

บทที่ 6

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการเลือกและนำเสนอ “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ข้อ และในบทนี้จะรายงานสรุปผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยทั้ง 2 ข้อ ตามลำดับ ตลอดจนข้อค้นพบ ปัญหาข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากการศึกษาโครงสร้างของนิตยสาร “สวัสดี” พบว่ามี “ความเป็นไทย” 4 ส่วน คือ

- ส่วนนำ ประกอบด้วย ชื่อนิตยสาร หน้าปก และหน้าสารบัญ
- คอลัมน์ประจำ ประกอบด้วย Festivals, Things Thai และ A Few Thai Words
- บทความ
- หน้าโฆษณาของการบินไทยประกอบด้วย โฆษณา 2 ประเภท คือ โฆษณาบริการบนเครื่องบิน และโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์กระบวนการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือก “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี”

กระบวนการเลือก “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี” ประกอบด้วยมิติต่าง ๆ 4

มิติ คือ

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

ก) “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก

“ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกมานำเสนอในส่วนต่าง ๆ ของนิตยสาร “สวัสดี” ประกอบด้วยความเป็นไทยในด้านต่าง 7 หมวดหมู่ คือ

1. สถาบันพุทธศาสนา
2. สถาบันพระมหากษัตริย์
3. ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย
4. ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม
5. ภาษาไทยและวรรณกรรม
6. ลักษณะเด่นของคนไทย
7. ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นๆ ที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก

“ความเป็นไทย” ในแต่ละหมวดหมู่จะได้รับการคัดเลือกมาปรากฏในส่วนต่าง ๆ ของนิตยสาร “สวัสดี” มากน้อย หรือไม่ได้รับการคัดเลือก แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับโครงสร้างของนิตยสาร ที่ได้แบ่งเอาไว้เป็น 4 ส่วน

1. ส่วนนำ

ส่วนนำของนิตยสาร “สวัสดี” มีหมวดหมู่ของ “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือก คือ

1.1 ชื่อนิตยสาร มี “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกคือ “คำภาษาไทย” ที่ใช้ทักทายและกล่าวอำลาของคนไทย คือคำว่า “สวัสดี” ซึ่งเป็นการสรุปรวมวัฒนธรรมของคนไทยเอาไว้ว่า เมื่อเวลาพบปะกันวัฒนธรรมไทยมีการสร้างสรรค์ถ้อยคำพิเศษเพื่อนำมาใช้กล่าวกัน

1.2 หน้าปกนิตยสาร จากนิตยสารจำนวน 12 ฉบับ มี 4 ภาพที่แสดงถึง “ความเป็นไทย” 2 หมวดหมู่คือ ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย (จำนวน 3 ฉบับ) และ ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม (จำนวน 1 ฉบับ)

1.3 หน้าสารบัญ “ความเป็นไทย” ได้รับการคัดเลือกเพียงหมวดหมู่เดียว คือลักษณะเด่นของคนไทย ซึ่งแสดงออกทางการแต่งกายชุดไทย และกิริยาท่าทาง “การไหว้” แสดงออกโดยภาพพนักงานต้อนรับของสายการบินไทย

2. คอลัมน์ประจำ

2.1 Festivals “ความเป็นไทย” หมวดหมู่ประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย ได้รับการคัดเลือกมากที่สุด (45 เทศกาล) และรองลงมาก็คือสถาบันพุทธศาสนา (12 เทศกาล) เนื่องจากคอลัมน์มีลักษณะเป็นปฏิทินเทศกาล และวิถีชีวิตไทยผู้พันกับพุทธศาสนาและวัด มาตั้งแต่อดีตสืบทอดมาจนปัจจุบัน เทศกาลจึงสะท้อนวิถีชีวิตไทยและพุทธศาสนามากที่สุด และ “ความเป็นไทย” ที่ไม่ได้รับการคัดเลือก ได้แก่ หมวดหมู่ ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม และภาษาไทยและวรรณกรรม เพราะว่า “ความเป็นไทย” ทั้ง 2 หมวดหมู่ดังกล่าว มักไม่ค่อยปรากฏในลักษณะที่เป็นเทศกาลนั่นเอง

2.2 Things Thai “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกมากที่สุดคือ พุทธศาสนา และประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย (ได้รับการคัดเลือกหมวดหมู่ละ 10 เรื่อง) รองลงมาก็คือ ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม (8 เรื่อง) เนื่องจาก “ความเป็นไทย” ทั้ง 3 หมวดหมู่ มักปรากฏควบคู่กันเสมอ กล่าวคือ วิถีชีวิตไทย และการสร้างสรรค์งานศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม ล้วนมีรากฐานและอิทธิพลมาจากความเชื่อทางพุทธศาสนาแทบทั้งสิ้น

2.3 A Few Thai Words มี “ความเป็นไทย” เพียงหมวดหมู่เดียวที่ได้รับการคัดเลือกคือ ภาษาไทยและวรรณกรรม เนื่องจากรูปแบบเป็นคอลัมน์ที่นำเสนอคำภาษาไทย จึงไม่เปิดโอกาสให้ “ความเป็นไทย” ในหมวดหมู่อื่นได้รับการคัดเลือก

3. บทความ “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกมากที่สุดคือ “ความเป็นไทย ในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก” (8 เรื่อง) รองลงมาก็คือ สถาบันพระมหากษัตริย์ และประเพณีไทยและวิถีชีวิตไทย (หมวดหมู่ละ 5 เรื่อง) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความเป็นไทยที่ปรากฏในบทความมีแนวโน้มของการเสนอความเป็นไทยในมิติที่หลากหลายมากขึ้น และตอบสนองต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ (เช่น การจัดประชุม, โอกาสในการลงทุน) และมีได้มุ่งเสนอบทความเกี่ยวกับความเป็นไทยในลักษณะที่เป็นความมั่งคั่งในอดีต (Exotic Thai) อย่างเช่น คอลัมน์ประจำ หรือส่วนอื่น ๆ ของนิตยสาร

4. โฆษณาของการบินไทย ในการโฆษณาการบริการบนเครื่องบิน “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกมากที่สุดคือ ลักษณะเด่นของคนไทย ในด้านการบริการและการต้อนรับ สำหรับโฆษณาโปรแกรมการท่องเที่ยวของการบินไทย ความเป็นไทยในแง่มุมอื่นที่ต่างไปจาก 6 หมวดหมู่แรก ได้รับการคัดเลือกมากที่สุด ได้แก่ ความเป็นไทยในด้านสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและประสบการณ์ในแบบต่าง ๆ เช่น การทำอาหาร เป็นต้น

ข) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการคัดเลือก

แหล่งข้อมูลของ “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี” ได้แก่ บุคคล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือก เช่น บรรณาธิการนิตยสาร นักเขียน และช่างภาพ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ที่เขียนและถ่ายภาพประกอบบทความ และคอลัมน์ต่างๆ (ซึ่งหมายความว่า ข้อมูลที่บุคคลเหล่านี้ได้มา เป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งส่วนใหญ่เขียนโดยชาวต่างประเทศ ดังนั้น เนื้อหาที่ได้รับการคัดเลือกมาจึงเป็นเนื้อหาที่ผ่านสายตาชาวต่างประเทศมาแล้วเท่านั้น) นอกจากนี้ยังมีฝ่ายบริหาร (ในการคัดเลือกชื่อนิตยสาร) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของบริษัทการบินไทย (ในการคัดเลือก และถ่ายภาพพนักงานต้อนรับในหน้าสารบัญญ) และบริษัทโฆษณา คือ Magnus Nankervis & Curl (ในการผลิตชิ้นงานโฆษณา)

ค) เกณฑ์ในการคัดเลือก “ความเป็นไทย”

เกณฑ์ในการคัดเลือก “ความเป็นไทย” มีรายละเอียดแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับคอลัมน์ และส่วนประกอบอื่น ๆ ของนิตยสาร แต่สามารถกล่าวสรุปโดยรวมได้ว่า เกณฑ์ในการคัดเลือกมีประเด็นหลัก ๆ คือ

- 1) ไม่นำเสนอด้านลบเกี่ยวกับประเทศไทย
- 2) เลือก “ความเป็นไทย” ที่เป็นรูปธรรม
- 3) เลือก “ความเป็นไทย” ที่ชาวต่างประเทศสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้
- 4) ไม่นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับการเมือง
- 5) เลือก “ความเป็นไทย” ที่สามารถส่งเสริมการขายได้ เป็นต้น

ง) ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจเลือก

ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือก “ความเป็นไทย” เริ่มตั้งแต่ นักเขียน ช่างภาพ และบรรณาธิการ ซึ่งเป็นชาวต่างประเทศ ที่เป็นผู้คัดเลือกในขั้นแรก และนำมาเสนอต่อคณะกรรมการนิตยสาร “สวัสดี” เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนการตีพิมพ์

กล่าวคือ “ความเป็นไทย” ถูกคัดเลือก และกลั่นกรองในขั้นต้นจากชาวต่างประเทศ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้กรองสาร (filter) ที่จะเลือกเพียงบางลักษณะของความเป็นไทยออกมา แล้วมาเสนอต่อคณะกรรมการนิตยสาร เพื่อพิจารณาคัดเลือกในขั้นตอนสุดท้าย (ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการคัดเลือกเริ่มต้นที่ชาวต่างประเทศ แล้วจึงมาสิ้นสุดที่คนไทย)

ปัจจัยที่กำหนดการเลือก “ความเป็นไทย”

ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการเลือก “ความเป็นไทย” สามารถแยกเป็น 3 ประเภท คือ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยอื่น ๆ

1. **ปัจจัยภายใน** ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเลือก “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี” ได้แก่ นโยบายของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติ และนโยบายของการจัดทำนิตยสาร ภาพลักษณ์ของนิตยสาร เป้าหมายทางการตลาด รวมทั้งชื่อคอลัมน์ก็เป็นปัจจัยที่กำหนดการเลือก “ความเป็นไทย” โดย “ความเป็นไทย” ที่ได้รับการคัดเลือกจะมีความสอดคล้องกับประเภทของคอลัมน์ หรือส่วนประกอบต่าง ๆ ของนิตยสาร นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับแนวคิดเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” และการวิเคราะห์ของคณะกรรมการนิตยสาร ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือก “ความเป็นไทย” ในด้านใดมานำเสนอ

2. **ปัจจัยภายนอก** ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญที่สุดในการเลือก “ความเป็นไทย” มานำเสนอในส่วนต่าง ๆ ของนิตยสาร “สวัสดี” คือ ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ส่วนปัจจัยที่รองลงมาก็คือ โอกาส และวโรกาสที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลักของชาติ (พระมหากษัตริย์) นอกจากนี้ นักเขียนก็มีส่วนสำคัญที่เข้ามากำหนดการเลือก เนื่องจากทำหน้าที่เป็นผู้กรองสาร (filter) และการเลือกเริ่มต้นที่นักเขียนที่จะเลือกด้านใดของ “ความเป็นไทย” ออกมา

3. ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ปัจจัยเรื่องเวลา และส่วนผสมของความเป็นสากลและความเป็นไทยที่ค่อนข้างลงตัว ดังที่ปรากฏในการคัดเลือกชื่อของนิตยสารฉบับนี้

2. การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอแนวคิดเรื่อง “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี”

การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอแนวคิดเรื่อง “ความเป็นไทย” มีมิติในการวิเคราะห์ 3 มิติ คือ

- ก) รูปแบบ หรือวิธีการนำเสนอ
- ข) ความหมาย หรือเนื้อหาที่นำเสนอ
- ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

ก) รูปแบบ หรือวิธีการนำเสนอ

รูปแบบและวิธีการนำเสนอ “ความเป็นไทย” ขึ้นอยู่กับว่า “ความเป็นไทย” ถูกนำเสนอในส่วนของนิตยสาร กล่าวคือ ถ้าเป็นส่วนนำของนิตยสาร จะมีรูปแบบขององค์ประกอบที่นำเสนอคงที่ คือ มีชื่อนิตยสาร ภาพปก และหน้าสารบัญ และตำแหน่งการจัดวางที่คงที่ ถ้าเป็นคอลัมน์ประจำ รูปแบบที่นำเสนอได้แก่ ปฏิทินเทศกาล คอลัมน์ที่รวมเรื่องราวสิ่งละอันพันละน้อยเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” และแนะนำภาษาไทย การนำเสนอเป็นรูปแบบของการให้ข้อมูล (Information) และระดับของภาษาที่ใช้สื่อสารกับชาวต่างประเทศเป็นภาษาอังกฤษ (A Few Thai Words) สำหรับบทความมีรูปแบบการนำเสนอที่ผสมผสานมากกว่า 1 รูปแบบ ได้แก่ การให้ข้อมูล การเล่าเรื่อง การสัมภาษณ์ และการเขียนในเชิงยกย่อง (โดยเฉพาะเกี่ยวกับสถาบันกษัตริย์) สำหรับโฆษณา Royal Orchid Holidays ของการบินไทย มีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ คือ เป็นรายละเอียดกำหนดการท่องเที่ยวโปรแกรมต่าง ๆ (Schedule) และบทความส่งเสริมการขายโปรแกรมการท่องเที่ยว ส่วนโฆษณาการบริการบนเครื่องบิน รูปแบบการนำเสนอเป็นแผ่นภาพโฆษณา พร้อมคำบรรยายได้ภาพ

ข) ความหมาย หรือเนื้อหาที่นำเสนอ

ความหมาย หรือ เนื้อหาที่นำเสนอมีโครงสร้างหลัก ๆ คือ เป็นการนำเสนอ “ความเป็นไทย” ในหมวดหมู่ต่าง ๆ ทั้ง 7 หมวดหมู่ ทั้งในแง่ที่สื่อสร้างขึ้น และในโลกแห่งความเป็นจริง ส่วน “ความเป็นไทย” ในหมวดหมู่ใดปรากฏมากน้อยเพียงใด หรือไม่ปรากฏในส่วนใดของนิตยสารก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ค) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

วัตถุประสงค์ของการนำเสนอ “ความเป็นไทย” ในส่วนต่าง ๆ ของนิตยสาร มีวัตถุประสงค์หลัก ๆ ดังนี้คือ ในส่วนนำ การนำเสนอชื่อนิตยสาร เพื่อเป็นการทักทายกับผู้โดยสาร ขณะเดียวกันภาพปกนิตยสารก็เป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และนิตยสารบัญชีเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของการบริการด้วยความเป็นไทย ในส่วนคอลัมน์ประจำ มีวัตถุประสงค์หลัก ๆ คือ เพื่อเผยแพร่ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ยังให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อชาวต่างประเทศในขณะพำนักอยู่ในประเทศไทย (A Few Thai Words) ในส่วนของบทความ มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ทางด้านธุรกิจ และการลงทุน และในส่วนของโฆษณา มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์การบริการ (สำหรับโฆษณาการบริการบนเครื่องบิน) และส่งเสริมการขายโปรแกรมการท่องเที่ยว (สำหรับโฆษณา Royal Orchid Holidays)

ปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอ

การนำเสนอ “ความเป็นไทย” มีปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอเช่นเดียวกับกระบวนการเลือก คือ ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยอื่น ๆ

1. ปัจจัยภายใน ปัจจัยหลัก ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำเสนอ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการจัดทำนิตยสารเป็นปัจจัยกำหนดการนำเสนอเนื้อหา ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสายการบินไทยมีผลทำให้รูปแบบการนำเสนอมีลักษณะและองค์ประกอบที่ค่อนข้างคงที่ เช่นการนำเสนอในส่วนนำ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อ ปก และสารบัญ จะมีการสร้างหลัก ๆ ที่คงที่ นอกจากนี้ชื่อคอลัมน์ก็ยังเป็นอีกปัจจัยที่กำหนดวิธีการนำเสนอให้มีความสอดคล้องกับชื่อคอลัมน์

2. ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายนอกที่เข้ามากำหนดการนำเสนอ พิจารณาได้เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ ปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอเนื้อหา ได้แก่ ผู้รับสาร ซึ่งมีส่วนในการกำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจ และการลงทุนเป็นต้น และปัจจัยที่กำหนดเทคนิคการนำเสนอ ได้แก่ หน่วยงานภายนอก (กรมศาสนา สำนักงานส่งเสริมเอกลักษณ์ไทย เป็นต้น) ที่มีการกำหนดกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัดในการนำเสนอภาพของพระพุทธรูป และบุคคลสำคัญ และการบินไทยก็ได้ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ

3. ปัจจัยอื่น ๆ ที่กำหนดวิธีการนำเสนอ ได้แก่ ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นต้น

ข้อค้นพบจากการวิจัย

1. เลือก “ความเป็นไทย” เฉพาะด้านดีเพียงด้านเดียว
2. เรื่องราว “ความเป็นไทย” คัดเลือกและนำเสนอ โดยชาวต่างประเทศในฐานะผู้
ที่รู้เรื่องราวเกี่ยว “ความเป็นไทย” อย่างดี แทนที่จะเป็นคนไทย
3. ในขณะที่ธุรกิจการบินพาณิชย์ มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ คือ ความรวดเร็ว
ความประหยัด ความปลอดภัย ความสบาย และความเชื่อถือได้ แต่การโฆษณาของการบินไทย
กลับมิได้มุ่งเน้นคุณลักษณะดังกล่าว กลับโฆษณาขายวัฒนธรรมไทยในด้านความสามารถใน
การบริการ และการต้อนรับ
4. มีปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีที่กำหนดการนำเสนอ “ความเป็นไทย” ในการแข่ง
ขันกับสายการบินอื่น เนื่องจากประเทศไทยมิใช่ประเทศเจ้าของเทคโนโลยีด้านการบิน แต่
ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่งดงาม และเด่นในด้านบริการ

ปัญหาและข้อจำกัดในการวิจัย

1. เนื่องจากบรรณาธิการผู้จัดทำนิตยสาร “สวัสดี” เป็นชาวต่างประเทศ และ
พำนักอยู่ที่ประเทศฮ่องกง ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลในด้านรายละเอียดของขั้นตอน
การผลิต และการเลือกเนื้อหาโดยบรรณาธิการได้
2. สัญญาข้อตกลงที่ทำร่วมกับบริษัทผู้ผลิตนิตยสาร “สวัสดี” ไม่สามารถเปิดเผย
ได้จึงทำให้ขาดข้อมูลในบางส่วนที่อาจจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ปัจจัยการเลือก และการ
นำเสนอ “ความเป็นไทย” ในนิตยสาร “สวัสดี”
3. เนื่องจากสัญญาข้อตกลงที่ทำกับบริษัทผู้ผลิตนิตยสาร “สวัสดี” กำลังจะสิ้นสุด
ลงในปี พ.ศ. 2538 นี้ และกำลังอยู่ในระหว่างการพิจารณาเงื่อนไขข้อตกลง (ซึ่งเป็นระยะเวลา
เดียวกับช่วงการเก็บรวบรวมข้อมูล) ทำให้คณะกรรมการบางท่านไม่สามารถที่จะให้ข้อมูลที่
อาจจะพาดพิงถึงได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษากระบวนการเลือกและการนำเสนอ “ความเป็นไทย” ใน นิตยสาร “สวัสดี” ซึ่งเป็นการศึกษาผู้ส่งสารและตัวสาร ยังขาดการศึกษาในส่วนของผู้รับสาร สำหรับการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต ควรจะได้มีการพิจารณาในประเด็นการประเมินผลของสื่อ ชนิดนี้ ซึ่งเป็นการศึกษาในส่วนของผู้รับสาร เนื่องจากยังไม่เคยมีการประเมินผลของสื่อชนิดนี้ มาก่อน