

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บทนำ

“การศึกษาวิเคราะห์ประเด็นความหมายด้านวัฒนธรรมข้ามชาติในการแปลเอกสารและตำราเกี่ยวกับการแปลของไทย” (Transcultural Aspects of Selected Thai Translation Textbooks) เป็นการศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์รูปแบบและวิธีการแปลคำสุภาษิต สำนวนโวหาร คำพังเพย และคำอุปมาอุปไมยในภาษาไทย และภาษาอังกฤษจำนวน 10 เล่ม นอกจากนี้แล้วได้ศึกษาถึงประเด็นการเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรม (transcultural comparison) โดยมีการศึกษาความหมายของคำสุภาษิตสอนใจ อรรถลักษณะของคำสุภาษิตในสามภาษา คือภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน วิเคราะห์มุมมองของคนภายในวัฒนธรรม รวมทั้งสังเคราะห์คำแนะนำและการจัดประสบการณ์การเรียนการสอนเกี่ยวกับคำสุภาษิตสอนใจในบริบทของการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมข้ามชาติในด้านวิถีชีวิต การทำธุรกิจ และความสามัคคี เพื่อให้การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปลและวัฒนธรรมข้ามชาติ เป็นประโยชน์กับงานวิจัย จึงมีการค้นคว้ารายละเอียดตามหัวข้อ ความหมายของวัฒนธรรม ลักษณะของวัฒนธรรม สังเกตที่น่าสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมหลักประจำชาติไทย เอกลักษณ์ของชาติไทย แนวคิดทางวัฒนธรรมข้ามชาติ การตีความหมายของประเด็นข้ามชาติ ความสำคัญของการศึกษาวัฒนธรรมข้ามชาติ วัฒนธรรมของกลุ่มคนที่ใช้ภาษาอังกฤษ แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน รวมทั้งบทสรุป

2.2 ความหมายของวัฒนธรรม

มนุษย์สร้างวัฒนธรรมเพื่อประโยชน์แห่งการดำรงชีวิตและการสืบทอดเผ่าพันธุ์ ในทางสังคม เรื่องของวัฒนธรรมมองได้หลากหลายมุม สืบเนื่องมาจากการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นเรื่องที่กว้างใหญ่และมีแง่มุมต่าง ๆ ให้พิจารณาอย่างซับซ้อน มีผู้ให้ความหมายคำว่า "วัฒนธรรม" ต่าง ๆ กัน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525) ได้นิยามความหมายของวัฒนธรรม ไว้ 4 นัยดังนี้ คือ

2.2.1 สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ

2.2.2 วิถีชีวิตของหมู่คณะ

2.2.3 ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน

2.2.4 พฤติกรรมและสิ่งทีคนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตน

พิมล พุพิพิช (2550) ได้อธิบายถึงสังคมวิทยาว่าเป็นวิชาที่ศึกษาถึงมนุษย์ โดยศึกษามนุษย์ในเรื่องของ เชื้อชาติ (race) คำว่า “race” ทางสังคมวิทยา หมายถึง เชื้อชาติมองโกลอยด์ นิกรอยด์ หรือคอเคซอยด์ แต่คำว่า “เชื้อชาติ” ในภาษาราชการของไทยจะหมายถึง “กลุ่มชาติพันธุ์” ดังนั้น ถ้าหากพิจารณาตามเชื้อชาติ จะทำให้คนเรามีความแตกต่างกันในรูปลักษณะภายนอก โครงสร้าง ผิวพรรณ หน้าตา (phenotype) หรือ genotype (ลักษณะทางพันธุกรรมที่กำหนด) มีผลทำให้ DNA ต่างกัน คนมีรูปร่างและมีความสามารถต่างกัน แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่สาระสำคัญที่จะทำให้ความเป็นคนหรือความเป็นมนุษย์ต่างกัน คนเราไม่ว่าจะผิวขาว ผิวดำ ผิวเหลือง ตัวเล็ก ตัวใหญ่ ต่างก็เป็นคนเหมือน ๆ กัน แต่สิ่งที่ทำให้มนุษย์แตกต่างกันคือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือกำหนดขึ้น เช่น มนุษย์กำหนดเผ่าพันธุ์หรือชาติพันธุ์ขึ้นมา กลุ่มชาติพันธุ์ (ethnic group) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเอง ทำให้แตกต่างกัน เช่น เชื้อชาติไทย เชื้อชาติจีน เชื้อชาติพม่า เชื้อชาติลาว ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมี race เป็นมองโกลอยด์เหมือนกัน ซึ่งแตกต่างจากคอเคซอยด์และนิกรอยด์ ชาติพันธุ์ถูกกำหนดโดยสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เรียกว่า วัฒนธรรม (culture) เป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์แตกต่างกันมากกว่ารูปร่างหน้าตา เชื้อชาติ DNA, genotype, phenotype, race วัฒนธรรมเป็นตัวบ่งบอกว่า กลุ่มนี้คือพวกเรา กลุ่มนั้นคือพวกเขา การแบ่งแยกกลุ่มบางครั้งทำให้เกิดการรบราฆ่ากันได้

นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยาได้กำหนดความหมายของวัฒนธรรมไว้หลากหลายมาก ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรม (culture) คือ

-ระบบความเชื่อ คุณค่า ค่านิยม และภูมิปัญญาความรู้ที่ใช้ในการอบรมสั่งสอนคนในสังคม สิ่งเหล่านี้เป็นนามธรรมซึ่งสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุ

-การปฏิบัติของชุมชนหนึ่งๆหรือสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งแตกต่างกันไป เป็นสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติกันมาตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น คนไทยเมื่อเดินชนกันต้องขอโทษ เมื่อมีคนให้ของต้องขอบขอบคุณ หรือพบเห็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต้องยกมือไหว้ เป็นต้น

-สิ่งที่ใช้กำกับสังคม ทำให้ไม่เกิดความวุ่นวาย เช่น คนไทยคาดหวังว่า งานวันเกิด วันแต่งงาน และวันตายควรจะแต่งตัวอย่างไร

-สิ่งจำเป็นแต่จะมีการปรับเปลี่ยนตัวเสมอ วัฒนธรรมปรับเปลี่ยนได้ เพราะวัฒนธรรมเป็นศาสตร์ที่สามารถพิสูจน์หรือทดสอบได้ จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อม ตามสภาพภูมิอากาศ หรือสภาพเชิงนิเวศน์ที่เป็นจริง ถ้าไม่มีการปรับเปลี่ยนจะกลายเป็นศาสนา ความศรัทธา หรือความเชื่อที่มงาย ยึดถือยึดมั่นเพียงอย่างเดียวโดยขาดเหตุผล

Harm J. De Blij (1977) กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เป็นการกระทำทุกสิ่งทุกอย่าง เป็นพฤติกรรมทุกประเภทที่มนุษย์เรียนรู้และถ่ายทอดไปยังคนรุ่นหลัง

บรรจง ชุตกุลชาติ (2526) ได้สรุปความหมายของวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านสังคมวิทยา วัฒนธรรมหมายถึงพฤติกรรมอันดีงามที่บุคคลและสังคมถือปฏิบัติสืบเนื่องกันมาเป็นเวลายาวนาน

ด้านสังคมศาสตร์ วัฒนธรรมหมายถึงพฤติกรรมทุกประการของมนุษย์ที่วิวัฒนาการมาและวิวัฒนาการไปในแนวทางการดำเนินชีวิต

ด้านภาษาศาสตร์ วัฒนธรรมเป็นคำสมาส วัฒนธรรม วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญ ความงอกงาม ธรรมหมายถึง ธรรมดา ธรรมชาติ วัฒนธรรมตามความหมายทางภาษาศาสตร์ จึงหมายถึง ธรรมดา ธรรมชาติของความเจริญ และความงอกงามแห่งชีวิต ความเป็นอยู่และความเป็นไปของสังคมหรือกลุ่มชน

ดังนั้น เราสามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมของมนุษย์ซึ่งเป็นสมาชิกในสังคม และถ่ายทอดสืบเนื่องกันมายาวนานอย่างมีแบบแผน เพื่อเป็นมรดกของสังคม

2.3 ลักษณะของวัฒนธรรม

2.3.1 วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ มนุษย์มีสมองที่มีคุณภาพ รู้จักคิด สามารถถ่ายทอดและเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน สิ่งมีชีวิต และสิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยเฉพาะจากกลุ่มบุคคลในสังคม หรือเป็นสมาชิกที่เกี่ยวข้องกัน การเรียนรู้จึงเป็นลักษณะที่สำคัญมากของวัฒนธรรม

2.3.1.1 วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคม เป็นผลของการเรียนรู้และการถ่ายทอดของมนุษย์โดยใช้ภาษาเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดจากคนรุ่นก่อนมายังคนรุ่นหลัง ๆ ดำเนินต่อกันอย่างไม่ขาดสาย อาจกล่าวได้ว่า ภาษาของมนุษย์จึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของวัฒนธรรม ถ้าปราศจากภาษา ความงอกงามทางวัฒนธรรมอาจจะขาดการถ่ายทอด หรือเพิ่มพูนขึ้นยาก

2.3.1.2 วัฒนธรรมเป็นวิถีของชีวิตมนุษย์หรือเป็นแบบของการดำรงชีวิต การที่คนไทย คนจีน คนอังกฤษหรือชาติอื่น ๆ มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ทำให้เราสามารถจำแนกวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งออกจากอีกสังคมหนึ่งได้ โดยไม่ถือว่า ความต่างของวัฒนธรรมมีความเหลื่อมล้ำกัน เพราะวัฒนธรรมของแต่ละสังคมได้ดำเนินสืบเนื่องกันมา โดยมีการแสดงออกให้เห็นอย่างแจ่มชัด และต่างกัน

2.3.1.3 วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แต่จะเปลี่ยนช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับกาลเวลา และการยอมรับของสังคม เพราะมนุษย์เป็นผู้สร้างวัฒนธรรม และสิ่งที่เป็นวัฒนธรรมก็อาจเปลี่ยนไปตามความต้องการของมนุษย์ที่คิดจะปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมของตนให้เจริญก้าวหน้า

ด้วยเหตุที่วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างหรือสั่งสมขึ้นมา และไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มชนที่เป็นเจ้าของ สุพัตรา สุภาพ (2520) ได้สรุปว่า “วัฒนธรรมจึงเป็นมรดกทางสังคมที่ครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างที่แสดงออกถึง วิถีของมนุษย์ โดยในแต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมของตนเอง เพราะมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มสังคม”

2.3.2 วัฒนธรรมแบ่งได้ดังนี้

2.3.2.1 ศิลปวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรมที่ทำให้เกิดศิลปะ ความสวยงาม มีความยิ่งใหญ่อลังการ เช่น พระธาตุพนม ภาพวาดโมนาลิซ่า วัด โบสถ์ รูปปั้น เป็นต้น ศิลปวัฒนธรรมจะเป็นวัฒนธรรมที่มีความคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง ต้องสถิตเสถียรให้คงอยู่ บางครั้งอาจมีวัตถุประสงค์เป็นธุรกิจหาเงินรายได้หรือทำการค้าได้ เช่น การท่องเที่ยว การแสดงละคร เป็นต้น

2.3.2.2 ชีวิตวัฒนธรรมหรือสังคมวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา และมีการเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตร (dynamic) มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้รู้จักตนเองทุกเรื่อง ตั้งแต่ตื่นนอน ตอนเช้าจนกระทั่งเข้านอนจนหลับ หรือตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2.4 สังกัปที่น่าสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคม

2.4.1 ทฤษฎีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรม (cultural evolutionism)

ทฤษฎีวิวัฒนาการ (Evolutionism) เป็นทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่มองว่า การเปลี่ยนแปลงจะมีลักษณะค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงทีละขั้นจากระดับต่ำ หรือระดับพื้น ๆ ไประดับสูงขึ้น หรือซับซ้อนขึ้น บางครั้งเรียกว่า ทฤษฎีแนวตั้ง (Vertical model) ทฤษฎีเส้นตรง (Linear model) ทฤษฎีขั้นบันได (Stage model) เหมือนการเดินขึ้นบันไดที่ต้องเดินขึ้นไปทีละขั้น) หรือทฤษฎีดาร์วิน (Darwinism)

ทฤษฎีนี้เน้นการปรับตัว (adaptation) เพื่อความอยู่รอด (survival) สาระสำคัญของทฤษฎีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรม ซึ่งเชื่อว่า วัฒนธรรมมีจุดเริ่มต้นจากจุดเดียวกันแล้วค่อย ๆ วิวัฒนาการไปที่ละขั้น ๆ ซึ่งถ้าเชื่อตามทฤษฎีวิวัฒนาการอย่างเคร่งครัด จะมีการวิวัฒนาการที่เป็นขั้นตอนของตัวเอง จะข้ามขั้นตอนกันไม่ได้ เพราะถ้าข้ามจะผิด เช่น ถ้ากระทำข้ามขั้นตอนจะผิดกฎหมาย เพราะยังไม่ถึงเวลาต้องถูกฟ้อง เพราะฉะนั้นสิ่งที่ถึงเวลาที่ต้องทำ ในขณะที่สิ่งที่ไม่ถึงเวลาที่ยังไม่ทำ หรือแม้แต่วิวัฒนาการของเด็ก ถึงเวลาพูดก็ต้องพูด ถ้าไม่พูดก็ต้องพาไปพบหมอว่า เกิดความผิดปกติหรือไม่

2.4.2 ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (cultural diffusions) หรืออาจเรียกว่าทฤษฎีแนว ระนอน (Horizontal model) เชื่อว่าวัฒนธรรมในโลกนี้ไม่ได้มาจากแหล่งเดียวกันทั้งหมด แต่มาจากหลายแหล่งในเวลาต่างกัน ไม่เกี่ยวข้องกันแต่แพร่กระจายมา ดังนั้นวัฒนธรรมจึงข้ามขั้นได้จากการแพร่กระจาย อยู่ดี ๆ เราอาจจะรับวัฒนธรรมขั้นที่ 10 มาเลยก็ได้โดยไม่ต้องเริ่มจากขั้นที่ 1

หรือชั้นที่ 2 เช่น ในสมัยที่พ่อขุนรามคำแหงมหาราชประดิษฐ์อักษรไทยก็ได้รับอิทธิพลจากอักษรอินเดีย และขอม

ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมมีสิ่งกีดขวางที่เกี่ยวข้องดังนี้

-ชุดวัฒนธรรม (culture complex) หมายถึง การแพร่วัฒนธรรมทั้งชุด ตั้งแต่เริ่มต้นนอนจนเข้าอน เช่น การเกิด การแต่งงาน การอยู่ การกิน การทำงาน การตาย และการบวช ฯลฯ

-ศูนย์กลางหรือแก่นวัฒนธรรม (culture center หรือ core) หมายถึงแหล่งกำเนิดวัฒนธรรม เช่น อินเดีย จีน เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมสมัยโบราณ

-พื้นที่ทางวัฒนธรรม (cultural area) หมายถึงพื้นที่ที่วัฒนธรรมจากศูนย์กลางกระจายไปถึง เช่น วัฒนธรรมจีน อินเดีย เผยแพร่ไปทั่วเอเชีย และวัฒนธรรมโรมันเผยแพร่ไปทั่วยุโรป

-วัฒนธรรมชายขอบ (marginal culture) หมายถึง พื้นที่วัฒนธรรมจากศูนย์กลางจะมีอิทธิพลจางลงในพื้นที่ไกล ๆ จากศูนย์กลาง

เมื่อมีชุดวัฒนธรรมหลายชุดย่อยเกิดการปะทะสังสรรค์กัน อย่างเช่น วัฒนธรรมจีน อินเดีย และวัฒนธรรมตะวันตกมาปะทะสังสรรค์กันในประเทศไทย ตัวอย่างของวัฒนธรรมที่แพร่กระจายจึงอาจสังเกตได้ง่าย โดยอาจเริ่มตั้งแต่ ทรงผม การแต่งกาย และกลิ่นน้ำหอม สิ่งเหล่านี้เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ ส่วนที่ไม่ใช่วัตถุ เช่น อุดมการณ์ ความเชื่อ ความคิด และกายิตและสำนวนต่างๆ ก็เป็นการถ่ายทอดความคิดความเชื่ออีกรูปแบบหนึ่ง โดยการให้ภาพของคตินิยมเกี่ยวกับการสอนในเรื่องความดีความชั่วผ่านการใช้ภาษาแบบ “ชาวบ้าน” ที่สั้นและกระชับ มีการใช้สำนวนเพื่อเปรียบเทียบที่ชัดเจน จดจำและเข้าใจง่าย เป็นผลผลิตจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน แสดงวิถีชีวิตและความ เป็นอยู่ของคนธรรมดาสามัญที่อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมหนึ่ง ๆ มีรูปแบบการสืบทอดต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น ด้วยวิธีการบอกเล่าต่อ ๆ กันมายาวนานหลายชั่วอายุคน ก็จัดเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจวัฒนธรรมได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การได้ศึกษากลุ่มคำสุภาษิตสามภาษาอันได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนด้านต่างๆ เป็นต้นว่า ด้านวิถีชีวิต การทำธุรกิจ และความสามัคคี จะเป็นประโยชน์มีคุณค่าต่อการศึกษาวรรณกรรมข้ามชาติ

2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างภาษา กับวัฒนธรรม

ในสังคมที่รวมกันเป็นประเทศย่อมมีภาษาใช้ร่วมกัน มีวัฒนธรรมหรือวิถีการดำเนินชีวิตร่วมกัน ทำให้ภาษาพัฒนาไปตามลักษณะค่านิยมของชนหมู่นั้น ๆ รุ่งอรุณ ทิมซุนเถียร (2530) ได้กล่าวว่า “ภาษาเป็นผลิตผลของวัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น และสามารถดัดแปลงแก้ไขให้เข้ากับสภาพ แวดล้อม มนุษย์ต้องใช้ภาษาในการถ่ายทอดวัฒนธรรม และเป็นสื่อที่ใช้ในการสื่อสารกันระหว่างคนในกลุ่มสังคมเดียวกัน” เราจะเห็นภาพสะท้อนวัฒนธรรมของกลุ่มชนได้จากการศึกษา

ถ้อยคำสำนวนในภาษา ดังนั้นภาษากับวัฒนธรรมจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้จากข้อสังเกตต่อไปนี้

2.5.1 ภาษาช่วยถ่ายทอดวัฒนธรรมไว้มิให้สูญหาย ถ้ากลุ่มชนใดไม่มีภาษาคงทำให้ไม่รู้จักรักกันและไม่เข้าใจดีดีของวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ได้บันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในจดหมายเหตุ ตำนานพงศาวดารและวรรณคดีต่าง ๆ ทำให้เราทราบถึงประเพณีที่มีมาแต่โบราณ เช่น ประเพณีทำบุญ ตบพระสงฆ์ สวดมนต์ ประเพณีบวช แต่งงาน เสาศพ เทศน์มหาชาติ ลอยกระทง เป็นต้น ประเพณีเหล่านี้ยังคงสืบทอดและถือปฏิบัติกันมาจนถึงปัจจุบัน

2.5.2 ภาษาเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตของคนในชาติ มีบันทึกปรากฏในวรรณกรรมลายลักษณ์ และวรรณกรรมมุขปาฐะ (บอกเล่าต่อ ๆ กันมา) เช่น

ศิลาจารึกหลักที่ 1 (ศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงมหาราช) สะท้อนให้เห็นการดำเนินชีวิตของคนไทยสมัยสุโขทัย ลักษณะบ้านเมือง สภาพเศรษฐกิจและสังคม ดังข้อความที่ว่า

“เมื่อชั่วพ่อกู กูบ้าเรอแก่พ่อกู กูบ้าเรอแก่แม่กู กูได้ตัวเนื้อ ตัวปลา กูเอามาแก่พ่อกู”

“ป่าพร้าวก็หลายในเมืองนี้ ป่าลางก็หลายในเมืองนี้ หมากม่วงก็หลายในเมืองนี้ หมากขามก็หลายในเมืองนี้”

สุภาษิตและคำพังเพยของไทยถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ แนวคิด ตลอดจนค่านิยมของคนไทย เช่น

รักกันอยู่ขอบฟ้าเขาเขียว

รำไม่ดีโทษปี่โทษกลอง

คับที่อยู่ได้คับใจอยู่ยาก

เห็นช้างขี้ ขี้ตามช้าง

มีเงินเขานับเป็นน้อง มีทองเขานับเป็นพี่

วานรได้แก้ว

ปากปราศรัย น้ำใจเชือดคอ

ตบหัวแล้วลูบหลัง

2.5.3 ภาษาแสดงถึงพัฒนาการทางด้านวัฒนธรรมของแต่ละสังคม ตามลำดับ ตัวอย่าง เช่น ด้านภาษา - พ่อขุนรามคำแหงทรงประดิษฐ์อักษรไทยเมื่อ พ.ศ. 1862 และวิวัฒนาการมาเป็นตัวหนังสือในอย่างที่ใช้อยู่ทุกวันนี้ ปัจจุบันมีวิธีการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความคิดหรือความรู้สึกของกันและกัน โดยใช้เครื่องมือสื่อความหมาย เช่น วิทยุ โทรศัพท์ และเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ด้านศาสนา - สมัยโบราณคนมีฐานะดี มักนิยมสร้างวัด เพราะวัดเป็นสถานที่ศึกษาเล่าเรียนของเด็ก ประชาชนนิยมฝากลูกหลานให้เรียนหนังสือที่วัด

2.5.4 ภาษาเป็นเครื่องแสดงถึงระดับวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษา ภาษาไทยมีการใช้ถ้อยคำให้เหมาะสมกับฐานะของบุคคล นับตั้งแต่เครือญาติ ผู้น้อย ผู้ใหญ่ คำราชาศัพท์ และคำสุภาพ

ภาษาย่อมมีการเปลี่ยนแปลงเป็นธรรมดา เช่นเดียวกับวัฒนธรรมชนิดอื่น ๆ เมื่อมีความเจริญเติบโตแล้วก็ย่อมเสื่อมและตายไปในที่สุด ภาษาเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ใหม่ ๆ เสมอ ถ้าสื่อสารกัน

เข้าใจได้ ก็ไม่ควรถือว่าผิดหรือถูก ผู้ที่นิยมใช้ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ แต่ถ้าหากนำมาใช้มากเกินไป ก็ควรระลึกไว้ว่า “ความเป็นชาติคงอยู่ไม่ได้ ถ้าคนไทยไม่ใช้ภาษาเดิมของตน”

2.5.5 วัฒนธรรมในการใช้ภาษาไทย

การใช้ภาษามีความสำคัญต่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การติดต่อสื่อสารจะเกิดประโยชน์มากที่สุดก็ต่อเมื่อผู้รับสารสามารถถ่ายทอดให้ผู้อื่นเข้าใจได้มากที่สุด พฤติกรรมที่ถ่ายทอดข่าวสารออกมาให้คนอื่นรับรู้นี้ก็กลายเป็นวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิตของคนในสังคมได้ ฐะปะนีย์ นาครทรรพ (2520) ได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับวัฒนธรรมในการใช้ภาษาไทยไว้ 3 ประการสรุปได้ดังนี้

2.5.5.1 ภาษาไทยมีระเบียบการใช้ถ้อยคำ ให้เหมาะสมกับฐานะของบุคคลนับตั้งแต่เครือญาติในครอบครัวไปจนถึงบุคคลในสังคมระดับชาติ และบุคคลที่เราเกิดทุนคือ พระมหากษัตริย์ เรามีคำราชาศัพท์ซึ่งรวมไปถึงถ้อยคำที่ใช้กับพระสงฆ์ ข้าราชการ และสุภาพชนด้วย

2.5.5.2 ภาษาไทยมีวิธีการใช้ถ้อยคำ และข้อความที่เปลี่ยนแปลงไปให้เหมาะสมเหตุการณ์ สถานการณ์ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น การใช้สรรพนามระหว่างผู้พูดกับผู้ฟังจะใช้แตกต่างกันตามฐานะและโอกาส

2.5.5.3 ภาษาไทยของเราอุดมไปด้วยถ้อยคำ สำนวน และภายิต ซึ่งบรรพบุรุษได้ถ่ายทอดภาษาที่ไพเราะงดงามมาสู่คนรุ่นปัจจุบัน ซึ่งคนไทยมักชอบพูดติดปาก ทั้งที่มีเสียงสัมผัสและไม่มีเสียงสัมผัส เช่น

น้ำขุ่นไว้ใน น้ำใสไว้นอก	เข้าตามตรอกออกตามประตู
ไถ่ถามเพราะชน คนงามเพราะแต่ง	ชิงก็รา ข่าก็แรง
กินน้ำได้ศอก	ขว้างงูไม่พ่นคอ

ลักษณะภาษาไทยมีเสียงสัมผัสกันมาก สังเกตได้จากการตั้งชื่อสถานที่สำคัญต่างๆ ก็นิยมให้คล้องจองกัน เช่น ชื่อประตูพระบรมมหาราชวัง มีดังนี้

วิมานเทเวศร์ วิเศษไชยศรี มณีนพรัตน์ สวัสดิโสภา เทวาพิทักษ์ ศักดิ์ไชยสิทธิ์ วิจิตรบรรจง อนงคารักษ์ พิทักษ์บวร สุนทรทิสรา เทวาทิรมย์ อุดมสุदारักษ์ เป็นต้น

2.5.5.4 ในการพูดเพื่อถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ หรือทัศนคติของตนไปสู่คนอื่น ต้องคำนึงถึงมารยาทในการใช้ภาษาเสมอ ไม่ว่าจะใช้ภาษาเพื่อแสดงความคิดเห็น เพื่อสั่งสอน เพื่อสร้างสรรค์หรือบอกกล่าวก็ตาม ให้ถือสุภาษิตว่า “พูดดีเป็นศรีแก่ตัว พูดชั่วอัปราชัย”

ในปัจจุบัน สังคมไทยส่วนใหญ่มีความสนใจ และรักภาษาไทย จึงมีการเชิญชวนให้คนไทยรักภาษาไทย และมีการกำหนดให้วันที่ 29 กรกฎาคม ของทุกปี เป็นวันภาษาไทย มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างหลากหลายที่เกี่ยวกับภาษาไทย และโฆษณาเชิญชวนให้นักเรียน นิสิต นักศึกษาร่วมทำกิจกรรมรักและอนุรักษ์ภาษาไทยในสถาบันการศึกษา

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมหลักประจำชาติไทย

ประเทศไทยมีวัฒนธรรมอันดีงามสืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย อยุธยา และรัตนโกสินทร์ วัฒนธรรมของคนไทยที่สำคัญและเป็นวัฒนธรรมประจำชาติไทยมีดังนี้

2.6.1 **ภาษา** คนไทยมีภาษาและตัวอักษรไทย ซึ่งพ่อขุนรามคำแหงมหาราชทรงประดิษฐ์ขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 1826 ภาษาไทยจึงเป็นมรดกตกทอดมาจนถึงทุกวันนี้ ถ้าเราไม่มีตัวอักษรและภาษาไทยใช้เป็นของตนเอง เราก็จะรวมเป็นชาติไม่ได้ เพราะภาษาบอกให้รู้ว่าเป็นชาติเดียวกัน ภาษาไทยจึงเป็นเอกลักษณ์ของชาติที่สำคัญที่สุดซึ่งแสดงถึงความเป็นไทยที่คนไทยควรภาคภูมิใจ เพราะในโลกนี้ชาติที่มีภาษาเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ของตนเองมีจำนวนน้อยมาก

2.6.2 **ศาสนา** คนไทยเราได้นับถือพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติ ศาสนาเป็นเครื่องช่วยยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น คนในสังคมจะอยู่รวมกันอย่างสงบสุข รักความเป็นระเบียบเรียบร้อย รู้จักเคารพกฎหมาย ปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม เช่น ประเพณีทำบุญในวันสำคัญทางศาสนา ได้แก่ วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา เป็นต้น

2.6.3 **พระมหากษัตริย์** ประเทศไทยมีพระมหากษัตริย์ปกครองประเทศมาตั้งแต่สมัยโบราณ ในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ และในระบอบประชาธิปไตย พระองค์ทรงเป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชน ทรงปกครองบ้านเมืองด้วยทศพิธราชธรรม ประชาชนยกย่องเทิดทูน และจงรักภักดี ประเทศไทย จึงมีการแสดงออกทางวัฒนธรรมเพื่อถวายความเคารพต่อองค์พระมหากษัตริย์ เช่น พระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษา พระราชพิธีฉัตรมงคล พระราชพิธีราชมัลลลาภิเษก (พระราชพิธีในวาระที่องค์พระมหากษัตริย์ได้เสด็จขึ้นครองสิริราชสมบัติยืนนานกว่าพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์) และพระราชพิธีทางศาสนาที่พระมหากษัตริย์ทรงบำเพ็ญพระราชกุศล เป็นต้น

2.6.4 **ประเพณีไทย** เป็นเครื่องแสดงถึงวิถีชีวิตของคนไทยที่เคยกระทำมา ตั้งแต่บรรพบุรุษหลายชั่วอายุคนสืบต่อกันมาจนถึงชั้นลูกหลาน บางครั้งเรียกว่า ขนบประเพณี หรือขนบธรรมเนียมก็ได้ เช่น ประเพณีเกี่ยวกับวิถีชีวิต ได้แก่ ประเพณีโกนจุก ประเพณีบวช ประเพณีแต่งงาน ประเพณีเผาศพ ประเพณีในการสร้างบ้านปลูกเรือน ประเพณีทำบุญขึ้นบ้านใหม่ และประเพณีทำบุญวันเกิด

นอกจากนี้ยังมีประเพณีเกี่ยวกับเทศกาลต่าง ๆ เช่น ตรุษ สารท สงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง บางอย่างอาจจะเป็นการแข่งขันกีฬาตามประเพณีที่เคยทำกัน เช่น ฟุตบอลประเพณีระหว่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2.6.5 **ศิลปกรรม** เป็นวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงความรู้สึกของกลุ่มชนในชาติ ศิลปกรรมบางชนิดแสดงเอกลักษณ์ที่เป็นแบบอย่างเฉพาะตัว เช่น สถาปัตยกรรม มีลักษณะอ่อนช้อยงดงาม ศิลปะส่วนใหญ่มีที่มาจากศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมซึ่งหมายถึงสิ่งที่กลุ่ม

สังคมหนึ่ง ๆ เห็นว่า เป็นสิ่งมีค่าควรแก่การกระทำ นายก้อย หรือเห็นว่าถูกต้อง และเป็นอุดมคติ ศิลปินแต่ละคนย่อมแสดงออก ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของตนเองเป็นแบบเฉพาะตัว และย่อมแสดงออก ตามวัฒนธรรมของชาติตน ซึ่งมีอิทธิพลต่อการปลูกฝังความรักชาติ ความสามัคคี ความมีคุณธรรมให้ เกิดขึ้นแก่ชนในชาติ

2.6.6 กิริยามารยาทของคนไทย มีลักษณะที่สุภาพ อ่อนโยน ละมุนละไม และรู้จักปรับตัว ให้เข้ากับสังคมได้ดี เช่น รู้จักอ่อนน้อมต่อผู้ที่ควรอ่อนน้อม รู้จักกราบและไหว้สิ่งที่เคารพบูชาและ บุคคลต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการทำความเคารพพระมหากษัตริย์และพระราชวงศ์ วัฒนธรรมไทยเป็น มรดกซึ่งบรรพชนได้ช่วยกันสร้างสมและสืบทอดต่อกันมา ทำให้เราได้ชื่อว่าเป็นชาติที่มีวัฒนธรรม มาแต่โบราณ อันเป็นสิ่งที่แสดงว่า ชาติไทยเป็นชาติที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่อดีตกาล

2.7 เอกลักษณะของชาติไทย

คำว่า “เอกลักษณะ” หมายถึงลักษณะที่เหมือนกันหรือร่วมกัน เอกลักษณะของคนไทยถ้าไม่นับ สิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น ธงชาติ เพลงชาติ พระพุทธรูป ฯลฯ เรามีเอกลักษณะทางจิตใจ (นามธรรม) ซึ่ง ศึกษาจากประวัติศาสตร์และสังคมของชาติ พบว่าคนไทยมีลักษณะดังนี้

2.7.1 ความไม่หวงแหนสิทธิของคนไทย ในประวัติศาสตร์ของชนชาติไทย เราได้รับคนที่มี บรรพบุรุษต่างจากเรามาเป็นส่วนหนึ่งของชนชาติเราอย่างสนิท เราไม่หวงตำแหน่งสำคัญ ๆ ภายใน บ้านเมืองไว้เฉพาะคนที่สืบสายเลือดไทยมาแต่ดั้งเดิม เราไม่กีดกันคนต่างชาติ ต่างศาสนา ตัวอย่าง เช่น พระยาโชด็กราชเศรษฐี เป็นชาวจีนที่ได้รับพระราชทานตำแหน่ง เป็นต้น

2.7.2 ความมีเสรีภาพในการนับถือศาสนาของคนไทย ประเทศไทยพระมหากษัตริย์ทรงเป็น องค์อัครศาสนูปถัมภกและทรงให้เสรีภาพกับประชาชนในการนับถือศาสนาใดก็ได้ เช่น ในสมัย แผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้เคยพระราชทานที่ดินให้คณะเผยแพร่ศาสนาได้ใช้เป็นสถานที่ เพื่อประโยชน์ทางศาสนาและใช้ทำการเผยแพร่ศาสนาอันต่างจากที่ประชาชนส่วนใหญ่ นับถือด้วย

2.7.3 ความรักสงบของคนไทย ในประวัติศาสตร์ของไทย ชาวไทยเราสามารถดำรงความเป็น เอกราชของชาติได้ด้วยความสงบ คนไทยไม่รุกรานชาติอื่น เรามักรบเพื่อปกป้องอธิปไตยของตนเอง

2.7.4 ความพอใจในการประนีประนอม คนไทยมักนิยมการเจรจาเพื่อความปรองดองมากกว่า การสู้รบหรือการใช้กำลัง

2.7.5 การไม่แบ่งชนชั้นวรรณะ ไม่มีการกีดกันในหมู่คณะ กลุ่มศาสนา หรือกลุ่มเชื้อชาติ มีการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีเดิม เช่น กลุ่มชาวจีนในกรุงเทพฯ กลุ่มลาวพวนในจังหวัดสระบุรี และการไม่กีดกันทางเพศ เป็นต้น

คนไทยมีวัฒนธรรมทางจิตใจที่ฝังมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน สังคมไทยส่วนใหญ่ยังคงรักษาความดีงามทางจิตใจนั้นไว้ ถึงแม้ว่าจะมีคนไทยบางส่วนไม่เคร่งครัดในเรื่องระเบียบวินัย และขนบธรรมเนียมประเพณีมากนัก จนอาจมีคำกล่าวที่ว่า “ทำอะไรตามใจคือไทยแท้” ก็ตาม แต่คนไทยก็มีเอกลักษณ์ของความเป็นผู้มีน้ำใจดีเสมอ ในสังคมชนบท หรือสังคมทั่วไป คนที่ไม่รู้จักคุ้นเคยกันมาก่อนก็อาจมีการเรียกขานแบบนับญาติ ในขณะที่มีการสื่อสารหรือพูดคุยสอบถามในเรื่องทั่วไป นอกจากนี้แล้วคนส่วนมากมักมีเมตตากรุณาต่อบุคคลอื่น ๆ เสมอ โดยไม่เลือกชนชาติ หรือชั้นวรรณะ

2.7.6 แนวคิดแบบสมัยนิยม

วัฒนธรรมความรู้สึกร่วมสมัยของคนไทยคือ นิยมฝรั่ง รักความสบาย ซึ่งพบในนวนิยายร่วมสมัยที่ พรวิภา วัชรธนากุล (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “วิทยาศาสตร์และไสยศาสตร์ในนวนิยายร่วมสมัย” คือ การยอมรับหรือยกย่อง“ฝรั่ง” ซึ่งหมายถึงคนชาติตะวันตก บทบาทของตัวละครฝรั่งในนวนิยายที่ศึกษา มักเป็นนักวิทยาศาสตร์ ผู้มีความรู้สูง หรือผู้เชี่ยวชาญ (ดีออกเตอร์) นักเขียนมักใช้ตัวละครฝรั่งซึ่งเป็นผู้ชายเสมอ แทนความรู้วิทยาศาสตร์ที่มีภาพของ “ความเป็นอื่น” มักเป็นเรื่องซับซ้อนเข้าใจยาก เป็นเรื่องจากต่างแดน แต่กระนั้นก็เป็นที่ยกย่องน่านิยม นอกจากตัวละครแล้ว นวนิยายบางเรื่องได้เสนอถึงแนวคิด หรือระบบการศึกษาแบบฝรั่งด้วย ซึ่งนักเขียนได้แสดงทัศนะชื่นชมในการทำงานเดียวกับตัวละคร สถานะของฝรั่งหรือคนตะวันตกที่เป็นที่ยอมรับในสังคมไทยนั้น น่าจะสืบเนื่องมาจากประวัติศาสตร์ที่ประเทศไทยไม่เคยตกเป็นอาณานิคมของชาติตะวันตก คนไทยจึงไม่มีความรู้สึกเกลียดชังชาวตะวันตก และประกอบกับในยุคของการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย (modernization) ชาวตะวันตกได้เป็นกำลังสำคัญในการวาง รากฐานและระบบการพัฒนาต่าง ๆ จึงยิ่งทำให้คนไทยยอมรับและยกย่องฝรั่งมากขึ้น นอกจากนี้บุคลิกลักษณะของคนไทยที่รักความสบาย ก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่ง ที่มักจะเชื่อมโยงไปถึงการนิยมฝรั่ง กล่าวคือ คนไทยมักเชื่อถือความรู้ของชาวต่างชาติ ทำให้ไม่มีใครคิดสร้างสรรค์ความรู้ด้วยตนเอง เพราะเป็นเรื่องยากและไม่มั่นใจว่าจะดีกว่าของชาวต่างชาติที่คิดค้นมาก่อน ลักษณะเช่นนี้ จึงนำพิจารณาว่า อาจส่งผลต่อวัฒนธรรมความรู้ของสังคมไทย

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมข้ามชาติ

พิมล พุทธิพิช (2550) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องของวัฒนธรรมข้ามชาติว่า วัฒนธรรมสามารถเปรียบเทียบกันได้ เรียกว่า การเปรียบเทียบข้ามชาติข้ามวัฒนธรรม (cross cultural comparison) เช่น ศึกษาว่า ชาตินั้นมีวัฒนธรรมการใช้ช้อนอย่างไร ตัวอย่างการใช้ช้อนกับส้อมเป็นวัฒนธรรมที่ไทยรับมาจากชาวตะวันตก แล้วดัดแปลงมาเป็นของเรา โดยเฉพาะฝรั่งเขาจะใช้มีดกับส้อมแล้วใช้ช้อนตักซूप แต่ไทยใช้ช้อนคู่กับส้อมเพื่อรับประทานข้าวและกับข้าว ในการเปรียบเทียบวัฒนธรรมไม่ได้ทำเพื่อบอกว่าใครดีกว่าใคร สิ่งที่จะเปรียบเทียบกันได้ต้องเป็นสิ่งที่สิ้นสุดในตัวเอง (absolute) ซึ่ง

วัฒนธรรมนั้นไม่ได้สิ้นสุดในตัวเอง แต่มีลักษณะของสัมพัทธ์ภาพ (relativism) ต้องขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมวัฒนธรรม ซึ่งจะวัดว่าของใครดีกว่าไม่ได้ วัฒนธรรมของใครก็ของแต่ละคนหรือเป็นแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคม เช่น เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อาจเกิดจากต่างคนก็ต่างคิดว่า วัฒนธรรมของตนเองดีแล้ว จึงได้สร้างประเพณีของตนเองขึ้นมาปรากฏเป็นประเพณีหลวง (great tradition) หมายถึง วัฒนธรรมที่คนในสังคมยอมรับกันกว้างขวาง อาจจะใช้เรียกว่า วัฒนธรรมหลัก กระแสหลัก หรือวาทกรรม (discourse)

ส่วนในท้องถิ่นก็มีประเพณีราษฎร์ (little tradition) หรือวัฒนธรรมรอง วัฒนธรรมย่อย วัฒนธรรมชุมชน หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น

ผู้คนจะยอมรับประเพณีหลักจนกลายเป็นตำนานหลวง (great narration) ส่วนเรื่องราวของท้องถิ่นกลายเป็นตำนานราษฎร์ (little narration) ตำนานหลวงของไทยเชื่อว่าชาติไทยได้เริ่มต้นจากกรุงสุโขทัย กรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรี และรัตนโกสินทร์ ที่รู้ได้ เพราะเป็นสิ่งที่เล่าต่อกันหรือเรียนมาเขบอกมา ทั้ง ๆ ที่ความเป็นจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้นก็ได้ ส่วนตำนานราษฎร์มีอยู่มากมายแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละภาคภูมิศาสตร์ ทั้ง great narration และ little narration เป็นโครงสร้างที่กำหนดวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมทั้งในเชิงนามธรรมและรูปธรรม ซึ่งอาจจะสังเกตได้จากความเป็นอยู่ ถ้อยคำภาษาที่ใช้ ความเชื่อ ตำนาน สำนวน หรือคำคม หรือสุภาษิตที่เป็นที่รู้จัก

2.8.1 การศึกษาเรื่องสังคมวัฒนธรรม หมายถึงการศึกษาเรื่องของคนในสังคม โดยพิจารณาในด้านต่าง ๆ หลายด้าน เช่น

- วิถีชีวิต (folkway) ของคน เช่น ทำงานอย่างไร พบปะกันอย่างไร และสนุกสนานอย่างไร
- ขนบ (custom) เช่น ต้องโดนลงโทษ ไล่ออกจากหมู่บ้าน คว้าไถ่ดี และไม่พูดด้วย
- ปทัสถานทางสังคม (social norms) เช่น วรรณะต่าง ๆ ของอินเดีย
- จารีต (mores) เช่น การเสียผี การทำผีดจาริต
- ธรรมเนียม เช่น การไหว้ การขอบคุณ การขอโทษ การเข้าคิว ถ้าไม่กระทำจะโดนผู้อื่นตำหนิหรือว่าเอาไต่ว่านิสัยไม่ดี ไม่มีอารยธรรม

- ประเพณี (tradition) เช่น ไม่ไปลอยกระทง หรือไม่ไปตักบาตร ซึ่งก็ไม่มีใครว่า
- กฎ (law) เช่น กฎของโรงเรียน ที่ทำงาน เขต อำเภอ ตำบล หรือจังหวัด ทั้งหมดรวมกันเรียกว่า ปทัสถานของสังคม (social norms)

จะเห็นว่าความแตกต่างของแต่ละคำข้างต้นนี้อยู่ที่ sanction คือ บทบังคับ การลงโทษ การตำหนิ การเสียค่าปรับ หรือการเสียค่าผี

- เรื่องต้องห้าม (taboo) สังคมทุกสังคมหรือ สังคมทุกระดับจะต้องมี taboo ทุกคนรู้ แต่คนในสังคมอาจจะไม่ยอมพูดถึง ไม่ต้องการพูดถึง เช่น อย่างเรื่องเพศเป็นสิ่งต้องห้ามสำหรับหลาย ๆ สังคม รวมทั้งสังคมไทยด้วย แต่ปัจจุบันมีการเปิดเผยมากขึ้น เพื่อการค้าหรือความสนุกอย่างไร้ขอบเขต โดย

ไม่คำนึงถึงความเสียหายที่เกิดขึ้น แต่สังคมไม่ยอมพุดถึงหรือแม้กระทั่งเรื่องของกลุ่มชน (mob) ที่รวมกลุ่มกันเพื่อร่วมกันทำกิจกรรมบางอย่าง เช่น อารยะขัดขืน บางครั้งสังคมไม่ยอมพุดถึงเพราะไม่ต้องการให้ต่างประเทศรับรู้ และรัฐบาลยังไม่ประสบความสำเร็จเพื่อแก้ไขปัญหาฝูงชน จะเห็นได้จากความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งสร้างความแตกแยกสามัคคี ความเสียหาย ความเจ็บปวด หรือความสูญเสียให้กับคนในสังคมไทย

2.8.2 ความสัมพันธ์ของมนุษย์ในสังคม มี 2 ลักษณะคือ

2.8.2.1 mechanical solidarity ความสัมพันธ์ในเชิงกลไกแบบแยกส่วน เช่น ชาวนา พ่อค้า ชาวสวน ชาวไร่ และข้าราชการ ส่วนต่าง ๆ เหล่านี้ต้องสัมพันธ์กันเหมือนเครื่องจักรเป็นฟันเฟืองที่พันกันไปมา ถ้าส่วนใดเสียสามารถปรับเปลี่ยนได้

2.8.2.2 organic solidarity ความสัมพันธ์เชิงอินทรีย์ เป็นความสัมพันธ์ที่แนบแน่นแยกส่วนไม่ได้ต้องเป็นองค์รวมทุกส่วนกระทบถึงกันหมด เข้าทำนองเด็ดดอกไม้สะเทือนถึงดวงดาว เช่น ปัญหาโลกร้อน ปัญหายาเสพติด ปัญหาทำร้ายเด็กและสตรี และปัญหาสังคมปัจจุบันที่เกิดขึ้นจะต้องแก้แบบองค์รวมหรือแบบบูรณาการ

ถ้าเป็นความสัมพันธ์แบบเนื้อเดียวกันเรียกว่า homogeneous เช่น สังคมไทย ถ้าดูแบบคร่าวๆ จะเห็นว่ามีความสัมพันธ์แบบเนื้อเดียว (แยกไม่ออก) แต่ถ้าเป็นความสัมพันธ์ที่หลากหลายแตกต่าง (หรือเรียกว่าจับจ่ายในภาษาจีน) เรียกว่า heterogeneous เช่น สังคมอเมริกันที่มีปัญหาคนผิวดำ คนเอเชีย หรือชาวอาหรับ

2.8.3 การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (culture diffusion) ทำให้เกิด

2.8.3.1 การมีปฏิสัมพันธ์กันทางวัฒนธรรม (cultural interaction) หมายถึงการที่มีวัฒนธรรมสองชุดมาพบกัน เมื่อมาพบกันทำให้เกิดความผสมผสาน มีความกลมกลืน หรือเป็นวัฒนธรรมแบบใหม่ เช่น การใช้กระดาษห่อของขวัญ ความนิยมรักสวยรักงามแบบดาราสาวเกาหลี เป็นต้น

2.8.3.2 การหยิบยืมกัน (borrowing) เช่น การใช้ภาษาอังกฤษทับศัพท์ เรามักใช้คำ “คอมพิวเตอร์” แทนที่จะใช้ว่า “สมองกล” ยูนิฟอร์มแทนเครื่องแบบ แบบฟอร์ม ซอร์ฟแวร์ ฮาร์ดแวร์ นาโน ฯลฯ

2.8.3.3 การยอมรับ (adoption) หมายถึง การรับวัฒนธรรมใหม่มาทั้งชุด เช่น การรับลูกบาศก์คนอื่นมาเป็นลูกบุญธรรม ซึ่งที่จริงแล้วการรับวัฒนธรรมใหม่เข้ามา ไม่ได้เข้ามาในรูปแบบไร้ร่องรอย เพราะสังคมแต่ละสังคมมีของเดิมอยู่แล้ว เมื่อวัฒนธรรมใหม่เข้ามาต้องมาแทรกในสังคมที่มีวัฒนธรรมอยู่แล้ว และเมื่อเข้ามาได้ก็ต้องมีการยอมรับ ซึ่งอาจจะค่อยเป็นค่อยไป

2.8.3.4 การปรับเปลี่ยน และการปรับตัวทางวัฒนธรรม (adaptation) ต้องคำนึงถึงลักษณะเฉพาะองค์รวมหรือกลุ่ม การปรับตัวเพื่อให้คงอยู่ มิใช่ล้มเหลว บางสัญลักษณ์มี

ความหมายลึกกว่า กว้างกว่าข้อเท็จจริง ซึ่งพฤติกรรมคนอาจเปลี่ยนแปลงได้เสมอ หากเป็นที่ยอมรับกัน จะมีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ดังนั้นเมื่อรับวัฒนธรรมใหม่มาจะรับมาไม่ได้ทั้งหมด จะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสังคมเพื่อให้ดำรงอยู่ได้ เช่น การรับกฎหมายของอินเดียหรือของพราหมณ์ในสมัยโบราณ ในที่สุดกลายเป็นกฎหมายตราสามดวงของไทย และการรับศาสนา กฎหมายโรมัน มาเป็นศาสนาและกฎหมายในโลกตะวันตกในปัจจุบัน เป็นต้น

ดังนั้นเราจะเห็นถึงสิ่งที่น่ากลัวคือ การหลงใหลในชาติ และหลงใหลในวัฒนธรรมของตัวเองว่าเป็นสิ่งดีที่สุดในโลก ทำให้เกิดการหลงชาติ (ethnocentrism) เช่น มีคนไทยหลายคนคิดว่า ผู้หญิงไทย อาหารไทย บ้านเรือนไทย สวยที่สุดในโลก หรือในบางประเทศอาจยึดถือลัทธิที่เลวร้ายได้ หรืออาจคิดว่า ตัวเองเป็นเผ่าพันธุ์ดีที่สุดในโลก เช่น ในประเทศเยอรมัน อิตาลีได้เช่นฆ่าพวกนาซีเป็นจำนวนมาก

2.8.3.5 การปะทะสังสรรค์ทางวัฒนธรรม (acculturation) เป็นความสัมพันธ์ทางสังคมวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มคนสองกลุ่มที่มีสังคมวัฒนธรรมต่างกัน ซึ่งอาจเกิดสิ่งต่าง ๆ ขึ้นได้หลายประการ เช่น

การกลืนกันทางวัฒนธรรม (assimilation) เช่น คนต่างชาติเข้ามาอยู่ในเมืองไทยในสมัยพ่อขุนรามคำแหง พ่อขุนจะให้ที่ดิน ช้าง ม้า วัว ควาย เพื่อนำไปใช้ในการทำมาหากินให้คนอยู่เป็นเพื่อน (ทาส) ให้บรรดาศักดิ์ และในที่สุดคนเหล่านี้ก็ถูกกลืนวัฒนธรรมกลายเป็นคนไทย แต่บางกรณีการปะทะสังสรรค์อาจไม่สามารถกลืนกันทางวัฒนธรรม จึงต้องมีการยอมรับกันในลักษณะอื่น เช่น

-เป็นพหุนิยม (Pluralism) ซึ่งเป็นแนวคิดที่กว้างขวางในโลก เพราะไม่อยากจะเป็นการกระจัดตัวเป็นกลุ่ม หรือผูกขาดเพียงสิ่งเดียว เช่น ไม่ต้องการให้วัฒนธรรมผูกขาดเพียงวัฒนธรรมเดียว ควรให้เป็นพหุนิยม และมีการยอมรับความหลากหลาย (double identity) นั่นคือ คนเดียวกันสามารถมีสองวัฒนธรรมได้

-การบูรณาการทางวัฒนธรรม (integration) หมายความว่า การยอมรับได้ว่ามีสองวัฒนธรรมในคนเดียวกันได้ เช่น คนที่ถือสองสัญชาติ หรือผู้ที่เดินทางติดต่อธุรกิจทั่วโลก

2.8.4 นอกเหนือจากอิทธิพลทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมา สภาพแวดล้อม และภูมิอากาศ ส่วนลึกของวัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในจิตใจของคนในชาติ จะผนวกรวมกันสร้างระบบแห่งความเชื่อในเรื่องของค่านิยม และความมุ่งหวังของสังคมนั้นๆ โดยจะมีบางส่วนแสดงถึงร่องรอยที่ปรากฏอยู่ในเรื่องของภาษา เช่น คำสอน สุภาษิต คำพังเพย และอุปมาอุปไมย

2.8.5 อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (เว็บไซต์สารานุกรม <http://encyclopedia.laborlawtalk.com/>) (cultural identity) หมายถึง ความรู้สึกของกลุ่มหรือวัฒนธรรมร่วมของกลุ่ม หรือการที่ปัจเจกชนมีอิทธิพล หรือได้รับการยอมรับจากวัฒนธรรมของกลุ่มนั้น ๆ นอกจากนี้การยอมรับวัฒนธรรมของ

กลุ่มคนยังมีความเกี่ยวเนื่องกับเรื่องของบรรทัดฐานทางสังคม (norms) ซึ่งบุคคลต้องสามารถยอมรับความเป็นเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มนั้นให้ได้

2.8.6 ฉลาดชาย รมิตานนท์ (http://www.soc.cmu.ac.th/~wsc/data/Identity28_3_05.pdf) อ้างถึงฮอลล์ (Hall, S., 1997, p.1) ว่า อัตลักษณ์ หรือ identity ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตาม “ธรรมชาติ” หรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยวัฒนธรรมนั้นก็เป็นที่สร้างขึ้นมาจากสังคม (social construct) และจะไม่มีการหยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (circuit of culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายทั้งปวงจึงถูกผลิต (produced) ขึ้นมาถูกบริโภค (consumed) และถูกควบคุมจัดการ (regulated) อยู่ในวัฒนธรรม พร้อมกันนั้นก็มีการสร้างความหมายต่างๆ (creating meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (symbolic systems of representation) ซึ่งเกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราอาจนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

2.8.7 ความสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อาจจะทำให้เห็นความแตกต่างและความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้งนี้เพราะความแตกต่างดังกล่าวนี้ ควรได้รับการยอมรับมากกว่า การดำเนินหรือเกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคน เนื่องจากเกิดจากความแตกต่างและการไม่ยอมรับในวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่มนั้น ๆ นอกจากนี้การยอมรับในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มจะทำให้บุคคลได้รับการยอมรับเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ง่ายมากขึ้นด้วย

2.9 การตีความหมายประเด็นข้ามชาติ

อมรา พงศาพิชญ์ (2543) ได้นำเสนอการศึกษาถึงวัฒนธรรมข้ามชาติซึ่งได้จาก

2.9.1 คติชนวิทยา (folk lore) หรือวิถีชีวิต คือ เหตุการณ์ต่าง ๆ มีกระบวนการ มีความสัมพันธ์ มีรูปแบบการแสดงที่สื่อความหมาย มีถ้อยคำเป็นสัญลักษณ์ เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตของคนที่มีอยู่ทุกหนทุกแห่งที่แตกต่างกัน รวมทั้งการมีวิถีคิดที่แตกต่างกัน

2.9.2 การศึกษาวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ มองว่าอดีตเป็นอย่างไร ปัจจุบันเป็นอย่างไร และอนาคตจะเป็นอย่างไร โดยการอ่าน ฟัง ถอดเพื่อทำให้ทราบเรื่องราวจากประวัติศาสตร์ท้องถิ่นหรือท้องที่ ตำนานของสถานที่ต่าง ๆ เช่น นครพนม สามเสน ภูไท ลีลม สากร ยานนาวา ด่านช้าง แม่ฮ่องสอน (แม่น้ำที่เป็นร่องเพื่อสอนช้าง) ย่านดาว ฯลฯ

2.9.3 การศึกษาวิเคราะห์เชิงภูมิศาสตร์ ในแง่ต่าง ๆ เช่น ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ

2.9.4 ศึกษาจากนิทาน การเล่าเรื่อง เพลงพื้นบ้าน เพลงกล่อมเด็ก ตำนานต่าง ๆ ทุกท้องที่จะมีตำนานเรื่องราวของตนเอง แต่นานวันเข้าเรื่องราวต่าง ๆ ย่อมเพี้ยนไป เพลงลูกทุ่งสามารถสะท้อนภาพสังคมไทยได้ดี เช่น เพลงจอห์นจ้อจอห์น สะท้อนให้เห็นว่า ยุคนั้นมีทหารอเมริกันเข้ามาอยู่ในเมืองไทยมากมาย เพลงน้ำตาเมียซาอู ปัจจุบันมีเพลงโซว์เบอร์รี่ไม่โซว์ใจ ดอกหญ้าในป่าปูน (หัวใจ

ติดดินสวมกางเกงยีนส์เก่า ๆ ใส่เสื้อตัวละร้อยเก้าเก้า จะสวมมงกุฎดอกหญ้ารับปริญญา) หรือมีเพลงที่กล่าวถึงคนเหงาออกมาเที่ยวท่ามกลางผู้คนมากมายแต่ก็ยังเหงา ได้พบเจอมีความสัมพันธ์กับผู้หญิงคนหนึ่งเพียงคืนเดียวจนเกิดความรัก อยากเปลี่ยนความรักชั่วคราว เปลี่ยนความสัมพันธ์ชั่วคราวให้เป็นที่ยั่งยืน คนอีกร้อยปีมาฟัง ก็รับรู้ว่าคนไทยยุคนี้คิดอย่างไร

2.9.5 การวิเคราะห์ในเชิงภาษา เช่น แนวนิรุกติศาสตร์ (phonology) จากสำนวนภาษา จากสัญลักษณ์ เช่น แม่ฮ่องสอน แม่กลอง ค่าน้ำแข็ง สบรวบ เป็นต้น

2.9.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความคิด (thoughts) พิจารณาด้านเสียง (phonetic)

ความหมาย (phonemic) นักสังคมวิทยาชื่อ Pike จึงใช้คำว่า emic (จากคำว่า phonemic) แสดงมุมมองจาก “คนใน” ที่รู้เรื่องจริงหรือรู้ความหมายที่แท้จริงของคนในชุมชนนั้น ๆ ย่อมคุ้นเคยกับปรากฏการณ์หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ

ในขณะที่คำว่า “etic” (จากคำ phonetic) แสดงถึงมุมมองจาก “คนนอก” ซึ่งไม่คุ้นเคยกับปรากฏการณ์หรือพฤติกรรมของสังคมอื่น เป็นมาตรฐานของตนเองหรือของสังคมตนเองที่ตนเคยชินแล้วนำมาวัดสังคมอื่น ๆ เช่น คนกรุงเทพฯ เข้ามาอยู่ในชุมชนต่างจังหวัดย่อมไม่เข้าใจความหมายของคำเฉพาะบางคำอย่างแท้จริง เช่น ปลาบ้า ถ้ามองแบบ etic (คนนอก) จะเห็นว่าเป็นปลาน้ำเค็ม แต่ถ้ามองแบบ emic (คนใน) จะรู้ว่า ปลาบ้าแซ่บเหลือหลาย มีกลิ่นหอมและรสอร่อย

2.9.7 การวิเคราะห์แนวทางจิตวิทยา เช่น แบบจิตวิเคราะห์ (psychoanalysis) โดยคว่ามีมูลเหตุมาอย่างไร ทำไมถึงชอบ ทำไมรู้สึกเกลียด ความคิดเห็นอย่างไร เช่น ดำนังก่องข้าวน้อยฆ่าแม่สอนคนว่าอย่าพึ่งด่วนสรุปสิ่งใด ต้องคิดให้รอบคอบก่อน เพราะจะทำให้ไม่เสียใจภายหลังได้ หรืออาจใช้การวิเคราะห์ตีความสัญลักษณ์ต่าง ๆ ทางจิตวิทยา (hermeneutic analysis) เช่น ตูลาการตีความในกรณีเป็นลูกจ้างหรือรับจ้างทำงานให้กับบริษัทเอกชน

2.9.8 การวิเคราะห์แนวชาตินิยม วีรบุรุษ วีรสตรี บุคคลสำคัญ ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา การสร้างขึ้นมาเจตนาเพื่ออะไร มีจริงหรือไม่ และเป็นที่ยอมรับหรือไม่ เช่น นโปเลียนเป็นใครก่อให้เกิดประโยชน์กับฝรั่งเศสอย่างไร เป็นคนดีหรือโจรผู้ร้าย ยาโมคือใคร เป็นต้น การวิเคราะห์อาจทำให้เกิดคำพูดว่า “ไม่เชื่ออย่าลบหลู่” จากผู้ที่เคารพนับถือในสิ่งนั้น เพราะฉะนั้นการวิเคราะห์จึงต้องระมัดระวังทุกจุดในสังคม

2.9.9 ศึกษาวัฒนธรรมในลักษณะขององค์รวม (holistic) ทั่วประเทศหรือสังคมทั้งหมด เช่น พระธาตุพนมมีความหมายต่อคนในจังหวัดนครพนมอย่างไร มีจริงหรือไม่ ดำนากที่เล่ามีจริงหรือต้องอาศัยการวิเคราะห์ด้วยเหตุผล การศึกษาปรากฏการณ์แบบองค์รวมว่า หมายถึง การเกิดจิตสำนึกร่วมกันของสังคม (collective consciousness) จิตสำนึกสาธารณะ มีความรับผิดชอบร่วมกัน เช่น คนส่วนใหญ่ในสังคมรับผิดชอบต่อป่าชุมชนอย่างไร มีความรับผิดชอบต่อคนพิการในหมู่บ้านอย่างไร และให้ความดูแลคนชราในหมู่บ้านหรือไม่ เป็นต้น

2.9.10 ศึกษาระบบคิดโดยวิเคราะห์ความหมายในแง่มุมมองของวัฒนธรรม

2.9.11 การตีความความหมายของสัญลักษณ์ทางมานุษยวิทยา (interpretive anthropology : ศาสตร์แห่งการตีความ) ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตต้องตีความ เช่น การเขียนหนังสือถึงเจ้านายชั้นสูง

2.9.12 มานุษยวิทยาสัญลักษณ์ (symbolic anthropology) ต้องอาศัยการตีความของสัญลักษณ์ เช่น สัญลักษณ์ของสัตว์ชนิดนี้คืออะไร สัญลักษณ์ไม้กางเขนแปลว่าอะไร และสัญลักษณ์วงกลมคืออะไร เป็นต้น

2.9.13 นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ในลักษณะอื่น เช่น game analogy วิเคราะห์การเล่นและเกมของคนในสังคม เช่น บั้งไฟพญานาค การเล่นไหลเรือไฟ drama analogy วิเคราะห์การแสดง เช่นละครสะท้อนให้คนดูเห็นถึงเรื่องอะไร text analogy วิเคราะห์บทความ การวิเคราะห์เนื้อหา เช่นเนื้อความในหลักศิลาจารึก ระบบทาสของไทย การสืบสันตติวงศ์ พุทธศาสนาแบบเถรวาท การค้าเสรี และชาวต่างด้าวเป็นอย่างไร เป็นต้น ทฤษฎี structuralism วิเคราะห์โครงสร้างสังคม การวิเคราะห์ในเชิงโครงสร้างภาษา (semiology) ส่วน phonology เป็นเรื่องของความหมาย ภาษาทุกภาษาต้องมีโครงสร้าง เช่น ภาษาไทยต้องพูดว่า “ฉันกินข้าว” ถ้าพูดภาษาเยอรมันคือ “ข้าวกินฉัน” ก็ไม่มีความหมาย narratology คือ การเล่าเรื่อง เช่น เรื่องของประวัติศาสตร์ เรื่องในสังคม ซึ่งอาจจะจริงบ้าง หรือเป็นเท็จบ้าง symbolic (สัญลักษณ์) เช่น สัญลักษณ์ของอำนาจที่ยิ่งใหญ่ การยอมแพ้ และการเป็นทาส และ interpretive (การตีความ)

2.9.14 ปัจจุบันพาราไดม์ เรียกว่า วาทกรรม (discourse) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่กำหนดเกี่ยวกับวิธีคิด พฤติกรรมของคนในสังคม คำว่า วาทกรรม ถูกใช้แทนคำว่า structure (โครงสร้าง) grand narrative (เรื่องราวหลวงหรือตำนานหลวง) เช่น เชื่อว่า คนไทยมาจากภูเขาน้ำทิพย์ มีเมืองหลวงชื่อกรุงสุโขทัย กรุงศรีอยุธยา กรุงรัตนโกสินทร์ หรือจากตำนาน (little narrative) เช่น ที่จังหวัดตรังมีตำนานเกี่ยวกับการนำดินยางต้นแรกมาปลูกของประเทศไทย คำต่าง ๆ เช่น ปรัชญา (philosophy) ทฤษฎี (theory) และระบบ (system) คำเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่ามนุษย์ไม่สามารถทำตามใจตนเองได้ แต่มีบางสิ่งบางอย่างที่กำหนดกรอบให้มนุษย์ต้องทำ ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับบริบทโครงสร้าง ระบบ ทักษะแม่บท ทักษะพื้นฐาน รากฐานความคิด กรอบความคิด มีชุดวาทกรรมกำหนดพฤติกรรมของคน สัญลักษณ์ของคนในสังคม การแต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะหรือไม่ เช่น ใส่ชุดกีฬาไปงานศพ หรือการให้เกียรติกับผู้บรรยายบนเวที และการแต่งกายไปปรากฏตัวทางสถานีโทรทัศน์ เป็นต้น

โดยทั่วไปแล้วเรามักลองผิดลองถูก (heuristic) โดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ (empiricism) คือเห็นได้ วัดได้ สัมผัสได้ ไม่หลงเชื่อในสิ่งมมาย สำนักที่ศึกษาตามแนวทางนี้ คือ สำนัก Positivism ที่ชี้ให้เห็นว่า วิทยาศาสตร์ต้องการการลองผิดลองถูก ข้อมูลเชิงประจักษ์ จับคู่ได้ วัดได้ และสัมผัสได้

-semi logy คือ โครงสร้างของภาษาต่าง ๆ ที่ใช้ในแต่ละสังคมหรือประเทศ

-linguistic analysis คือ การวิเคราะห์เชิงภาษา แสดงให้เห็นว่า ภาษามีผลต่อคนอย่างไร ทำให้คนรักกันหรือเกลียดกันหรือไม่

-phenomenology (สำนักปรากฏการณ์นิยม) เป็นกลุ่มสนใจศึกษาและวิเคราะห์ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริง

-naturalism วิเคราะห์ตามธรรมชาติอย่างแท้จริง จึงตรงข้ามกับวิชาเคมี ชีวะ ฟิสิกส์ ที่เรียนมีการทดลองโดยใช้สัตว์เป็นเครื่องทดลอง จึงมีการประณามว่า ทรมานสัตว์

-historicism การวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์นิยม

-การศึกษาในเชิงชาติพันธุ์วรรณา (ethnography)

-การศึกษาเชิงมานุษยวิทยา (anthropology) จะใช้การตีความแบบ hermeneutics (ศาสตร์แห่งการตีความ) หรือ thick description เช่น การใช้มะเขือเทศขวางปากกันทั้งเมือง การชนไก่ การแข่งวิ่งแบกเนยแข็ง และการชนวัว

2.10 ความสำคัญของการศึกษาวัฒนธรรมข้ามชาติ

2.10.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความแตกต่างทางวัฒนธรรมข้ามชาติ

เนื่องจากวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมมนุษย์ และวัฒนธรรมในแต่ละสังคมหรือแต่ละชาติมีความแตกต่างกัน ถ้าความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมมีไม่มากนักอาจจะไม่มีปัญหา แต่ถ้าหากความแตกต่างกันมีมาก จนกระทั่งบางคน หรือบางกลุ่มตกตะลึงเพราะคิดไม่ถึง หรืออย่าง ที่นักมานุษยวิทยาเรียกว่า (culture shock) ย่อมสร้างปัญหา อันเป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม เช่น การดำเนินธุรกิจกับชาวต่างชาติ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ที่สมควรเรียนรู้วัฒนธรรมข้ามชาติ มิฉะนั้นอาจจะประสบปัญหาทางวัฒนธรรม สำหรับการพิจารณาความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมข้ามชาติอาจมีปัจจัยสำคัญดังนี้

2.10.1.1 ภาษา (language) Hawkins, Best and Coney (1998) ได้ศึกษาเรื่องภาษาว่าเป็นสื่อที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน ภาษาเป็นสื่อถ่ายทอดวัฒนธรรม เพื่อแสดงความคิด ความเชื่อ ทักษะ และค่านิยมของสังคมซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละชาติแต่ละภาษา ดังนั้นผู้ที่ต้องการติดต่อทางธุรกิจจะต้องตระหนักถึงความแตกต่างในการสื่อสารความหมาย มิฉะนั้นอาจสร้างปัญหาให้เกิดขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น

บริษัทฟอร์ดมอเตอร์ (Ford motor) นำรถยนต์ “Fiera” (รถบรรทุกขนาดเล็ก) ไปขายในประเทศสเปน ประสบความล้มเหลว เนื่องจากคำว่า “Fiera” ในภาษาสเปนแปลว่า “แย่มาก ร้าย หรือ น่าเกลียด” (terrible, cruel or ugly) และนำรถยนต์ “Pinto” ไปขายในประเทศบราซิล ก็ต้องเปลี่ยนชื่ออย่างรวดเร็ว เมื่อทราบว่า “Pinto” เป็นคำแสลงในภาษาบราซิล ซึ่งหมายถึง “อวัยวะเพศของผู้ชายขนาดเล็ก” (small male sex organ) และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “Corcel” ซึ่งหมายถึง “ม้า”

นอกจากนี้บริษัทเจนเนอรัลมอเตอร์ (General Motors) นำรถยนต์ “Chevrolet Nova” ออกจำหน่ายในแถบลาตินอเมริกาประสบปัญหาขายไม่ค่อยได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากคำว่า “Nova” ในภาษาสเปน หมายถึง “ไม่ไป” หรือ “ไม่วิ่ง” (won't go or doesn't run) เป็นต้น

บริษัทสายการบินอเมริกันแห่งหนึ่ง ทำการโฆษณาอย่างหรุหราบในประเทศบราซิล ว่า บนเครื่องบินของบริษัทมีห้องนั่งเล่นเพื่อพบปะสังสรรค์กัน โดยใช้คำว่า “rendezvous lounges” ซึ่งภายหลังทราบว่า คำ “rendezvous” ในภาษาโปรตุเกส หมายถึง ห้องที่เช่าเพื่อการพลอดรัก (a room hired for lovemaking)

เป๊ปซี่ใช้คำขวัญในโฆษณาว่า “Come alive with Pepsi” ซึ่งหมายถึง “จงดื่มเป๊ปซี่เพื่อสร้างความสดชื่น ร่าเริง ขึ้นมาใหม่” แต่คนเยอรมันจะแปลความหมายเป็น “Come alive out of grave with Pepsi” ซึ่งหมายถึง “ท่านจะฟื้นคืนชีพออกมาจากหลุมฝังศพด้วยการดื่มเป๊ปซี่” ส่วนคนจีนจะหมายถึง “Pepsi brings your ancestors back from the dead” ซึ่งหมายความว่า “เป๊ปซี่จะนำบรรพบุรุษของท่านซึ่งล่วงลับไปแล้ว ให้คืนชีพขึ้นมาใหม่”

2.10.1.2 สี (color) สีเป็นสิ่งที่แสดงความหมายที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งมีวัฒนธรรมต่างกันจากการศึกษาของจาคอปส์ และคณะ (Jacops et al., quoted in Assael. 1998:206) พบว่า ผู้บริโภคในประเทศจีนและญี่ปุ่น จะแสดงความสัมพันธ์ของ สีม่วง กับผลิตภัณฑ์ราคาแพง และ สีเทา กับผลิตภัณฑ์ราคาถูก ซึ่งแตกต่างตรงกันข้ามกับผู้บริโภคชาวอเมริกัน ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ของสีม่วงกับผลิตภัณฑ์ราคาถูก และสีเทากับผลิตภัณฑ์ราคาแพง ส่วน สีน้ำเงิน ซึ่งในประเทศสอแลนด์ หมายถึง ความอบอุ่น (warmth) ในขณะที่ประเทศอิหร่านหมายถึง ความตาย (death) ในสวีเดน หมายถึง ความหนาว (coldness) ส่วนในประเทศอินเดีย หมายถึง ความบริสุทธิ์ (purity) สีเหลือง ในอเมริกาจะแสดงถึงความอบอุ่น แต่ในประเทศฝรั่งเศสจะหมายความถึง ความไม่ซื่อสัตย์ หรือการนอกใจ (infidelity) (Coleman, Cooke and Kochunny, Quoted in Schiffman and Kanuk. 1997:490)

สีอื่นๆ ที่มีความหมายแตกต่างกัน เช่น สีขาว เป็นสัญลักษณ์ของความโศกเศร้าการไว้ทุกข์หรือความตายในหลายประเทศในแถบละตินอเมริกา สีน้ำเงิน จะแสดงความหมายถึงความเป็นเพศหญิง (femininity) ในประเทศสอแลนด์ แต่จะแสดงความหมายถึงความเป็นเพศชาย (masculinity) ในประเทศสวีเดน และประเทศอเมริกา สีแดง แสดงถึง โชคร้าย (unlucky) ไม่เป็นมงคล หรือมีความหมายทางลบในประเทศไนจีเรีย และ เยอรมัน แต่จะมีความหมายทางบวกในประเทศเคนมาร์ค รุมาเนีย อาร์เจนตินา เจ้าสาวจะแต่งชุดสีแดงในประเทศจีน แต่เป็นสีแดงแสดงความเป็นเพศชายในประเทศอังกฤษ และฝรั่งเศส เป็นต้น (Hawkins, Best and Coney. 1998:59)

2.10.1.3 สัญลักษณ์ (symbols) สัญลักษณ์ในวัฒนธรรม อันเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน ดังนั้นในการเลือกใช้สี หรือสัญลักษณ์ในการ

โฆษณาสินค้า จำเป็นที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องคำนึงถึงความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมอย่างละเอียดรอบคอบ เพราะค่านิยมความเชื่อและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสัญลักษณ์และสีไม่เหมือนกัน ตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกา ถ้าหากเห็นเด็กเล็กแต่งตัวด้วยสีชมพู ก็จะสามารถบอกได้ค่อนข้างมั่นใจว่า เด็กจะต้องเป็นผู้หญิง และหากแต่งตัวด้วยสีน้ำเงิน ก็จะบอกได้ว่าเป็นผู้ชาย แต่ข้อสมมติฐานนี้อาจจะไม่ถูกต้องในหลายประเทศในโลก อย่างเช่น ประเทศฮอลแลนด์ ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น

2.10.1.3.1 สัญลักษณ์และสีสำคัญที่นักการตลาดควรรู้ เช่น ดอกไม้สีเหลือง (yellow flowers) เป็นเครื่องหมายถึงความตายในเม็กซิโก แต่หมายถึง การไม่ซื่อสัตย์หรือนอกใจ ในประเทศฝรั่งเศส ดอกลิลลี่สีขาว (White lilies) แสดงถึงความตาย ส่วนในประเทศอังกฤษ เลข 7 เป็นตัวเลขที่มีความหมายถึง ความโชคร้าย (unlucky number) ในประเทศกานา เคนยา และสิงคโปร์ แต่จะหมายถึง โชคดีในประเทศอเมริกา โมร็อกโก อินเดีย เซ็กโกสโลวาเกีย และนิการากัว รูปสามเหลี่ยม จะมีความหมายทางลบ ในฮ่องกง เกาหลี และไต้หวัน แต่จะมีความหมายทางบวกในโคลัมเบีย สัตว์จำพวกนกเค้าแมว (owl) หมายถึงความฉลาด (wisdom) ในอเมริกา แต่จะหมายถึง ความโชคร้าย (bad luck) ในประเทศอินเดีย กวาง (deer) หมายถึงความเร็ว (speed) ความสง่างาม (grace) ในประเทศสหรัฐอเมริกา แต่จะหมายถึง พวกรักร่วมเพศ (homosexuality) ในประเทศบราซิล เป็นต้น

2.10.1.3.2 ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่เข้าใจในเรื่องสัญลักษณ์มีดังนี้

1) ผู้ประกอบการผลิตลูกกอล์ฟชั้นนำ ในประเทศอเมริกาต้องประสบกับความผิดหวังอย่างมาก ในตอนแรก ๆ ที่บริษัทพยายามที่จะเจาะตลาดนำลูกกอล์ฟไปขายในประเทศญี่ปุ่น พบความผิดพลาดที่เกิดจากบริษัทบรรจุกล่องลูกกอล์ฟเป็นกล่อง ๆ ละ 4 ลูก โดยไม่ทราบว่า คำว่า “สี่” เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความตายในประเทศญี่ปุ่น เพราะเสียง “สี่” มีเสียงคล้าย ๆ กับคำที่มีความหมายว่า “ตาย”

2) เป๊ปซี่ ต้องสูญเสียส่วนแบ่งตลาดในฐานะผู้นำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia) ให้กับบริษัทโค้ก เมื่อบริษัทได้เปลี่ยนสีเครื่องหมาย และเครื่องจัดจำหน่ายจากสีน้ำเงินเข้มมาเป็นสีน้ำเงินอ่อน เพราะสีน้ำเงินอ่อนนี้เป็นสีที่แสดงสัญลักษณ์เกี่ยวกับความตาย และความโศกเศร้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3) ผู้เดินทางซึ่งเป็นนักธุรกิจชาวจีนส่วนใหญ่รู้สึกตกตะลึงมาก เมื่อเห็นเจ้าหน้าที่ของสายการบินยูไนเต็ดให้การยินดีต้อนรับผู้โดยสารชั้นที่ 1 ที่ประตูในโอกาสเปิดสายการบินเส้นทางแปซิฟิกเริ่มเที่ยวบินแรกโดยเจ้าหน้าที่แต่ละคนมีดอกคาร์เนชั่นสีขาวเป็นเครื่องประดับยืนคอยต้อนรับอย่างภาคภูมิใจ โดยไม่ทราบว่าดอกคาร์เนชั่นสีขาวเป็นสัญลักษณ์ของความตายของชาวเอเชีย

4) ช้างสองเชือก เป็นสัญลักษณ์ความโศกเศร้าของชาวแอฟริกา ทำให้บริษัท เบียร์คาร์ลสเบิร์ก (Carlsberg) ต้องเพิ่มช้างเชือกที่สามเข้ากับฉลากเป็นพิเศษ สำหรับ เบียร์ช้างที่จำหน่ายในแอฟริกา

2.10.1.3.3 เวลา (time) เวลาเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคในแต่ละประเทศที่มีวัฒนธรรมต่างกัน มองเวลาในความหมายต่างกัน ดังนั้นจึงมักจะเกิดปัญหาขึ้นบ่อย ๆ เนื่องจากการรับรู้ในเรื่องเวลา (time perception) ที่ไม่เหมือนกัน คนอเมริกันมองเวลาเป็น “โภคภัณฑ์” (commodity) อย่างหนึ่ง จึงมีการพูดถึง “การใช้เวลา” และ “การเปลืองเวลา” (spending and wasting time) ดังนั้นคนอเมริกันจึงรู้สึกไม่ค่อยพอใจที่ถูกปล่อยให้รอคอย แต่คนในประเทศอื่น ๆ เป็นจำนวนมากถือเรื่องเวลาสำคัญน้อยกว่าคนอเมริกัน ผู้บริหารชาวต่างประเทศอาจปล่อยให้ลูกค้ายาอเมริกันรอคอย 45 นาที หรือมากกว่า นี่เป็นเรื่องปกติธรรมดา ทั้งนี้เพราะเขาถือว่า การตรงต่อเวลาพอดีไม่ใช่เรื่องสำคัญ ผู้จัดการที่เป็นชาวกรีกอาจมีความรู้สึกว่าการกำหนดเวลาที่จำกัด เพื่อนัดหมายในการประชุมทางธุรกิจของคนอเมริกันถือเป็นการดูถูกพวกเขา

2.10.1.3.4 ที่ว่างหรือระยะห่าง (space) ขนาดของที่ว่าง หรือระยะห่างในต่างวัฒนธรรมจะมีความหมายที่แตกต่างกัน สำหรับในสหรัฐอเมริกาการจัดห้องทำงานในบริษัท โดยทั่วไปมักจะมีการจัดแบ่งขนาดของห้องตามตำแหน่งและความมีชื่อเสียงมากกว่าความจำเป็นในการใช้งาน เช่น ประธานของบริษัท (president) จะมีขนาดห้องทำงานที่ใหญ่ที่สุด ตามมาด้วยห้องทำงานของรองประธาน (vice president) และอื่น ๆ จะลดหลั่นลงมาตามลำดับ เพราะว่าการนิยมของคนอเมริกัน ยึดถือความคิดที่ว่า “ยิ่งใหญ่ก็ยิ่งดี” หรือ “bigger is better”

1) คนอเมริกันนั้นมักจะถือสถานที่ทำงาน (Work space) เช่น โต๊ะที่นั่ง เป็นเรื่องส่วนตัวไม่ยอมให้ใครเข้ามายุ่งเกี่ยวหรือก้าวล้ำ คนอเมริกันน้อยคนเหลือเกินที่จะรู้สึกสบายใจเมื่อต้องใช้โต๊ะทำงานร่วมกับผู้อื่น

2) ในกรุงโตเกียว บริษัท IBM ได้จัดโต๊ะที่นั่งทำงานเพียง 4,300 โต๊ะ สำหรับพนักงานตัวแทนขาย 5,000 คน เพราะถือว่า โดยปกติแล้วมีพนักงานตัวแทนขายอย่างน้อยที่สุด 700 คน จะออกไปเยี่ยมลูกค้าตลอดเวลา เมื่อพนักงานขายมาถึงที่ทำงาน เขาก็จะตรวจดูจากคอมพิวเตอร์ว่า โต๊ะไหนว่างบ้าง จากนั้นก็จะนำเอกสารจากแฟ้มส่วนตัวหรือจากที่เก็บของ ไปนั่งทำงานตามโต๊ะที่ว่างนั้น จนกว่าจะถึงเวลาที่จะต้องออกไปเยี่ยมลูกค้าอีก และทุกครั้งที่พวกเขาออกจากโต๊ะทำงาน ก็จะทำความสะอาดโต๊ะเรียบร้อย และนำเอกสารส่วนตัวไปเก็บไว้ที่เก็บของก่อนออกไป

3) การรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล (personal space) ในการพูดเจรจาหรือสนทนากันทางธุรกิจก็มีปัญหาเช่นเดียวกัน ในประเทศสหรัฐอเมริกานั้น ระยะห่างตามปกติทั่วไปในการสนทนากันทางธุรกิจ จะห่างกันประมาณ 3 - 5 ฟุต หากเป็นเรื่องธุรกิจที่ค่อนข้างจะเป็นเรื่อง

ส่วนตัวมาก ก็จะพูดห่างกันตั้งแต่ 18 นิ้ว ถึง 3 ฟุต ในยุโรปทางตอนเหนือ จะมีระยะห่างมากกว่านี้สักเล็กน้อย ในขณะที่ลาตินอเมริกา ฝ่ายแรกจะมีลักษณะถอยห่าง ในขณะที่อีกฝ่ายจะเป็นฝ่ายรุกเข้าไปใกล้ เพื่อรักษาระดับความห่างตามปกติของตน จนกลายเป็นเรื่องขบขัน ซึ่งทั้งสองฝ่ายทำไปโดยไม่รู้ตัว เพราะผลเกิดจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันนั่นเอง

2.10.1.3.5 การให้ของขวัญ (gift - giving) การให้ของขวัญในแต่ละประเทศที่มีวัฒนธรรมต่างกัน จะมีวิธีการให้ของขวัญในโอกาส และรูปแบบแตกต่างกันด้วย ในประเทศไทยเรามีการให้ของขวัญวันเกิด วันแต่งงาน และวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น ส่วนประเทศอเมริกามีการให้ของขวัญกันได้แก่ วันวาเลนไทน์ วันแม่ วันพ่อ วันเลขานุการ และวันคริสต์มาส เป็นต้น ในประเทศเกาหลีจะมีให้ของขวัญในวันฉลองครบรอบ 100 วันของเด็กที่เกิดใหม่ ส่วนในประเทศจีนจะให้ของขวัญในวันฉลองเด็กมีอายุครบ 1 เดือน

1) การให้ของขวัญจะต่างกันตามวัฒนธรรมที่มีความต่างกัน ตัวอย่างเช่น ประเทศอเมริกันนิยมให้เสื้อผ้าเป็นของขวัญ ซึ่งเป็นที่นิยมกันโดยทั่วไป แต่สำหรับในประเทศสหราชอาณาจักรจะไม่ให้ของขวัญกัน นอกจากมีความสัมพันธ์กันส่วนตัวอย่างใกล้ชิดจริงๆ เท่านั้น ประเทศโซเวียตรัสเซีย การให้เสื้อผ้าเป็นของขวัญ ถือว่า เป็นการให้สินบนอย่างหนึ่ง การให้มีด ช้อนส้อม กรรไกร (cutlery) ถือว่า ไม่เหมาะสมในได้หวัน เยอรมัน และรัสเซีย ส่วนในประเทศจีน การให้นาฬิกา (clock) เป็นของขวัญจะไม่กระทำกันเพราะคำว่า “clock” มีความหมายคล้ายคลึงกับ “terminate” ซึ่งหมายถึง ยุติ สิ้นสุด ดังนั้นการให้ของขวัญนาฬิกาจึงเป็นการแสดงว่า วันเวลาของผู้รับของขวัญใกล้จะสิ้นสุดแล้ว

2) โอกาสในการให้ของขวัญในแต่ละประเทศ ก็จะแตกต่างกัน ในยุโรปการให้ของขวัญต่อกัน จะเกิดขึ้นภายหลังที่บุคคลมีความสัมพันธ์กันส่วนตัวอย่างใกล้ชิดแล้วเท่านั้น แต่สำหรับประเทศญี่ปุ่นจะมีการให้ของขวัญกันเมื่อพบครั้งแรก ในขณะที่ประเทศจีนถือว่าไม่เหมาะสม นอกจากนี้ชาวญี่ปุ่นยังมีการให้ของขวัญที่เรียกว่า “omiyage” แก่เพื่อน ๆ และญาติพี่น้อง หลังจากกลับมาจากการเดินทางไปต่างประเทศก็จะใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อของขวัญประเภทนี้กับที่ซื้อรายการสินค้าประเภทอื่น ๆ ที่สำหรับตนเองมากพอ ๆ กัน

3) นอกจากนั้นแล้วยังมีวิธีการให้ที่แตกต่างกันอีกด้วย ในประเทศจีนการให้ของขวัญ ควรเสนอให้การเป็นส่วนตัว ในขณะที่กลุ่มประเทศอาหรับ การให้ของขวัญจะต้องกระทำต่อหน้าผู้อื่น คนอเมริกันจะเปิดของขวัญต่อหน้าผู้ให้ แต่ในประเทศเกาหลี และญี่ปุ่นถือว่าไม่สุภาพในการเปิดของขวัญต่อหน้าผู้ให้ และในวัฒนธรรมของชาวตะวันตก (Western cultures) ผู้มีฐานะต่ำกว่า (lower status) จะคาดหวังที่จะได้รับของขวัญที่ดีกว่าที่เขาให้จากผู้มีฐานะสูงกว่า (higher status) ในทางตรงกันข้ามวัฒนธรรมของชาวเอเชีย (Asian cultures) ผู้มีฐานะตำแหน่งสูงกว่าปกติจะได้รับของขวัญที่ดีกว่า

2.10.2 ภาพลักษณ์การปะทะของวัฒนธรรมข้ามชาติในประเทศสหรัฐอเมริกา

อนุช อาภาภิรม (2552) ได้เขียนคอลัมน์ “วิกฤตศตวรรษที่ 21” ในมติชนสุดสัปดาห์ ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ชื่อว่าเป็นเป่าหลอมของหลากหลายชนชาติที่เมื่ออพยพมาตั้งถิ่นฐานแล้วก็กลายเป็นคนอเมริกัน ในประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ของอเมริกันเกิดขึ้นและสามารถดำรงรักษาด้วยอำนาจรุนแรง แต่ปัจจุบันกล่าวได้ว่า ความเป็นอเมริกัน (Americanism) ถูกต่อต้านไปทั่วโลก จนอาจกล่าวได้ว่า เกิดวิกฤตอัตลักษณ์ (identity crisis) อนุชได้อ้างถึง แซมวล พี. ฮันติงตัน ซึ่งเขียนหนังสือ “การปะทะกันทางอารยธรรม” (Samuel P. Huntington 1927-2008) (The Clash of Civilizations and the Making of World Order เผยแพร่ปี 1996)

2.10.2.1 ฮันติงตันได้เสนอจุดเริ่มต้นหรือสมมติฐานเบื้องต้น 4 ประการคือ

2.10.2.1.1 ชาติต่างๆ ถือกำเนิดมาโดยมีลักษณะประจำตน เช่น ปากีสถานเกิดมาเพื่อเป็นรัฐอิสลาม สหรัฐอเมริกาเกิดขึ้นเพื่อเป็นรัฐผิวขาวคริสเตียน

2.10.2.1.2 สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศของผู้ตั้งถิ่นฐาน(settler)ไม่ใช่เป็นของผู้อพยพเข้ามา(immigrant) การมีผู้อพยพจำนวนมากเข้าสู่ประเทศอเมริกา ได้ทำลายอัตลักษณ์ของชาวอเมริกัน

2.10.2.1.3 แกนกลางของวัฒนธรรมอเมริกัน ได้แก่ ชาวผิวขาวที่เป็นคริสเตียน และนับถือ นิกายโปรเตสแตนต์ แต่ไม่ใช่โรมันคาทอลิกแบบยุโรป มีการพูดภาษาอังกฤษ ยึดมั่นในจริยธรรมของการทำงานหนัก นับถือลัทธิปัจเจกบุคคล การปกครองของกฎหมาย และกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคล

2.10.2.1.4 ประเทศที่มีอัตลักษณ์เข้มแข็งย่อมมีรัฐบาลที่เข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพ ข้อสมมุติฐานของฮันติงตันมีบางส่วนเปลี่ยนไป เช่น สัดส่วนคนผิวขาวที่พูดภาษาอังกฤษลดน้อยลง สำนักสำมะโนประชากรอเมริกันประมาณว่า ภายในปี 2050 สัดส่วนคนผิวขาวที่ไม่ได้มีเชื้อสายสเปนและโปรตุเกสจะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 46 ของประชากรทั้งหมด ประเทศสหรัฐอเมริกามีอายุมากกว่า200 ปี ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวตามกาลเวลา

2.10.2.2 จากสมมุติฐานของฮันติงตัน อาจอธิบายเรื่องการปะทะทางวัฒนธรรมในสหรัฐได้ 3 ประเด็นคือ

2.10.2.2.1 ปัญหาผู้อพยพ ฮันติงตันได้มีความเห็นว่า นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1965 ที่มีการประกาศใช้กฎหมายผู้อพยพ ซึ่งมีผลยกเลิกโควตาผู้อพยพเดิมทั้งหมด และทำให้รูปแบบของผู้อพยพมาสู่ประเทศสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไป 2 ประการคือ

1) เกิดกระแสสูงของผู้อพยพส่วนมากมาอเมริกาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การอพยพสู่สหรัฐอเมริกาก่อนนั้นมี 2 แบบ ได้แก่การมีผู้อพยพทยอยเข้าไม่มากอย่างต่อเนื่อง หรือมีมากในช่วงสั้น ทำให้ผู้อพยพไม่กลมกลืนเข้ากับสังคมอเมริกัน

ยิ่งเมื่อได้รับแรงสนับสนุนจากแนวคิดเรื่อง “สองภาษา” (bilingualism) รวมทั้ง พหุวัฒนธรรม (multiculturalism) แทนที่จะเป็นการทำให้เกิดการปรับตัวเป็นแบบอเมริกัน (Americanization) ผู้อพยพเหล่านี้จึงไม่มีแรงจูงใจที่จะกลมกลืนเข้ากับ วัฒนธรรมอเมริกัน หากแต่พยายามจะรักษาอัตลักษณ์ และมีการติดขัดกับแผ่นดิน เกิดของตนไว้

2) ผู้อพยพรุ่นใหม่มีความหลากหลายน้อยกว่าเดิมมาก กล่าวคือ ประมาณ ร้อยละ 50 จากประเทศละตินอเมริกา ร้อยละ 25 มาจากเม็กซิโก ปรากฏการณ์นี้ย่อม ชัดขวางการกลมกลืนเป็นอเมริกัน เพราะถ้าผู้อพยพมีหลากหลายมากขึ้น พวกเขา ต้องชวนขวยเรียนภาษาอังกฤษ

2.10.2.3 กลุ่มเหล่านี้เป็นการสืบทอดหรือต่อเนื่องของการเคลื่อนไหวในศตวรรษที่ 20 ได้มี ชาวผิวขาวฝ่ายขวาที่ดำเนินมาตลอด เช่น กลุ่ม กุคลักแคลน ในช่วงทศวรรษ 1920 และสมาคมของ จอห์น เบิร์ช (John Birch Society) ในช่วงทศวรรษ 1960 พบว่าได้มีนักการเมืองโดยเฉพาะจาก พรรครีพับลิกัน และนักหนังสือพิมพ์จำนวนหนึ่ง ทำให้มีกลุ่มชาวผิวขาวฝ่ายขวามากขึ้นจึงเป็นการ ต่อต้านที่โอบามาได้รับการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดี ได้รับการสนับสนุนจากคนผิวสี โดยเฉพาะ จากชาวแอฟริกันอเมริกัน ซึ่งได้ทะเลาะแค้นให้ประธานาธิบดีโอบามาอย่างท่วมท้น กลุ่มคนเหล่านี้โดย พื้นฐานแล้วมีแนวคิดแบบเชื้อชาตินิยม แต่ไม่ถึงขั้นที่จะสร้างลัทธิความเหนือกว่าของคนผิวขาว (white supremacy) เพราะอาจเป็นไปได้ในปัจจุบันว่า การเคลื่อนไหวของชาวผิวขาวจะสามารถ รักษาสถานะเดิมไว้ได้ จึงน่าจะมีการติดตามว่ามีการคลี่คลายไปในทางใด แต่ก็ได้สะท้อนให้เห็นว่า สังคมอเมริกันไม่ได้เป็นปึกแผ่น หากแต่มีความเปราะบางมากกว่าที่คิด

2.10.3 วิถีกินต่างวัฒนธรรมของนักธุรกิจข้ามชาติ

รศสุคนธ์ มกรมณี (2550) ได้เขียนในคอลัมน์ Etiquette นิตยสาร Gourmet & CUISINE ฉบับ เดือนมกราคม ถึงเรื่องของวัฒนธรรมมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการทำธุรกิจ ทั้งในระดับบุคคล และระดับองค์กรท่ามกลางโลกธุรกิจข้ามชาติในปัจจุบัน การมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับค่านิยม มารยาท ขนบธรรมเนียม และพิธีการของวัฒนธรรมต่างๆ เป็นปัจจัยเชิงบวกสำหรับผู้ที่ต้องทำธุรกิจ ที่มีตลาดอยู่ทั่วโลก ผู้ที่ขาดความตระหนักในความแตกต่างทางวัฒนธรรม อาจทำบางสิ่งบางอย่างที่ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด จนอีกฝ่ายต้องขุ่นเคือง เกิดผลเสียหายต่อชื่อเสียงของตนเอง ขององค์กร และเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งไว้ สิ่งที่ต้องรู้เรื่องวัฒนธรรมคือ มารยาทเกี่ยวกับการกินนับว่าเป็นเรื่องที่มี ความสำคัญลำดับต้นๆ แม้ยุคนี้จะถือว่าเป็นโลกไร้พรมแดน แต่ชาติต่างๆ ก็ยังมีธรรมเนียมปฏิบัติ ของตนเอง และจะรู้สึกพอใจต่อชาวต่าง ชาติที่ปฏิบัติตนได้ถูกธรรมเนียมของชาติตน ดังนั้น ก่อนที่จะ ไปปรับประทานอาหารหรือเลี้ยงรับรองลูกค้าชาติใด ควรจะเตรียมสร้างความประทับใจด้วยการหา

ความรู้เพื่อขัดเกลาดตนเองให้มีพฤติกรรมที่ถูกต้องก่อน สิ่งเหล่านี้คือตัวอย่างเล็กๆน้อยๆ ของข้อมูลที่คุณควรรหาความรู้เกี่ยวกับวิถีกินในวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่จะต้องไปเผชิญ ถ้าทำได้ทุกครั้งเมื่อไปยังที่ต่างวัฒนธรรม จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวคุณเองและเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจด้วย หนึ่งในสามเรื่องสำคัญที่คนไทยจำเป็นต้องรู้ คือ อินเทอร์เน็ต ภาษาอังกฤษ และวัฒนธรรมข้ามชาติ ปัญหาคือเรารับรู้วัฒนธรรมของชาติอื่นน้อยมาก ทำให้หนังสือทางการบริหารนับร้อยนับพันเล่มประเภท how to เมื่อนำไปใช้แต่ละประเทศและแต่ละบริษัท จึงให้ผลที่แตกต่างกันมาก เพราะคนในแต่ละประเทศถูกหล่อหลอมมาด้วยวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน เราจะเข้าใจวัฒนธรรมคนอื่นได้ก็ต่อเมื่อยอมรับ และยอมถอดแวนวัฒนธรรมของเราออก

2.10.3.1 ประเด็นหลักเกี่ยวกับวิถีกินของชนชาติต่าง ๆ คือ

2.10.3.1.1 การนั่งโต๊ะ ควรรู้แนวปฏิบัติเรื่องตำแหน่งที่นั่ง ต้องรอให้มีคนพาไปนั่งหรือไม่ มีธรรมเนียมเกี่ยวกับการจัดที่นั่งติดกันของผู้ชายและผู้หญิงหรือไม่ เป็นต้น

2.10.3.1.2 การกิน ควรรู้เรื่องการใช้เครื่องมืออุปกรณ์การกิน เช่น มีด ส้อม แก้วน้ำ หรือตะเกียบ มีข้อควรหรือไม่ควรปฏิบัติในการใช้เครื่องมือเหล่านั้นหรือไม่ เป็นต้น

2.10.3.1.3 ภาษาท่าทาง ควรรู้ว่า จะต้องนั่งอย่างไร จะวางมือตรงไหน วางข้อศอกบนโต๊ะได้หรือไม่ ถ้าต้องนั่งบนพื้น จะนั่งแบบไหนจึงถูกต้อง เป็นต้น

2.10.3.1.4 การสนทนา ควรรู้ว่า การพูดคุยช่วงเวลารับประทานอาหารทำได้ หรือไม่ ถ้าทำได้ควรเป็นเรื่องแบบไหน หากสนทนาเกี่ยวกับธุรกิจเป็นการเหมาะสมหรือไม่ เป็นต้น

2.10.3.1.5 บ้านและภัตตาคาร ควรรู้เรื่องความแตกต่างกันระหว่างมารยาทในการกินอาหารที่บ้านกับที่ภัตตาคาร ในเวลาไปที่บ้านต้องมีของขวัญติดมือไปหรือเปล่า ถ้าจำเป็นควรเป็นอะไร ใครเป็นคนจ่ายค่าอาหารเวลาไปกินในภัตตาคาร เป็นต้น

2.10.3.1.6 อาหาร ควรรับรู้ว่าประเภทใดเป็นที่นิยมรับประทาน การชมผู้ปรุงอาหารเป็นมารยาทที่ดีหรือไม่ และควรชมอย่างไร ต้องกินอาหารให้หมดจานหรือไม่ ถ้าขอเติมอาหารอีกจะสุภาพไหม เป็นต้น

2.10.3.1.7 การตอบแทนการเลี้ยงอาหาร ในบางประเทศ ถือเป็นมารยาทในการตอบขอบคุณเจ้าภาพหลังการเลี้ยงต้อนรับ หรือมีการเลี้ยงตอบแทน แต่ในบางแห่ง ก็อาจจะเป็นเพียงส่งจดหมาย หรือโน้ตสั้น ๆ พร้อมดอกไม้ หรือของชำร่วยเล็กน้อย เป็นการตอบแทนหรือบางแห่งอาจถือว่า เป็นเรื่องธรรมดาของเจ้าภาพที่จะเลี้ยงต้อนรับเป็นธรรมเนียม จึงอาจไม่จำเป็นที่จะต้องทำการเลี้ยงตอบแทนให้เป็นพิธีการ

2.10.3.2 ข้อควรปฏิบัติในการรับประทานอาหารเพื่อธุรกิจในประเทศต่าง ๆ

2.10.3.2.1 ยกตัวอย่างว่าคุณกำลังจะไปเจรจาธุรกิจที่ญี่ปุ่น ควรศึกษาหาคำตอบจากข้อมูล เช่น ในการนั่ง แยกคนสำคัญที่สุดจะนั่งตรงกลาง ห่างจากประตูที่สุดและเริ่มกินเป็นคนแรก ในการกินจะใช้ตะเกียบ เวลาใช้ ต้องไม่นำตะเกียบไปชี้สิ่งต่าง ๆ ไม่ใช่ตะเกียบจิ้มอาหาร ไม่ทิ่มลงในชามข้าว ภาษาท่าทางที่ควรแสดงออกคือ ทดลองลองกินอาหารทุกอย่าง ๆ เล็กน้อย ชดน้ำซุปรองจากถ้วยโดยทำเสียงดัง กินอาหารโดยไม่เหลือทิ้งในงาน การสนทนาในระหว่างรับประทานอาหารทำได้เพียงเล็กน้อย เป็นต้น

2.10.3.2.2 ถ้าไปที่เยอรมันจะได้พบข้อมูล เช่น การนั่งควรขึ้นรองนั่งกว่าจะมีผู้นำไป ในการกินจะถือส้อมมือซ้าย มีดอยู่ในมือขวา ไม่เริ่มรับประทานอาหารจนกว่าเจ้าภาพจะส่งสัญญาณให้ลงมือได้ การวางข้อศอกลงบนโต๊ะอาหารเป็นกิริยาที่ไม่ดี อาหารทุกอย่างต้องกินในงาน บอกว่า คุณอิ่มด้วยการวางส้อมและมีดขนานกันทางด้านขวามือของงาน

2.10.3.2.3 ในตะวันออกกลาง ผู้ที่เป็นแขกจะได้รับเกียรติให้กินอาหารส่วนที่ถือว่าดีที่สุด เช่น หัวปลาหรือตาปลา ไม่ควรปฏิเสธที่จะกิน ไม่ใช่มีดหรือส้อม แต่ใช้มือขวาเท่านั้นในการกิน ไม่ต้องห่วงเรื่องทำสกปรก เมื่อรู้สึกอิ่มแล้วต้องเหลืออาหารไว้ในงานบ้าง เพราะหากกินจนเกลี้ยงงาน จะมีการนำมาเติมให้อีกทันที

2.10.3.3 มื้อกลางวันในงานธุรกิจ

การกินอาหารมื้อกลางวันไม่ใช่เรื่องธรรมดา หากมีเวลานั้นเป็นส่วนหนึ่งของงานธุรกิจ ซึ่งนักธุรกิจรุ่นใหม่มักจะใช้คำทับศัพท์เพื่อให้ฟังแล้วเป็นสากลว่า business lunch แต่ส่วนใหญ่จะใช้คำพูดเป็นกลาง ๆ ว่า "กินกลางวันกับลูกค้า" คนส่วนมากคิดว่า business lunch มีจุดประสงค์เพื่อการทำธุรกิจหรือไม่ก็เพื่อกินอาหาร แต่ในความเป็นจริงแล้วเป็นเรื่องของการสร้างความสัมพันธ์ เพราะคนเราจะทำธุรกิจกับคนที่ตัวเองชอบ หลายครั้งที่ปัจจัยซึ่งทำให้เกิดการตกลงซื้อขาย ไม่ใช่เรื่องของตัวสินค้า ราคา หรือชื่อเสียงของบริษัท แต่เป็นที่ตัวบุคคล มื้อกลางวันในงานธุรกิจ จึงเป็นวาระที่ผู้ประกอบกรกับลูกค้าได้มีโอกาสทำความรู้จักกันและกันในฐานะที่เป็นบุคคล ได้รับรู้ว่ามีสิ่งใดที่สนใจเหมือนกัน สื่อสารกันได้เข้าใจมากขึ้น และช่วยให้ทำงานร่วมกันได้ง่ายขึ้น จึงไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลพิเศษหรือโอกาสพิเศษที่จะเชิญลูกค้าไปกินอาหารกลางวัน

2.10.3.3.1 แนวปฏิบัติสำหรับการมีมื้อกลางวันในงานธุรกิจ ของนักธุรกิจมือใหม่

1) ควรให้ลูกค้าหรือแขกที่คุ้นเคย มีส่วนร่วมในการเลือกร้านที่จะไปด้วย แต่ถ้าคุณมีงบประมาณจำกัด ก็ควรเลือกร้านที่เห็นว่าเหมาะสมไว้ใจหลาย ๆ แห่ง แล้วเสนอให้เลือกร้าน ไม่ควรเลือกศูนย์อาหารหรือร้านอาหารจานด่วน

2) อย่าสั่งอาหารที่ต้องกินเร็ว ๆ เพราะคุณต้องการใช้เวลากับแขกรับเชิญให้มากที่สุด พยายามคิดรายการที่จะสั่งให้ดี อาหารแบบที่มีการบริการให้กินทีละอย่างเรียงตามลำดับจะเหมาะสมมาก อย่าสั่งอาหารที่กินแล้วยุ่งยาก หรือกระเด็นเปรอะเปื้อนเสื้อผ้า เพราะทำให้เสียภาพลักษณ์

3) รับประทานอาหารช้า ๆ เพราะถ้าแขกเป็นฝ่ายที่พูดมากกว่า ก็จะมีเวลากินน้อยกว่าคุณ การมองเห็นว่า งานอาหารของคุณว่าง จะทำให้คนเหล่านั้น ไม่สะดวกใจ และเลิกการพูดคุยได้ คุณก็จะขาดโอกาสรับรู้ข้อมูลต่างๆ

4) แวะเข้าห้องน้ำให้เรียบร้อยก่อนการกิน และระหว่างกิน ก็ต้องควบคุมอาหารประเภทของเหลวให้มีปริมาณน้อยที่สุด ไม่ควรลุกไปเข้าห้องน้ำในระหว่างการกินอาหารกับคนสำคัญ

5) งดเครื่องดื่มจำพวกแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มจำพวกนี้ไม่เหมาะกับการกินมื้อกลางวัน แม้ว่าแขกของคุณจะดื่ม ถ้าคุณต้องดื่มควรเป็นเบียร์ หรือไวน์เท่านั้น ไม่ใช่เหล้า และดื่มเพียง 1 แก้ว เพราะถึงอย่างไรเวลานี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจอยู่

6) ปิดโทรศัพท์มือถือ ในเมื่อแขกของคุณสำคัญขนาดที่ต้องพาไปกินมื้อกลางวัน ก็อย่าดูถูกคนเหล่านั้นด้วยเสียงโทรศัพท์

7) ถ้ามีเอกสารหรือตัวอย่างสินค้า ต้องละไว้ จนกว่ากินเสร็จ การจดโน้ตระหว่างพูดคุยเกี่ยวกับธุรกิจไม่ถือว่าน่าเกลียด แต่อย่าถึงกับตั้งกองเขียนอย่างเป็นทางการ หรือเป็นเรื่องเป็นราวบนโต๊ะอาหาร

8) สิ่งสำคัญยิ่งยวดที่ควรทำในระหว่าง business lunch คือ การฟัง วางตัวเป็นผู้ฟังที่ดี ฟังว่า แขกของคุณชอบอะไร สนใจเรื่องใด อะไรคือแรงบันดาลใจของเขาหรือเธอ โดยคุณเป็นผู้ตั้งคำถามและตั้งใจฟังคำตอบ เพื่อจะได้หาประเด็นเชื่อมโยงไปสู่คำถามประเด็นอื่นต่อไป แต่ต้องระมัดระวังไม่ให้เป็นการถามแบบสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมคำตอบเหล่านั้น และมาดูในภายหลังว่า เกี่ยวเนื่องอย่างไรกับธุรกิจของคุณ

9) ควรพูดคุยเรื่องที่คุ้น และแขกของคุณสนใจเหมือน ๆ กันจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นหากคุณไม่มีข้อมูลดังกล่าวมาก่อน ต้องพยายามหาให้ได้ ในระหว่างการกินอาหาร

10) การจ่ายค่าอาหาร แม้ว่าแขกของคุณจะบอกว่า ตนเองสามารถใช้งบของบริษัทได้ แต่ก็ยังมีข้อยกเว้น เช่น ผู้ขายบางคนจะรู้สึกไม่ดีที่จะให้ผู้หญิงเป็นฝ่ายจ่ายเงิน หรือบางบริษัทมีกฎห้ามพนักงานรับเลี้ยงจากผู้อื่น หากมีกรณีเช่นนี้จงอย่าผิดกฎ

2.10.3.4 ดินเนอร์ทางธุรกิจ

ในวงการธุรกิจ การเจรจาตกลงทางการค้า การแนะนำตัว การแสดงความขอบคุณ หรือแม้แต่การประชุม มักจะมีการเลี้ยงอาหารเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ การเลี้ยงอาหารที่มีพิธีรีตองมาก จนคนรุ่นใหม่มักจะวางตัวไม่ถูกคือ งานเลี้ยงแบบนั่งโต๊ะอย่างเป็นทางการที่คนไทยมักเรียกว่าไปกินดินเนอร์ แต่จัดให้กินได้ทั้งมือกลางวันและมือเย็น อาหารให้บริการจะเป็นชุด ๆ เรียงตามลำดับ แต่ละชุดเรียกว่าคอร์ส มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการกินวางไว้ให้มาก

2.10.3.4.1 มารยาทใช้ในโต๊ะอาหารมีบทบาทสำคัญที่จะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า หุ้นส่วน หรือเจ้านาย หลายคนอาจคิดว่าไม่ใช่เรื่องสำคัญ แต่ความจริงแล้วพฤติกรรมในโต๊ะอาหาร เป็นเครื่องแสดงให้ผู้อื่นทราบว่า เราได้รับการอบรมกล่อมเกลามาดีหรือไม่เพียงไร การมีภาพลักษณ์โดยรวมที่ดีช่วยเสริมความสำเร็จในอาชีพการงาน ฉะนั้นรู้ไว้บ้างทำให้ถูกจะมีผลดีกับตัวเอง ขณะนี้มหาวิทยาลัยในต่างประเทศหลายแห่ง สอนมารยาทในโต๊ะอาหารให้กับนักศึกษาที่เรียนทางด้านบริหารธุรกิจด้วย

2.10.3.4.2 เรื่องแรกที่ต้องรู้คือ ผ้าเช็ดปาก ผ้านี้จะพบวางอยู่บนจานอาหาร พับเป็นรูปต่าง ๆ เพื่อความสวยงาม ผ้านี้สำคัญตรงที่เป็นสัญญาณบอกว่าเริ่มกินแล้ว โดยคนที่ส่งสัญญาณมีคนเดียวคือ เจ้าภาพ โดยเจ้าภาพจะเป็นผู้ที่คลี่ผ้าเช็ดปากของตนออก ซึ่งถือเป็นสัญญาณบอกให้แขกทำเช่นเดียวกัน อย่าผลอหีบผ้าออกมาคลี่เองก่อน

2.10.3.4.3 การคลี่ผ้า ให้คลี่ออกวางไว้บนตัก ถ้าเป็นผ้าผืนเล็กที่ใช้กับมือกลางวัน ก็คลี่ออกให้หมด หรือคลี่เพียงครึ่งเดียวในแนวนอน ถ้าหากผ้าผืนนั้นเป็นแบบผืนใหญ่ที่มักใช้สำหรับมือเย็น ผ้านี้ควรอยู่บนตักตลอดเวลา กิน จะใช้ก็เพียงเพื่อเช็ดปากเท่านั้น เวลาใช้ให้แตะๆ ที่ริมฝีปากเบา ๆ เท่านั้น และถ้ามีความจำเป็นต้องลุกจากโต๊ะให้วางผ้าไว้บนเก้าอี้ และเจ้าภาพจะใช้ผ้านี้ส่งสัญญาณจบรายการกินด้วยเช่นกัน โดยวางผ้าของตนบนโต๊ะทางขวามือของจานอาหารให้เรียบร้อย แต่ไม่ต้องพับให้เหมือนเดิม

2.10.3.4.4 การสั่งอาหาร ในกรณีที่เจ้าภาพไม่ได้เตรียมการไว้ ให้คุณและแขกคนอื่น ๆ สั่งเองหลังจากดูเมนูแล้ว ถ้ามีรายการอาหารที่คุณไม่รู้จักหรือไม่แน่ใจว่าเป็นอะไรให้ถามพนักงานได้ตามที่ต้องการจะรู้ เพราะเป็นหน้าที่ที่เขาจะต้องบอก ถามให้รู้เรื่องก่อนที่จะได้อาหารที่คุณกินไม่ลงหรือมีส่วนผสมที่คุณแพ้ ตามปกติ เจ้านายของคุณหรือเจ้าภาพมักจะให้คุณสั่งก่อนโดยตนเองจะสั่งเป็นคนสุดท้าย แต่บางสถานที่พนักงานอาจจะกำหนดเอง เช่น รับคำสั่งของแขกที่เป็นสุภาพสตรีก่อน อย่างไรก็ตาม ในฐานะแขกไม่ควรสั่งอาหารที่มีราคาแพงที่สุดในรายการอาหาร

2.10.3.4.5 การใช้อุปกรณ์การกิน การเลือกใช้อุปกรณ์การกินที่วางตรงหน้าเริ่มจากมีด ส้อม หรือช้อน ที่อยู่ริมนอกสุดแล้วขยับเข้ามาด้านใน อุปกรณ์แต่ละชิ้นจะใช้สำหรับแต่ละชุดของรายการอาหารที่คุณสั่ง ส้อมสำหรับสลัดจะอยู่ซ้ายมือสุด ตามมาด้วยส้อมของ

อาหารจานหลัก ซ้อนซุบจะอยู่ขวามือสุด ถัดเข้ามาเป็นมิดสำหรับสลัด และมิดสำหรับอาหารจานหลัก ซ้อนและส้อมสำหรับของหวานจะวางอยู่เหนือจาน หรือมาพร้อมกับการให้บริการ ควรจำกฎว่า “นอกเข้าไปใน”

2.10.3.4.6 การใช้มีดกับส้อมในการกินมี 2 วิธีคือ แบบอเมริกันและแบบยุโรป ถนัดแบบไหนก็ใช้แบบนั้น แบบอเมริกันจะถือมีดมือขวา ส้อมมือซ้าย ใช้มีดและส้อมช่วยกันตัดอาหารเป็นคำ ๆ พอให้ได้เป็นชิ้น ๆ สัก 2-3 ชิ้น แล้ววางมีดบนขอบจานด้านบน โดยให้เอาด้านคมหันเข้าหาตัว เปลี่ยนเป็นถือส้อมด้วยมือขวา แล้วจิ้มหรือตัดอาหารใส่ปาก และให้ส้อมหงายขึ้น สำหรับคนที่ถนัดซ้าย ก็สลับมือกัน แบบยุโรปก็ทำเหมือนกันในตอนแรก ให้ใช้ส้อมในมือซ้ายกดอาหารที่จะตัด ส่วนมือขวาก็ถือมีดตัด แต่ไม่ต้องเปลี่ยนมือเมื่อตัดอาหารเสร็จแล้ว ใช้ส้อมคว่ำหน้าลง แล้วจิ้มหรือตัดอาหารใส่ปาก ทำเป็นคำ ๆ ไปเรื่อย ๆ

2.10.3.4.7 สำหรับการกินซุบให้ใช้ช้อนตักออกไปจากตัว และกินในลักษณะจิบจากด้านข้างของช้อน ไม่ชดเสียงดัง และเมื่อซุบใกล้จะหมด สามารถยกถ้วยหรือจานเอียงขึ้นเพื่อตักได้ โดยเอียงออกจากตัวเช่นกัน ถ้ามีขนมปังด้วย ให้ใช้มือบีบเป็นคำ ๆ ทาเนยโดยใช้มีดและส่งเข้าปากได้เลย ไม่ใช้มีดกับส้อมในการตัดขนมปัง รวมทั้งไม่หยิบขนมปังทั้งก้อนขึ้นกัดกิน เสร็จแล้ววางจานไว้ ไม่ต้องเลื่อนหรือผลักจานออกจากตัว

2.10.3.4.8 วิธีส่งสัญญาณว่า คุณเสร็จแล้ว คือการวางมีดและส้อมไว้บนจาน ใบมีดหันเข้าหาตัวคุณ คว่ำส้อมลงแล้ววางไว้ด้วยกัน เหมือนเข็มนาฬิกาชี้ตรงหมายเลขสิบ และหมายเลขสี่ อุปกรณ์ใดที่ใช้ไปแล้ว ไม่ต้องเอาไปวางคืนที่ อุปกรณ์ใดไม่ใช้ก็ทิ้งไว้บนโต๊ะตามเดิม และอย่าลืมว่า ช้อนที่ใช้แล้ว ไม่ทิ้งคาไว้ในถ้วย ให้วางบนจานรองถ้วย แต่ถ้าเป็นจานซุบ คุณทิ้งช้อนซุบไว้ในจานได้

2.10.3.4.9 เรื่องทั่วไปในการกินแบบทางการ ที่ปฏิบัติแล้วช่วยเสริมบุคลิกภาพคือ

- 1) สั่งอาหารที่กินด้วยมีดกับส้อม ดีกว่ากินด้วยมือ
- 2) ไม่ควรสั่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และงดการสูบบุหรี่
- 3) การนั่งตัวตรง เรายังไม่กินให้วางมือบนตัก ถ้าวางบนโต๊ะ ข้อมือควรอยู่ตรงขอบโต๊ะ การวางข้อศอกบนโต๊ะเป็นมารยาทที่พอรับได้ระหว่างรอคอยคอร์สต่าง ๆ ที่จะมาบริการ แต่ขณะกินโปรดอย่าเอาข้อศอกขึ้นมา
- 4) ไม่เติมเครื่องปรุงก่อนชิม
- 5) เคี้ยวอาหารโดยที่ปากปิดสนิท แม้ว่าจะสามารถพูดคุยได้เมื่อมีอาหารเล็กน้อยอยู่ในปาก แต่ไม่ควรพูดเมื่อมีอาหารอยู่เต็มปาก ถ้าอาหารเกิดติดฟัน ควรลุกจากโต๊ะไปจัดการในที่ลับตา แต่พยายามอย่าลุกจากโต๊ะจนกว่าการกินจะยุติ ยกเว้นว่ามีความจำเป็น
- 6) ถ้าอยากได้อะไรบนโต๊ะที่เอื้อมไม่ถึง บอกคนอื่นให้ช่วยส่งต่อให้

- 7) ถ้ามีอุปกรณ์ใดหล่นพื้น หยิบขึ้นมาถ้าหยิบถึง และส่งสัญญาณบอกพนักงานว่า คุณต้องการชิ้นนั้นใหม่ ถ้าหยิบไม่ถึงให้บอกพนักงานว่าคุณทำชิ้นไหนตกแล้วขอใหม่
- 8) อาหารที่บังเอิญกระเด็นออกนอกจาน สามารถหยิบขึ้นมาได้โดยใช้อุปกรณ์การกินตัก ขึ้นมาแล้ววางไว้ที่ขอบจาน ถ้าเกิดอาการกินไม่เข้าต้องคายออก โปรดอย่าคายลงในผ้าเช็ดปาก ให้ใช้อุปกรณ์ ที่ส่งอาหารเข้าปาก นำอาหารออกมาแล้ววางไว้บนขอบจาน ถ้าจะให้ดี ควรหาอาหารอื่นมาบดบังไว้

2.10.4 การเรียนรู้วัฒนธรรมข้ามชาติในสังคมไทยและสังคมโลกปัจจุบัน

ปองพล อติเรกสาร (2551) วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ได้กล่าวถึงเรื่อง “วัฒนธรรมไทยภายใต้กระแสวัฒนธรรมโลก” โดยสรุปใจความสำคัญตอนหนึ่งว่า “การปรับตัวของวัฒนธรรมไทย ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์” ในสภาพปัจจุบันวัฒนธรรมอยู่ในสถานะไร้พรมแดน หรือเรียกว่าวัฒนธรรมโลก ซึ่งประเทศไทยก็นับเป็นบ้านหนึ่งในหมู่บ้านโลกที่มีวัฒนธรรมของตนเองที่ต้องอยู่ร่วมกัน และมีการแลกเปลี่ยนกับวัฒนธรรมอื่น ๆ ดังนั้นการปรับตัวของวัฒนธรรมจึงมาจาก 3 มุม ได้แก่ 1. วัฒนธรรมในสายตานักวิชาการ 2. วัฒนธรรมในสายตาคนทั่วไปที่รู้และเข้าใจและ 3. วัฒนธรรมในสายตาชาวต่างประเทศ วัฒนธรรมในสายตานักวิชาการ ดังเช่นที่รัฐบาลไทยได้จัดทำหนังสือโดยสำนักงานคณะกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ เพื่อเผยแพร่ไปทั่วโลก โดยมีเนื้อหาครอบคลุมถึงอาณาเขตการปกครอง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ภาษา วิถีชีวิตของไทยอย่างรอบด้านและเหมาะต่อการเผยแพร่ต่อไป เพราะเป็นมุมมองของนักวิชาการที่ครอบคลุมทุกเรื่องของวัฒนธรรม ส่วนวัฒนธรรมในสายตาคนทั่วไปที่รู้ และเข้าใจมักเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ และต้องตีความ เช่น สาวโคโยตี้ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นการข้ามวัฒนธรรม(cross culture) ที่ปรับเปลี่ยนไปตามสภาวะการณ์ของยุคสมัย สำหรับวัฒนธรรมในสายตาชาวต่างประเทศ ที่แสดงถึงสิ่งที่สังคมอื่นไม่มี แต่กลับมีในไทยและปรับตัวเป็นวัฒนธรรมใหม่ เช่น การใช้ถุงพลาสติกใส่เครื่องดื่ม การใช้กระดาษชำระสีชมพูบนโต๊ะอาหารแทนกระดาษชำระที่เป็นม้วน (ซึ่งส่วนใหญ่ยังใช้ในห้องสุขา) การใช้เสื้อกั๊กของวินมอเตอร์ไซด์ (ซึ่งชาวต่างประเทศมักสวมเสื้อกั๊กในงานพิธีการอย่างสมเกียรติ) นอกจากนี้ยังได้นำเสนอ “แนวทางในการปรับตัวของสังคมไทย” ไว้ที่น่าสนใจว่า “สังคมไทยต้องเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ เรียนรู้ทุกพื้นที่ มีมุมหนังสือในบ้าน มีห้องสมุดในที่ทำงาน มีการจัดสัมมนา หรือเข้าร่วมสัมมนาด้านวัฒนธรรม มีการเปิดหลักสูตรปริญญาระดับปริญญาโทให้ความรู้การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม เพื่อศึกษาให้เข้าใจวัฒนธรรมต่างประเทศอย่างถ่องแท้ เช่น การคำนวณแบบญี่ปุ่นที่ให้เกียรติแขกมาก ต้องโค้งคำนับ 45 องศา มีการศึกษาและพัฒนาวัฒนธรรมที่ดีของตะวันตกมาปรับใช้ในวัฒนธรรมไทย เช่นคำว่า spirit ให้เป็นจริงในสังคมไทย นอกจากนี้ยังควรมองวัฒนธรรมข้ามชาติในเชิงบวก เช่น มองศูนย์การค้าเป็นแหล่ง

เรียนรู้สินค้าทั่วโลก การบรรจุภัณฑ์ การนำเสนอการขาย เป็นต้น เพื่อให้เยาวชนเข้าใจเท่าทันกับ กระแส สำหรับวิกฤตปัญหาด้านอาหารที่กำลังประสบอยู่ทั่วโลกนั้น เราต้องปรับวัฒนธรรมการกิน เช่น การกินแบบโตะจีนที่มักจะมีอาหารเหลือเป็นจำนวนมากมาเป็นอาหารจานเดียว กินอ้อมอย่าง พอเพียง ส่วนในเรื่องของการพัฒนาพื้นที่ทางวัฒนธรรมนั้น ควรจะนำการพัฒนากระบวนการจัดการในพื้นที่มรดกโลกมาเป็นตัวอย่าง เช่น ที่เมืองลี่เจียงของประเทศจีน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวและ ดำรงสภาพธรรมชาติวัฒนธรรมได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งประเทศไทยก็ควรต้องผลิตบุคลากรเพื่อรองรับ การบริหารจัดการเช่นนี้เพิ่มขึ้น และหากประเทศไทยอยากจะมุ่งไปสู่ “การเป็นมรดกโลก” ทั้งด้าน วัฒนธรรมและธรรมชาติ ก็ควรจะต้องเรียนรู้โครงสร้างของคณะกรรมการ หลักเกณฑ์การพิจารณา การเตรียมตัว และการบริหารจัดการ เพื่อให้เราสามารถรักษาวัฒนธรรมไว้ได้

2.10.5 ตัวอย่างหน่วยงานที่ใช้ประโยชน์ของสร้างเอกภาพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม

2.10.5.1 D&I สร้างเอกภาพในความหลากหลาย

ทีวีพัฒนา ทุนกุ่มทอง (2547) ได้เขียนนำเสนอบทความเรื่อง D&I สร้างเอกภาพในความ หลากหลาย: สาระนั้นรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัทข้ามชาติ ซึ่งได้แก่ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด ธนาคารแห่งนี้ มีคนจากประเทศต่าง ๆ กว่า 50 ประเทศ มาทำงานร่วมกัน จึงเป็นที่รวมของ ความหลากหลาย ซึ่งหากไม่มีวิธีการสื่อสารกันให้เข้าใจกันอาจเกิดความขัดแย้งได้ง่าย ๆ ความท้าทาย ที่สุดอย่างหนึ่งสำหรับบริษัทข้ามชาติ คือการเข้าใจความหลากหลายของบุคลากรที่มาจากต่างเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม ให้ทุกคนยอมรับความแตกต่างระหว่างกันและนำเอาความหลากหลายนั้นมา สร้างจุดแข็งให้องค์กรได้ โดยนำเอาแนวคิดการบริหารความแตกต่าง ที่เรียกว่า D&I (Diversity and Inclusion) หรือ “การยอมรับและผนวกความแตกต่างเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประโยชน์ให้ องค์กร” มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จัสपाल บิน คารา ประธานคณะกรรมการบริหาร องค์กรด้านธุรกิจระหว่างประเทศของ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด กล่าวว่า D&I มีเป้าหมายอย่างหนึ่งคือการสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้น ในองค์กร ทำให้ทุกคนเข้าใจกันและรู้ว่า แต่ละคนคิดไม่เหมือนกัน แต่ก็ยังสื่อสารกันได้ ทำงาน ร่วมกันได้ และช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ ตัวอย่างเช่น

“สาขาบางประเทศมีผู้ชายมากกว่าผู้หญิง บางที่มีแต่คนอายุมาก บางแห่งก็มีทีมงานอายุน้อย แม้แต่ระดับความรู้ และระดับการศึกษาก็ไม่เท่ากัน ธนาคารต้องพยายามสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้น ในทุก ๆ ส่วน ประเด็นหลัก ๆ ของความแตกต่าง นอกจากเรื่องภาษาแล้ว ยังมีเรื่องเพศ เพราะแต่ละ สังคมยอมรับและปฏิบัติต่อคนแต่ละเพศไม่เหมือนกัน บางแห่งให้ความสำคัญเพศชายมากกว่า ทำให้ ผู้ชายต้องมุ่งมั่นกับการงานอย่างเต็มที่ ส่วนผู้หญิงแม้ต้องทำงานนอกบ้านก็ต้องรับผิดชอบเรื่องการ ดูแลครอบครัว การเลี้ยงลูกไปพร้อมกันด้วย แต่บางประเทศ ผู้หญิงก็สามารถเติบโต และก้าวหน้าใน อาชีพการงานได้เป็นอย่างดี เช่นในประเทศไทย เป็นต้น เรื่องเหล่านี้ ธนาคารตระหนักดีและให้

ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเชื่อว่าหากเข้าใจความแตกต่างและสร้างความสมดุลได้ ก็จะเห็นศักยภาพของคนได้มากและ D&I ก็เป็นวิธีที่ดีในการแก้ไขอุปสรรคที่มีอยู่เพื่อให้ทุกคนสื่อสารกันได้ง่าย เข้าใจ อันจะส่งผลดีต่อองค์กรและภาพพจน์ขององค์กรไปด้วย

ความท้าทายอยู่ที่ต้องทำให้คนในองค์กรรู้จักคนอื่นอย่างถูกต้อง และปฏิบัติต่อพวกกันด้วยท่าทีที่เหมาะสม คงไม่มีใครอยากทำผิดต่อผู้อื่น แต่บางครั้งเพียงแต่ยังไม่เข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และไม่รู้ว่าจะควรทำตัวอย่างไร ซึ่งแต่ละคนต้องรู้จักปรับตัวเข้าหากัน เช่น คนอินเดีย ต้องทำงานกับคนสิงคโปร์ คนไทย ก็ต้องรู้ว่าจะทำตัวอย่างไร พูดยังไรจึงไม่ทำให้คนอื่นเข้าใจทำผิดไป

การที่คนมาจากประเทศต่างๆ กัน พฤติกรรมเล็กๆ น้อยๆ ที่ไม่เป็นอะไรในประเทศหนึ่ง กลับเป็นเรื่องที่คนอีกประเทศหนึ่งไม่ทำ เช่น คนอังกฤษไม่เห็นว่าการนิทาแม่ยายกับคนอื่นเป็นเรื่องไม่เหมาะสม แต่คนเอเชียบางชาติถือว่าไม่ควรทำ

ทุกคนตระหนักถึงเรื่องความแตกต่างทางความคิด และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ และเปิดโอกาสให้ทุกคนได้เรียนรู้ถึงความแตกต่างที่มีอยู่ ขึ้นพื้นฐานคือให้เพื่อนร่วมงานคุยกันแลกเปลี่ยนและไต่ถามเรื่องราวต่าง ๆ ต่อกัน เช่น เมื่อพนักงานคนหนึ่งจะออกไปพบลูกค้าในประเทศหนึ่ง ก็สามารถถามทีมงานที่เป็นคนท้องถิ่นก่อนว่า อะไรควรพูดอะไรไม่ควรพูด ควรทำตัวอย่างไร เพื่อจะได้ทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้นอกเหนือจากปัญหาเรื่องความสามารถในการใช้ภาษา ที่คนบางประเทศคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษมากกว่าคนในหลายประเทศ ซึ่งรวมถึงคนไทยด้วยที่ไม่ใช่ทุกคนจะสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ และหากสื่อสารไม่ได้ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จในองค์กรระหว่างประเทศแบบนี้ แนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหาเรื่องภาษา คือ พยายามส่งจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ถึงพนักงานทุกคนเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้ทุกคนได้ฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษให้แตกฉานมากขึ้น โดยจัดพร้อมไปกับรายการทีวีที่ออกอากาศเป็น 50 ภาษา รวมถึงภาษาไทยด้วย

ธนาคารแห่งนี้ ยังมองว่าพนักงานมีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์อยู่ตลอดเวลา จึงเน้นเรื่องการรักษาภาพลักษณ์ ในเรื่องว่าพนักงานต้องรู้การควรไม่ควร และมีพฤติกรรมเหมาะสมตามความคาดหวังของลูกค้า ประเด็นสำคัญ คือ เมื่อสร้างความตระหนักแล้ว ต้องนำไปถึงการทำให้ถูกต้องด้วย ไม่ใช่แค่รับรู้เฉยๆ ในทางปฏิบัติธนาคารจะมีคณะกรรมการ D&I ประกอบด้วยตัวแทน 10-12 คน มาจากทั่วโลก คอยดูแลและจัดทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรและกับลูกค้าภายนอกให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสม แต่ละปีธนาคารจะจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับ D&I ขึ้นจะเวียนไปในประเทศต่างๆ เพื่อให้ตัวแทนที่เป็นพนักงานที่มีศักยภาพ ตัวแทนจากประเทศต่างๆ ได้มาทำความรู้จักและแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน โดย D&I จะเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการรับพนักงานใหม่เข้ามา และอยู่ในขั้นตอนของการเลื่อนขั้นตามสายงานตลอดเวลา ผลจากการนำนโยบายนี้มาปฏิบัติค่อนข้างจะเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก แต่เท่าที่

พอจะเห็นได้ชัด คือ มีจำนวนพนักงานที่มีอายุงานนานขึ้น จำนวนมากขึ้น และมีจำนวนคนที่พร้อมไปทำงานในสาขาต่างประเทศมากขึ้นเทียบกับก่อนหน้านโยบายนี้มาใช้

ความสำเร็จที่มองเห็นอีกอย่างหนึ่งคือ ในความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่จะเห็นว่าปัจจุบันนี้มีคนไทยสนใจไปทำงานในสาขาต่างประเทศมากขึ้น จากเดิมที่มีน้อยมาก และอีกเรื่องหนึ่งที่น่าสังเกตคือ “คนไทยนอกจากจะสุขภาพแล้วยังไม่ค่อยยอมพูดหรือแสดงความคิดเห็นใดๆ อีกด้วย” แต่อาจมี “บางคนก็ชอบพูดมากเกินไปเหมือนกัน” สิ่งที่สำคัญมากคือความสมดุล นั่นคือทุกคนพูดหรือแสดงความคิดเห็นออกมาได้อย่างพอเหมาะพอควรมากกว่า ความเข้าใจที่เกิดขึ้นในบางครั้ง โยงไปสู่การริเริ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้ด้วย เช่น มีบัตรเครดิตสำหรับสตรีโดยเฉพาะ ในกลุ่มที่มองว่าผู้หญิงมีศักยภาพที่จะตัดสินใจ และดูแลค่าใช้จ่ายของครอบครัวเป็นหลัก โดยเธอจะเป็นผู้เลือกเองว่าจะทำบัตรเสริมให้สามีหรือลูกหรือไม่

บางประเทศก็มีสาขาที่มีแต่ผู้หญิงล้วน แม้แต่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยก็เป็นผู้หญิงด้วย เพื่อความสบายใจของลูกค้าที่เป็นผู้หญิง แต่คงไม่ได้ห้ามลูกค้าผู้ชายเข้ามาใช้บริการ ธนาคารยังมีจุดเด่นในเรื่อง การยอมรับในความสามารถของผู้พิการและปฏิบัติต่อพวกเขาอย่างเป็นธรรมชาติ ด้วยมีความตระหนักดีว่า คนพิการไม่ได้ต้องการความเห็นใจ แต่ต้องการการยอมรับในความสามารถ ถ้าเข้าใจในจุดนี้ก็จะทำให้เข้าใจกันดีขึ้น และปฏิบัติต่อผู้พิการด้วยความเคารพมากกว่าแค่สงสารหรือเห็นใจ นอกเหนือจากนโยบายที่ให้พนักงานทุกคนมีสิทธิลางานปีละ 2 วันเพื่อไปทำงานอาสาสมัครเพื่อสังคมได้โดยไม่มีเงื่อนไข

ผลจากการเข้าใจความแตกต่างและยอมรับในความหลากหลาย ไม่เพียงแต่ทำให้ทีมงานเข้าใจกันเอง และสามารถปฏิบัติต่อลูกค้าในแต่ละประเทศ ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยให้ภาพลักษณ์ของธนาคารดีขึ้น และธนาคารเองก็เข้าใจพนักงานและสามารถกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงานได้มากขึ้นด้วย เช่น ในบางประเทศ ธนาคารอนุญาตให้พนักงานผู้ชายลางานเพื่อไปดูแลลูกที่เกิดใหม่ได้ 2 วัน ซึ่งไม่รวมวันลาพักร้อนหรือลาจิจ ส่วนผู้หญิงลาคลอดได้ตามปกติ คือราว 2 เดือน หรือจะลายาวกว่านั้นก็ได้อีกโดยไม่ขอรับเงินเดือน ในอินเดีย มีโครงการช่วยเหลือลูกให้ช่วงหลังเรียน ระหว่างที่แม่ยังติดภารกิจงานด้วย เพื่อผ่อนคลายภาระให้คุณแม่ทั้งหลาย ซึ่งหากไม่ช่วยบางครั้งผู้หญิงอาจต้องลาออกไปเลย เพราะแทบจะเป็นเรื่องปกติที่ผู้ชายจะสนใจเรื่องการสร้างอาชีพ การงานได้เต็มที่ แต่ส่วนมากผู้หญิงต้องรับภาระดูแลครอบครัวและลูกๆ มากกว่าผู้ชาย นอกจากนี้ยังมีเรื่องการกำหนดวันทำงาน และวันหยุดในแต่ละประเทศ ตามความเหมาะสมกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ด้วย เช่น บางประเทศทำงาน 5 วันต่อสัปดาห์ก็ได้ เหล่านี้เป็นต้น

เมื่อถามถึงกุญแจของความสำเร็จของนโยบายนี้ อยู่ที่ผู้บริหารระดับสูงของธนาคารทุกคนได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเต็มที่ ซึ่งธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์อาจเป็นตัวอย่างที่พิสูจน์ว่า หากผู้บริหารสนับสนุนองค์กรอย่างเต็มที่ โอกาสที่นโยบายการสร้างเอกภาพในความหลากหลายทางวัฒนธรรมนั้นจะประสบความสำเร็จอยู่ใกล้แค่เอื้อม

2.10.5.2 มิติทางวัฒนธรรมของการบริหารธุรกิจ

จำเนียร จวงตระกูล (2548) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับ มิติทางวัฒนธรรมของการบริหารธุรกิจในประเทศไทยว่า ผลของโลกาภิวัตน์ทำให้ธุรกิจปัจจุบันกลายมาเป็นธุรกิจโลก ดังนั้นการบริหารธุรกิจจึงกลายมาเป็นการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ ที่อยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมทางการบริหารปัจจุบัน ผู้บริหาร “ต้องมีความเป็นมืออาชีพเป็นอย่างมาก และจะต้องมีคุณสมบัติที่สูงด้วย” (Alkhafaji, 1995:57) นอกจากนี้ผู้บริหารจะต้อง “มีความยืดหยุ่น มีความสามารถในการปฏิบัติสูง มีทักษะหลายด้าน มีความเป็นสหวิทยาการ และมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมข้ามชาติ” ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า งานปัจจุบันของผู้บริหารกำหนดให้ผู้บริหารต้องทำงานหรือติดต่อกับคนในประเทศต่างๆ ภายใต้วัฒนธรรมที่แตกต่างกันทั่วโลก ดังนั้นวัฒนธรรมจึงกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการปฏิบัติงานของผู้บริหาร เฟอร์ราโร (Ferraro, 1998:7) ได้ให้ความเห็นว่า “การที่ไม่ได้พิจารณาบริบทของวัฒนธรรมในองค์กรท้องถิ่นสามารถนำไปสู่และเคยนำไปสู่ความเข้าใจผิด การสื่อสารผิด การฟ้องร้องคดี และโดยทั่วไปแล้วจะเป็นการมองข้ามเป้าหมายขององค์กร เพื่อที่จะให้ประสบความสำเร็จผู้บริหารจึงต้องมีความสามารถในการจัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมข้ามชาติในการปฏิบัติหน้าที่ประจำวันของตน เฟอร์ราโร ยืนยันว่า “ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง ซึ่งมีส่วนทำให้เกิดความล้มเหลวในการปฏิบัติหน้าที่ทางการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศก็คือ การใช้ข้อสมมติฐานที่ผิดว่า ถ้าหากบุคคลหนึ่งประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่บ้านเกิดของตนแล้ว เขาก็จะประสบความสำเร็จในการนำเอาความเชี่ยวชาญของตนไปใช้ในวัฒนธรรมอื่นเช่นกัน” มีหลักฐานที่ปรากฏชัดว่า “ความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ在不同ประเทศนั้นส่วนมากแล้วเป็นผลมาจากความไม่สามารที่จะเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับวิถีคิดและการปฏิบัติของต่างชาตินอกจากความสามารถทางวิชาการหรือวิชาชีพ” ปัญหาอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาในการติดต่อกับบุคคลในประเทศที่ผู้บริหารไปปฏิบัติหน้าที่ ถึงแม้ว่าผู้บริหารผู้นั้นจะสามารถจัดการเรื่องเดียวกันนี้อย่างประสบความสำเร็จในประเทศบ้านเกิดของตน ปัญหาวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ยากที่จะวินิจฉัยเพราะว่ามีส่วนอื่นๆ ที่สำคัญจำนวนมากซ่อนเร้นจากผู้มีส่วนร่วมในระบบอยู่ในตัวเอง มีอยู่บ่อยครั้งที่แบบแผนทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นมาจากสมมติฐานที่เราไม่ได้ตระหนักถึง โดยทั่วไปแล้วผู้คนจะรับรู้ว่าคุณได้ละเลยแบบแผนทางวัฒนธรรมของคุณก็ต่อเมื่อได้เห็นวัฒนธรรมของผู้อื่นแล้วเท่านั้น

2.11 วัฒนธรรมของกลุ่มคนที่ใช้ภาษาอังกฤษ

บรรจง อมรชีวิน (2547) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับคนอเมริกัน โดยพิจารณารากฐานของประเทศสหรัฐอเมริกาว่า คือมหาอำนาจในโลกปัจจุบันแทบทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ชีวิตของคนอเมริกันจึงเต็มไปด้วยการต่อสู้ตั้งแต่เริ่มมาตั้งรกรากในประเทศ ผู้คนจึงถูกหล่อหลอมขึ้นจากการที่ต้องสร้างตนเองจากจุดที่ไม่มีอะไรให้ไปสู่ความสำเร็จของแต่ละบุคคล ดังนั้นคน

อเมริกันจึงเป็นคนมุ่งมั่นต่ออนาคต ไม่เกรงกลัวต่อสิ่งที่ท้าทายหรือการแข่งขัน เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ ตระหนักเรื่องเวลา ใช้สื่อเป็นแรงผลักดัน มุ่งมั่นหาเงิน เพื่อสร้างความร่ำรวยอย่างรวดเร็ว ทำงานหนัก หาโอกาส ใช้พลัง กำลังทุกด้านเพื่อผลักดันให้สู่เป้าหมาย และตัดสินใจบนพื้นฐานของการใช้พลังกำลังทั้งหมดเท่าที่มี ผู้นำในสหรัฐอเมริกาอาจดูเรื่องความฉลาดหรือคุณลักษณะน้อยกว่าทางแถบยุโรป แต่ภาวะผู้นำหมายถึง การทำงานให้สำเร็จ การปรับปรุงคุณภาพชีวิต ไม่คำนึงถึงความอาวุโสเพียงอย่างเดียว แต่จะดูความสามารถประกอบด้วย การจูงใจการทำงานส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเรื่องของผลตอบแทน โบนัส การแบ่งปันกำไร พนักงานใหม่ต้องการความท้าทายในอนาคตและการแก้ปัญหา ผู้จัดการชาวอเมริกันส่วนใหญ่จึงค่อนข้างเป็นหนุ่มสาว การอยู่ในตำแหน่งนานเพียงใดต้องขึ้นกับผลงานความสำเร็จ ตัวอย่างการแสดงออกของคนอเมริกันในทางธุรกิจ ได้แก่

2.11.1 มีลักษณะของปัจเจกบุคคล ชอบตัดสินใจคนเดียว ตราบเท่าที่ยังไม่มีข้อห้ามจากสำนักงานใหญ่ มักสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองในทันทีที่เริ่มงานหรือพบเห็น เช่น เรียกชื่อแรก คุยเรื่องส่วนตัว หรือครอบครัว ให้ความประทับใจกับผู้ร่วมงาน แสดงออกถึงความไว้วางใจกัน ใช้อารมณ์ขันในการพูดคุยเมื่อมีโอกาส

2.11.2 วางตัวเหมือนการเล่นไพ่ แสดงไพ่กันใบต่อใบตั้งแต่แรกเริ่ม ชอบเสี่ยง แต่ธุรกิจมีแผนการเงินที่ชัดเจน มีการพิจารณาทุกข้อเสนอบนฐานของการลงทุน ระยะเวลา และผลตอบแทน

2.11.3 คำนึงถึงการตรงต่อเวลา เป็นขั้นเป็นตอน มักจะเข้าประเด็นกันอย่างไม่อ้อมค้อม พยายามที่จะให้อีกฝ่ายหนึ่งตกลงด้วยวาทะก่อนการประชุม ในขณะที่อีกฝ่ายเห็นว่ายังมีเวลาอีกนานกว่าที่จะตกลงกันได้ ส่วนมากมักต้องการให้อีกฝ่ายหนึ่งตอบตกลงแล้วค่อยว่ากันในรายละเอียด ไม่ชอบที่จะมีการนั่งเฉยประหว่งการเจรจาต่อรอง ชอบที่จะมีการตัดสินใจรวดเร็วมองโลกในแง่ดี และมักฉวยโอกาสด้วยความรวดเร็วมากกว่า

2.11.4 ชอบมองโลกในแง่ดีประกอบกับการชอบเสี่ยง บ่อยครั้งที่นำไปสู่ความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ บางครั้งอาจขาดความอดทน และอาจพูดจาชวนกวนประสาทฝ่ายตรงข้ามบ้าง ในบางครั้ง บางคนมักจะยื่นกรานและมีทางออกเสมอ โดยมองถึงทางเลือกต่าง ๆ เมื่อพบทางตัน มีความแน่วแน่ไม่เปลี่ยนใจง่าย มักคิดว่าคนอื่นเข้าใจในความหมายเดียวกับตนเอง

ความเป็นคนอังกฤษ การเป็นเจ้าของนิคมของคนอังกฤษเมื่อร้อยกว่าปีก่อน ยังคงฝังรากเข้าไปอยู่ในสายเลือดคนอังกฤษ ที่ยังมีจิตสำนึกความภาคภูมิใจ ทำให้ระบบบริหารงานมักให้หนุ่ม ๆ อนาคตไกล ถูกมอบหมายให้ไปรับตำแหน่งในต่างประเทศ เพื่อฝึกให้มีประสบการณ์ก่อนที่จะเป็นผู้ต่อไป ระบบชั้นวรรณะในอังกฤษยังคงมีอยู่ และสถานภาพที่ได้มาก็ยังมีการดูถึง เรื่องของการสืบวงศ์ตระกูล ยศ ตำแหน่ง และนามสกุล ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะเข้าสู่การบริหารงานสมัยแล้ว โดยใช้ระบบคุณธรรมที่ดูความสามารถเป็นหลัก

ในสายตาคนทั่วไปมักมองว่าเป็นผู้ดี แต่งตัวหรู สวมหมวก ถิ่นร่ม ภาพลักษณ์เหล่านี้อาจเห็นทั่วไปในภาพยนตร์ คนอังกฤษมักไปโบสถ์ทุกวันอาทิตย์ตอนเช้า เป็นคนมีหลักการ มีไหวพริบ มักยึดมั่นในความยุติธรรม รักสัตว์เลี้ยงมาก ต้องการให้ลูกหลานเข้าเรียนโรงเรียนที่มีชื่อเสียง มีความเชื่อมั่นระบบกษัตริย์ มองภาพประเทศในรูปของเครือข่ายกรรพ นิยมความเป็นอนุรักษ์นิยม หากสังสรรค์ในสมาคมเฉพาะผู้ชาย มักนิยมนั่งในสวน จิบเบียร์อุ่น ๆ และชอบดื่มน้ำชา ชอบกีฬารักบี้ ฟุตบอล ชอบอ่านนิยายสืบสวนสอบสวน เมื่อเข้าแถวรอคอยจะไม่นิยมพูดคุยแต่จะอ่านหนังสือพิมพ์ อุบัติภัยของคนอังกฤษมักไม่แปรเปลี่ยน หรือเปลี่ยนแปลงค่อนข้างช้า ไม่มีความเป็นมืออาชีพในเชิงธุรกิจมากนัก คนอังกฤษจะรู้สึกคุ้นเคยกับคนชาติอื่นที่ใช้ภาษาอังกฤษเหมือนกัน

ในการประชุมทางธุรกิจ คนอังกฤษจะมีท่าทางไปในแบบมีพิธีการมากในตอนเริ่มแรกหากจะเรียกชื่อแรกก็อาจเป็นการพบปะในครั้งที่สองหรือสามไปแล้ว หรือไม่ก็เป็นช่วงหลังการประชุม ซึ่งจะเป็นแบบไม่เป็นทางการ การมีอารมณ์ขันในระหว่างการเจรจาทางธุรกิจถือเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นจึงเป็นข้อแนะนำว่า หากต้องการเจรจากับคนอังกฤษเมื่อใด ควรเตรียมเรื่องที่ตกลงขบขันไว้เผื่อระหว่างคุยกัน ใครทำได้ดีก็จะเป็นที่คาดหวังการประสานเรื่องเบา ๆ ให้เข้ากับเรื่องธุรกิจ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดี อารมณ์ขันเป็นอาวุธทรงประสิทธิภาพของผู้จัดการชาวอังกฤษ ผู้บริหารมักแสดงให้เห็นระหว่างการประชุมว่า เขาทำงานบนฐานของความมีเหตุผล ประนีประนอม และอย่างมีสามัญสำนึก ผู้แทนของบริษัทชาวอังกฤษมักใช้ชื่อเสียง ขนาด และฐานะของบริษัทมาประกอบการเจรจาต่อรอง โดยอาศัยการใช้สายสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าหรือเพื่อนร่วมงานเดิม คนอังกฤษมักชอบที่จะมีสัมพันธ์อย่างยาวนานมากกว่าที่จะต่อรองแบบฉาบฉวย เมื่อตกลงกันทางโทรศัพท์แล้วต้องทำเป็นข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรภายหลังด้วยเสมอ

2. 12 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน

สุภาณี ปิยพสุนทร (2549) ได้กล่าวถึงสุภานิตว่า สุภานิตเกิดจากประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ คนแต่ละคนแก่ได้สรุปบทเรียนอันมีค่าเหล่านี้ออกมาเป็นประโยคสั้นกะทัดรัด มีคารม คมคาย มีความหมายลึกซึ้ง เป็นประโยคสัมผัสที่ไพเราะ จดจำง่าย ชนเผ่าต่าง ๆ ในโลกนี้ล้วนแล้วแต่มีสุภานิตของตนเองทั้งสิ้น ซึ่งตามความจริงแล้ว สุภานิตเหล่านี้ก็คือมรดกทางวัฒนธรรม เป็นผลึกแห่ง ภูมิปัญญาของมวลหมู่มนุษยชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสมัยแห่งโลกาภิวัตน์เช่นปัจจุบันนี้ สิ่งที่ดี ๆ ทั้งหลายรวมทั้งมรดกทางปัญญา จะมีลักษณะเป็นสากลมาก แทบจะไม่มีแบ่งเชื้อชาติหรือภาษาอีกแล้ว

สำหรับภานิตจีนนั้น จุดเด่นคือ ส่วนมากมักเป็นคำคมที่แฝงไว้ด้วยปรัชญาอันลึกซึ้ง ฟังแล้วได้สติ ได้แง่คิด สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับชีวิตจริงได้ดียิ่ง ดังนั้นภานิตจีนจึงได้รับความนิยมจากคนทั่วไปมาช้านานแล้ว

บรรจง อมรชีวิน (2547) ได้นำเสนอรายละเอียดเพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจลักษณะ อุปนิสัย และวัฒนธรรมของคนจีนในการเจรจาทางธุรกิจ ดังนี้

2.12.1 ลักษณะประจำชาติของชาวจีน

อิทธิพลยิ่งใหญ่ที่มีผลต่อค่านิยมและแนวปฏิบัติของคนจีนคือ ลัทธิขงจื้อที่มีมานานนับพันปี ในที่ศนะของขงจื้อแล้ว สังคมจะสงบสุขและมีเสถียรภาพได้ด้วยพื้นฐานความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างบุคคลในสังคม ซึ่งจะแตกต่างจากสังคมชาวตะวันตกมาก ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ สามารถแยกได้ 5 อย่าง ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครอง ความสัมพันธ์ระหว่างบิดากับบุตร ความสัมพันธ์ระหว่างพี่กับน้อง ความสัมพันธ์ระหว่างสามีกับภรรยา ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนในวัยอาวุโสกับเพื่อนในวัยเยาว์

ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้หากไม่ราบรื่น ย่อมนำมาซึ่งความยุ่งเหยิง ความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมไม่ได้หมายความว่าผู้ที่อยู่เหนือกว่าจะได้เปรียบไปหมด เพราะถึงแม้ว่าอำนาจของผู้ที่อยู่เหนือกว่าจะไม่ถูกทำลาย แต่ก็จะมีสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นภาระรับผิดชอบต่อผู้ที่อยู่ต่ำกว่าทั้งในเรื่องของการปกป้อง การให้ความเมตตาแก่ผู้ที่บนอบเชื่อฟัง

2.12.2 คำสอนพื้นฐานของขงจื้อ อาจสรุปได้ว่า สังคมจีนตั้งอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกันของคนแต่ละกลุ่ม ครอบครัวคือรูปแบบขององค์กรของสังคม เราเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มไม่ใช่เป็นปัจเจกบุคคล ดังนั้นแต่ละคนต้องปฏิบัติด้วยดีต่อผู้อื่น ต้องรักษาหน้าของผู้อื่นไว้ การศึกษาและการทำงานอย่างหนักนำมาซึ่งรางวัลของชีวิต ทุกคนควรรู้จักพอประมาณ เก็บออม สงบ หลีกเลียง สิ่งที่สุดโต่งและหลีกเลียงการทำตามใจตัวเอง

2.12.3 อิทธิพลของลัทธิและศาสตร์อื่น ๆ นอกจากลัทธิขงจื้อแล้ว คนจีนยังถูกหล่อหลอมด้วยอิทธิพลของลัทธิและศาสตร์อื่น ๆ อีก เช่น ลัทธิเต๋า มุ่งการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพ รับประทานผักอย่างพอเพียง พุทธศาสนา เน้นความสมานฉันท์ภายใต้การเจริญสมาธิ การนับถือบรรพบุรุษ สิ่งต่างๆ ในอดีตมีอิทธิพลต่อการกระทำในปัจจุบัน เฟิงฉุย ลม น้ำ รวมทั้งฮวงจุ้ยเป็นสิ่งสำคัญ ความเชื่อของชาวจีนในการใช้ยาแผนโบราณ และการใช้สมุนไพรในชีวิตประจำวัน และชาวจีนมีความเชื่อในเรื่องปีนักษัตร หมายถึงคุณลักษณะของคนตามปีเกิดที่ตรงกับสัตว์ชนิดต่าง ๆ ด้วย

ชาวจีนส่วนใหญ่มีความเชื่อในเรื่องเหล่านี้มาก โดยเฉพาะเรื่องฮวงจุ้ย นอกจากนี้ในเรื่องของวันเดือนปีเกิด ก็จะส่งผลต่อลักษณะของคนที่ชาวจีนจะนำมาเป็นกลยุทธ์ในการติดต่อด้วย ถึงแม้ว่าเรื่องเหล่านี้ อาจดูว่างมภายในสายตาของคนตะวันตก แต่เป็นเรื่องความเชื่อของชาวจีน

คนจีนรักษาหน้ามากกว่าคนตะวันตก ซึ่งหากทำผิดพลาดประการใดลงไป ก็อาจส่งผลนั้นไปนานนับสิบปี ทำให้ไม่สามารถอยู่ในชุมชนนั้นได้อีกต่อไป ในขณะที่คนชาติอื่นไม่รู้สึกรังเกียจหน้า นอกจากนี้คนจีนยังมีระบบครอบครัวขยายที่แต่ละคนมีสายสัมพันธ์โยงใยกันมาก ทั้งลุง ป้า น้า อา ลูกหลาน ทั้งฝ่ายหญิงและฝ่ายชาย เครือข่ายความสัมพันธ์นี้อาจส่งผลการดำเนินงานทางธุรกิจภายใต้ระบบอุปถัมภ์ครอบครัว คนซีกโลกตะวันตกอาจไม่คุ้นเคยกับระบบธุรกิจแบบครอบครัวและ

ให้ความสำคัญในระบบกลุ่มน้อยกว่าชนชาวจีน ซึ่งตามหลักกลัทธิขงจื้อแล้ว ปัจเจกบุคคลจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมมาก

2.12.4 ความเชื่อต่าง ๆ ของคนจีนที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมเชิงธุรกิจ เช่น มีระยะห่างในเชิงอำนาจสูง ในลักษณะของความเชื่อฟังผู้มีอำนาจ หมายถึงมีการยอมรับสภาพความไม่เท่าเทียมกันในลักษณะความเป็นหัวหน้าและลูกน้อง ส่วนมากยอมรับความไม่เท่าเทียมกัน คนที่มีอำนาจน้อยกว่ามีการฟังฟังผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่า โดยผู้ที่อยู่เหนือกว่าให้การปกป้องและดูแล ทั้งการงานอาชีพและความเห็น และมีความแตกต่างในด้านเงินเดือนมาก ระหว่างเจ้าหน้าที่ระดับสูงกับเจ้าหน้าที่ระดับล่าง

2.13 บทสรุป

วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมที่ครอบคลุมสิ่งที่แสดงออกและลักษณะพฤติกรรมต่าง ๆ ในวิถีชีวิตของมนุษย์ วัฒนธรรมจึงเป็นของมนุษย์ทั้งบุคคลและสังคมที่ได้วิวัฒนาการต่อเนื่องมาอย่างมีระบบแบบแผน เมื่อได้มีความสัมพันธ์ติดต่อกับสังคมต่าง ๆ ซึ่งอาจอยู่ใกล้ชิดมีพรมแดนติดต่อกัน หรืออยู่ปะปนในสถานที่เดียวกัน หรือการที่ชนชาติหนึ่งอาจตกอยู่ใต้การปกครองของชนชาติหนึ่ง มนุษย์เป็นผู้รู้จักการปรับเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ จึงได้นำเอาวัฒนธรรมที่เห็นจากได้สัมพันธ์ติดต่อกมาใช้โดยอาจรับมาเพิ่มเติมเป็นวัฒนธรรมของตนเองโดยตรง หรืออาจนำเอามาคัดแปลงแก้ไขให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ในปัจจุบันนี้จึงไม่มีประเทศชาติใดที่มีวัฒนธรรมบริสุทธิ์อย่างแท้จริง หากแต่จะมีวัฒนธรรมที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ กับประสบการณ์ที่สังคมตกทอดกันมา โดยเฉพาะของสังคมนั้น และจากวัฒนธรรมแหล่งอื่นที่เข้ามาผสมปะปนอยู่ และวัฒนธรรมไทยก็มีแนวทางเช่นเดียวกันนี้ ในแต่ละสังคมจึงมีวัฒนธรรมที่เป็นของตนเอง และนั่นคือการมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จะทำให้เห็นความแตกต่างและความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มนุษย์มีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มสังคม และอาจมีความต่างกันได้ทั้งในระดับแนวนอนและแนวตั้ง ความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาจมีความหมายถึงถึงการใช้ทรัพยากรที่ต่างกัน มนุษย์มีการเปลี่ยนแปลง แลกเปลี่ยน และมีทางเลือกตลอดเวลา การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศนั้น ส่วนมากแล้วอาจเป็นผลมาจากความไม่สามารถที่จะเข้าใจ ไม่อาจปรับตัวให้เข้ากับวิถีคิด รวมทั้งการปฏิบัติของต่างชาติมากกว่าความสามารถทางวิชาการหรือวิชาชีพ

ฉะนั้นสังคมใดที่ขาดความหลากหลายทางวัฒนธรรม สังคมนั้นอาจจะไม่สามารถที่จะเผชิญความเปลี่ยนแปลงได้ แล้วจะต้องล่มสลายไป หรืออาจต้องไปเลือกวัฒนธรรมที่ไม่เหมาะสมกับสังคมตนเองมาใช้ มนุษย์ควรมีเสรีภาพเต็มที่ในการประพจน์และสามารถอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข การสร้างความเข้าใจข้ามวัฒนธรรมเป็นการสร้างฐานรากสำคัญของมิตรภาพและความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างชาติ ในโลกที่มีการติดต่อสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว เช่น การติดต่อสื่อสาร การ

ทำธุรกิจ จะต้องเสริมความเข้าใจระหว่างกันในด้านความคิด วิถีชีวิต การดำรงอยู่ และปรับใช้ค่านิยมที่ยังมีหลากหลายมากในโลกปัจจุบัน มีคำกล่าวที่นิยมคือ สามเรื่องสำคัญที่คนทันสมัยจำเป็นต้องรู้คือ อินเทอร์เน็ต ภาษาอังกฤษและวัฒนธรรมข้ามชาติ

ภาษาเป็นเครื่องแสดงระดับวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษา เป็นผลิตผลของวัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น คำสุภาษิตสอนใจถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ แนวคิด ตลอดจนค่านิยมส่วนลึกของวัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในจิตใจของคนในชาติจะผนวกรวมกันสร้างระบบแห่งความเชื่อ ค่านิยม และความมุ่งหวังของสังคมนั้นๆ คำสุภาษิตสอนใจคือมรดกทางปัญญา เป็นผลึกแห่งภูมิปัญญาของมวลมนุษยชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสมัยแห่งโลกาภิวัตน์เช่นปัจจุบันนี้ สังคมไทยมีแนวคิดเรื่องความดีความชั่วมาใช้เป็นบรรทัดฐานของคนหมู่มากในสังคม มักมีที่มาจากหลักศีลธรรมคำสอนในศาสนาอันเป็นที่เคารพนับถือในสังคม และยังมีคำสอนอีกประเภทหนึ่งที่ปรากฏในวิถีชีวิตควบคู่ไปกับหลักคำสอนในศาสนา คือ ภาษิตและสำนวนต่างๆ ซึ่งเป็นกระบวนการถ่ายทอดความคิดความเชื่ออีกรูปแบบหนึ่ง โดยมีคตินิยมเกี่ยวกับความดีความชั่วที่ผ่านการใช้ภาษาแบบ “ชาวบ้าน” สั้นและกระชับ มีการใช้สำนวนเทียบเคียงที่ชัดเจนสามารถจดจำและเข้าใจง่าย ภาษิตและสำนวนโวหารที่ใช้กันโดยทั่วไปเป็นผลผลิตที่หล่อหลอมขึ้นจากภูมิปัญญาพื้นบ้านในวิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของคนธรรมดาสามัญ อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีรูปแบบการสืบทอดต่อกันจากรุ่นสู่รุ่นด้วยการบอกเล่าต่อ ๆ กันมายาวนานหลายชั่วอายุคน

ภาษิตและสำนวนมิได้มีบทบาทจำกัดอยู่เพียงแค่การสั่งสอนตักเตือน และกำหนดมาตรฐานทางความคิดที่สมาชิกในสังคมพึงรู้เกี่ยวกับความดีความชั่วนอกเหนือไปจากที่พบในหลักคำสอนหรือคัมภีร์ทางศาสนา ซึ่งมักใช้ภาษาในระดับสูงและซับซ้อนเกินกว่าที่บุคคลทั่วไปจะทำความเข้าใจได้ แต่ภาษิตและสำนวนต่างๆ ยังนับเป็นร่องรอยสำคัญทางประวัติศาสตร์ ที่แสดงให้เห็นวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ตลอดจนค่านิยมในแต่ละยุคสมัยที่สืบทอดต่อกันในสังคมหนึ่ง ๆ เช่นเดียวกับหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ประเภทอื่น

ในการเรียนรู้วัฒนธรรมข้ามชาติโดยผ่านคำสุภาษิตสอนใจ โดยการศึกษาถึงอัตลักษณ์ของคำภาษิตในสามภาษา ด้วยการเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรม (transcultural comparison) และมุมมองของคนภายในวัฒนธรรม (emic perspectives) จาก “คนใน” ที่รู้ความหมายที่แท้จริงของคนในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งคุ้นเคยกับปรากฏการณ์หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจวัฒนธรรมข้ามชาติได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้ศึกษากลุ่มคำสุภาษิตสามภาษาอันได้แก่ภาษาไทย อังกฤษ และจีนในด้านวิถีชีวิต การทำธุรกิจ ความสามัคคี และความเชื่อเรื่องโชคลางท่ามกลางสังคมไทยปัจจุบัน คนส่วนใหญ่อยู่ในความเปลี่ยนแปลงทั้งในวิถีชีวิต เศรษฐกิจ และแม้กระทั่งความรักสงบของคนไทย แนวทางในการปรับตัวของสังคมไทยต้องเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ดังนั้นการศึกษาวัฒนธรรมข้ามชาติ จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยในการสร้างความเข้าใจวัฒนธรรมข้ามชาติโดยผ่านคำสุภาษิตสอนใจ