาร “สวัสดี” นอกจากจะเป็นนิตยสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์ของการบินไทยแล้ว นิตยสาร “สวัสดี” ยังถือได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing tool) อย่างหนึ่งของการบินไทย ในอันที่จะให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด โดยการแทรกโฆษณากิจการของการบินไทยเข้าไปด้วย

2) ภาพลักษณ์ของสายการบินแห่งชาติ

เนื่องจากความเป็นสายการบินแห่งชาติไทย ที่มีนโยบายในการมุ่งเผยแพร่วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของประเทศไทย ในทุกวิถีทางไปสู่สายตาชาวโลก นโยบายในการจัดทำโฆษณา จึงได้นำเอกลักษณ์ของ “ความเป็นไทย” มาโฆษณาเพื่อสร้าง และส่งเสริมภาพลักษณ์ของการบริการด้วย “ความเป็นไทย” และส่งเสริมการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง