

ค่านิยม อุดมการณ์ และรูปแบบการสื่อสารที่แสดงถึงลักษณะทางวัฒนธรรมของคนไทย

Values, Ideologies, and Communication Patterns Indicated Thais' Culture

ฤทธิณันท์ เชื้อทอง
รุจิระ โรจนประภายนต์

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออภิปรายเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วยค่านิยมไทย อุดมการณ์ในสังคมไทย และรูปแบบการสื่อสารของคนไทยโดยใช้วิธีการตรวจสอบและสังเคราะห์งาน การศึกษาก่อนหน้า ผู้เขียนพบว่าค่านิยมไทยประกอบด้วย 10 มิติ ได้แก่ (1) การให้ความสำคัญกับตัวเองหรือ บุคคล (2) ภาระบุญคุณ (3) การปรับตัวเข้ากับโอกาสและสิ่งแวดล้อม (4) ความสัมพันธ์และคุณธรรมทางสังคม (5) ความมั่งคั่งร่ำรวย (6) การมีความรู้ความสามารถ (7) อำนาจนิยม (8) พุทธศาสนา (9) การเทิดทูนสถาบัน พระมหากษัตริย์ และ (10) ความสนุกสนาน ส่วนอุดมการณ์ในสังคมไทยประกอบด้วย 8 มิติ ได้แก่ (1) อำนาจ นิยมเบ็ดเสร็จ (2) ราชาธิปไตย (3) ประชาธิปไตย (4) ชาตินิยม (5) ทุนนิยมและวัตถุนิยม (6) ศักดินา (7) ชาย เป็นใหญ่ และ (8) พุทธศาสนา และรูปแบบการสื่อสารของคนไทยประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ (1) วัฒนธรรม แบบกลุ่มนิยม (2) การสื่อสารแบบเน้นอิงบริบท (3) ความแตกต่างทางอำนาจมาก (4) ลักษณะความเป็นเพศ หญิง และ (5) ระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม ทั้งค่านิยมไทยและอุดมการณ์ในสังคมไทยรวมถึงรูปแบบการ สื่อสารของคนไทยจะถูกนำมาใช้เป็นกรอบทางความคิดในงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารของคนไทยในอนาคต ต่อไป

คำสำคัญ: วัฒนธรรมไทย, ค่านิยม, อุดมการณ์, รูปแบบการสื่อสาร

Abstract

This article aims to discuss the contents of Thai culture consisting of values, ideologies, and communication patterns, by examining and synthesizing previous related studies. Then, ten dimensions of Thai values were revealed, including (1) self-centeredness and individual emphasis, (2) debt of gratitude, (3) opportunity or circumstance adaptation, (4) social relation and morality, (5) wealthiness, (6) impact of being educated, (7) powerism, (8) Buddhist value, (9) glorification to the monarchy, and (10) enjoyment. Also, eight dimensions of Thai ideologies were revealed, including (1) authoritarianism, (2) monarchy, (3) democracy, (4) nationalism, (5) capitalism and materialism, (6) feudalism, (7) patriarchy, and (8) Buddhism. Finally, five dimensions of Thai communication patterns were offered, including (1) collectivism, (2) high-

context culture, (3) high-power distance, (4) femininity, and (5) loosely structured social system. Implications are that both Thai values and ideologies and Thai communication patterns described here shall be employed as a conceptual framework in future research regarding Thai communication.

Key words: Thai culture, Values, Ideologies, Communication patterns

บทนำ

คำว่า “วัฒนธรรม” เป็นสิ่งที่เราค้นเคยและเข้าใจความหมายในเบื้องต้นเป็นอย่างดี เนื่องจากทุกองค์ประกอบของมนุษย์ล้วนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมซึ่งมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตและรูปแบบการสื่อสารของกลุ่มคนทั้งระบบ ในขณะที่เดียวกันวัฒนธรรมก็มีค่านิยมที่หลากหลายและยากต่อการระบุคุณลักษณะที่ชัดเจน (Samovar & Porter, 2004, p. 19-32) ถือเป็นข้อจำกัดที่ทำให้การศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมไทยเป็นไปอย่างคลุมเครือหรือไม่สามารถหาข้อสรุปได้อย่างเป็นรูปธรรม

บทความวิชาการนี้เป็นการศึกษาและตรวจสอบประเด็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยจากผลงานการศึกษาต่างๆ เพื่อสร้างกรอบทางความคิด (conceptual framework) สำหรับนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยต่อไป โดยจะกำหนดขอบเขตในการศึกษาประเด็นดังกล่าวให้รัดกุม เนื่องจากที่ผ่านมามีลักษณะค่อนข้างกระจัดกระจายและถูกนำเสนอในมิติเชิงสุนทรียะหรือความงดงามเป็นส่วนมาก

ประเด็นในวัฒนธรรมไทยที่จะกล่าวต่อไปประกอบด้วยมิติทางวัฒนธรรมจำนวน 3 มิติ ได้แก่ (1) ค่านิยม (2) อุดมการณ์ และ (3) รูปแบบการสื่อสารที่แสดงถึงลักษณะทางวัฒนธรรมของคนไทย ด้วยเหตุว่าการสื่อสารเป็นองค์ประกอบหลักในกระบวนการเรียนรู้ อารมณ์รักษา ต่อรอง และสืบทอดวัฒนธรรม รวมถึงเป็นต้นตอสำหรับการแสดงออกและผดุงไว้ซึ่งการครอบงำทางวัฒนธรรม (Philipsen, 2003, p. 37-47) จึงอาจกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมคือการสื่อสารและการสื่อสารก็คือวัฒนธรรม (Samovar & Porter, 2004, p. 28) ดังรายละเอียดจะได้กล่าวต่อไป

วัฒนธรรม

ในเบื้องต้นผู้เขียนจะให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมพอสังเขปซึ่งประกอบด้วยความหมาย ขอบเขต และองค์ประกอบของวัฒนธรรม รวมถึงคำจำกัดความในบริบทของสังคมไทย มีรายละเอียดดังนี้

วัฒนธรรม (culture) มีความหมายตามรากศัพท์ คือ การเพาะปลูกและการบำรุงให้เจริญงอกงาม (บรรเทิง พาพิจิตร, 2549, หน้า 1; Minkov & Hofstede, 2013, p. 10) เป็นการปลูกฝังความดีงามให้แก่

สมาชิกในกลุ่มสังคมผ่านกระบวนการเรียนรู้จนกลายเป็นคุณลักษณะทางความคิด การกระทำ และสิ่งสร้างของสังคม (Sadri & Flammia, 2011, p. 32) ถือเป็นซอฟต์แวร์ทางจิตที่กลุ่มชนใช้หรือแบ่งปันร่วมกัน โดยแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป (Hofstede, 2001; Hofstede & Hofstede, 2005, p. 3) และยังมี การถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่งด้วย (Samovar & Porter, 2004, p. 32; Matsumoto & Juang, 2008, p. 12; Sadri & Flammia, 2011, p. 32)

วัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ค่านิยม (values) (Samova & Porter, 2004; Minkov & Hofstede, 2013) บรรทัดฐานและอุดมการณ์ (norms and ideologies) ความเชื่อ (beliefs) ทศนคติ (attitudes) พฤติกรรม (behaviors) การอธิบายตนเอง (self-descriptions) (Minkov & Hofstede, 2013) ภาษา (languages) การจัดระบบสังคม (social organizations) ประวัติศาสตร์ (histories) และศาสนา (religions) (Samova & Porter, 2004)

ในภาษาไทย “วัฒนธรรม” เกิดจากการผสมของคำว่า “วัฒนธรรม” หมายถึง ความเจริญงอกงาม กับ “ธรรม” ซึ่งหมายถึงข้อปฏิบัติ วัฒนธรรมจึงหมายถึงข้อปฏิบัติเพื่อให้เกิดความเจริญงอกงาม (บรรเทิง พาพิจิตร, 2549, หน้า 1-2) สอดคล้องกับความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานที่ว่าวัฒนธรรม คือ สิ่ง ที่ทำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะและวิถีชีวิตของหมู่คณะ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, หน้า 1103) นิยามดังกล่าวค่อนข้างคับแคบเพราะเน้นความหมายเชิงบวกเท่านั้น แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย (2548, หน้า 3) จึง อธิบายเพิ่มเติมว่าทุกสิ่งอย่างที่มีมนุษย์สร้างขึ้นมาใช้ร่วมกันจนเป็นแบบแผนของสังคมถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรม ทั้งสิ้น สอดคล้องกับ Samovar & Porter (2004, p. 28) ซึ่งกล่าวว่าวัฒนธรรมคือทุกสิ่งทุกอย่างและมีอยู่ทุกหนแห่ง ส่วนรัชนีกร เศรษฐ (2532, หน้า 3) มองว่าวัฒนธรรมเกิดจากการสร้างและใช้กระบวนการคิดเชิงสัญลักษณ์อย่างเป็นระบบ วัฒนธรรมจึงมีความหมายทั้งแง่บวกและแง่ลบซึ่งเป็นวิถีชีวิตทั้งหมดของมนุษย์ (Williams, 1977, p. 17)

จากเนื้อหาข้างต้นจะเห็นได้ว่าวัฒนธรรม คือ ทุกสิ่งทุกอย่างทั้งด้านบวกและลบที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการเรียนรู้ ยึดถือ ยอมรับ แบ่งปัน และใช้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มสังคม โดยใช้ระบบสัญลักษณ์เป็นพื้นฐานในการสื่อความหมายและสร้างความเข้าใจร่วมกัน และมีการถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไป ต่อไปนี้จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย โดยผู้เขียนได้เน้นที่ประเด็นของค่านิยมไทยและอุดมการณ์ในสังคมไทยซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของวัฒนธรรมไทย

วัฒนธรรมไทย: ค่านิยมและอุดมการณ์

การศึกษาหรืออธิบายวัฒนธรรมไทยให้ครอบคลุมครบถ้วนทุกแง่มุมนั้นเป็นเรื่องยาก เพราะตัววัฒนธรรมเองมีขอบเขตที่กว้าง ซับซ้อน และเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่ตลอดเวลา (Samovar & Porter, 2004,

p. 50-51) แต่สุนทรื โคมิน, สนิท สัมครการ และสุภางค์ จันทวานิช (2529, หน้า 549) ได้อธิบายว่าวัฒนธรรมเมืองค้ประกอบที่สำคัฎ 2 ส่วน คื ส่วนแรก ได้แก ค่านิยมและแบบแผนพฤติกรรม ส่วนที่สอง ได้แก อุดมการณ้ ดั่งนั้น ผู้เขียนจึงนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยใน 2 ประเด็น ได้แก (1) ค่านิยมไทย และ (2) อุดมการณ้ในสังคมไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ค่านิยมไทย

ค่านิยมเป็นรากฐานสำคัญที่สะท้อนวัฒนธรรมของมนุษย์ (Jowett & Donnell, 2012, p. 294) และเป็นปัจจัยที่สามารถอธิบายลักษณะของกลุ่มชนในภาพรวมได้ (Sillars & Gronbeck, 2001, p. 208) ก่อนจะเข้าสู่เนื้อหาเกี่ยวกับค่านิยมไทย ผู้เขียนประสงค์จะนำเสนอความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับค่านิยมเป็นลำดับแรก เนื้อหาในหัวข้อนี้จึงประกอบด้วย (1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับค่านิยม และ (2) ค่านิยมของคนไทย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับค่านิยม

ในส่วนนี้ผู้เขียนจะให้คำจำกัดความ พร้อมทั้งอธิบายคุณลักษณะ หน้าที่ ประเภท และแนวทางในการศึกษาค่านิยม ดังจะได้กล่าวในรายละเอียด

ค่านิยม คื ความเชื่อของบุคคลหรือสังคมว่าวิถีปฏิบัติหรือเป้าหมายของชีวิตหนึ่งๆ เป็นสิ่งที่ด้งามควรยึดถือและปฏิบัติตาม (Rokeach, 1973, p. 5) สอดคล้องกับสุนทรื โคมิน และคณะ (2529, หน้า 556) ซึ่งกล่าวว่าค่านิยมเป็นมาตรฐานในจิตใจที่บุคคลหรือสังคมใช้ประเมินตัดสินคุณค่าของสิ่งต่างๆ เป็นความเชื่อว่เป้าหมาย อุดมการณ้ และวิถีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งดี ควรยึดถือเป็นแนวทางการดำเนินชีวิต แต่รัชนิกร เศรษฐโร (2532, หน้า 78) มีความเห็นว่ค่านิยมจะต้องเป็นสิ่งทีสังคมหรือคนส่วนใหญ่เห็นว่ด้งาม ตรงกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2552, หน้า 35) อธิบายว่ค่านิยมคือทัศนคติร่วมที่สังคมประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่ดีหรือเลว มีคุณค่าหรือไร้คุณค่า สมพงษ์ ไหมวิจิตร (2536, หน้า 14) จึงสรุปว่ค่านิยมคือสิ่งที่พึงปรารถนาของคนส่วนใหญ่ แต่ถึงกระนั้นบุคคลก็มีทั้งค่านิยมส่วนตัวและรับเอาค่านิยมทางสังคมมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของตนด้วย

คุณลักษณะของค่านิยมประกอบด้วยความเชื่อว่สิ่งไหนถูกหรือผิด ดีหรือเลว และพึงปรารถนาหรือไม่เป็นที่ต้องการ มีลักษณะถาวรและเปลี่ยนแปลงยาก (Rokeach, 1973, p. 6-7) ค่านิยมทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม บุคลิกภาพ และวิถีปฏิบัติของคนในสังคม (สุนทรื โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 556; รัชนิกร เศรษฐโร, 2532, หน้า 78) กาญจนา แก้วเทพ (2552, หน้า 35) จึงมองว่ค่านิยมเป็นเข็มทิศที่ชี้ทางการกระทำของบุคคลในสังคม ถือเป็นมาตรฐานการดำเนินชีวิต เป็นแผนงานสำหรับการตัดสินใจหรือแก้ปัญหา ความขัดแย้ง และเป็นแรงจูงใจให้เกิดการแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (Rokeach, 1973, p. 13-14)

ค่านิยมมี 2 ประเภท คือ (1) ค่านิยมวิธีปฏิบัติ (instrumental values) เป็นวิถีทางหรือวิธีการที่ช่วยให้บรรลุเป้าหมาย และ (2) ค่านิยมจุดหมายปลายทาง (terminal values) เป็นจุดหมายที่ต้องการหรือพึงปรารถนาของชีวิต (Rokeach, 1973; สุนทรื โคมิน และสนธิ สมัครการ, 2522, หน้า 17) ค่านิยมทั้งสองไม่จำเป็นต้องมีความสอดคล้องต่อกัน ค่านิยมวิธีปฏิบัติหนึ่งชุดอาจส่งผลให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเป็นค่านิยมจุดหมายปลายทางหลายรูปแบบได้ แต่ค่านิยมทั้งหมดล้วนส่งผลต่อแบบแผนพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งสิ้น (Rokeach, 1973, p. 12) ผู้เขียนขอกล่าวถึงค่านิยมหลักของคนไทยตามที่ผู้ศึกษารวบรวมไว้เป็นลำดับต่อไป

2) ค่านิยมของคนไทย

สุนทรื โคมิน และสนธิ สมัครการ (2522) สุนทรื โคมิน และคณะ (2529) รัชนิกร เศรษฐรัฐ (2532) สมพงษ์ ใหม่วิจิตร (2536) สนธิ สมัครการ (2537) สุพัตรา สุภาพ (2541) และบรรเทิง พาพิจิตร (2549) ได้ศึกษาและอธิบายค่านิยมไทยไว้อย่างหลากหลายซึ่งผู้เขียนได้สังเคราะห์เป็นชุดค่านิยมที่สำคัญของคนไทยจำนวน 10 ค่านิยม ประกอบด้วย (1) ค่านิยมการให้ความสำคัญกับตัวเองหรือบุคคล (2) ค่านิยมเกี่ยวกับภาระบุญคุณ (3) ค่านิยมการปรับตัวเข้ากับโอกาสและสิ่งแวดล้อม (4) ค่านิยมเกี่ยวกับความสัมพันธ์และคุณธรรมทางสังคม (5) ค่านิยมความมั่งคั่งร่ำรวย (6) ค่านิยมการมีความรู้ความสามารถ (7) ค่านิยมเกี่ยวกับอำนาจนิยม (8) ค่านิยมเกี่ยวกับพุทธศาสนา (9) ค่านิยมการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ และ (10) ค่านิยมเกี่ยวกับความสนุกสนาน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ค่านิยมการให้ความสำคัญกับตัวเองหรือบุคคล (self-centeredness and individual emphasis)

คนไทยให้ความสำคัญกับตัวเองเป็นหลัก เน้นเอาตัวรอด มุ่งสนองความต้องการของตนและการพึ่งพาผู้อื่นที่ให้ประโยชน์ได้ จึงเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการถือศักดิ์ศรี ชอบความมีอิสระมากกว่าความเสมอภาค (สุนทรื โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 567-572) คนไทยจึงชอบทำตามใจตนเองโดยไม่คำนึงถึงกฎหมายบ้านเมือง (สนธิ สมัครการ, 2537, หน้า 111; บรรเทิง พาพิจิตร, 2549, หน้า 17) ไม่ชอบให้ใครขัดใจ มุ่งความสบายของตนและคนใกล้ชิด ก่อให้เกิดนิสัยรักพวกพ้องและสำนึกความเป็นกลุ่มแต่ก็ยังอยู่บนพื้นฐานของประโยชน์ส่วนตนอยู่ (รัชนิกร เศรษฐรัฐ, 2532, หน้า 80-82) การสำรวจของสุนทรื โคมิน และสนธิ สมัครการ (2522, หน้า 75-82) พบว่าคนไทยมีค่านิยมมุ่งเน้นความสุขส่วนบุคคล ยกย่องตัวบุคคลมากกว่าหลักการ ไม่มานะบากบั่น มีค่านิยมที่เกี่ยวข้อง คือ ครอบครัวมีความสุข ความภูมิใจในตัวเอง ความสำเร็จและชีวิตที่สุขสบาย รักอิสระ เป็นตัวของตัวเอง และการยึดหยัดในความคิดของตน ค่านิยมเหล่านี้เกิดจากวิถีเกษตรกรรมทำให้คนไทยขาดความกระตือรือร้น ถือความสัมพันธ์และประโยชน์ส่วนตน ไม่ตรงต่อเวลา ขาดระเบียบวินัย ชอบสบาย เน้นระบบอุปถัมภ์ ซื่อจฉฉา และเห็นแก่ตัว (สมพงษ์ ใหม่วิจิตร, 2536) Embree (1950, p. 187) กล่าวว่าในสังคมไทย หากบุคคลใดมีเรื่องเดือดร้อนมักไม่มีใครกล้าช่วยเหลือเพราะต่างเกรงว่าตนจะต้องเข้าไปพัวพันกับปัญหา

(2) ค่านิยมเกี่ยวกับภาระบุญคุณ (debt of gratitude)

Phillips (1965, p. 93) กล่าวว่าความสัมพันธ์แบบผลประโยชน์ต่างตอบแทนมีอยู่ในจิตสำนึกคนไทยตลอดเวลา การสำรวจค่านิยมของสุนทรী โคมิน และสนธิ สมัครการ (2522, หน้า 80) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของคนไทยตั้งอยู่บนพื้นฐานของสำนึกความเป็นบุญคุณต่อกัน มีค่านิยมที่สอดคล้อง คือ ความกตัญญูรู้คุณ ความซื่อสัตย์ และความรับผิดชอบในส่วนของการตอบแทน คนไทยมักแสดงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่โดยการให้สิ่งของหรือใส่ใจธุระของผู้อื่น ส่วนผู้รับความเอื้อเฟื้อก็ต้องหาโอกาสตอบแทนตามสมควรมิฉะนั้นจะถือว่าไร้คุณธรรม (รัชนิกร เศรษฐ์, 2532, หน้า 81) ธรรมเนียมปฏิบัตินี้มีมาตั้งแต่อดีตเมื่อจะเข้าหาผู้ใหญ่ ครู อาจารย์ หรือเจ้าหน้าที่บ้านเมืองนั้นทุกคนต้องมีของฝากไปด้วยเสมอ (อนุমানราชธน, พระยา, 2553, หน้า 44) ถือเป็นกลไกการสร้างควมไว้วางใจโดยเชื่อว่าความปรารถนาดีจะได้รับการตอบรับที่ดี ผู้ให้จะกังวลกับความเหมาะสมของสิ่งของ ส่วนผู้รับจะรู้สึกติดหนี้บุญคุณซึ่งต้องหาโอกาสตอบแทน (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2558, หน้า 9) คนไทยส่วนใหญ่จึงยกย่องค่านิยมความกตัญญูรู้คุณเป็นอย่างมาก (สมพงษ์ ใหม่วิจิตร, 2536; สุพัตรา สุภาพ, 2541) และเชื่อว่าคนที่ขาดความกตัญญูทเวทีคือผู้ไร้คุณธรรม ไม่ควรคบหา และมักหาความเจริญไม่ได้ (Rabibhadana, 1979, p. 35)

(3) ค่านิยมการปรับตัวเข้ากับโอกาสและสิ่งแวดล้อม (opportunity or circumstance adaptation)

สถานการณ์ จังหวะ โอกาส และสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรสำคัญสำหรับการเอาตัวรอดของคนไทย (สุนทรী โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 571) คนไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดีซึ่งสะท้อนผ่านปฏิสัมพันธ์ที่เน้นความเกรงใจ การข่มใจ รักษาหน้าใจ ยืดหยุ่น เอื้ออารี และสุภาพอ่อนน้อม (สุนทรী โคมิน และสนธิ สมัครการ, 2522, หน้า 78) สนธิ สมัครการ (2537, หน้า 106-109) กล่าวว่าคนไทยชอบปรับตัวเข้ากับสถานการณ์มากกว่าพยายามเอาชนะอุปสรรค ชอบโกหกและไม่ชอบผูกพันกับใครในระยะยาวทำให้มีพฤติกรรมสงวนท่าที ไม่แสดงออกอย่างตรงไปตรงมา ชอบประจบสอพลอ และนิยมการเจรจาต่อรอง (สมพงษ์ ใหม่วิจิตร, 2536, หน้า 44-47) Van Esterik (2000, p. 36) เรียกลักษณะทางวัฒนธรรมที่เน้นการปรับตัวนี้ว่า “กาลเทศะ” ซึ่งเป็นกลยุทธ์การมีปฏิสัมพันธ์ที่ต้องคำนึงถึงความเหมาะสม เข้ากับสถานการณ์ และมีความสุภาพ คนไทยจึงให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และการแสดงออกอย่างมาก มักเลี่ยงการสนทนาที่อาจทำลายสัมพันธ์ภาพ นิยมใช้ความสุภาพและการนิ่งเงียบเพื่อเลี่ยงสถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Phillips, 1965) รวมถึงไม่ชอบแสดงความคิดเห็นหรือซักถามโดยตรงเพราะกลัวอับอายขายหน้า (บรรเทิง พาพิจิตร, 2549, หน้า 17)

(4) ค่านิยมเกี่ยวกับความสัมพันธ์และคุณธรรมทางสังคม (social relation and morality)

การสำรวจค่านิยมของสุนทรী โคมิน และสนธิ สมัครการ (2522, หน้า 75-82) พบว่าแม่คนไทยจะมีค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับตัวเอง แต่ก็มีค่านิยมที่ส่งเสริมความสงบสุข ความสัมพันธ์ และคุณธรรมทางสังคมด้วย ได้แก่ ค่านิยมความมั่นคงของชาติ ความเสมอภาค การมีมิตรที่ดี การช่วยเหลือผู้อื่น สันติสุข ความกว้างขวางในสังคม การมีคนรัก ความงามของธรรมชาติและศิลปะ การได้รับยกย่องในสังคม ความรับผิดชอบ

การมีน้ำใจ ความสะอาด และการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ค่านิยมความมั่นคงของชาติเป็นสิ่งที่คนไทยให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะ “ชาติไทย” และ “ความเป็นไทย” ซึ่งหมายถึงความสงบสุข ยั่งยืน งดงาม สูงค่า และเป็นมรดกที่แลกมาด้วยความยากลำบาก ทำให้คนไทยยอมรับการปกครองแบบรวมศูนย์ ยินดีถูกรีดรอนสิทธิหากช่วยส่งเสริมความสงบเรียบร้อยของชาติ (สายชล สัตยานุรักษ์, 2550, หน้า 675-676) ทั้งยังเน้นความสามัคคีมากจนมองมองว่าความแตกต่างเป็นปัญหา และให้ความสำคัญกับหน้าที่มากกว่าสิทธิของพลเมือง (สายชล สัตยานุรักษ์, 2556, หน้า 313)

(5) ค่านิยมความมั่งคั่งร่ำรวย (wealthiness)

จากการศึกษาของบรรเทิง พาพิจิตร (2549, หน้า 20) พบว่าคนไทยมีค่านิยมความมั่งคั่ง ทุกคนปรารถนาและดิ้นรนเพื่อให้มีทรัพย์สินเงินทองจำนวนมาก เนื่องจากคนร่ำรวยจะได้รับการยกย่องในสังคมไทย ทั้งยังนิยมความหรูหราและความมีหน้ามีตาจากการใช้สิ่งของที่ทันสมัยราคาแพง รัชนิกร เศรษฐ (2532, หน้า 79) อธิบายว่าคนรวยคือผู้มีอำนาจ มีเกียรติและอภิสิทธิ์ ส่งผลให้คนไทยนิยมทำตัวหรูหราฟุ้งเฟ้อเพื่อแสดงว่าตนร่ำรวย จนเกิดเป็นความโลภและอยากรวยเร็วโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้อง ดังปรากฏเป็นพฤติกรรมการทุจริตคอร์รัปชัน การพนัน การเสี่ยงโชค และปัญหาอาชญากรรมเกี่ยวกับทรัพย์สินมากมาย (สนิท สมัครการ, 2537, หน้า 114) สมพงษ์ ใหม่วิจิตร (2536) มองว่าการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม และจากชนบทเป็นสังคมเมืองทำให้คนไทยให้ความสำคัญกับเงินทอง การแข่งขัน วัตถุนิยม นิยมตะวันตก และยกย่องคนร่ำรวย

(6) ค่านิยมการมีความรู้ความสามารถ (impact of being educated)

สังคมไทยมีค่านิยมยกย่องผู้มีความรู้ความสามารถ (สมพงษ์ ใหม่วิจิตร, 2536; สุพัตรา สุภาพ, 2541) ได้แก่ ค่านิยมการศึกษาสูง การมีแนวคิดกว้าง มีความคิดสร้างสรรค์ และความทะเยอทะยานทำงานหนัก (สุนทร โคมิน และสนิท สมัครการ, 2522, หน้า 81) คนไทยนิยมใช้การศึกษาเป็นเครื่องบ่งชี้สถานภาพทางสังคม ยึดติดกับรูปแบบมากกว่าเนื้อหา (สุนทร โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 571) ทำให้แต่ละคนกระเสือกกระสนเรียนให้สูงจนเกิดปัญหาการซื้อขายปริญญาและการผลิตบัณฑิตเกินความต้องการของตลาดแรงงาน (รัชนิกร เศรษฐ, 2532, หน้า 80) ไชยรัตน์ เจริญสินโอบาร (2557, หน้า 14) กล่าวว่าปริญญาบัตรในสังคมไทยเป็นทุนทางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ซึ่งเป็นบัตรผ่านไปสู่การมีชีวิตที่ดี คนไทยจึงให้ความสำคัญกับวุฒิการศึกษามากกว่าความรู้ แต่ละสถาบันต่างแข่งขันกันเปิดหลักสูตรมากมายจนไร้คุณภาพ ถือเป็นโศกนาฏกรรมของแวดวงการศึกษาไทย

(7) ค่านิยมเกี่ยวกับอำนาจนิยม (powerism)

คนไทยให้ความสำคัญกับผู้ที่มีอำนาจและปรารถนาอำนาจโดยเฉพาะตำแหน่งทางราชการ แต่ละคนจึงส่งเสริมให้บุตรหลานรับราชการเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจ เงิน และบริวาร (รัชนิกร เศรษฐ, 2532, หน้า 79; บรรเทิง พาพิจิตร, 2549, หน้า 20) ทั้งนี้เนื่องจากระบบศักดินาในอดีตทำให้คนไทยยกย่องบุคคลมากกว่า

หลักการ อย่างเป็นทางการเป็นเจ้าคนนายคน ชอบการมียศศักดิ์ ถือฐานานุรูป ส่งผลต่อการใช้อำนาจในทางมิชอบเพื่อแสวงหาความมั่งคั่งและยศตำแหน่ง (สมพงษ์ ใหม่วิจิตร, 2536) ก่อให้เกิดระบบอุปถัมภ์และความเชื่อเรื่องอำนาจที่สัมพันธ์กับบุญวาสนา บารมี และดวงชะตา (สุนทรী โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 571) สำนึกในความแตกต่างทางอำนาจเช่นนี้ทำให้คนไทยมักนิ่งเฉย มองข้าม และไม่ทักท้วงเมื่อผู้มีอำนาจกระทำความผิด ทั้งยังส่งผลต่อโครงสร้างของภาษาและการสื่อสารซึ่งจะอิงกับสถานะของบุคคลเสมอ (Phillips, 1965) โดยเฉพาะการใช้คำสรรพนามที่จะแตกต่างกันไปตามอายุ ตำแหน่งทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างกัน (Bandhumedha, 1985, p. 84) ซึ่งผู้เขียนจะอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของคนไทยในภายหลัง

ค่านิยมเกี่ยวกับอำนาจนิยมยังรวมถึงการเคารพผู้อาวุโส ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ คุณวุฒิ ชาติกำเนิด ตำแหน่ง และประสบการณ์มากกว่า (บรรเทิง พาพิจิตร, 2549, หน้า 20) เพราะเชื่อว่าการตัดสินใจของผู้อาวุโสกว่าย่อมดีกว่า คนไทยจึงปลูกฝังอบรมให้เด็กหรือผู้น้อยต้องเกรงใจ เคารพนอบน้อม และเชื่อฟังผู้ใหญ่ (รัชนิกร เศรษฐ์, 2532, หน้า 80) ดังปรากฏในสุภาษิตคำสอนต่างๆ เช่น เดินตามหลังผู้ใหญ่หมาไม่กัด ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน ผู้มีอายุมากกว่าถือว่ามีความมากกว่า สังคมไทยจึงคาดหวังให้ผู้ใหญ่ต้องประพฤติตัวให้น่าเคารพยำเกรง สุขุม และไม่ทำตัวเหมือนเด็ก (Bandhumedha, 1985, p. 93-95)

(8) ค่านิยมเกี่ยวกับพุทธศาสนา (Buddhist value)

คนไทยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธจึงเป็นธรรมดาที่หลักคำสอนจะมีอิทธิพลต่อค่านิยม จากการสำรวจของสุนทรী โคมิน และสนธิ สมัครงการ (2522, หน้า 76-79) พบค่านิยมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความสงบสุขทางใจ การฟังหลักธรรม การมีใจเมตตา รู้จักประมาณตนและรักสันโดษ มีอารมณ์สงบและสำรวม และการให้อภัย คนไทยเชื่อในเรื่องบุญกรรมจึงนิยมทำบุญมากเพื่อหวังให้ชีวิตสุขสบาย และยังเชื่อในอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นิยมตฤกษ์ยาม ดูดวง และบูชาเครื่องรางของขลัง (สุนทรী โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 571; บรรเทิง พาพิจิตร, 2549, หน้า 17-20) คำสอนเกี่ยวกับความมั่งคั่งน้อยและการข่มความโกรธทำให้คนไทยนิยมวางเฉย สุขุม ใจเย็น ไม่ทะเลาะทอเยียน ไม่กล้าเสี่ยง และขี้สงสาร (รัชนิกร เศรษฐ์, 2532, หน้า 81) รวมถึงยกย่องผู้ทำความดี ไม่ชอบการผูกพยาบาท และลืมนง่าย (สุพัตรา สุภาพ, 2541) Van Esterik (2000, p. 66) ตั้งข้อสังเกตว่าหลักความสันโดษส่งผลต่อวัฒนธรรมปัจเจกนิยม การถ่อมตน ความอดกลั้น และการไม่ยุ่งกับเรื่องของผู้อื่น แต่ก็มีส่วนทำให้คนไทยไม่มีวิธีคิดแบบก้าวหน้าในเชิงธุรกิจหรือการลงทุน ทำให้พัฒนาการทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่างล่าช้า (สนธิ สมัครงการ, 2537, หน้า 108)

(9) ค่านิยมการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ (glorification to the monarchy)

สถาบันพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยมาทุกยุคทุกสมัย ส่งผลให้คนไทยมีค่านิยมเคารพเทิดทูนและจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์อย่างมาก (สมพงษ์ ใหม่วิจิตร, 2536, หน้า 17; สุพัตรา สุภาพ, 2541) Fong (2009, p. 673-679) อธิบายว่าพระมหากษัตริย์ของไทยมีสถานะสูงส่งเหนือการเมือง

เป็นเสมือนเทพเจ้าในโลกมนุษย์ และอยู่เหนือการวิพากษ์วิจารณ์ ผู้นำในยุคหลังได้สร้างระบบการเมืองแบบใหม่โดยเชิดชูให้พระมหากษัตริย์เป็นผู้นำในระบบประชาธิปไตย เกิดเป็นระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขซึ่งสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

(10) ค่านิยมเกี่ยวกับความสนุกสนาน (enjoyment)

คนไทยมีค่านิยมรักความสนุกสนานร่าเริงเป็นพื้น (สุนทรื โคมิน และสนิท สมัครการ, 2522, หน้า 79) มีค่านิยมที่เกี่ยวข้อง คือ การเน้นบริโภคปัจจุบัน ใช้จ่ายเกินตัว ไม่ชอบทำงานหนัก และใจกว้างหรือใจนักเลง (สุนทรื โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 568) คนไทยถือว่าการเคร่งขรึมหรือจริงจังกับชีวิตเป็นเรื่องน่าเบื่อหน่าย จึงนิยมท่องเที่ยว ดูการละเล่น เสี่ยงโชค แต่งกายสวยงาม และชอบหาของแปลกใหม่มารับประทาน (บรรเทิง พาพิจิตร, 2549, หน้า 17) รวมถึงชอบใช้จ่ายฟุ่มเฟือยมากกว่าเก็บออม นิยมการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าทำงานหนัก ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการเติบโตอย่างก้าวกระโดด (สนิท สมัครการ, 2537, หน้า 109-115) Phillips (1965, p. 57) กล่าวว่าทุกการละเล่นหรือประเพณีของคนไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลได้ปลดปล่อยและตอบสนองค่านิยมความรักสนุก เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและวิถีเกษตรกรรมในอดีตทำให้คนไทยมีเวลาว่างค่อนข้างมาก (สมพงษ์ ใหม่วิจิตร, 2536, หน้า 21) อีกทั้งวิถีการปกครองที่ประชาชนไม่จำเป็นต้องยุ่งเกี่ยวกับการเมืองจึงมีเวลาแสวงหาความสนุกรื่นเริงได้อย่างเต็มที่ (รัชนิกร เศรษฐ์รัฐ, 2532, หน้า 80-81)

สรุปว่าค่านิยมที่สำคัญของคนไทยซึ่งผู้เขียนศึกษาและตรวจสอบจากผลงานการศึกษาต่างๆ ประกอบด้วยค่านิยม 10 ชุด คือ ค่านิยมการให้ความสำคัญกับตัวเองหรือบุคคล ค่านิยมเกี่ยวกับภาวะบุญคุณ ค่านิยมการปรับตัวเข้ากับโอกาสและสิ่งแวดล้อม ค่านิยมเกี่ยวกับความสัมพันธ์และคุณธรรมทางสังคม ค่านิยมความมั่งคั่งร่ำรวย ค่านิยมการมีความรู้ความสามารถ ค่านิยมเกี่ยวกับอำนาจนิยม ค่านิยมเกี่ยวกับพุทธศาสนา ค่านิยมการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ และค่านิยมเกี่ยวกับความสนุกสนาน โดยผู้เขียนได้สรุปเนื้อหา ค่านิยมไทยตามตารางที่ 1 จากนั้นจะนำเสนอสาระเกี่ยวกับอุดมการณ์ในสังคมไทยซึ่งเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของวัฒนธรรมไทยเป็นลำดับต่อไป

ตารางที่ 1 สรุปค่านิยมไทย

ที่	ค่านิยมไทย	ที่	ค่านิยมไทย
1	ค่านิยมการให้ความสำคัญกับตัวเองหรือบุคคล	6	ค่านิยมการมีความรู้ความสามารถ
2	ค่านิยมเกี่ยวกับภาระบุญคุณ	7	ค่านิยมเกี่ยวกับอำนาจนิยม
3	ค่านิยมการปรับตัวเข้ากับโอกาสและสิ่งแวดล้อม	8	ค่านิยมเกี่ยวกับพุทธศาสนา
4	ค่านิยมเกี่ยวกับความสัมพันธ์และคุณธรรมทางสังคม	9	ค่านิยมการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์
5	ค่านิยมความมั่งคั่งร่ำรวย	10	ค่านิยมเกี่ยวกับความสนุกสนาน

อุดมการณ์ในสังคมไทย

ในส่วนนี้ผู้เขียนจะกล่าวถึงอุดมการณ์ที่สำคัญของคนไทย โดยจะอธิบายใน 2 ประเด็น คือ (1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุดมการณ์ และ (2) อุดมการณ์และการเมืองการปกครองในสังคมไทย ดังจะกล่าวในรายละเอียด

1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุดมการณ์

ประเด็นนี้เป็นการให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุดมการณ์ซึ่งจะกล่าวถึงความหมาย บทบาท และหน้าที่ของอุดมการณ์ในฐานะกลไกการควบคุมทางสังคม มีรายละเอียดดังนี้

คำว่า “อุดมการณ์ (ideology)” ประดิษฐ์ขึ้นในช่วงการปฏิวัติฝรั่งเศสโดย Destutt de Tracy ถูกใช้ในขบวนการขับเคลื่อนทางการเมืองเพื่อประสานกลุ่มคนที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน (Heywood, 2012, p. 4-5) อุดมการณ์ คือ ระบบความคิดทั้งหมดซึ่งออกแบบมาเพื่อชี้นำพฤติกรรมของคนในสังคม (Levine, 1990, p. 67) เป็นกลไกที่ทำให้คนส่วนใหญ่เข้าใจว่าสิ่งต่างๆ ในสังคมเป็นความจริงเช่นเดียวกับกลไกของมายาคติ (อัลดูแซร์, 2557, หน้า 23) ส่วน Heywood (1994, p. 15) อธิบายว่าอุดมการณ์ คือ ชุดของความเชื่อพื้นฐานที่สร้างกรอบความคิดและกำหนดการกระทำของเรา มีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับกลุ่ม รวมถึงสนับสนุนและท้าทายโครงสร้างทางอำนาจในสังคม อุดมการณ์จึงเกี่ยวข้องกับอำนาจ การครอบงำ การใช้ภาษา การสร้างความชอบธรรม และความเห็นพ้อง (อรวรรณ ปิรันธนีโอวาท, 2547, หน้า 211)

อุดมการณ์เริ่มนำมาใช้ในงานทางการเมืองโดย Karl Marx (1818-1883) ซึ่งกล่าวถึงการต่อสู้ทางชนชั้น การควบคุมทางสังคม และการแพร่กระจายความคิดของผู้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต (Hall, Evans & Nixon, 2013, p. 344) รวมถึงการกดขี่ชนชั้นกรรมาชีพโดยการสร้างจิตสำนึกลวงหรือ false consciousness แล้วทำให้คนทั่วไปเชื่อว่าเป็นความจริง ยอมรับการกดขี่ว่าเป็นความถูกต้อง (Heywood, 2012, p. 6) ทำให้ชนชั้นล่างให้ความร่วมมือโดยไม่สั่นคลอนอำนาจของชนชั้นนำ อุดมการณ์หรือจิตสำนึกลวงจึงเป็นระบบความเชื่อที่คนคิดว่าเป็นความจริง ถือเป็น การสร้างความหมายในประวัติศาสตร์ทางสังคมจนเกิดเป็นวัฒนธรรมขึ้น (Brummett, 2011, p. 26-27) สอดคล้องกับที่ Williams (1977, p. 55) อธิบายว่าอุดมการณ์

เป็นระบบความคิดจอมปลอมของคนกลุ่มหนึ่ง รวมถึงกระบวนการสร้างความคิดและความหมายเพื่อครอบงำคนส่วนใหญ่ในสังคมด้วย

ในมุมมองเชิงประวัติศาสตร์ การก่อตัวของสังคมต้องอาศัยเงื่อนไขการผลิต (production) และการผลิตซ้ำปัจจัย (means of production) แรงงาน (productive forces) รวมถึงความสัมพันธ์ทางการผลิต (relations of production) วิธีเหล่านี้ใช้หลักการจัดสรรหน้าที่หรือ “กฎการแบ่งงานทางสังคม” ซึ่งชนชั้นปกครองสร้างขึ้นเพื่อให้การผลิตดำเนินต่อไปได้ ส่งผลให้มีการจัดระดับขีดความสามารถในตำแหน่งและ ชนิดงานที่ต่างกันอันเป็นที่มาของการจัดลำดับชั้นทางสังคม ด้วยเหตุนี้ชนชั้นที่อยู่สูงกว่าจึงมีการผลิตซ้ำกฎเกณฑ์ซึ่งเกิดเป็นอุดมการณ์หลัก (dominant ideology) เพื่อสร้างความสยบยอม อุดมการณ์จึงช่วยตอบโจทย์ในการสร้างและเปลี่ยนแปลงสังคม รวมถึงจัดวางบุคคลให้เข้ากับเงื่อนไขการดำรงอยู่ของสังคมหรือความสัมพันธ์ทางการผลิต (อัลธูแซร์, 2557) และเพื่อให้การผลิตซ้ำทั้งหมดมีประสิทธิภาพ แต่ละอุดมการณ์จึงต้องต่อสู้ช่วงชิงเพื่อให้ได้มาซึ่งการครอบความเป็นเจ้า หรือที่ Antonio Gramsci เรียกว่า hegemony (Heywood, 2012, p. 7) อันเป็นการสร้างความเห็นพ้องต่อแผนงานของผู้มีอำนาจโดยการผสมเข้ากับสิ่งที่มวลชนคุ้นเคย ทำให้อุดมการณ์ของคนกลุ่มหนึ่งโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับมากกว่าของคนอีกกลุ่มหนึ่ง (Clarke, 2015, p. 279)

อุดมการณ์ทำหน้าที่เป็นกลไกหนึ่งที่ชนชั้นนำใช้ผลิตซ้ำความสัมพันธ์ทางการผลิต ทำให้การควบคุมทางสังคมง่ายและราบรื่น (Hall, 1985, p. 113) โดยใช้สถาบันต่างๆ เช่น ศาสนา การศึกษา ครอบครัว กฎหมาย การเมือง สื่อมวลชน และวัฒนธรรม เป็นตัวแทนในการหล่อหลอมให้สมาชิกยอมรับอุดมการณ์หลัก แล้วผสมความร่วมมือกับกลไกการปราบปรามหรือการกดขี่ เช่น รัฐบาล รัฐสภา กองทัพ ตำรวจ ราชทัณฑ์ ทั้งสองกลไกเป็นองค์ประกอบของโครงสร้างทางสังคมที่เรียกว่าโครงสร้างส่วนบน (superstructure) ทำหน้าที่ประสานกับโครงสร้างส่วนล่าง (infrastructure) ซึ่งประกอบด้วยเอกภาพของพลังการผลิตและความสัมพันธ์ทางการผลิต ทำให้กระบวนการควบคุมและขับเคลื่อนสังคมดำเนินต่อไปอย่างเป็นธรรมชาติ (อัลธูแซร์, 2557)

สรุปว่าอุดมการณ์คือระบบความคิดที่ชี้นำพฤติกรรมของคนในสังคม มีส่วนในการเชื่อมโยงความหลากหลายของบุคคลกับสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ถือเป็นกรอบความคิดที่ชนชั้นนำสร้างขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการควบคุมสังคมผ่านการหล่อหลอมขัดเกลาโดยสถาบันต่างๆ ทำให้สิ่งสร้างทางสังคมทั้งหมดดูเป็นธรรมชาติในฐานะความจริง อุดมการณ์จึงมีประเด็นของอำนาจและการครอบงำเป็นองค์ประกอบสำคัญ ในหัวข้อต่อไปจะเข้าสู่เนื้อหาเกี่ยวกับอุดมการณ์และการเมืองการปกครองในสังคมไทย มีรายละเอียดดังนี้

2) อุดมการณ์และการเมืองการปกครองในสังคมไทย

ในส่วนนี้ผู้เขียนจะกล่าวถึงอุดมการณ์ที่สำคัญในสังคมไทยโดยเน้นที่ประเด็นการเมืองการปกครอง เนื่องจากอุดมการณ์มีความเกี่ยวข้องกับมิติทางสังคมและการเมืองมาตั้งแต่ยุคเริ่มต้น (ประจักษ์ น้าประสานไทย, 2555, หน้า 6) และเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนระบบการปกครองของรัฐ อุดมการณ์จึงไม่

สามารถแยกออกจากการเมืองได้ (Seliger, 1977, p. 1) ผู้เขียนจะกล่าวถึงอุดมการณ์หลักของคนไทย 3 ประเภท ตามการจำแนกของพิมพร สุนทรวิริยกุล (2551, หน้า 31-35) ได้แก่ (1) อุดมการณ์ทางการเมือง (2) อุดมการณ์ทางเศรษฐกิจ และ (3) อุดมการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) อุดมการณ์ทางการเมือง (political ideology) มีอุดมการณ์ที่สำคัญซึ่งมีส่วนในการขับเคลื่อนการเมืองการปกครองของไทย ได้แก่ (1) ประชาธิปไตย (democracy) คือ การปกครองที่เน้นหลักความเสมอภาค สิทธิ เสรีภาพ และเสียงข้างมากของประชาชน (2) อำนาจอธิปไตยเบ็ดเสร็จ (authoritarianism) คือ การใช้อำนาจอย่างเด็ดขาดโดยคนเพียงกลุ่มเดียว (3) ราชาธิปไตย (monarchy) คือ การเคารพเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ซึ่งมีสถานะเป็นเจ้าของแผ่นดิน เจ้าชีวิต และสมมติเทพ และ (4) ชาตินิยม (nationalism) คือ ความเชื่อในความยิ่งใหญ่และความเป็นเอกภาพของชาติ รวมถึงความรักและหวงแหนแผ่นดินเกิด (พิมพร สุนทรวิริยกุล, 2551, หน้า 31-32)

ในประเด็นเกี่ยวกับอุดมการณ์ทางการเมือง ผู้เขียนขอขยายความรายละเอียดของอุดมการณ์ทั้งหมด ได้แก่ อุดมการณ์อำนาจอธิปไตยเบ็ดเสร็จ ราชาธิปไตย ประชาธิปไตย และชาตินิยม ดังนี้

อุดมการณ์อำนาจอธิปไตยเบ็ดเสร็จและราชาธิปไตยมีอยู่ในสังคมไทยตั้งแต่บรรพกาล โครงสร้างการปกครองของไทยมีการจัดลำดับชนชั้นมาแต่เดิมโดยผู้ปกครองเป็นชนชั้นมูลนายที่มีอำนาจสิทธิ์ขาด ในสมัยสุโขทัยแม้จะใช้ระบบปิตุราชาธิปไตยแต่อำนาจสิทธิ์ขาดก็ขึ้นอยู่กับกษัตริย์เท่านั้น ส่วนสมัยอยุธยาอุดมการณ์อำนาจอธิปไตยเบ็ดเสร็จและราชาธิปไตยมีความเด่นชัดมาก เนื่องจากการรับเอาแนวคิดเทวราชาอันเป็นวัฒนธรรมการปกครองของขอมและอินเดียมาใช้ กษัตริย์ดำรงสถานะเสมือนเทพเจ้า เป็นเจ้าแผ่นดินและชีวิตการสื่อสารกับกษัตริย์ต้องใช้ราชาศัพท์ ถือเป็นกรปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์อย่างแท้จริง (รัชนิกร เศรษฐรัฐ, 2532) แม้ภายหลังจะรับเอาแนวคิดธรรมราชามาใช้แต่ก็ไม่ได้ทำให้สถานะของกษัตริย์เปลี่ยนแปลง ราษฎรยังต้องจงรักภักดีโดยไม่มีข้อแม้เพราะถือว่าพระองค์เป็นผู้มีบุญบารมีที่จะคุ้มครองไพร่ฟ้าให้อยู่เย็นเป็นสุข เป็นผู้มีพระคุณที่ทุกคนต้องกตเวทิต่อการรับเกณฑ์แรงงานและเสียภาษี ส่วนขุนนางและเชื้อพระวงศ์จะเป็นผู้ช่วยในการบริหารการปกครอง (สุมาลี บำรุงสุข และศุภรัตน์ เลิศพานิชย์กุล, 2529, หน้า 65)

การปกครองสมัยสมบูรณาญาสิทธิราชย์มีการแบ่งคนในสังคมเป็น 2 ชั้นหลัก คือ (1) ชั้นสูงหรือมูลนาย ได้แก่ พระมหากษัตริย์ พระราชวงศ์ และขุนนาง (2) ชั้นล่าง ได้แก่ สามัญชนซึ่งมีฐานะเป็นไพร่และทาส (Rabibhadana, 1979, p. 28) นอกจากนี้ยังมีชนชั้นพิเศษ ได้แก่ สมณะพราหมณ์ ชาวต่างชาติ และพ่อค้าวานิช (รัชนิกร เศรษฐรัฐ, 2532, หน้า 15) โครงสร้างดังกล่าวถือว่ากษัตริย์เป็นเจ้าของดินแดนและประชาชนทั้งหมดในอาณาจักร ความสัมพันธ์ระหว่างนายกับไพร่เป็นแบบสมผลประโยชน์ อำนาจของมูลนายจะสัมพันธ์กับระดับศักดินาซึ่งชี้วัดจำนวนคนในสังกัด นายต้องคุ้มครองไพร่ส่วนไพร่ต้องส่งส่วยและรับใช้มูล

นาย ทำให้ความกตัญญูตเวที่เป็นค่านิยมหลักที่คนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ (Rabibhadana, 1979, p. 29-35)

ส่วนอุดมการณ์ประชาธิปไตยนั้นเริ่มแพร่กระจายในสังคมไทยหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี 2475 เป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงอุดมการณ์และองค์กรของรัฐทั้งหมดโดยนำรูปแบบการปกครองของฝรั่งเศสมาผสมกับรูปแบบของไทย แต่ด้วยเหตุที่โครงสร้างทางสังคมยังไม่ถูกปฏิรูปทำให้ระบบการปกครองที่คณะราษฎรนำมาใช้เกิดความล้มเหลว สังเกตจากการปกครองโดยรัฐบาลเผด็จการหลายยุคสมัย แม้บางช่วงจะมีนักคิดบางกลุ่มได้นำเสนออุดมการณ์สังคมนิยมเพื่อเป็นตัวเลือกในการแก้ปัญหาสังคม โดยเฉพาะช่วงเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 ถึง 6 ตุลาคม 2519 แต่แนวคิดนี้ก็พ่ายแพ้ให้กับอุดมการณ์ดั้งเดิมซึ่งหยั่งรากอยู่ในโครงสร้างของสังคมไทยอย่างราบคาบ (จิตยา สุวรรณะชญ, สนิท สมัครการ และเฉลียว บุรีภักดี, 2523, หน้า 23-28)

คนไทยรับอุดมการณ์ประชาธิปไตยมาใช้แบบผิวเผิน ในขณะที่โครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจแบบเดิมยังคงอยู่ (สุมาลี บำรุงสุข และศุภรัตน์ เลิศพาณิชย์กุล, 2529, หน้า 78) นั่นคือพื้นฐานแนวคิดอนุรักษนิยมและระบบอุปถัมภ์ที่ทุกชนชั้นพยายามรักษาไว้ (สุนทรী โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 572) เช่นเดียวกับที่ธงชัย วินิจจะกุล (2551, หน้า 58-63) อธิบายว่าการทำให้ไทยเป็นรัฐสมัยใหม่ในขณะที่โครงสร้างของกลุ่มอำนาจเก่ายังไม่ถูกสะสาง ทำให้ชนชั้นนำเดิมปรับตัวและสืบทอดแนวคิดดั้งเดิมที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ แนวคิดอำนาจที่เชื่อมโยงกับบุญบารมี ระเบียบสังคมที่มีการจัดลำดับชั้น และความสัมพันธ์ทางสังคมแบบองค์รวมชีวภาพ (Organism) ส่วน Shytov (2004, p. 306-308) มองว่าสาเหตุที่ทำให้ประชาธิปไตยไม่เติบโตในสังคมไทยเนื่องจาก (1) ความเชื่อของผู้ปกครองว่าคนชนบทไม่มีศักยภาพในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนและชาวบ้านไม่ทราบอำนาจการปกครองของตนเนื่องจากระบบการศึกษาไร้ประสิทธิภาพ และ (2) ระบบราชการและการรวมศูนย์อำนาจที่ส่วนกลาง ซึ่งชนชั้นชานาถูกปกครองโดยกษัตริย์ในอดีตและโดยทหารรวมถึงข้าราชการในปัจจุบัน ทำให้ประชาชนไม่มีสิทธิในการบริหารจัดการตนเองทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ

ในส่วนของอุดมการณ์ชาตินิยมคาดว่าเกิดขึ้นในยุคล่าอาณานิคมถึงช่วงสมัยรัชกาลที่ 5-7 โดยชนชั้นนำพยายามสร้าง “ความเป็นไทย” และ “ชาติไทย” ด้วยการวางรากฐานชาตินิยมทางวัฒนธรรมโดยผลิตซ้ำศิลปวัฒนธรรมเดิม เช่น ศาสนาพุทธ ภาษาไทย ประเพณีไทย เพื่อการอ้างสิทธิ์เหนือดินแดนทำให้ชาติตะวันตกยอมรับว่าชาติไทยมีอารยธรรม และสร้างความชอบธรรมในการจัดการความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งทำให้สถานภาพของชนชั้นนำเดิมยังคงอยู่ (สายชล สัตยานุรักษ์, 2557, หน้า 38-39) ขณะเดียวกันก็มีการช่วงชิงทางอุดมการณ์โดยชนชั้นนำใหม่ซึ่งเกิดขึ้นหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง ผู้นำเสนอแนวคิดชาตินิยมความเป็นไทย อาทิ รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้เปลี่ยนชื่อประเทศจาก “สยาม” เป็น “ไทย” การเผยแพร่เพลงปลุกใจ เช่น รักเมืองไทย รักกันไว้เถิด ตื่นเถิดชาวไทย การตัดชื่อชนชาติอื่นออกจากชื่อเพลงไทยเดิม และ

ประดิษฐ์เพลงชาติไทยอันเป็นสัญลักษณ์ของข้าอำนาจใหม่แทนเพลงประจำชาติเดิม สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ “ความเป็นไทย” ผูกติดอยู่กับอาการหลงตัวเองของคนไทยรวมถึงการดูถูกชาติเพื่อนบ้านว่าด้อยต่ำกว่าในปัจจุบัน (อภิภพ ภัทรเดชไพศาล, 2556)

(2) อุดมการณ์ทางเศรษฐกิจ (economic ideology) อุดมการณ์สำคัญที่มีส่วนในกิจกรรมทางเศรษฐกิจของไทย ได้แก่ (1) ทุนนิยม (capitalism) คือ การให้ความสำคัญกับเงินทุนและปัจจัยการผลิต แรงงานจัดเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง (2) บริโภคนิยม (consumerism) คือ การบริโภคที่ไร้ขีดจำกัดซึ่งมิได้ตอบสนองความต้องการพื้นฐาน (3) วัตถุนิยม (materialism) คือ การสะสมความมั่งคั่งและความสะดวกสบาย โดยการแสวงหาวัตถุมาครอบครอง รวมถึงใช้วัตถุเป็นตัวตัดสินคุณค่าของบุคคล (4) เงินทรานิยม (moneyism) คือ การวัดความสำเร็จจากรายได้ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีการคำนวณเป็นผลประโยชน์ และ (5) เศรษฐกิจพอเพียง (self-sufficiency economy ideology) คือ การเน้นความพอประมาณ ความจำเป็น การพึ่งตนเอง ความประหยัด และไม่ใช้เงินเป็นตัวชี้วัด (พิมพ์ร สุนทรวิริยกุล, 2551, หน้า 32-33)

ผู้เขียนขออธิบายเฉพาะอุดมการณ์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญในสังคมไทย นั่นคืออุดมการณ์ทุนนิยม และอุดมการณ์วัตถุนิยม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทุนนิยม คือ ระบบเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับการเป็นเจ้าของในทรัพยากรและการจัดสรรปันส่วนวัตถุ ผลผลิต หรือสินค้าตามกลไกการตลาดแบบเสรีโดยปัจเจกหรือภาคเอกชน ประชาชนทุกคนมีสิทธิส่วนตัวในการเป็นเจ้าของหรือครอบครองสินค้า บริการ แรงงาน และสินทรัพย์ทางกายภาพ (Gwartney & Stroup, 1995, p. 51) รวมถึงความสามารถในการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนจากเงินทุน สินทรัพย์ และทรัพยากรได้อย่างเสรี (Samuelson & Nordhaus, 2010, p. 34) ในที่นี้หมายถึงเอกชนเป็นเจ้าของหรือใช้ประโยชน์จากทรัพยากรส่วนใหญ่ แต่โครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสาธารณประโยชน์ยังคงถูกควบคุมดูแล บริหารจัดการ และเป็นเจ้าของโดยภาครัฐอยู่ (Ekelund, Ressler & Tollison, 2006, p. 92)

ในประเทศไทยระบบทุนนิยมปรากฏชัดภายหลังการทำสนธิสัญญาเบาริงสมัยรัชกาลที่ 4 ทำให้เกิดการค้าเสรีระหว่างประเทศและใช้ระบบเงินตราในการแลกเปลี่ยน หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทุนนิยมขนาดใหญ่โดยความร่วมมือของสหรัฐอเมริกา (รัชนีกร เศรษฐโฐ, 2532, หน้า 23-25) อันเป็นหนึ่งในแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแก่ประเทศโลกที่สาม ประเทศไทยจึงมีการปรับปรุงคุณภาพสังคมและเศรษฐกิจโดยพัฒนาระบบอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับมาตรฐานการครองชีพ ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานครั้งใหญ่และเกิดช่องว่างทางเศรษฐกิจเนื่องจากความก้าวหน้ากระจุกตัวอยู่ในเมือง การที่คนไทยมุ่งเน้นการบริโภคทันทีทำให้เกิดค่านิยมการตัดสินบุคคลตามผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ เกิดความไม่สมดุลด้านรายได้ และผู้มีกำลังทางเศรษฐกิจมากกลายเป็นกลุ่มอำนาจใหม่ในสังคม (ชิตยา สุวรรณะชฎ และคณะ, 2523, หน้า 26-27) นอกจากนี้การแข่งขันในระบบทุนนิยมยังสวนกระแสต่อส่งเสริม

อุดมการณ์ทางเลือก อาทิ เศรษฐกิจพอเพียง ทั้งยังก่อให้เกิดการปะทะที่อาจส่งผลเป็นวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจได้เช่นกัน (ชาญชัย รัตนปราการ, 2555, หน้า 7)

วัตถุนิยม คือ หลักการที่มองปรากฏการณ์ทางจิตใจ ความคิด ความรู้สึก ความปรารถนา และขีดความสามารถของมนุษย์ว่าสามารถวัดและคำนวณได้เช่นเดียวกับวัตถุสิ่งของ ความทุกข์หรือความสุขของคน เป็นสิ่งที่สะสม เก็บเกี่ยว และชี้วัดได้คล้ายคลึงกับความเป็นวัตถุหรือสัมพันธ์กับวัตถุที่ได้ครอบครอง รวมถึงการใช้สินค้าหรือวัตถุสิ่งของเป็นตัวบ่งบอกความแตกต่างด้านสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Cottrell, 1998, p. 288-289) Hofmeister and Neulinger (2013, p. 321) อธิบายคุณลักษณะสำคัญของความเป็นวัตถุนิยม (ทัศนคติต่อทั้งวัตถุและเงินตรา) ได้แก่ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความเห็นแก่ตัว ความอิจฉาริษยาเมื่อเทียบกับผู้อื่น การบริโภควัตถุสิ่งของเพื่อสร้างอัตลักษณ์และเป็นรางวัลแห่งความสำเร็จของตน วัตถุนิยมเป็นต้นตอให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การใช้สินค้าและบริการเพื่อการโอ้อวด ความฟุ่มเฟือยสุรุ่ยสุร่าย การใช้จ่ายโดยไม่ไตร่ตรอง ผู้มีความเป็นวัตถุนิยมจึงมักมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อโอ้อวด ใช้วัตถุแสดงสถานะ และชี้วัดความสำเร็จ รวมถึงรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้ครอบครองหรือบริโภควัตถุสิ่งของ (ภูเบศร์ สมุทรจักร และมนสิการ กาญจนะจิตรา, 2557, หน้า 52-53)

ในทรรศนะของผู้เขียนมองว่าอุดมการณ์ทุนนิยมมีความสัมพันธ์และส่งผลให้เกิดโลกทัศน์ความสำเร็จเชิงวัตถุนิยมซึ่งครอบงำวิถีคิดและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน เช่นเดียวกับที่ชาญชัย รัตนปราการ (2555, หน้า 31) อธิบายว่าทุนนิยมและวัตถุนิยมมีความเกี่ยวข้องกันอย่างเหนียวแน่นมาตั้งแต่ก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรม จากการศึกษาของภูเบศร์ สมุทรจักร และมนสิการ กาญจนะจิตรา (2557) พบว่าคนรุ่นใหม่มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบวัตถุนิยมมากที่สุดซึ่งควรเฝ้าระวังอย่างยิ่ง นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เคยสำรวจดัชนีความสุขของครอบครัวไทย พบว่าร้อยละ 62.42 ของครอบครัวไทยประสบปัญหาความแตกแยก ขาดความอบอุ่น และปัญหาสุขภาพจิตอันเป็นผลจากพฤติกรรมการดำรงชีวิตในสังคมทุนนิยมและการให้ความสำคัญกับวัตถุนิยมมากเกินไปในปัจจุบัน (ผู้จัดการออนไลน์, 2553)

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและการเมืองหลังปี 2475 การเข้ามาของทุนนิยม กระแสวัตถุนิยม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และระบบการศึกษามวลชนแบบตะวันตก ส่งผลให้เกิดชนชั้นใหม่ในสังคมไทยนั่นคือชนชั้นกลาง (อติภพ ภัทรเดชไพศาล, 2556, หน้า 104) รัชนิกร เศรษฐ์ (2532, หน้า 20) อธิบายว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจทำให้โครงสร้างทางชนชั้นของสังคมไทยเปลี่ยนแปลงและคงอยู่เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน โครงสร้างดังกล่าวประกอบด้วย (1) ชนชั้นผู้ดีเก่า (aristocrats) คือ ผู้มีเชื้อสายราชสกุลและขุนนาง (2) ชนชั้นนำ (elite) คือ ผู้บริหารประเทศ นักการเมือง ข้าราชการระดับสูง นักธุรกิจ เป็นต้น (3) ชนชั้นกลางระดับสูง (upper-middle class) คือ ข้าราชการ ผู้มีความรู้สูง และวิชาชีพที่มีรายได้มาก เช่น แพทย์ อาจารย์ ทหาร (4) ชนชั้นกลางระดับต่ำ (lower-middle class) คือ ช่างฝีมือ ผู้ชำนาญการ พนักงานบริษัท แรงงาน

ภาคอุตสาหกรรม เป็นต้น และ (5) ชั้นกลาง (lower class) คือ กรรมกรไร้ฝีมือ ผู้ใช้แรงงาน เกษตรกร ผู้มีอาชีพหาเช้ากินค่ำ เป็นต้น

(3) อุดมการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม (social and cultural ideology) มีอุดมการณ์ที่สำคัญ ได้แก่ (1) ศักดินา (feudalism) คือ ระบบสังคมที่กำหนดสิทธิหน้าที่ โอกาส และสถานะของบุคคลตามลำดับชั้น (2) ชายเป็นใหญ่ (patriarchy) คือ โครงสร้างทางสังคมและวิถีปฏิบัติที่ผู้ชายมีอำนาจ บทบาท และความสำคัญในสังคมมากกว่า (3) อุดมการณ์พุทธศาสนา (Buddhism) คือ ความเชื่อเรื่องกฎแห่งกรรม ความไม่เท่าเทียมด้านวาสนาบาปมี การเวียนว่ายตายเกิด การสร้างบุญกุศล (4) ไสยศาสตร์ (occultism) คือ การนับถืออำนาจเหนือธรรมชาติ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ อิทธิปาฏิหาริย์ เวทมนตร์คาถา มีพื้นฐานมาจากการนับถือผีและศาสนาพราหมณ์ (5) ท้องถิ่นนิยม (localism) คือ ความผูกพันของบุคคลหรือกลุ่มที่มีต่อถิ่นที่อยู่ ประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ ประเพณี และวัฒนธรรมของตน และ (6) ธรรมชาตินิยม (naturalism) คือ การให้ความสำคัญกับธรรมชาติ สภาวะที่เป็นจริงตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ รวมถึงหลักของเหตุผล (พิมพ์ สุนทรวิริยกุล, 2551, หน้า 33-35)

ในที่นี้จะขอขยายความอุดมการณ์ที่สำคัญซึ่งสัมพันธ์กับงานการศึกษาวิจัยของผู้เขียน นั่นคือ อุดมการณ์ศักดินา อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ และอุดมการณ์พุทธศาสนา มีรายละเอียดดังนี้

ศักดินาเป็นกลไกการกำหนดบทบาทหน้าที่ สิทธิ อำนาจ และฐานะของทุกชนชั้นโดยใช้ชาติกำเนิดและตำแหน่งทางราชการเป็นตัวชี้วัด (สุมาลี บำรุงสุข และศุภรัตน์ เลิศพาณิชย์กุล, 2529, หน้า 84) จิตร ภูมิศักดิ์ (2550, หน้า 37) อธิบายว่า “ศักดินา” มี 3 ความหมาย คือ ในเชิงเศรษฐกิจศักดินาหมายถึง อำนาจในการครอบครองที่ดินซึ่งเป็นปัจจัยการผลิต ในเชิงการเมืองหมายถึงอำนาจและอิทธิพลของมนุษย์ซึ่งแตกต่างกันไปตามปริมาณที่ดินที่ตนมี และในเชิงวัฒนธรรมหมายถึงอำนาจในการกำหนดรูปแบบวิถีชีวิตซึ่งขึ้นอยู่กับอำนาจในที่ดิน เจ้าของที่ดินจะพยายามทำให้ผู้ด้อยกว่าหรือผู้ไร้อำนาจในที่ดินเคารพยกย่องและยอมรับสถาบันของพวกเขา โดยกล่อมเกล่าให้เห็นว่าระเบียบที่กำหนดขึ้นเป็นความถูกต้องชอบธรรมที่พึงยึดถือ ปฏิบัติ ส่วน Rabibhadana (1979, p. 30) อธิบายว่าศักดินาสามารถใช้กำหนดหรือชี้วัดจำนวนคนที่อยู่ภายใต้บังคับบัญชา บังคับความมั่งคั่งและโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร รวมถึงใช้ระบอบเขตอำนาจทางการเมืองของแต่ละบุคคลได้

ระบบศักดินาถือว่าที่ดินและแรงงานทั้งหมดผูกขาดโดยชนชั้นมูลนาย สามัญชนมีนาได้ 25 ไร่ ผู้มีนามากกว่า 400 ไร่ถือเป็นชนชั้นผู้ดี หากต่ำกว่าถือเป็นชนชั้นไพร่ซึ่งต้องอยู่ภายใต้การปกครองของชนชั้นผู้ดี และใช้แรงงานเกณฑ์ ไม่มีสิทธิในการบริหารงานแผ่นดิน และต้องส่งทรัพยากรที่ได้จากการประกอบอาชีพให้มูลนายเพื่อแลกกับความคุ้มครองอันเป็นที่มาของระบบอุปถัมภ์ (รัชนิกร เศรษฐ์, 2532, หน้า 15) จิตร ภูมิศักดิ์ (2550, หน้า 138) กล่าวว่าแท้จริงแล้วสามัญชนมีนาได้สูงสุด 15 ไร่ในอัตราไพร่ราบ หากเป็นคนยากจน

ซึ่งเป็นชนส่วนใหญ่จะมีนาได้เพียง 5 ไร่เสมอกับทาสเท่านั้น ผู้รับพระราชทานที่ดินตามศักดินาจะได้รับครุฑเรือนและผลประโยชน์ในที่ดินนั้น ส่งผลให้ผู้มีศักดินามากมีอำนาจทางสังคมมากตามไปด้วย (หน้า 148) แม้ระบบการจัดสรรดังกล่าวจะถูกยกเลิกไปแล้วแต่อุดมการณ์ศักดินาก็ยังมีอิทธิพลต่อระบบราชการไทยในปัจจุบัน ค่านิยมที่ถือว่าข้าราชการเป็นผู้มีเกียรติทำให้เกิดการวางอำนาจและการใช้อำนาจในทางมิชอบ เน้นระบบอุปถัมภ์ การบริการประชาชนไม่เสมอภาค มีโครงสร้างแบบรวมศูนย์ทำให้การปฏิบัติงานล่าช้าและมีขั้นตอนซับซ้อน ทำให้ระบบราชการไทยไร้ประสิทธิภาพและมีความเหลื่อมล้ำสูง (รัชนิกร เศรษฐรัฐ, 2532, หน้า 54-56)

ชายเป็นใหญ่ถือเป็นอุดมการณ์หนึ่งที่มีความสำคัญต่อโครงสร้างของสังคมไทยเช่นกัน ชนชั้นสูงสมัยอยุธยาถือว่าผู้หญิงเป็นสินทรัพย์ ผู้ชายจะมีภรรยาหลายคนเพื่อแสดงอำนาจ ครอบครัวมีการใช้ลูกสาวเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างตระกูลหรือราชวงศ์ (คริส เบเคอร์ และผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2557, หน้า 45) แม้ในปัจจุบันคนไทยก็ยังถือว่าความสุภาพเรียบร้อยแบบกุลสตรีเป็นคุณสมบัติของผู้หญิงที่ดี ถือเป็นผลจากการผลิตซ้ำโลกทัศน์แบบราชสำนักและพุทธศาสนาแบบเถรวาท สุภาชิตสอนหญิงเป็นตัวอย่างหนึ่งของการผลิตซ้ำอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ซึ่งสอนให้ผู้หญิงต้องรักษานวลสงวนตัวและอยู่ในโอวาทของสามี (อดิเทพ ภัทรเดชไพศาล, 2556, หน้า 65-66) พระยาอนูมานราชชน (2553, หน้า 254) ได้กล่าวถึงประเพณีเกี่ยวกับการแต่งงานซึ่งแสดงถึงความสำคัญของเพศชาย นั่นคือ การที่ภรรยาและบุตรธิดาใช้นามสกุลของฝ่ายชาย การที่สามีต้องนอนฝั่งขวามือของภรรยาเสมอ และคนโบราณมักสั่งสอนให้ภรรยากราบเท้าสามีเพราะเชื่อว่าจะเป็นที่ศรีแก่ตัวหรือทำให้ครอบครัวเจริญรุ่งเรือง

ส่วนอุดมการณ์พุทธศาสนาถือว่ามียศบพาทสำคัญในการเกื้อกูลสถาบันการเมือง แม้ปัจจุบันสถาบันการศึกษาจะมีบทบาททางสังคมมากกว่าสถาบันศาสนาซึ่งเป็นกลไกทางอุดมการณ์หลักในอดีต (อัสตูแซร์, 2557, หน้า 70) แต่ศาสนาก็ยังคงความสำคัญในการส่งเสริมอำนาจต่างตอบแทนกับสถาบันการเมือง โดยเฉพาะสถาบันสงฆ์ซึ่งมีบทบาทในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับประชาชน (สุมาลี บำรุงสุข และศุภรัตน์ เลิศพาณิชย์กุล, 2529, หน้า 73) รวมถึงถ่ายทอดอุดมการณ์ที่สนับสนุนชนชั้นปกครอง เช่น ธรรมราชา อีกทั้งยังใช้ความเชื่อโดยเฉพาะหลักกรรมมาอธิบายความแตกต่างทางอำนาจ บารมี สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจของบุคคล ส่วนสถาบันการเมืองก็เกื้อกูลศาสนาโดยการสร้างวัดเพื่อเสริมบารมี ถวายที่ดิน ให้สมณศักดิ์ และปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา นอกจากนี้ยังมีการผลิตซ้ำอุดมการณ์โดยการสร้างศาสนาพลเมือง (Civil religion) นั่นคืออุดมการณ์ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และให้พระสงฆ์เป็นตัวแทนในการเผยแพร่อุดมการณ์รวมถึงสร้างความมั่นคงทางการเมือง เนื่องจากพระสงฆ์มีความใกล้ชิดและเป็นที่เคารพนับถือของประชาชนส่วนใหญ่ (สุนทรี โคมิน และคณะ, 2529, หน้า 595)

ประเด็นเกี่ยวกับอุดมการณ์ในสังคมไทย ผู้เขียนได้อภิปรายใน 3 ประเด็น คือ (1) อุดมการณ์ทางการเมือง ได้แก่ อุดมการณ์อำนาจนิยมเบ็ดเสร็จ ราชาธิปไตย ประชาธิปไตย และชาตินิยม (2) อุดมการณ์ทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อุดมการณ์ทุนนิยมและวัตถุนิยม และ (3) อุดมการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่

อุดมการณ์ศักดินา ชายเป็นใหญ่ และพุทธศาสนา ผู้เขียนได้สรุปเนื้อหาอุดมการณ์ในสังคมไทยตามตารางที่ 2 จากนั้นจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของคนไทยซึ่งสัมพันธ์และแสดงถึงลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของคนไทย ดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไป

ตารางที่ 2 สรุปอุดมการณ์ในสังคมไทย

อุดมการณ์ในสังคมไทย		
การเมือง	เศรษฐกิจ	สังคมและวัฒนธรรม
1. อุดมการณ์อำนาจนิยม เบ็ดเสร็จ	1. อุดมการณ์ทุนนิยมและวัตถุนิยม	1. อุดมการณ์ศักดินา
2. อุดมการณ์ราชาธิปไตย		2. อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่
3. อุดมการณ์ประชาธิปไตย		3. อุดมการณ์พุทธศาสนา
4. อุดมการณ์ชาตินิยม		

รูปแบบการสื่อสารที่แสดงถึงลักษณะทางวัฒนธรรมของคนไทย

รูปแบบการสื่อสารของคนไทยเป็นสาระสุดท้ายที่ผู้เขียนจะนำเสนอในบทความนี้ ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารและวัฒนธรรมมีกระบวนการหรือลักษณะหน้าที่ควบคู่กัน แต่ละกลุ่มชนจะสะท้อนวัฒนธรรมของตนเองผ่านการใช้ภาษา พฤติกรรมการสื่อสาร และการปฏิบัติตนเมื่อต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Samovar & Porter, 2004, p. xi-3)

เนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับรูปแบบการสื่อสารของคนไทยที่ผู้เขียนได้อภิปรายประกอบด้วย (1) วัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม (2) การสื่อสารแบบเน้นอิงบริบท (3) ความแตกต่างทางอำนาจมาก (4) ลักษณะความเป็นเพศหญิง และ (5) ระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม (collectivism)

วัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยมและปัจเจกนิยมมีอิทธิพลต่อการสื่อสารและวิธีการเข้าสังคมของแต่ละบุคคล ประเทศในภูมิภาคเอเชียส่วนใหญ่จัดว่าเป็นวัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม (Gudykunst & Lee, 2003, p. 12) จากงานของ Geert Hofstede ซึ่งสำรวจมิติด้านค่านิยมทางวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ โดยใช้พื้นฐานการศึกษาวิจัยจาก IBM Corporation (ดูใน Minkov & Hofstede, 2013; Samovar & Porter, 2004; Sadri & Flammia, 2011) ในมิติด้านปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยม (individualism-collectivism) การสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าประเทศไทยมีค่าความเป็นปัจเจกนิยมเพียง 20 คะแนนจาก 100 (Hofstede & Hofstede, 2005, p. 79) ซึ่งอาจบ่งชี้ให้เห็นว่าโดยส่วนใหญ่แล้วคนไทยมีความเป็นกลุ่มนิยมสูง ให้ความสำคัญกับความสามัคคี และความเห็นพ้อง บุคคลจะจงรักภักดีต่อกลุ่มเพื่อแลกกับผลประโยชน์และการปกป้อง ส่วน

Rojjanaprapayon (1997, 20-21) กล่าวว่ารูปแบบทางวัฒนธรรมดังกล่าวมี 2 กลุ่มแนวคิด คือ กลุ่มแรกมองว่าคนไทยมีวัฒนธรรมปัจเจกนิยมแบบโครงสร้างหลวม (loosely-structured society) กลุ่มที่สองมองว่าเป็นวัฒนธรรมแบบปัจเจกนิยมเชิงลบ (negative individualism) เนื่องจากคนไทยมีความเห็นแก่ตัวและขาดจิตสำนึกสาธารณะ แต่ก็มีพฤติกรรมความร่วมมือกับผู้อื่นแม้จะจำกัดเฉพาะญาติมิตร คนสนิท หรือกลุ่มเพื่อนก็ตาม นักวิชาการจึงสรุปว่าคนไทยมีวัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม

สังคมแบบกลุ่มนิยมจะเน้นการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน (interdependence) แต่ละคนมองว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม พฤติกรรมต่างๆ จะถูกกำหนดหรือขึ้นอยู่กับความคิดและการกระทำของผู้อื่น (Markus & Kitayama, 1991, p. 227) บุคคลจึงต้องปรับตัวเข้ากับกลุ่ม แสดงพฤติกรรมที่เหมาะสม มีสำนึกในตำแหน่งหน้าที่ของตน และรักษาน้ำใจซึ่งกันและกัน (Gudykunst & Lee, 2003, p. 15) ผู้มีพฤติกรรมเหล่านี้ถือว่ามี ความอดทน มีสมบัติผู้ดี รู้จักควบคุมตนเอง รู้กาลเทศะ และมีวุฒิภาวะ (Markus & Kitayama, 1991, p. 229) คุณสมบัติข้างต้นเป็นสิ่งที่พึงประสงค์ในสังคมไทย สืบเนื่องจากคติคำสอนในนิทานพื้นบ้านที่มักมีการสะท้อนวัฒนธรรมกลุ่มนิยม ทั้งการปลุกฝังให้รักผู้อื่น มีเมตตากรุณา และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (Shytov, 2004, p. 347) แม้แต่การเล่นของไทย เช่น มอญซ่อนผ้า รีรีข้าวสาร ก็ล้วนส่งเสริมความเป็นกลุ่มนิยม โดยเฉพาะความสามัคคีกลมเกลียว ความอดทนอดกลั้น ความเกรงใจ และการเกื้อกูลผู้อื่น (Bandhmedha, 1985, p. 85)

สังคมที่เน้นการพึ่งพากันแบบกลุ่มนิยมจะมีรูปแบบการสื่อสารอิงกับบริบทมาก (high-context) มีความสุภาพ (politeness) และไม่ตรงไปตรงมา (indirectness) บุคคลจะกังวลกับการแสดงออกที่อาจทำให้ตนเสียหน้าหรือไม่เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม พยายามใส่ใจฟังหรือมีส่วนร่วม และระงับกิริยาเมื่อสื่อสารกับบุคคลที่ไม่คุ้นเคย หากแยกเป้าหมายการสนทนาออกเป็น 2 ส่วน คือ เพื่อความสัมพันธ์ทางสังคมและเพื่อการทำงาน การสนทนาในสังคมกลุ่มนิยมจะเกี่ยวข้องกับการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมมากกว่า ผู้พูดจะหลีกเลี่ยงคำพูดที่ทำร้ายความรู้สึกของผู้ฟังหรือทำให้ผู้ฟังมองตนในแง่ลบ เน้นการสบตาและการแสดงออกทางสีหน้า (Gudykunst & Lee, 2003, p. 16-25) สอดคล้องกับการศึกษารูปแบบการสื่อสารของคนไทยในงานวิจัยของ Rojjanaprapayon (1997, p. xvii) ซึ่งอธิบายว่าสังคมไทยมีความเป็นกลุ่มนิยมสูง จึงมีรูปแบบการสื่อสารอย่างไม่ตรงไปตรงมา อิงกับบริบท (contextuality) และมีความเป็นเพศหญิง (femininity)

การศึกษาของ Rojjanaprapayon (1997) พบว่าการสื่อสารที่ไม่ตรงไปตรงมาของคนไทยเป็นยุทธวิธีสำหรับหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหากมีคำถามหรือข้อโต้แย้งคนไทยมักเก็บงำไว้ นอกจากนี้ชาวต่างชาติที่แต่งงานกับคนไทยมักพบปัญหาว่าคนไทยไม่แสดงความรู้สึกหรือความต้องการอย่างตรงไปตรงมา ขอบึงเงียบโดยคาดหวังให้คู่สื่อสารทราบความรู้สึกของตนทำให้การคาดเดาคำพูดของคนไทยเป็นเรื่องยาก สอดคล้องกับที่ Phillips (1965, p. 79) อธิบายว่าพฤติกรรมและคำพูดของคนไทยมักตรงข้ามกับความคิดหรือความต้องการที่แท้จริง เมื่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ามักมีพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมชาติเพื่อ

สกัดกันมิให้สื่อสารรู้ความคิดหรือความรู้สึกของตน นิยมหัวเราะเมื่อทำความผิด พุดคุยผ่านคนกลาง ชุบชิบ นินทา และหลีกเลี่ยงปัญหาเมื่อเกิดความขัดแย้ง ใช้การประจบสอพลอและความตลกโปกฮาเมื่อต้องการกลบเกลื่อน ทั้งนี้เพราะเกรงว่าจะทำให้บรรยากาศการสื่อสารไม่น่าประทับใจ (p. 184-185)

วัฒนธรรมกลุ่มนิยมยังส่งผลต่อลักษณะการสื่อสารที่สุภาพของคนไทย คู่สื่อสารมักจะตระหนักถึง (1) คำสรรพนามที่เหมาะสมกับเพศ ปรียท และรูปแบบความสัมพันธ์ (2) อายุและความใกล้ชิด และ (3) ตำแหน่งทางสังคมซึ่งจะเป็นตัวกำหนดวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม (Rojjanaprapayon, 1997, p. 22) หากคู่สนทนามีรูปแบบการสื่อสารที่แสดงถึงการยอมรับ ชื่นชม ไม่หยิ่งยโส ยึดหยุ่น สุภาพ และถ่อมตนจะทำให้ความสัมพันธ์นั้นราบรื่น (Knutson & Posirisuk, 2007, p. 211) คนไทยใช้ความสุภาพเพื่อแสดงความห่วงใยต่อคู่สื่อสาร ใช้จัดการความกังวลหรือความเกือเขินเพื่อรักษาหน้า (face-saving) และใช้สร้างความประทับใจเพื่อให้คู่สนทนามีการปฏิบัติที่ดีต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการยิ้ม หัวเราะ หรือพูดเรื่องสัพเพเหระ จัดเป็นพฤติกรรมที่เหมาะสมสำหรับการเข้าสังคมเพื่อให้บรรยากาศผ่อนคลาย คนไทยจึงยกย่องผู้ที่ควบคุมอารมณ์ได้ดี สุขุม อ่อนน้อม สุภาพ รู้กาลเทศะ และคิดใคร่ครวญก่อนพูด แต่ละคนจึงถูกอบรมสั่งสอนให้ระมัดระวังคำพูดอยู่เสมอเมื่อต้องสื่อสารกับผู้อื่น ความสุภาพของคนไทยนั้นแสดงถึงความอดทนต่อความแตกต่างและความผิดพลาดของผู้อื่น แต่ก็ถือเป็นการเสแสร้งและปิดบังความรู้สึกหรือความต้องการที่แท้จริงของตนด้วย (Phillips, 1965)

สรุปว่าสังคมไทยมีลักษณะทางวัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยมที่มีรูปการการสื่อสารอย่างไม่ตรงไปตรงมา และมีความสุภาพเพื่อรักษาหน้า หากพิจารณาถึงความสุภาพจะพบว่ามีการใช้แตกต่างกันไปตามปรียทของคู่สนทนา ผู้เขียนจึงกล่าวถึงการสื่อสารที่อิงกับปรียทเป็นลำดับต่อไป

การสื่อสารแบบเน้นอิงปรียท (high-context culture)

สังคมที่มีรูปแบบการสื่อสารซึ่งเน้นอิงปรียท การแสดงออกของคู่สนทนาก็ไม่ชัดเจน การตีความต้องอาศัยปรียท สถานการณ์ และสภาพแวดล้อมร่วมกัน (Sadri & Flammia, 2011, p. 51) เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มักพบในสังคมแบบกลุ่มนิยมซึ่งมีลักษณะไม่ตรงไปตรงมาเพื่อสร้างความกลมเกลียว การสื่อความหมายจะขึ้นอยู่กับบริบทที่ตีความรหัสสารซึ่งจะแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ (Gudykunst & Lee, 2003, p. 18) คู่สื่อสารจะเน้นความเข้ากันได้ของอวัจนภาษา รวมถึงการเชื่อมโยงปรียทโดยใช้เวลาสร้างความคุ้นเคย และรู้อัตลักษณ์ของกันและกัน (Rojjanaprapayon, 1997, p. 52)

คนไทยส่วนใหญ่มีลีลาการสื่อสารที่เน้นอิงตามปรียท (contextual style) โดยคู่สนทนาจะเลือกใช้คำซึ่งผันแปรไปตามวัตถุประสงค์ ความสัมพันธ์ระหว่างกัน และอัตลักษณ์ตามบทบาทที่มีหรือได้รับจากสังคม (Rojjanaprapayon, 1997, p. 46) ในการเชื่อมโยงปรียทของคนไทย คู่สื่อสารจำเป็นต้องทราบสถานะของกันและกันอันจะเป็นตัวกำหนดว่าควรใช้โครงสร้างทางภาษาที่เหมาะสมอย่างไร (Knutson & Posirisuk, 2007,

p. 211) สอดคล้องกับความเห็นของ Gudykunst and Lee (2003, p. 26) ที่ว่าการใช้วัจนภาษาในสังคมแบบกลุ่มนิยมจะอ้างอิงกับบริบทและความสัมพันธ์เชิงบทบาทของคู่สนทนา มาก ส่งผลให้มีลีลาการสื่อสารแบบสุภาพ ใช้ภาษาทางการกับบุคคลที่ไม่คุ้นเคย และมีรูปแบบการสื่อสารที่สั้นกระชับ พุดน้อย รวบรวม รวมถึงเน้นการแสดงออกทางสีหน้า (succinct style) (Rojjanaprapayon, 1997, p. 45)

การตระหนักถึงบริบทหรือสถานะของคู่สื่อสารเป็นวิธีการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงอย่างหนึ่งของคนไทย เพราะคู่สื่อสารจะสามารถคาดการณ์ลักษณะทางจิตใจของฝ่ายตรงข้าม และเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารได้ถูกต้องเหมาะสมอันจะทำให้ความสัมพันธ์ราบรื่น (Knutson & Posirisuk, 2007, p. 211) ดังที่ Rojjanaprapayon (1997, p. 61) อธิบายว่าคนไทยนิยมใช้คำที่แสดงถึงบริบทและตำแหน่งทางสังคม เช่น “ท่านอธิการ” “อาจารย์” เพราะต่างมีสำนึกเกี่ยวกับบทบาทของตนและผู้อื่น ไม่ต้องการให้เกิดความขัดแย้ง และต้องการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมนั่นเอง

การสื่อสารที่อิงกับบริบทสามารถสะท้อนการจัดลำดับชั้น (social hierarchy) และบทบาทที่ไม่เสมอภาคกันทางสังคมได้เป็นอย่างดี (Rojjanaprapayon, 1997, p. 46) ผู้เขียนจึงขอกล่าวถึงลักษณะทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับความแตกต่างทางอำนาจที่สัมพันธ์กับรูปแบบการสื่อสารของคนไทยเป็นลำดับต่อไป

ความแตกต่างทางอำนาจมาก (high-power distance)

สังคมที่มีความแตกต่างทางอำนาจมากสมาชิกจะยอมรับการกระจายอำนาจที่ไม่เท่าเทียม มองว่าอำนาจเป็นพื้นฐานในการขับเคลื่อนสังคม ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแนวตั้ง ใช้คำที่เป็นทางการเพื่อแสดงความเคารพ ใช้รหัสภาษาที่ไม่ตรงไปตรงมา และนิยมเลี่ยงการมีปฏิสัมพันธ์กับคนที่ไม่คุ้นเคยเนื่องจากกลัวความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น (Gudykunst & Lee, 2003, p. 20-25)

จากการสำรวจของ Hofstede พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนไทยมีค่าความแตกต่างทางอำนาจมากที่ 64 คะแนนจาก 100 (Hofstede & Hofstede, 2005, p. 43) ซึ่งอาจบ่งชี้ว่าสังคมไทยมีความแตกต่างทางอำนาจสูง ให้ความสำคัญกับการจัดลำดับชั้นและมีสำนึกในความแตกต่างเชิงสถานะ (Rojjanaprapayon, 1997, p. 41) Minkov and Hofstede (2013, p. 228) ยังนำเสนอผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่ตีความได้ว่าชาวไทยยึดถือลำดับชั้นทางสังคมอย่างมากและอาจมากเป็นอันดับที่สองรองจากชาวจีน คนไทยจึงใส่ใจกับสถานะของบุคคลในทุกมิติ ยอมรับความไม่เสมอภาคทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมือง บทบาทหน้าที่ของแต่ละคนจึงขึ้นอยู่กับชนชั้นหรือตำแหน่งทางสังคม (Shytov, 2004, p. 111-112) การยอมรับอำนาจของผู้มีสถานะสูงกว่ามักแสดงออกด้วยการเคารพยกย่อง ทำให้พอใจ และเชื่อฟังแม้พวกเขาจะมีข้อบกพร่อง ทั้งยังถือว่าผู้มีอำนาจคือผู้มีบุญวาสนาและสามารถช่วยเหลือตนได้ ทั้งนี้ผู้มีอำนาจมากจะดูแลผู้มีอำนาจน้อยเพื่อแลกกับการ

รับใช้หรือความภักดี (Phillips, 1965, p. 143-156) คนชั้นล่างจึงพยายามผลักดันให้ตัวเองมีอำนาจเพิ่มขึ้น โดยอาศัยช่องทางทางการเมือง การศึกษา และการช่วยเหลือจากพวกพ้อง (รัชนิกร เศรษฐรัฐ, 2532, หน้า 20)

ความแตกต่างทางอำนาจในสังคมไทยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางประวัติศาสตร์และศาสนา โดยเฉพาะความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์และหลักกรรมซึ่งมองว่าบุคคลแตกต่างกันด้วยผลกรรมที่ทำไว้ในอดีต (Rojjanaprapayon, 1997, p. 14-15) คนไทยจึงเป็นพวกชะตากรรมนิยม คือ เชื่อบุญวาสนา ไม่ดีนรณ และปลงกับทุกเรื่อง ส่งผลต่อการยอมรับความแตกต่างทางอำนาจตามไปด้วย (Phillips, 1965, p. 47) แม้ประเทศไทยจะปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยซึ่งเน้นความเท่าเทียม แต่โลกทัศน์เรื่องความสูงต่ำทางอำนาจก็ยังมีอิทธิพลต่อวิถีคิดของคนไทยอยู่มาก (Bandhmedha, 1985) มิหนำซ้ำความเหลื่อมล้ำทางอำนาจกลับขยายเพิ่มมากขึ้น ทำให้ชนชั้นสูงและกลางซึ่งมีโอกาส อำนาจ และทรัพยากรมากกว่ามีความได้เปรียบชนชั้นล่างและชนบทซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ (Shytov, 2004, p. 309)

พฤติกรรมการสื่อสารของคนไทยสะท้อนถึงการตระหนักและยอมรับในความต่างทางอำนาจอย่างชัดเจน คู่สื่อสารจะใช้ภาษาที่เชื่อมโยงกับสถานะทางสังคม บทบาท และอายุของกันและกัน มีการใช้คำสรรพนามที่หลากหลายเพื่อแสดงถึงความเคารพ อำนาจ และความสนิทสนม (Rojjanaprapayon, 1997, p. 15-18) Bandhmedha (1985, p. 87) กล่าวว่าการใช้คำสรรพนามของคนไทยต้องคำนึงถึงคุณลักษณะส่วนบุคคล (เพศ อายุ ตำแหน่ง) และความสัมพันธ์ต่อกัน (สถานะ ความเกี่ยวข้อง ความสนิทสนม) เพื่อที่จะเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม ในภาษาไทยมีคำสรรพนามบุรุษที่หนึ่ง 17 รูปแบบ และสรรพนามบุรุษที่สองมากถึง 19 รูปแบบ แต่ละรูปแบบจะแสดงถึงความสุภาพ ความสนิทสนม และสถานะของบุคคลแตกต่างกันไป (Knutson & Posirisuk, 2007, p. 211) ในกรณีที่ผู้พูดไม่ทราบสถานะของคู่สนทนา คนไทยมักใช้คำสรรพนามที่สื่อว่าฝ่ายตรงข้ามมีอำนาจมากกว่าเพื่อป้องกันความขัดแย้ง ทั้งนี้ผู้มีสถานะหรืออายุต่ำกว่าจำต้องระมัดระวังการใช้สรรพนามให้ถูกต้องมากกว่าผู้มีสถานะหรืออายุสูงกว่า (Bandhmedha, 1985, p. 87-90)

นอกจากนี้ปัจจัยด้านวงศ์ตระกูล สถานะทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา และตำแหน่งทางสังคมก็มีส่วนในการกำหนดรูปแบบการสื่อสารของคนไทยซึ่งต้องเหมาะสมกับบุคคลแต่ละระดับ (Bandhmedha, 1985, p. 98) โดย Shytov (2004, p. 124) กล่าวว่าคำศัพท์ที่ใช้ในภาษาไทยมี 3 ระดับ คือ (1) คำศัพท์ที่ใช้กับพระมหากษัตริย์หรือพระราชวงศ์ พระสงฆ์ และเทพเจ้า (2) คำศัพท์ที่ใช้ในกิจการราชการ และ (3) คำศัพท์ที่ใช้กับประชาชนทั่วไป ในส่วนของคำราชาศัพท์ยังพบว่ามีการใช้คำสรรพนามหลายระดับ ตั้งแต่ “ใต้ฝ่าละอองธุลีพระบาท” ซึ่งใช้กับพระมหากษัตริย์ “ใต้ฝ่าละอองพระบาท” ใช้กับมกุฎราชกุมาร “ใต้ฝ่าพระบาท” ใช้กับพระโอรส-ธิดา “ฝ่าพระบาท” ใช้กับเชื้อพระวงศ์รองลงมา (Bandhmedha, 1985, p. 99) แสดงให้เห็นว่าสังคมไทยมีความแตกต่างทางอำนาจและให้ความสำคัญกับลำดับชนชั้นอย่างมาก ลำดับต่อไปผู้เขียนจะกล่าวถึงรูปแบบการสื่อสารของคนไทยที่มีลักษณะของความเป็นเพศหญิง

ลักษณะความเป็นเพศหญิง (femininity)

สังคมที่มีลักษณะความเป็นเพศหญิงบทบาทของแต่ละเพศจะทับซ้อนกัน ทั้งชายและหญิงสามารถรับผิดชอบหน้าที่แทนกันได้ สมาชิกจะให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต สัมพันธภาพระหว่างกัน และการดูแลช่วยเหลือหรือเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ด้านการสื่อสารคู่สนทนาจะหลีกเลี่ยงการแสดงออกที่อาจส่งผลกระทบต่อจิตใจหรือความรู้สึกของผู้อื่น และพยายามไม่รบกวนหรือบังคับผู้ฟังมากเกินไป (Gudykunst & Lee, 2003, p. 20-24)

ผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างของ Hofstede แสดงค่าความเป็นเพศชาย (masculinity) ของคนไทยที่ 34 คะแนนจาก 110 (Hofstede & Hofstede, 2005, p. 121) ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยมีลักษณะความเป็นเพศหญิงสูง ในที่นี้มีได้หมายความว่าคนไทยมีความอ่อนแออ่อนแออ่อนแอเหมือนผู้หญิง แต่หมายถึงทั้งผู้หญิงและผู้ชายจะให้ความสำคัญกับการดูแล ทะนุถนอม และใส่ใจอารมณ์ความรู้สึกของผู้อื่น เน้นความสงบทางใจมากกว่าแสวงหาอำนาจ นิยมการประนีประนอม ใจอ่อน ไม่กล้าแสดงออก ใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล และช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่นมากกว่ามีสำนึกความทะเยอทะยาน ก้าวร้าว หรือแข่งขันซึ่งเป็นลักษณะของความเป็นเพศชาย ลักษณะดังกล่าวได้รับอิทธิพลจากคำสอนในศาสนาพุทธซึ่งปลูกฝังให้มีความเมตตากรุณาต่อกัน (Rojjanaprapayon, 1997, p. 41-61)

ปัจจัยทางประวัติศาสตร์เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนไทยมีวัฒนธรรมความเป็นเพศหญิง แม้อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่จะมีอิทธิพลแต่ก็ปรากฏเฉพาะในกลุ่มชนชั้นสูง ในสมัยอยุธยาตระกูลขุนนางและราชสำนักถือว่าผู้หญิงเป็นสินทรัพย์อย่างหนึ่ง หัวหน้าครอบครัวจะมีภรรยามากเพื่อแสดงอำนาจ และนิยมใช้ลูกสาวเชื่อมสัมพันธระหว่างวงศ์ตระกูล ส่วนหมู่สามัญชนผู้หญิงจะต้องทำงานเต็มกำลังเช่นเดียวกับชาย เนื่องจากระบบแรงงานเกณฑ์ทำให้ผู้ชายต้องเข้าเวรทำงานหลวงเป็นเวลาครึ่งปี ชาวบ้านจะให้ความสำคัญกับลูกผู้หญิงและชายเสมอกัน ส่วนพิธีกรรมเกี่ยวกับผีบรรพชนผู้ประกอบพิธีจะเป็นผู้หญิงทั้งสิ้น (คริส เบเคอร์ และผาสุกพงษ์ไพจิตร, 2557, หน้า 44-45) ที่เป็นเช่นนี้เพราะกลุ่มชาติพันธุ์ในอุษาคเนย์แต่เดิมจะให้ความสำคัญกับการสืบเชื้อสายฝ่ายมารดา (รัชนิกร เศรษฐ, 2532, หน้า 15) ในชนบทผู้หญิงต้องรับผิดชอบงานเทียบเท่ากับชาย เช่น กสิกรรมและการก่อสร้าง แต่บางกรณีผู้หญิงก็มีอำนาจมากกว่าโดยเฉพาะเรื่องการใช้จ่ายของครอบครัว (Bandhamedha, 1985, p. 106) ธรรมเนียมการแต่งงานของไทยยังกำหนดให้ฝ่ายชายต้องไปสู่ขอฝ่ายหญิงต้องอยู่บ้านเจ้าสาวหลังแต่งงานกัน และให้พ่อแม่เจ้าสาวเป็นผู้เก็บรักษาเงินสินสอดทองหมั้น (อนุমানราชธน, พระยา, 2553)

ความเป็นเพศหญิงที่สะท้อนผ่านการสื่อสารของคนไทย คือ สติการสื่อสารที่ผู้พูดคำนึงถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้ฟัง (affective style) ทั้งการยิ้มขณะสนทนา การพยักหน้าเพื่อแสดงความสนใจ การใช้คำขยายที่สื่ออารมณ์ในลักษณะเห็นใจหรือสนับสนุน ถือเป็น การสร้างปฏิสัมพันธ์เพื่อเลี่ยงความขัดแย้ง คู่สื่อสาร

จึงใส่ใจกระบวนการมากกว่าวัตถุประสงค์ (Rojjanaprapayon, 1997, p. 46-62) Phillips (1965, p. 55-75) อธิบายว่าคนไทยมักกังวลกับคำพูดที่ทำให้ฝ่ายตรงข้ามเกิดความอับอายหรือไม่สบายใจ คนที่พูดจาแบบขวานผ่าซากมักไม่เป็นที่ชื่นชอบทำให้แต่ละคนนิยมสื่อสารด้วยความสุภาพ และยิ้มหรือหัวเราะในทุกสถานการณ์จนได้ชื่อว่า “land of smiles” นอกจากนี้ Bandhmedha (1985, p. 103-104) ยังตั้งข้อสังเกตว่าในภาษาไทยไม่มีเมืองคัมภีร์ประกอบที่ระบุเพศหรือแสดงถึงความเหลื่อมล้ำทางเพศ ศัพท์ส่วนใหญ่มักเป็นคำกลางๆ ที่ทั้งชายและหญิงสามารถใช้ร่วมกันได้ เช่น “คุณ” “เขา” “คน” ในเชิงภาษาศาสตร์จึงถือว่าชายและหญิงในสังคมไทยมีความเสมอภาค และปัจจัยทางเพศไม่มีผลต่อความแตกต่างในการใช้ภาษา ลำดับต่อไปจะกล่าวถึงระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวมของไทยซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

ระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม (loosely structured social system)

ข้อสรุปเกี่ยวกับระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวมหรือเน้นเป็นการศึกษาเหตุผลและวิธีการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางสังคม โดยดูจากพฤติกรรมเฉพาะและลักษณะนิสัยทั่วไปของคนในสังคม (Phillips, 1965, p. 202) ซึ่งนอกจากจะสะท้อนพฤติกรรมส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับสังคมแล้ว ยังสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดพฤติกรรมระดับชาติได้ (Embree, 1950, p. 191)

สังคมไทยมีลักษณะทางวัฒนธรรมที่สะท้อนระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม เนื่องจากคนไทยมีพฤติกรรมแบบปัจเจกนิยมเชิงลบ คือ ให้ความสำคัญกับตัวเองมาก ไร้ระเบียบวินัย ไม่เคารพกฎหมาย และขาดความอุตสาหพยายาม (Embree, 1950, p. 182) Phillips (1965) กล่าวว่าคนไทยนิยมเอาตัวเองเป็นศูนย์กลาง (self-centered) ชอบทำตามอำเภอใจ ไม่ตรงต่อเวลา ชอบเลียนแบบตามกระแส ฟุ่มเฟือย ไม่มีจิตสาธารณะ ขี้เกียจ เห็นแก่ตัว และขาดความอดทน สอดคล้องกับที่ Rojjanaprapayon (1997, p. 18-20) กล่าวว่าลักษณะทางวัฒนธรรมแบบโครงสร้างหลวมของคนไทยคือการขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่มีจิตสำนึกในหน้าที่พลเมือง ไม่เสมอต้นเสมอปลาย และไม่ปฏิบัติตามกฎหมายจนมีคำพูดติดปากว่า “กฎหมายไว้แหก” การบังคับใช้กฎหมายไม่เสมอภาค เมื่อใช้กับผู้มีอำนาจหรือสถานะสูงกว่าก็มักมีการผ่อนปรน ในกรณีที่บุคคลต้องรับผิดชอบต่อความผิด การปฏิบัติจะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจส่วนบุคคลมากกว่าหลักเกณฑ์หรือแรงกดดันทางสังคม (Embree, 1950, p. 184)

ระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวมของคนไทยยังเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ที่เน้นผลประโยชน์ต่างตอบแทนซึ่งจะแตกต่างกันไปตามหนี้บุญคุณและผลประโยชน์ บุคคลจะกระทำสิ่งใดต่อกันก็เพราะคาดหวังสิ่งหนึ่งเป็นการตอบแทน (Phillips, 1965, p. 92) หากการจัดสรรผลประโยชน์ไม่ลงตัวก็อาจทำให้ความสัมพันธ์เปลี่ยนแปลงได้ สังเกตได้จากในบริบทการเมืองมักไม่มีมิตรแท้และศัตรูถาวร พรรคเล็กที่ร่วมกับพรรคฝ่ายค้านอาจหันมาร่วมมือกับพรรครัฐบาลได้หากการจัดผลประโยชน์เหมาะสม (Embree, 1950, p. 187) ความสัมพันธ์เช่นนี้มีอยู่ในสังคมไทยมานาน ในอดีตที่สามัญชนต้องพึ่งพาชนชั้นมูลานายนั้น หากมูลานายผู้

หนึ่งหมัดอำนาจหรือไม่อาจปกป้องคนในสังกัดได้ ไพร่ที่อยู่ใต้อำนาจก็จะละทิ้งมูลนายเดิมและแสวงหานายหรือผู้อุปถัมภ์คนใหม่อยู่รำไป (Rabibhadana, 1979, p. 39)

ทัศนคติต่อการทำงานเป็นอีกคุณลักษณะทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่แสดงถึงสังคมแบบโครงสร้างหลวมของไทย ชาวญี่ปุ่นหรือยุโรปจะให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และการทำงาน โดยมองว่าการทำงานหนักเป็นสิ่งดีและทุกคนควรรับผิดชอบ ในขณะที่คนไทยจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่า มีทัศนคติด้านลบต่อการทำงานหนัก ชอบงานที่สบายและไม่เครียด (Embree, 1950, p. 190) ลักษณะนิสัยที่กล่าวมา Phillips (1965, p. 88) สันนิษฐานว่าน่าจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาและโลกทัศน์ทางพุทธศาสนาซึ่งเน้นการพึ่งตนเอง การกระทำและความรับผิดชอบส่วนบุคคล รวมถึงการให้เสรีภาพแก่บุคคลในการเลือกว่าจะกระทำความดีหรือความชั่ว

Phillips (1965) อธิบายว่าการคำนึงถึงตัวเองและความมีอิสระทำให้คนไทยไม่ต้องการให้ใครมีอิทธิพลเหนือตนเอง ส่งผลต่อรูปแบบการสื่อสารที่สุภาพและไม่ตรงไปตรงมาซึ่งสะท้อนระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม รูปแบบการสื่อสารนี้เกิดจากการที่ผู้พูดกังวลว่าคำพูดหรือการกระทำของตนจะกระทบกับอัตตา (ego) ของคู่สนทนา และเป็นการประเมินว่าคู่สนทนาได้พูดหรือปฏิบัติดีต่อตนมากแค่ไหน หากฝ่ายตรงข้ามพูดหรือแสดงกริยาที่ดีก็จะได้รับการปฏิบัติที่ดีตอบ ส่วนการยืมหรือหัวเราะก็เป็นเพียงการแก้ความเก้อเขินและกลบเกลื่อนให้เห็นว่าตนสามารถอดทนกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้คนไทยยังรู้จักปรับตัวและเอาตัวรอดได้ดี นิยมการเจรจาต่อรองเพื่อรักษาผลประโยชน์ ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือความสำเร็จจากการเจรจาซึ่งทำให้ไทยรอดพ้นจากการเป็นเมืองขึ้นในขณะที่เพื่อนบ้านรายรอบล้วนสูญเสียเอกราชในยุคล่าอาณานิคม (Embree, 1950, p. 186)

สรุปว่ารูปแบบการสื่อสารที่สะท้อนลักษณะทางวัฒนธรรมของคนไทย ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม การสื่อสารแบบเน้นอิงปริบท ความแตกต่างทางอำนาจมาก ลักษณะความเป็นเพศหญิง และระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม ทั้งหมดส่งผลให้คนไทยมีลีลาการสื่อสารที่สุภาพ ไม่ตรงไปตรงมา ใช้ปริบทเป็นตัวกำหนดความเหมาะสมของการสื่อสาร ใช้โครงสร้างภาษาที่แตกต่างกันตามอำนาจของบุคคล คำนึงถึงความรู้สึกของคู่สนทนา นิยมยืมและหัวเราะ พยายามมีส่วนร่วมและแสดงออกทางสีหน้า รวมถึงรู้จักเจรจาเพื่อเอาตัวรอด ผู้เขียนได้สรุปเนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในสังคมไทยตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปรูปแบบการสื่อสารของคนไทย

ที่	รูปแบบการสื่อสาร	ผลกระทบ
1	วัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม	อิงบริบทมาก, ความสุภาพ, ไม่ตรงไปตรงมา, ใส่ใจคู่สนทนา, ระวังกริยา, สื่อสารเพื่อรักษาความสัมพันธ์, รักษาหน้า, ยิ้มหรือหัวเราะ, คิดก่อนพูด
2	การสื่อสารแบบเน้นอิงบริบท	ใช้ภาษาที่เหมาะสมตามบริบท, ความสุภาพ, เน้นแสดงออกทางสีหน้า, พุดน้อยและสั้นกระชับ, ใช้ภาษาทางการกับคนแปลกหน้า
3	ความแตกต่างทางอำนาจมาก	ใช้ภาษาที่เชื่อมโยงกับความแตกต่างด้านสถานะ บทบาท และอายุของคู่สนทนา, ใช้คำสรรพนามที่หลากหลาย, การใช้คำศัพท์ที่เหมาะสมตามลำดับชั้น
4	ลักษณะความเป็นเทศนิยม	คำนึงถึงความรู้สึกของคู่สนทนา, ไม่รบกวนหรือยึดเยียดผู้ฟังเกินไป, ใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล, ยิ้มหรือพยักหน้า, ใส่ใจกระบวนการ, ความสุภาพ, ความต่างทางเพศไม่มีผลต่อการใช้ภาษา
5	ระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม	คำนึงถึงตัวเองและอิตตาของผู้อื่น, เลียนแบบและตามกระแส, ไม่ชอบความตึงเครียด, ความสุภาพ, ไม่ตรงไปตรงมา, นิยมเจรจาต่อรองเพื่อเอาตัวรอด

บทสรุป

วัฒนธรรมคือสิ่งต่างๆ ทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นมิติด้านบวกและลบที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการดำรงชีวิตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มสังคม โดยใช้ระบบสัญลักษณ์เป็นพื้นฐานในการสื่อความหมายและสร้างความเข้าใจร่วมกัน วัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่หลากหลายแต่องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือค่านิยมและอุดมการณ์ ผู้เขียนจึงได้ศึกษา ตรวจสอบ และอภิปรายเนื้อหาเกี่ยวกับค่านิยมและอุดมการณ์ รวมถึงรูปแบบการสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะทางวัฒนธรรมของคนไทยจากผลงานการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อจำกัดสาระความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยให้ครอบคลุมมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยในแต่ละหัวข้อได้มีการนำเสนอความรู้พื้นฐานในประเด็นต่างๆ ก่อนจะเข้าสู่เนื้อหาที่เจาะจงไว้ตามลำดับ

ประเด็นเกี่ยวกับค่านิยมไทยที่พบในงานศึกษาต่างๆ สามารถสังเคราะห์เป็นค่านิยมของคนไทยได้ 10 มิติ ได้แก่ (1) ค่านิยมการให้ความสำคัญกับตัวเองหรือบุคคล (2) ค่านิยมเกี่ยวกับภาระบุญคุณ (3) ค่านิยมการปรับตัวเข้ากับโอกาสและสิ่งแวดล้อม (4) ค่านิยมเกี่ยวกับความสัมพันธ์และคุณธรรมทางสังคม (5) ค่านิยมความมั่งคั่งร่ำรวย (6) ค่านิยมการมีความรู้ความสามารถ (7) ค่านิยมเกี่ยวกับอำนาจนิยม (8) ค่านิยมเกี่ยวกับพุทธศาสนา (9) ค่านิยมการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ และ (10) ค่านิยมเกี่ยวกับความสนุกสนาน

ประเด็นเกี่ยวกับอุดมการณ์ในสังคมไทย ผู้เขียนได้ใช้การจำแนกอุดมการณ์ของพิมพร สุนทรวิริยกุล (2552) เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าและได้อภิปรายเฉพาะเนื้อหาที่เห็นว่าสำคัญ สรุปว่าอุดมการณ์ใน

สังคมไทยใน 3 ประเภทซึ่งประกอบด้วยอุดมการณ์ 8 มิติ ได้แก่ ประการแรก อุดมการณ์ทางการเมือง ประกอบด้วย (1) อุดมการณ์อำนาจนิยมเบ็ดเสร็จ (2) อุดมการณ์ราชาธิปไตย (3) อุดมการณ์ประชาธิปไตย (4) อุดมการณ์ชาตินิยม ประเภทที่สอง อุดมการณ์ทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย (5) อุดมการณ์ทุนนิยมและวัตถุนิยม ประการสุดท้าย อุดมการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย (6) อุดมการณ์ศักดินา (7) อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ และ (8) อุดมการณ์พุทธศาสนา

ประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารที่สัมพันธ์กับลักษณะทางวัฒนธรรมของคนไทยซึ่งผู้เขียนนำมาอภิปรายมี 5 มิติ ได้แก่ (1) วัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม (2) การสื่อสารแบบเน้นอิงปริบท (3) ความแตกต่างทางอำนาจมาก (4) ลักษณะความเป็นเพศหญิง และ (5) ระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม ทั้งหมดส่งผลต่อลีลาการสื่อสารที่สุภาพ ไม่ตรงไปตรงมา ใช้ปริบทเป็นตัวกำหนดความเหมาะสม ใช้ภาษาแตกต่างกันไปตามอำนาจของบุคคล คำนึงถึงความรู้สึกของคู่สนทนา นิยมยิ้มและหัวเราะ เน้นการมีส่วนร่วมและแสดงออกทางสีหน้า รวมถึงรู้จักการเจรจาต่อรอง

เนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยซึ่งผู้เขียนได้อภิปรายใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ค่านิยมไทย อุดมการณ์ในสังคมไทย และรูปแบบการสื่อสารที่สะท้อนลักษณะทางวัฒนธรรมของคนไทย สามารถสรุปเนื้อหาได้ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

วัฒนธรรมไทย		
ค่านิยม	อุดมการณ์	รูปแบบการสื่อสาร
1. การให้ความสำคัญกับตัวเองหรือบุคคล	1. อำนาจนิยมเบ็ดเสร็จ	1. วัฒนธรรมแบบกลุ่มนิยม
2. ภาวะบุญคุณ	2. ราชาธิปไตย	2. การสื่อสารแบบเน้นอิงปริบท
3. การปรับตัวเข้ากับโอกาสและสิ่งแวดล้อม	3. ประชาธิปไตย	3. ความแตกต่างทางอำนาจมาก
4. ความสัมพันธ์และคุณธรรมทางสังคม	4. ชาตินิยม	4. ลักษณะความเป็นเพศหญิง
5. ความมั่งคั่งร่ำรวย	5. ทุนนิยมและวัตถุนิยม	5. ระบบสังคมแบบโครงสร้างหลวม
6. การมีความรู้ความสามารถ	6. ศักดินา	
7. อำนาจนิยม	7. ชายเป็นใหญ่	
8. พุทธศาสนา	8. พุทธศาสนา	
9. การเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์		
10. ความสนุกสนาน		

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของวัฒนธรรมไทย 3 ประการ ประกอบด้วย (1) ค่านิยมไทย มี 10 มิติ (2) อุดมการณ์ในสังคมไทย มี 8 มิติ และ (3) รูปแบบการสื่อสารของคนไทย มี 5 มิติ ผลการศึกษาทั้งหมดจะเป็นกรอบทางความคิดของงานวิจัยในอนาคต โดยเฉพาะหากงานวิจัยดังกล่าวเป็นการวิเคราะห์ตัวบทตามแนวทางการสื่อสารวิพากษ์ (communication criticism) หรืออวาทวิพากษ์ (rhetorical criticism) ในเหตุการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมไทย

บรรณานุกรม

ภาษาอังกฤษ

Bandhumedha, N. (1985). Thai views of man as a social being. In *Traditional and changing Thai world view* (pp. 84-109). Social Research Institute, Bangkok: Chulalongkorn University Social Research Institute; Singapore: Southeast Asian Studies Program.

Brummett, B. (2011). *Rhetoric in popular culture*. (3rd ed.). California: SAGE.

Clarke, J. (2015). Stuart Hall and the theory and practice of articulation. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 36(2), 275-286.

Cottrell, A. (1998). Materialism. In J. B. Davis, D. W. Hands & U. Mäki (Eds), *The handbook of economic methodology* (pp. 287-289). Massachusetts: Edward Elgar.

Ekelund, R. B.; Ressler, R. W. & Tollison, R. D. (2006). *Economics, private markets and public choice*. (7th ed.). Massachusetts: Pearson Education.

Embree, J. F. (1950). Thailand-A loosely structured social system. *American Anthropologist*, 52(April-June), 181-193.

Fong, J. (2009). Sacred nationalism: The Thai monarchy and primordial nation construction. *Journal of Contemporary Asia*, 39(4), 673-696.

Gudykunst, W. B. & Lee, C. M. (2003). Cross-cultural communication theories. In W. B. Gudykunst (Ed.), *Cross-cultural communication* (pp. 7-33). California: SAGE.

Gwartney, J. D. & Stroup, R. L. (1995). *Economics, private and public choice*. (7th ed.). Florida: Harcourt Brace & Company.

Hall, S. (1985). Signification, representation, ideology: Althusser and the post-structuralist debates. *Critical Studies in Mass Communication*, 2(2), 91-114.

- Hall, S.; Evans, J. & Nixon, S. (2013). *Representation*. (2nd ed.). London: SAGE.
- Heywood, A. (1994). *Political ideas and concepts*. London: The Macmillan Press.
- Heywood, A. (2012). *Political ideologies*. (5th ed.). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Hofmeister, A. & Neulinger, A. (2013). Characteristics of materialism and its measurement: assessing the Belk's materialism scale in Hungary. *International Journal of Consumer Studies*, 37, 320-326.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). California: SAGE.
- Hofstede, G. & Hofstede, G. J. (2005). *Cultures and organizations software of the mind*. New York: McGraw-Hill.
- Jowett, G. S. & Donnell, V. O. (2012). *Propaganda & persuasion*. California: SAGE.
- Knutson, T. J. & Posirisuk, S. (2007). Thai relational development and rhetorical sensitivity as potential contributors to intercultural communication effectiveness: JAI YEN YEN. *Journal of Intercultural Communication Research*, 35(November), 205-217.
- Levine, H. M. (1990). *Political issues Debated: An introduction to politics*. (3rd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Markus, H. R. & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224-253.
- Matsumoto, D. & Juang, L. (2008). *Culture & psychology* (4th ed.). California: Thomson Higher Education.
- Minkov, M. & Hofstede, G. (2013). *Cross-cultural analysis: The science and art of comparing the world's modern societies and their cultures*. California: SAGE.

Phillips, H. P. (1965). *Thai peasant personality: The patterning of interpersonal behavior in the village of Bang Chan*. California: University of California Press.

Philipsen, G. (2003). Cultural communication. In W. B. Gudykunst (Ed.), *Cross-cultural and intercultural communication* (pp. 35-51). California: SAGE.

Rabibhadana, A. (1979). The organization of Thai society in the early Bangkok period, 1782-1873. In *Modern Thai Politics* (pp. 27-41). Cambridge: Schenkman Publishing.

Rojjanaprapayon, W. (1997). *Communication patterns of Thai people in a non-Thai context*. Doctoral dissertation Perdue University.

Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: The Free Press.

Sadri, H. A. & Flammia, M. (2011). *Intercultural communication: A new approach to international relations and global challenges*. New York: The Continuum International Publishing Group.

Samovar, L. A. & Porter, R. E. (2004). *Communication between cultures*. (5th ed.). California: Wadsworth/ Thomson Learning.

Samuelson, P. A. & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics*. (19th ed.). New York: McGraw-Hill.

Seliger, M. (1977). *The Marxist conception of ideology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Shytov, A. N. (2004). *Thai folktales law*. Chiang Mai: ACTSCo.

Sillars, M. O. & Gronbeck, B. E. (2001). *Communication criticism: Rhetoric, social codes, cultural studies*. Illinois: Waveland Press.

Van Esterik, P. (2000). *Materializing Thailand*. Oxford: Berg.

Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. New York: Oxford UP.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์หัตถ์: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คริส เบเคอร์ และ ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2557). *ประวัติศาสตร์ไทยร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: มติชน.

จิตร ภูมิศักดิ์. (2550). *โฉมหน้าศักดินาไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). นนทบุรี: ศรีปัญญา.

ชาญชัย รัตนปราชการ. (2555). *ผลของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจต่อพฤติกรรมการบริโภคที่เกินพอเพียง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2557). บุรดิเยอกับทฤษฎีว่าด้วยภาคปฏิบัติการทางสังคม (Bourdieu and a Theory of Practice) (1). *วิภาษา*, 8(4), 7-14.

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2558). บุรดิเยอกับทฤษฎีว่าด้วยภาคปฏิบัติการทางสังคม (จบ). *วิภาษา*, 8(5), 8-22.

จิตยา สุวรรณระฆัง; สนิท สมัครงการ และ เฉลียว บุรีภักดี. (2523). *สังคมและวัฒนธรรมไทย: ข้อสังเกตในการเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธงชัย วินิจจะกุล. (2551). อนาคตการศึกษาเรื่องรัฐในสังคมไทย. ใน *รัฐจากมุมมองของชีวิต ประจำวัน 1* (หน้า 45-64). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

บรรเทิง พาพิจิตร. (2549). *ประเพณี วัฒนธรรมไทย และคติความเชื่อ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ประจักษ์ น้าประสานไทย. (2555). อุดมการณ์ Ideology. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 20(34), 1-23.

ผู้จัดการออนไลน์. (2553, 7 มีนาคม). สังคมวิกฤตวัตถุนิยมครอบงำ ทำใจไทยจิตป่วย กว่า 60% ครอบครัแตกแยก, *ผู้จัดการ*. นำเข้าจาก

<http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9530000032144>

- พิมพร สุนทรวิริยกุล. (2552). *กระบวนการประกอบสร้างอุดมการณ์ในละครโทรทัศน์ไทยในช่วงภาวะวิกฤติทางการเมือง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภูเบศร์ สมุทรจักร และ มนสิการ กาญจนะจิตรา. (2557). พฤติกรรมบริโภคนิยมในวัยรุ่นไทย และปัจจัยที่เป็นเหตุ. *วารสารธรรมศาสตร์*, 33(1), 46-69.
- รชนีกร เศรษฐ์. (2532). *โครงสร้างสังคมและวัฒนธรรมไทย*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.
- สนิท สมัครการ. (2537). การปรับเปลี่ยนโครงสร้างสังคมในยุคที่เศรษฐกิจกำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว: ประเทศไทยในทศวรรษหน้า (1991-2000). ใน *ระบบสังคมและระบบการเมืองไทย* (หน้า 103-118). ฉบับที่ 4. กรุงเทพฯ: โครงการเอกสารและตำรา คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สายชล สัตยานุรักษ์. (2550). *โครงการ ประวัติศาสตร์วิถีคิดเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมไทยของปัญญาชน (พ.ศ. 2435-2535)*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สายชล สัตยานุรักษ์. (2556). วิถีไทยกับการเสริมสร้างความเป็นพลเมืองไทย. ใน *ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และ ฉลอง สุนทราวาณิชย์ (บรรณาธิการ), ประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม และการศึกษา* (หน้า 281-318). กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.
- สายชล สัตยานุรักษ์. (2557). อุดมการณ์ชาตินิยมกับการเคลื่อนไหวทางการเมืองของชนชั้นกลางไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์สาร*, 15(2), 35-73.
- สุนทรী โคมิน และ สนิท สมัครการ. (2522). *ค่านิยมและระบบค่านิยมไทย: เครื่องมือในการสำรวจวัด*. รายงานการวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุนทรী โคมิน, สนิท สมัครการ และ สุภางค์ จันทวานิช. (2529). แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม ค่านิยม และบุคลิกภาพ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของการเมืองไทย* (หน้า 546-597). (พิมพ์ครั้งที่ 2). หน่วยที่ 9. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: ศูนย์พิมพ์อักษรกิจ.

สุพัตรา สุภาพ. (2541). *สังคมและวัฒนธรรมไทย: ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

สุมาลี บำรุงสุข และ ศุภรัตน์ เลิศพานิชย์กุล. (2529). ประวัติศาสตร์การเมืองไทยจากแง่มุมทางสังคมและวัฒนธรรม. ใน *เอกสารการสนทนาวิชาการพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของการเมืองไทย* (หน้า 55-147). (พิมพ์ครั้งที่ 2). หน่วยที่ 2. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: คุณพินอักษรกิจ.

แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย. (2548). *วัฒนธรรมในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมพงษ์ ใหม่วิจิตร. (2536). *ค่านิยมในสังคมไทย: อุปสรรคต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย*. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

อติภาพ ภัทรเดชไพศาล. (2556). *เสียงเพลง วัฒนธรรม อำนาจ*. กรุงเทพฯ: มติชน.

อนุমানราชธน, พระยา. (2553). *ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ศยาม.

อัลธูแซร์, หลุยส์. (2557). *อุดมการณ์และกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ*. แปลจาก Ideology and ideological state apparatuses โดย กาญจนา แก้วเทพ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.

อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. (2547). *วาทวิพากษ์ตะวันตก (ค.ศ. 1925-ปัจจุบัน) กับบริบทประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.