



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ภาภรณ์ สุวัตติกุล และคณะ

กุมภาพันธ์ 2546

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ภาภรณ์ สุวัตติกุล
2. นางสาวจินตนา สุทธนุ
3. นางจุฑามาศ ชัยเพชร

สังกัด

- โครงการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
โครงการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
วิทยาลัยชุมชนภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| สารบัญเรื่อง | i |
| สารบัญตาราง | iii |
| สารบัญแผนภาพ | iv |
| สารบัญแผนภูมิ | v |
| คำนำ | vi |
| คณูปการ | vii |
| บทสรุปสำหรับผู้บริหาร | ix |
| บทคัดย่อภาษาไทย | xv |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | xvi |
| | |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา | 1 |
| วัตถุประสงค์ | 4 |
| นิยามศัพท์ | 4 |
| ขอบเขตการศึกษา | 5 |
| วิธีดำเนินการวิจัย | 5 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 15 |
| ที่มาของปัญหาวิจัยและกรอบแนวคิดในการศึกษา | 15 |
| | |
| บทที่ 2 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม | 31 |
| ความเป็นมาของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม..... | 31 |
| วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 33 |
| - การศึกษาเอกสาร: หนังสือและตำราการสอนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการบริการ | 33 |
| - งานศึกษาวิจัยในประเทศไทย..... | 37 |
| - งานศึกษาวิจัยในต่างประเทศ | 40 |
| ภาพรวมการทอ่งเกี่ยวในบริบทของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต | 46 |
| | |
| บทที่ 3 รูปแบบของวัฒนธรรม – ภาษา และ ยุทธวิธีในการสื่อสาร | 55 |
| รูปแบบของวัฒนธรรม – ภาษา | 55 |
| การเปรียบเทียบรูปแบบของวัฒนธรรม – ภาษา และ วิธีสื่อสาร ของคนไทยกับ | |
| นักทอ่งเกี่ยวต่างชาติ..... | 59 |
| ยุทธวิธีในการสื่อสาร | 64 |

| | | |
|------------|---|-----|
| บทที่ 4 | ประมวลข้อมูลและบทวิเคราะห์ | 67 |
| | ตอนที่หนึ่ง การประมวลข้อมูลเชิงปริมาณ | 67 |
| | ตอนที่สอง การประมวลข้อมูลเชิงคุณภาพ | 73 |
| | - ช่วงเปิดการสื่อสาร | 74 |
| | - ช่วงการสื่อสาร | 82 |
| | - ช่วงปิดการสื่อสาร | 132 |
| | - วัจนกรรม | 134 |
| | - วัฒนธรรมและอวัจนกรรมในการสื่อสาร | 140 |
| | ตอนที่สาม บทวิเคราะห์การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและ นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต | 159 |
| บทที่ 5 | อภิปรายสรุป ข้อเสนอแนะ และการนำไปใช้ | 197 |
| | อภิปรายสรุป | 197 |
| | ข้อเสนอแนะ | 220 |
| | การนำไปใช้ | 228 |
| | ข้อจำกัดของงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป | 229 |
| บรรณานุกรม | | 239 |
| ภาคผนวก | | 235 |
| | ผนวก ก แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ | 241 |
| | ผนวก ข สรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่ 1 | 245 |
| | ผนวก ค สรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่ 2 | 263 |
| | ผนวก ง แผนที่ภูเก็ต | 299 |
| | ผนวก จ ภาพบรรยากาศต่าง ๆ ที่มีการสื่อสารระหว่างคนไทยในภาคการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวต่างชาติ | 301 |
| | ผนวก ฉ สถิตินักท่องเที่ยวที่ลงทะเบียนเข้าพัก ณ สถานพักแรมระหว่างปี | 315 |
| | พ.ศ. 2543 – 2544 | |
| | ผนวก ช บันทึกท้ายแบบสัมภาษณ์ | 317 |
| | ผนวก ซ การศึกษาในจังหวัดภูเก็ต | 365 |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 1 นักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์จำแนกตามสัญชาติและภาษา | 10 |
| ตารางที่ 2 คนไทยที่สังเกตการณ์จำแนกตามกลุ่มอาชีพและพื้นที่ | 11 |
| ตารางที่ 3 คนไทยที่สัมภาษณ์จำแนกตามกลุ่มอาชีพและพื้นที่ | 12 |
| ตารางที่ 4 คนไทยที่สัมภาษณ์จำแนกตามระดับการศึกษาและอาชีพ | 13 |
| ตารางที่ 5 แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว | 48 |
| ตารางที่ 6 ร้อยละของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการใช้วัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว | 68 |
| ตารางที่ 7 ร้อยละของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการใช้วัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว | 69 |
| ตารางที่ 8 ร้อยละของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของคนไทย ในภาคการท่องเที่ยว | 70 |
| ตารางที่ 9 เปรียบเทียบระดับความยากง่ายของ วัจนภาษา อวัจนภาษา และมิติทางวัฒนธรรมในการ สื่อสาร | 71 |
| ตารางที่ 10 ระดับความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อคนไทยที่ได้สื่อสารด้วย | 72 |
| ตารางที่ 11 จำนวนประเทศที่นักท่องเที่ยวเดินทาง | 212 |
| ตารางที่ 12 จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย | 213 |

สารบัญแผนภาพ

| | หน้า |
|--|------|
| แผนภาพที่ 1 ทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสาร (Iceberg Theory of Communication) | 22 |
| แผนภาพที่ 2 วัฒนธรรมและอวัจนกรรม (Cultures and Non-verbal communication) | 22 |

สารบัญแผนภูมิ

| | หน้า |
|--|------|
| แผนภูมิที่ 1 กลุ่มคนไทยเป้าหมายในการศึกษา | 8 |
| แผนภูมิที่ 2 มิติและองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม | 18 |
| แผนภูมิที่ 3 องค์ประกอบและสัดส่วนที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร | 23 |
| แผนภูมิที่ 4 การรับ-ส่งสารและการเบี่ยงเบนของข้อมูล | 29 |
| แผนภูมิที่ 5 ความต่างของวัฒนธรรมในกลุ่มคนชาติต่าง ๆ (Scale of Cultural Differences) | 33 |

คำนำ

โครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานสนับสนุนการวิจัย (สกว) มีอนุสนธิมาจากความสนใจของอาจารย์กลุ่มหนึ่งซึ่งสอนภาษาอังกฤษในเมืองที่หันไปทางไหนก็เห็นคนชาติโน้นชาตินี้เดินไปมาที่โน่นที่นี้ พักผ่อน พุดจากับคนพื้นถิ่น บางทีก็เห็นคนเป็นกลุ่ม ๆ นั่งรถโค้ชคันใหญ่แหงหน้าไป โดยมีกลุ่มคนไทยคอยดูแลทุกข์สุข พุดจาโน่นนี้อยู่ในรถบ่อยครั้งที่เดินไปตามถนนหนทางหูกก็เหลือบไปได้ยินเสียงพุดจาภาษาอังกฤษจากคนที่บอกได้ว่าไม่ใช่คนไทย เมื่อหันไปมองก็เห็นสีหน้าอิหลักอิเหลื่อของคนไทยพร้อมกับท่าทางประกอบที่พอเดาได้ว่า ไม่ทราบจะพุดอย่างไร บรรยายากเหล่านี้เป็นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารของคนต่างชาติต่างภาษาที่โดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตามแต่ให้ต้องมาพบพุดจากัน แต่ละคน แต่ละกลุ่มก็นำความเคยชิน ความคิด ที่ต่างกัน มามีปฏิสัมพันธ์กัน อาจารย์ภาษาอังกฤษกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มนี้จึงมีความคิดอยู่เสมอว่าวันหนึ่งจะต้องศึกษาวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ที่พบเห็นอยู่ทุกเมื่อเชื่อวันให้เป็นระบบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจกระบวนการนี้ และนำความเข้าใจนี้มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษและการท่องเที่ยวของจังหวัดให้ตีสมค่าของความเป็น “มุกอันดามัน”

ความตั้งใจดังกล่าวได้รับการผลักดันจากโครงการจัดตั้งคณะอุตสาหกรรมบริการให้แสวงหาทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย การทำโครงการเสนอขอทุนสนับสนุนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี กระบวนการศึกษา วิเคราะห์ และสรุปผล ได้เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2543 และ สิ้นสุดในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2546 เป็นระยะเวลาที่ยาวนานกว่าที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้เพราะเหตุผลใหญ่ สองประการคือ ประการแรก คณะวิจัยทั้งหมดนับเป็น “มือใหม่” ต่อการศึกษาวิจัยที่มีกรอบกว้างกว่าการสอนภาษาซึ่งคณะคุ้นเคย จึงมีปัญหากับการจัดการข้อมูล ปัญหาใหญ่ ๆ ในการจัดการข้อมูลคือเกิดความ “โกล” ไม่อยากจะทำอะไรไปเลย ทุกอย่างที่ได้รับมามีคุณค่าต่อการศึกษาทั้งสิ้น จึงใช้เวลาในการจัดการข้อมูลมากกว่าแผนที่วางไว้ เหตุผลประการที่สอง คือ งานแทรกซ้อน ตลอดเวลาของการวิจัยนอกเหนือจากภาระงานสอน และงานปกติที่ได้จัดเวลาไว้แล้ว มีงานแทรกซ้อนใหญ่ ๆ เข้ามาหลายงานที่แม้คณะวิจัยยินดีที่จะทำ แต่ต้องใช้เวลาไปกับงานแทรกซ้อนมาก จึงมีผลต่อการให้เวลากับงานวิจัยที่ควรจะได้ทุ่มเทมากกว่านี้

ณ วันนี้ กระบวนการศึกษาได้เดินมาถึงปลายทาง แต่เป็นปลายทางของการเริ่มต้น การเริ่มต้นที่คณะวิจัยได้ตระหนักว่าเรายังมีงานอีกมากมายที่จะต้องทำให้ชุมชน โดยเฉพาะชุมชนกลุ่ม “รากหญ้า” ที่มีเพียงความอดทนและความตั้งใจที่จะประกอบสัมมาอาชีพจากการท่องเที่ยวที่แวดล้อมตัวเขาอยู่ แต่โอกาสที่จะศึกษาอบรมหาความรู้เพื่อให้ความอดทนและความตั้งใจนั้นออกผลมาเป็นการสื่อสารที่มีคุณภาพยังมีอยู่น้อยมาก คณะวิจัยจึงได้ตั้งปณิธานไว้ว่านอกเหนือจากกลุ่มคนทำงานที่จำเป็นจะต้องพัฒนาตนเองบางกลุ่มแล้ว ผลจากงานวิจัยนี้แม้ว่าจะยังห่างไกลจากความสมบูรณ์อยู่มากเพียงใดก็ตามจะนำไปสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่มที่มีความต้องการมากที่สุด คือกลุ่ม “รากหญ้า” ต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ตก่อนเป็นอันดับแรก และขณะนี้ ด้วยเงินอุดหนุนก้อนเล็กๆ จากจังหวัด เราได้เริ่มนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปจัดทำชุดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเองให้แก่ กลุ่มชาวบ้านที่ประกอบกรหรือทำงานให้แก่ร้านอาหาร คนขับรถ คนให้บริการเช่ารถ คนให้บริการนวด คนทำผม คนทำเล็บ และคนขายของที่ระลึก ในระยะที่สองจะขยายผลไปสู่กลุ่มเจ้าหน้าที่ของบ้านเมือง ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เจ้าหน้าที่ศุลกากร ตำรวจจราจร ตำรวจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบลและองค์การบริหารส่วนจังหวัด

พิมพ์ภรณ์ สุวัตติกุล

หัวหน้าโครงการวิจัย

กุมภาพันธ์ 2546

คุณูปการ

งานวิจัยเรื่องนี้มีทั้งผู้จุดประกายให้เกิดเป็นการศึกษาขึ้นมา ผู้สนับสนุนและผู้ช่วยเหลือมากมายจนมีอาจจะนำมาบันทึกไว้ได้หมด ผู้คนเหล่านี้เป็นพลังผลักดันให้งานวิจัยเดินมาจนถึงปลายทาง คณะวิจัยขอขอบคุณพลังทั้งหมดเหล่านั้นเป็นอย่างสูง และบางส่วนของพลังเหล่านั้นได้แก่

- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งได้สนับสนุนทุนในการวิจัย และจัดหาผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการวิจัยซึ่งได้แก่
รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีป ศิริรัศมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมประสงค์ นวมบุญดี
รองศาสตราจารย์ ดร.จรรยา เศรษฐบุต
รองศาสตราจารย์ สุกัต ศรีคำพร
อาจารย์ดวงใจ หล่อธนวนิชย์
คุณวันเพ็ญ อัทธัน
- หน่วยงานต้นสังกัดของคณะวิจัย คือ โครงการจัดตั้งคณะอุตสาหกรรมบริการและวิทยาลัยชุมชนภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ที่ให้ทั้งเวลาและโอกาสแก่คณะวิจัย
- หน่วยงานหลัก ๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูล และการเก็บข้อมูล ซึ่งได้แก่
การทำอากาศยานนานาชาติจังหวัดภูเก็ต
สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้เขต 4
สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จังหวัดภาคใต้ เขต 2
สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต
ฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล สำนักงานจังหวัดภูเก็ต
สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ณ ท่าอากาศยาน และ ในตัวเมืองภูเก็ต
ด่านศุลกากร ณ ท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ต
โรงแรมภูเก็ตออทิสติกส์รีสอร์ท (ให้ความอนุเคราะห์ที่พักในระหว่างเก็บข้อมูล)
- บุคคลที่ให้คำปรึกษา เป็นแหล่งข้อมูล และช่วยเหลือในการค้นหาและจัดนำเสนอข้อมูล
คุณประไพ พุกงาม - สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต
คุณพิชิต บุญรอด - ฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล สำนักงานจังหวัดภูเก็ต
คุณอึ้งสน สิทธิมนต์ - งานบริการทำอากาศยานจังหวัดภูเก็ต
- บุคลากรของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ – วิทยาเขตภูเก็ต ได้แก่
รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์
Mr. Blair Mckellar
อาจารย์มณีรัตน์ บุญล้ำ
อาจารย์สมเจตน์ ศรีระบาย
อาจารย์ทิพย์วรรณ สังข์ชุ่ม
อาจารย์เกศินี ชัยศรี

อาจารย์เวรดี คงสุวรรณ

อาจารย์ชุติมา ศรีชาย

Mr. Robert Clare

Mr. Jun Toyama

รองศาสตราจารย์ ดร.จิตรลดา แสงปัญญา

อาจารย์จรัสศักดิ์ ชาติอารยะวดี

- บุคคลหลัก ๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูล

คุณวิจิตร ณ ระนอง

คุณสิทธิ ตันทวนิช

เรืออากาศเอกบุญชาติ พรหมทูล

คุณปมูช อัจฉริยะฉาย

ม.ล. สุขฤทัย ชุมพล

ร้อยตำรวจเอก กฤษรัตน์ หนูเสน

คุณตรีธนะ ชุมใหญ่

คุณสรายุทธ์ มัลลัม

คุณอรชร สายสีทอง

คุณพิลย์ คงทอง

คุณอมรมาศ สุขศิริสัมพันธ์

คุณชลธิชา บัวสุคนธ์

คุณอุทัยวรรณ ดำรงกิจการวงศ์

คุณสมบุญรณ์ จำปาทอง

คุณสำรี แบทเทิล

Mr. Wolfgang Meusburger

Ms. Lori Ashton

Ms. Christine MacLaren-Dow

Mr. Vince Taylor

Mrs. Marcelle Adamson

Mr. Ben Forsland

- คนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวทุกคนที่เป็นแหล่งข้อมูลในการวิจัยเรื่องนี้ ทุกคนเหล่านี้กรุณาให้ทั้งเวลา ประสบการณ์ ข้อคิดเห็น และ ความร่วมมือทุกวิถีทางในกระบวนการเก็บข้อมูล

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

งานวิจัย เรื่อง “การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว” ใช้ ชื่อ ภาษา อังกฤษว่า “Intercultural Communication: A Factor for Developing and Promoting National Tourism” ดำเนิน การวิจัยโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพารณีย์ สุวัตติกุล (หัวหน้าโครงการ) นางสาวจินตนา สุทนต์ โครงการสถาบัน ภาษา คณะอุตสาหกรรมบริการ และ นางจุฑามาศ ชัยเพชร วิทยาลัยชุมชน ทั้งสองหน่วยงานนี้สังกัด มหาวิทยาลัย สงขลา-นครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สามประการ ประการแรก เพื่อศึกษาเนื้อหาของ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมใน ตำราและบทเรียนภาษาอังกฤษด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว ประการที่สองเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ความพึงพอใจ ปัญหา และอุปสรรคของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อในธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด ภูเก็ต และประการที่สาม เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

สาเหตุที่เลือกศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication) เพราะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ การติดต่อสื่อสารของคนที่ใช้ภาษาต่างกันและมาจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัย สำคัญมากปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถ้าคนในภาคการท่องเที่ยวมีทักษะทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมดี ก็จะช่วยให้การท่องเที่ยวมีคุณภาพมากขึ้น อนาคตพหุส่วในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยัง ไม่พร้อมและไม่มีคุณภาพเพียงพอคนไทยในภาคการท่องเที่ยวก็ยังไม่พออธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบได้ ในทางตรงกันข้ามถ้าคนในภาคการท่องเที่ยวไม่มีทักษะทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ถึงแม้ภูเก็ตจะมีความพร้อมหรือมีจุดดี มากแค่ไหนเพียงใดก็ไม่สามารถสื่อสารสิ่งที่ดีเหล่านั้นออกไปให้นักท่องเที่ยวทราบได้ นอกเหนือจากนั้นการที่คนในภาค การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีทักษะทางการสื่อสารดีจะสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นคณะวิจัยจึงเห็นว่าควรจะต้องหยิบยกกระบวนการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ที่มีต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมาศึกษาวิเคราะห์ให้เป็นระบบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจกระบวนการนี้ และนำความเข้าใจนี้มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนา การเรียนการสอนภาษาอังกฤษและการท่องเที่ยวของจังหวัดให้ตีสมค่าของความ เป็น “มุกอันดามัน”

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาหาข้อมูลในจังหวัดภูเก็ต แต่ได้มีการพาดพิงถึงพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง กับภูเก็ต เช่น กระบี่ เกาะพีพี หรือ พังงา ด้วยถ้านักท่องเที่ยวเดินทางไปในสถานที่เหล่านั้นโดยจูงตัววีจากภูเก็ต และมีมัคคุเทศก์จากจังหวัดภูเก็ตเป็นผู้ดูแลเรื่องการเดินทางและนำเที่ยว สำหรับภาษาคณะวิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะ การสื่อสารของคนไทยและนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาอังกฤษ

ในการศึกษาได้ดำเนินการศึกษาส่วนที่เป็นเอกสาร (documentary research) และการศึกษาภาคสนาม (field research) ในส่วนที่เป็นเอกสารได้สำรวจหนังสือและตำราประกอบการสอนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับการโรงแรมและการท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและที่ผลิตในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2525 –2544 เพื่อตรวจสอบดูว่า หนังสือและตำราเหล่านั้นมีการรวมเอามิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมไว้ด้วยหรือไม่ ในสัดส่วนที่มากน้อยเพียง ไร

สำหรับการวิจัยภาคสนามได้ศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และ คุณภาพ ในเชิงปริมาณได้ขอให้นักท่องเที่ยวต่าง ชาติให้ค่าความพอใจต่อการสื่อสารของคนไทยในมิติของวัฒนธรรมคือการใช้ภาษา มิติของอวัจนกรรม คือสีหน้า

กิริยาท่าทาง ความสุภาพ การรักษาระยะห่าง และการใช้น้ำเสียง และมิติของวัฒนธรรมในกรอบของนิยามศัพท์ที่วางไว้ คือแนวคิดและพฤติกรรมที่กลุ่มคนสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากภูมิหลังที่ร่วมกัน อันได้แก่ ภาษา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ทักษะคติ และคุณค่า วัฒนธรรมในงานวิจัยนี้ไม่รวมส่วนที่เกี่ยวกับศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม อาหารและการแต่งกาย ในการให้ค่าความพอใจได้ออกแบบความพอใจสูงสุดไว้ที่ระดับ 5 และต่ำสุด คือไม่พอใจมากไว้ที่ระดับ 1 และนำผลที่ได้มาคิดคำนวณโดยใช้โปรแกรม SPSS

ในเชิงคุณภาพ ได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีจุดความสนใจเฉพาะ (focus interview) และ วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) ผสมกับเทคนิคการเงี่ยหูฟัง (eavesdropping) การสัมภาษณ์ได้ใช้ในการเก็บข้อมูลจากบุคคล 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่กำลังจะเดินทางออกจากท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ต ชาวไทยในภาคการท่องเที่ยว และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้ใช้เพื่อเก็บข้อมูลในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงโดยคณะวิจัยพร้อมด้วยผู้ช่วยวิจัยและผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติได้สวมบทบาทเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ (playing a covert role) เดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปในจังหวัดภูเก็ต เพื่อสังเกตวิธีสื่อสาร พฤติกรรมในการสื่อสาร ทักษะคติและแนวคิดต่างๆ ของคนไทยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติได้กระทำในระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 ที่ห้องพักรู้โดยสารขาออกของท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดภูเก็ตด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และเลือกเฉพาะผู้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับคนไทยในภาคการท่องเที่ยวในระหว่างที่อยู่ในจังหวัดภูเก็ต และรอบบริเวณเกาะภูเก็ต เช่น เดินทางจากภูเก็ตไปยังสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดพังงาและกระบี่ การกำหนดจุดสัมภาษณ์ที่ห้องพักรู้โดยสารขาออกของท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดภูเก็ตเพราะต้องการข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้เดินทางครบวงจรตามกรอบที่วางไว้ในแผนภูมิที่ 1 ของรายงาน อย่างไรก็ตามการกำหนดจุดสัมภาษณ์ที่ห้องพักรู้โดยสารขาออกของท่าอากาศยานมีข้อจำกัดของเวลา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาอยู่ที่นั่นขณะรอเครื่องออกโดยเฉลี่ยประมาณ 15 - 45 นาทีจึงต้องใช้ข้อคำถามที่มีลักษณะโครงสร้างที่เป็นแบบแผนเหมือนกัน แต่มีส่วนที่เปิดให้แสดงความคิดเห็นได้ อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดของเวลาดังกล่าวการสัมภาษณ์จึงไม่เอื้อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากนัก ด้วยเหตุนี้การออกแบบสัมภาษณ์ในส่วนนี้จึงได้ดำเนินการแบบที่สามารถเก็บข้อมูลเชิงปริมาณได้ด้วยดังที่กล่าวถึงในตอนต้นทั้งนี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตรวจสอบความรู้สึกแรกเกี่ยวกับความพอใจต่อประเด็นต่าง ๆ ในการสื่อสารกับคนไทย หลังจากนั้นได้ตรวจสอบคำตอบที่ได้มาด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อค้นหาความรู้สึกแท้จริงในประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลมีท่าทางไม่แน่ใจในความรู้สึกของตนเองหรือให้คำตอบที่มีความขัดแย้งกันเองในประเด็นที่เชื่อมโยงกัน ในการสัมภาษณ์ได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้พูดถึงความรู้สึกต่างๆ ไปในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยมากที่สุดเท่าที่เวลาอำนวยก่อนที่ผู้ให้ข้อมูลจะขึ้นเครื่องบิน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ใช้ในการกำหนดแนวทางและประเด็นสำคัญ ๆ สำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มชาวไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตด้วย

สำหรับการเก็บข้อมูลจากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวได้ดำเนินการเป็น 2 วิธี คือ

1. เก็บจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) เพื่อค้นหาลักษณะและสภาพการสื่อสารที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง
2. เก็บจากการสัมภาษณ์แบบมีจุดความสนใจเฉพาะ (focus interview) เพื่อค้นหาประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดของคนไทยในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และสังเกตพฤติกรรมต่างๆ ของผู้ตอบที่อาจ

จะมีการสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยวในขณะสัมภาษณ์ ซึ่งช่วยให้สามารถศึกษาการใช้วัจนะและอวัจนภาษา ปฏิกริยาและท่าทีที่สื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง

ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้จัดคณะวิจัยออกเป็น 4 คณะเพื่อกระจายออกไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในตัวเมืองและตามชายหาด คณะวิจัยแต่ละคณะประกอบด้วยคนไทย 1 คนและคนต่างชาติอีก 1 คน คนไทยทั้ง 4 คนนี้เป็นผู้วิจัยของโครงการ 3 คน และผู้ช่วยวิจัยอีก 1 คน ส่วนชาวต่างชาติเป็นอาจารย์ของมหาวิทยาลัย 3 คน และเป็นอาจารย์ของสถาบันราชภัฏภูเก็ต 1 คน คนไทยและคนต่างชาติในแต่ละคณะจะต้องสวมบทบาทเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติและใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการสื่อสารตลอดเส้นทางที่ใช้เก็บข้อมูล การเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้ดำเนินการในช่วงวันที่ 2 -16 พฤษภาคม 2545 และได้ดำเนินการสัมภาษณ์คนไทยในภาคการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม จนถึงวันที่ 27 มิถุนายน 2545 ตลอดเวลาของการเก็บข้อมูลคณะวิจัยได้ประชุมปรึกษารื้อเพื่อแลกเปลี่ยนสิ่งที่ได้พบ ปรับเปลี่ยนแนวทางที่จำเป็น รวบรวม และสรุปประเด็นสำคัญ ที่ได้พบจากการเก็บข้อมูลทั้ง 3 วิธี เพื่อกำหนดเป็นประเด็นที่ต้องสัมภาษณ์ และตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สอง

การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แยกกระทำเป็นสองตอน ตอนแรกคือช่วงก่อนที่จะออกแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำแนวคิดมาใช้ประกอบในการออกแบบสัมภาษณ์ โดยเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากผู้บริหารระดับกลางและระดับสูงของโรงแรม บริษัท และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตอนที่สองหลังจากที่ได้รับข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในตอนที่สองได้เลือกสัมภาษณ์ 3 คน การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 คนนี้ได้เลือกคนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่งเพราะการศึกษาวิจัยเน้นการสื่อสารโดยการใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อ และมีจุดประสงค์ที่จะนำสิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ สำหรับเชื้อชาติได้เลือกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งใช้ภาษาอังกฤษและมีจำนวนสูงสุดในสามอันดับแรกของผู้ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวภูเก็ตคือ อังกฤษ ออสเตรเลีย และอเมริกัน นอกจากนี้ได้พิจารณาถึงประสบการณ์และบุคลิกภาพของผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยคือได้เลือกผู้ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและประสบการณ์ในการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ ตลอดจนมีการสื่อสารกับคนไทยมาไม่น้อยกว่าสองปีทั้งในฐานะนักท่องเที่ยวและอาจารย์สอนภาษาเพื่อให้สามารถสะท้อนมุมมองที่ชัดเจนทั้งในแง่ของการสื่อสารในบริบทของการท่องเที่ยว และการเรียนการสอนภาษา ในประเด็นของบุคลิกภาพได้เลือกผู้ที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกันคือมีลักษณะวิพากษ์สูง (highly critical) หนึ่งคน มีลักษณะวิพากษ์ปานกลาง (moderately critical) หนึ่งคน มีลักษณะสงบประนีประนอม (calm and compromising) หนึ่งคน ทั้งนี้เพื่อจะได้สะท้อนมุมมองที่ใกล้เคียงกับนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งพบจากตัวอย่างที่ได้สัมภาษณ์ว่ามีความแตกต่างกัน

ข้อมูลที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ คนไทยในภาคการท่องเที่ยว และ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้นำมาทำการประมวลเชิงคุณภาพด้วยวิธีตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) และได้วิเคราะห์ในประเด็นปัญหาวิจัยที่วางไว้ 3 ประเด็นคือ **ความสามารถของบุคคลในการใช้บริบทและความหมายในการทำความเข้าใจ** (Context and Meaning) **ความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคม** (Socio-cultural Competence) และ **ความสามารถในการเข้าใจความหมายที่ซ่อนเร้น** (Iceberg Theory of Communication)

ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า เหตุ-ปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุน หรือ เป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต มีอยู่ 3 ประการ ด้วยกันคือ โอกาสทางการศึกษา

แรงผลักดันในการเข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยวและความเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ส่วนที่เป็น เหตุ-ปัจจัย อันเนื่องมาจากการศึกษา คือ โอกาสทางการศึกษาจะเกื้อหนุนให้คนไทยเพิ่มความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามสำหรับผู้ที่มีโอกาสทางการศึกษาน้อยหรือไม่มี เหตุ-ปัจจัยนี้เกี่ยวข้องกับประการที่สองด้วย คือ วิธีทางทำกินในวงจรของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เป็นวิธีทางที่เปิดโอกาสในการหาช่องทางทำกินได้มากกว่าช่องทางอื่น ๆ สภาพดังกล่าวจึงผลักดันคนไทยจำนวนมากเข้าสู่ธุรกิจในาภาคการท่องเที่ยว คนที่มีโอกาสทางการศึกษามากกว่าก็ประกอบอาชีพได้โดยไม่ค่อยมีแรงกดดันในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมากนัก และสามารถใช้ความสามารถทั้งสามประการข้างต้นไปเ็นทางที่เป็นคุณประโยชน์ต่อการสื่อสาร ส่วนผู้ที่เข้าสู่อาชีพในสภาวะที่เรียกได้ว่าแทบจะไม่มีภาษาและไม่มีแนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างของวัฒนธรรมเลยจะรู้สึกถึงความกดดันค่อนข้างมากและมีพฤติกรรมทางการสื่อสารที่ก่อให้เกิดช่องว่างทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากพอสมควร อย่างไรก็ตามหลายตัวอย่างจากการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าได้ใช้ความพยายามที่จะหาความหมายจากบริบท ไปพร้อม ๆ กับความสามารถเชิงสังคมและวัฒนธรรมในทุกทางที่จะรับความหมายซึ่งส่งผ่านจากนักท่องเที่ยว แม้ว่าความเข้าใจต่อความหมายที่ซ่อนเร้นจะยังคงมีความคลาดเคลื่อนอยู่ค่อนข้างมากเนื่องจากการนำความคุ้นเคยจากวัฒนธรรมของตนเองไปใช้ในการสื่อ ส่วนเหตุ-ปัจจัย สุดท้ายคือ การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตซึ่งเติบโตเร็วเกินกว่าที่จะมีการเตรียมคนให้พร้อมเข้าสู่ภาคการท่องเที่ยว

นอกเหนือจากเหตุ-ปัจจัยทั้งสามประการแล้วในการศึกษาได้พบว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีทักษะในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีความตั้งใจและความพยายามที่จะสื่อสารแม้ว่าภาษาอังกฤษโดยภาพรวมแล้วไม่พอที่จะสื่อสาร และลักษณะเด่นอีกประการหนึ่ง คือ ความสุภาพ ส่วนคนที่ไม่มีทักษะในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีลักษณะที่ขาดยุทธวิธีที่จะสื่อสาร ไม่สามารถหรือไม่พยายามคิดหาวิธีการที่จะนำความคิดผ่านไปยังคู่สื่อสาร ภาษาอังกฤษไม่เพียงพอที่จะสื่อสาร ขาดความคิดรวบยอด (concept) และความเข้าใจ (perception) ต่อภาพรวมของภาษา อีกสิ่งหนึ่งที่พบจากกระบวนการในการหาข้อมูล คือ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีทั้งส่วนที่เกื้อหนุน และ ส่วนที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ส่วนที่เกื้อหนุน คือ การที่ภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวมากมายหลายชาติหลายภาษาทำให้คนภูเก็ตที่ยังมิได้เข้าสู่ภาคการท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่จะเรียนภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ส่วนคนที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยวอยู่แล้วการพบเห็นและจำเป็นต้องสื่อสารกับคนต่างชาติอยู่เป็นประจำทำให้ไม่เกิดอาการตื่นกลัวที่จะต้องพูดภาษาอังกฤษ อีกประการหนึ่งคือคนภูเก็ตมีโอกาสสัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมจากของจริงผ่านผู้คนต่างชาติเหล่านั้นที่แต่ละคน แต่ละชาติต่างก็นับเป็น “วัฒนธรรมเดินได้” ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ส่วนที่เป็นอุปสรรคคือ ภูเก็ตยังไม่มีความพร้อมด้านการจัดการเรื่องข้อมูลข่าวสารสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่มีระบบขนส่งมวลชนที่พร้อมรับนักท่องเที่ยวทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ (การที่ปัญหานี้เข้ามาเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารคือนักท่องเที่ยวไม่พอใจในเรื่องนี้และมีทัศนคติที่ไม่ดีมีผลให้เกิดอคติต่อการสื่อสารของคนไทย เมื่อถามปัญหาเรื่องนี้ และคนไทยไม่สามารถตอบได้ เพราะเป็นสิ่งที่เกินขอบเขตที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวจะทราบ นักท่องเที่ยวจะบ่นไม่พอใจและคิดว่าคนไทยเอาเปรียบในเรื่องราคาค่าเช่ารถ รวมถึงการที่นักท่องเที่ยวบางคนคิดว่าว่าการที่คนไทยตอบเรื่องนี้ไม่ได้เพราะไม่รู้เรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมืองของตัวเอง)

ไม่มีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความพร้อมที่พบจากการศึกษามีได้มองเฉพาะภาษา แต่หมายรวมไปถึงความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมและระบบคิดที่เป็นสากล ข้อมูลจากการศึกษาอาจวิเคราะห์ได้ว่าต้นเหตุของปัญหาด้าน “คน” น่าจะมาจาก การคัดสรรคนในภาครัฐเข้าสู่หน่วยงานที่ต้องติดต่อกับนักท่องเที่ยว ความไม่เพียงพอของบุคลากรในหน่วยงานที่ต้องติดต่อกับนักท่องเที่ยว ความไม่มีเอกภาพในการ

จัดอบรมบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว ความไม่สมจริงในการจัดหลักสูตรอบรมของหน่วยงานต่างๆ และการไม่มีมาตรการดูแลคนท้องถิ่นที่ประกอบธุรกิจซึ่งเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว ในส่วนของภาคธุรกิจ ความเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตทำให้เกิดปัญหาในการสรรหาคนที่มีความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเข้าทำงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้สอนภาษาอังกฤษ

ในการจัดหลักสูตร และ วิธีการสอนภาษาอังกฤษ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ

1. การจัดหลักสูตรในห้องเรียนควรมีบูรณาการของวัฒนธรรมและภาษาที่มีความหลากหลาย ความสมจริงและความสมดุลย์
2. การสอนให้ “เข้าถึง” วัฒนธรรม มิใช่เพียง “รู้” วัฒนธรรม
3. การสอนให้ “เข้าถึง” ภาษา มิใช่เพียง “รู้” ภาษา
4. การเลือกสรร ศัพท์ และสำนวนที่ ผู้เรียนจำเป็นต้องใช้เพื่อการสื่อสารในการประกอบอาชีพ
5. การสอนให้ผู้เรียนเชื่อมโยงมิติทางอวัจนกรรมและวัฒนธรรมเข้ากับทักษะในการใช้ภาษาและทักษะทางการสื่อสาร
6. การจัดสอนที่เน้นวิธีการมากกว่าผลสัมฤทธิ์
7. การจัดการเรียนการสอนที่สามารถปลูกฝังนิสัยใฝ่รู้ใฝ่เรียนและเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับจังหวัด – องค์การบริหารส่วนจังหวัดองค์การบริหารส่วนตำบล และ เทศบาล

1. การบริหารจัดการในการจัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ควรมีจุดศูนย์กลางในการประสานข้อมูลของจังหวัด ทั้งนี้เพื่อให้แต่ละหน่วยงานได้รับทราบความเป็นไปของกันและกัน และสามารถพัฒนาความชำนาญในการจัดสอนภาษาให้เหมาะกับทรัพยากรบุคคลที่แต่ละหน่วยงานมีอยู่
2. จัดทำจุดให้ข้อมูลท่องเที่ยวที่สนามบิน สถานีขนส่ง และสถานีตำรวจ
3. ปรับปรุงบุคลากรของหน่วยงานที่นักท่องเที่ยวระบุว่ามีปัญหาในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เจ้าหน้าที่ศุลกากร และตำรวจ (ทั้งตำรวจท่องเที่ยว และตำรวจภูธร) โดยพิจารณาดำเนินการใน 3 แนวทาง คือ 1) จัดอบรมแบบเข้มและจริงจัง 2) เสนอหน่วยเหนือในการจัดสรรกำลังคนให้พอกับภารกิจ และ 3) พิจารณาคณะคุณลักษณะ และคุณสมบัติของคนให้เหมาะกับตำแหน่งในการคัดสรรและจัดวางกำลังคนที่ต้องมีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
4. ทำความเข้าใจกับกลุ่มคนที่สร้างความรำคาญให้แก่นักท่องเที่ยว และหรือจัดทำมาตรการเพื่อจัดระเบียบกลุ่มเหล่านี้ ซึ่งได้แก่ คนเรียกลูกค้าตามร้านตัดเสื้อ และ คนขับรถตุ๊กตุ๊ก

ข้อเสนอแนะสำหรับสำหรับหน่วยงานการท่องเที่ยว

ควรมีการจัดทำข้อมูลสั้น ๆ (tips) บอกกล่าวลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของคนไทยที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวรับทราบ

การนำผลไปใช้ ผลจากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้โดยตรงได้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการบริการ การจัดอบรมภาษาอังกฤษ และ การจัดชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจท่องเที่ยว และ ที่

เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวและยังสามารถประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน การจัดอบรมภาษา และการจัดชุดการเรียนรู้อัตโนมัติในภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ได้ด้วย

ข้อจำกัดของงานวิจัยเรื่องนี้และข้อเสนอแนะในการการศึกษาเพิ่มเติม

เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเรื่องของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเป็นครั้งแรกในจังหวัดภูเก็ต กรอบของการศึกษาจึงกว้างเพื่อให้สามารถมองเห็นเรื่องนี้ในภาพรวม การศึกษาครั้งนี้จึงไม่ได้กล่าวถึงสถานการณ์เฉพาะของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

ดังนั้นข้อเสนอแนะในการศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยนี้คือ การศึกษาลักษณะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคนไทยกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในเชิงลึก หรือศึกษาลักษณะการสื่อสารของนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในเชิงลึก โดยเฉพาะกลุ่มซึ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวกระแสหลักของประเทศ หรือของจังหวัด

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่ทำรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศไทย และ จังหวัดภูเก็ต รายได้อันมหาศาลนี้จะคงอยู่ เพิ่มขึ้น หรือลดลง ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่งคือคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์มีองค์ประกอบหลายอย่างและหนึ่งในองค์ประกอบนั้น คือทักษะทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพราะการสื่อสารหลักในภาคการท่องเที่ยวคือการสื่อสารที่เป็นไประหว่างคนจากต่างชาติ ต่างภาษา และต่างวัฒนธรรม การศึกษาในงานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ถึงกลไกไปยังมิติต่าง ๆ ในการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งได้แก่ มิติทางวัฒนธรรม อวัจนกรรม และ วัฒนธรรม การวิจัยนี้ได้ศึกษาทั้งเนื้อหาของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในตำราและบทเรียนภาษาอังกฤษด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว ศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวในฐานะ "ผู้บริโภค" ต่อความสามารถในการสื่อสารของคนไทยในฐานะ "ผู้ให้บริการ" โดยได้ศึกษาสภาพปัจจุบัน ความพึงพอใจ ปัญหา และอุปสรรคของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมผ่านทางกรใช้ภาษาอังกฤษของคู่สื่อสารในธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตคือคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้รับจากการวิจัยเสนอแนะกลยุทธ์ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าภาษาอังกฤษของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่ไม่ดีมากนักแต่เมื่อผนวกกับอีกสองมิติในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ อวัจนกรรมและวัฒนธรรม แล้วปรากฏว่ามีคนไทยบางส่วนที่สามารถสื่อสารได้ดีเป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยจุดเด่นของความเป็นมิตร ความสุภาพ ความมีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือ ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ความเป็นผู้มีลักษณะนิสัยในการให้บริการ และ ความเป็นผู้มีธรรมชาติที่ดี ในขณะที่คนไทยบางส่วนมีความสามารถอยู่ในระดับที่จะสื่อสารได้ คนกลุ่มนี้แม้จะไม่มีภาษาอังกฤษมากนักแต่ความประทับใจที่นักท่องเที่ยวพูดถึงคือ ความพยายามอย่างยิ่งที่จะสื่อความผ่านทางยุทธวิธีสื่อสารต่าง ๆ ความพยายามเช่นนี้เป็นอวัจนกรรมที่สื่อให้เห็นถึงน้ำใจที่มีต่อนักท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของความเป็นเจ้าบ้านที่ดีอยากให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้รับทราบเรื่องราวต่าง ๆ แม้การศึกษาจะพบว่าส่วนหนึ่งของความพยายามนั้นจะมาจากปัจจัยผลักดันของรายได้ก็ตามแต่แรงผลักดันนี้ไม่ได้มองเห็นชัดเจนจนครอบคลุมมิติที่ส่งผ่านทางอวัจนกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามมีคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของภูเก็ตอีกส่วนหนึ่งที่ยังไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ เพราะขาดทั้งภาษาอังกฤษ ยุทธวิธีสื่อสารและที่สำคัญที่สุดคือขาดความพยายามที่จะสื่อสาร คนไทยในกลุ่มนี้มักจะมีรูปแบบการสื่อสารหนึ่งในสองรูปแบบคือรูปแบบของการผลักดันและรูปแบบของการหลีกเลี่ยง ผลจากการศึกษายังได้พบอีกด้วยว่าสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวบางคน บางกลุ่ม ซึ่งจำเป็นจะต้องได้รับการพัฒนาออกเหนือจากความอ่อนด้อยของภาษาแล้ว คือ การไหว้รับกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และธรรมเนียมปฏิบัติที่เป็นสากล ผลจากการศึกษาโดยรวมแล้วชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตจะมุ่งเน้นเฉพาะการเรียนการสอนภาษาโดด ๆ ไม่ได้ แต่จะต้องคำนึงถึงองค์รวมของการสื่อสารที่มีอวัจนกรรมและวัฒนธรรมเข้าไปผนวกเป็นมิติสำคัญด้วย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับรวบรวมเสนอแนะไว้ในบทสุดท้ายของรายงานผลการวิจัย เพื่อให้ผู้รับผิดชอบในการจัดหลักสูตร และการสอนภาษาอังกฤษ องค์การบริหารทุกฝ่ายในจังหวัดได้รับทราบเพื่อนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจของแต่ละฝ่ายต่อไป

คำหลัก : นักท่องเที่ยวต่างชาติ วัฒนธรรม วัจนภาษา อวัจนภาษา
 ยุทธวิธีสื่อสาร คู่สื่อสาร คุณสมบัติที่สำคัญ

ABSTRACT

Inbound tourism has brought a significant amount of income to both Thailand and Phuket. In order to keep this amount of income, qualified human resources are vital. Of the qualities needed, an ability to communicate with tourists of different cultural backgrounds is ranked as one of the top requirements. This study therefore tries to delve into three dimensions of the intercultural communication: verbal, non-verbal and culture, between Thais in various tourist sectors and international tourists in order to equip relevant human resources of Phuket with such ability. In order to explore contents of intercultural communication in ESL/EFL (English as a Second/Foreign Language), textbooks and materials used in teaching and training English for Hotel and Tourism Management Personnel are reviewed. The research also intends to study the current situation, satisfaction, problems and difficulties of Thais in the tourism and tourism-related sectors using English for their intercultural communication with foreign tourists. The research then presents findings to be incorporated as teaching strategies in the development of ESL/EFL syllabi.

The findings reveal that the English proficiency of Thais in the tourism and tourism-related sectors is rather inadequate. However, this insufficiency is second to the ability of those Thais in applying the other two aspects of intercultural communication (non-verbal and cultural into their communication) with foreign tourists. A truly good application of these two communicative aspects impresses foreign tourists with regards to friendliness, politeness, helpfulness, good hospitality, service mindedness and good nature. In addition, those Thais are competent in using appropriate communicative strategies; this made their communication with foreign tourists quite satisfactory. Nevertheless, there is a group of Thais in the tourism sector who have neither English nor communicative strategies, and more importantly, lack motivation in communication. Nevertheless, under the economic pressure trying to earn income for their living, these people need to communicate with foreign tourists, who are their major source of income; thus they have resorted to one of two psychological strategies in communication, which are forcing themselves to speak regardless of accuracy, politeness and appropriateness or avoiding communication with foreign tourists. This indeed affects intercultural communication between Thais and foreign tourists. Therefore, this is an urgent issue to manage. These people have to be recruited into appropriate training. Apart from insufficient English, other weaknesses include limited knowledge of world events, sensitivity to international expectations and etiquette. These have been compiled in the last chapter of this report for the relevant offices to strengthen these weaknesses. Should Phuket aim to be an international town, providing quality hospitality service for international tourists must be placed as a top priority, and the importance of intercultural communication is indeed an essential tool in transporting Phuket to that desired destination..

Key Words: international tourists, culture, verbal communication, non-verbal communication, interlocutors, communicative strategies, essential tool

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ในยุคของโลกที่ไร้พรมแดนเช่นทุกวันนี้ ความสำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม มีความสำคัญมากขึ้นเพราะเราอยู่ในสังคมที่เปิดกว้างทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมท่ามกลางกระแสของ ความเป็นนานาชาติ ในรูปแบบต่าง ๆ คนทุกชาติทุกภาษา ต่างก็ยังมีพรมแดนเฉพาะของตน การรักษาคุณภาพของความเป็นนานาชาติ และลักษณะเฉพาะของชาติต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจทั้งเรื่องราวและวัฒนธรรมของตนเองคู่เคียงไปกับเรื่องราว และวัฒนธรรมของผู้ที่เราติดต่อด้วย นอกจากนี้คนเรายังต้องมีความสามารถและทักษะทางการสื่อสาร คือสามารถที่จะเข้าใจเรื่องราวและความคิดของคู่สื่อสารไปพร้อม ๆ กับความสามารถที่จะสื่อความคิดและเรื่องราวต่าง ๆ จากตนเองไปยังคู่สื่อสารได้ชัดเจนด้วย นอกจากนี้ต้องสามารถมองหาคุศมดูลย์ว่าเราควรจะทำลักษณะเฉพาะของเราเอง ยึดหยุ่นต่อความแตกต่างและปรับวิธีการสื่อสารของเรากับคู่สื่อสารโดยเฉพาะคู่สื่อสารที่ต่างภาษาต่างวัฒนธรรมกับเรามากน้อยแค่ไหนเพียงใด

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะทวีความสำคัญขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ซึ่งผู้คนหลายชาติหลายภาษามาพบกัน จึงหวังให้เกิดเป็นที่หนึ่งซึ่งเราสามารถจะพบเห็นความหลากหลายของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การสะท้อนความคิดในเรื่องต่างๆ ที่เป็นประเด็นปัญหาระหว่างนักท่องเที่ยวและ “เจ้าของบ้าน” สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถได้ยิน ได้รับฟัง หรืออ่านพบทั้งจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางอยู่เสมอ เช่นตัวอย่างบางตอนซึ่งนักท่องเที่ยวคนหนึ่งเขียนไปยังคอลัมน์ “ถาม-ตอบปัญหา” ในหนังสือพิมพ์ Phuket Gazette (February 15-28, 2002, Vol. 9 Issue 4) ซึ่งให้เห็นถึงความไม่ชัดเจนในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว ตอนหนึ่งของจดหมายถามว่า “... Why do most Thais disapprove of a mixed couple - a Thai woman with a foreign man showing their affection in public? Since Phuket is a tourist destination, shouldn't Thai people accept this behaviour? How should I act?...”

เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วยความคิดความอ่าน พฤติกรรม ทั้งในส่วนที่เป็นความคุ้นเคยและส่วนที่แปลกแยกไปจากวิถีชีวิตปกติของคนเรา ภาษา ท่าทาง น้ำเสียง เหล่านี้ล้วนเป็นส่วนประกอบสำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและเป็นมิติที่แฝงเร้นอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อย่างเช่น ในกรณีที่นักท่องเที่ยวบางคนอาจจะคงเอกลักษณ์และความเคยชินเดิมของตัวเองไว้แม้จะกำลังท่องเที่ยวอยู่ต่างถิ่น มักจะเกิดความสงสัยหรือคับข้องใจในการประพฤติปฏิบัติในเมืองที่มีวัฒนธรรมต่างไปจากของตนดังตัวอย่างข้อสงสัยที่ชาวต่างชาติพูดถึงข้างต้น กรณีนี้ชี้ให้เห็นมิติของวัฒนธรรมที่เข้ามามีบทบาทในการท่องเที่ยว ปกติครั้งที่นักท่องเที่ยวมีความลังเลไม่แน่ใจในการประพฤติปฏิบัติในบ้านเมืองของเรา ถ้าคนที่ถูกถามไม่สามารถสื่อสารโดยอธิบายสิ่งที่เหมาะสมที่ควรในการประพฤติปฏิบัติได้ ความไม่เข้าใจก็จะยังคงอยู่ และเมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านั้นปฏิบัติตนไปตามความเคยชินในวัฒนธรรมของเขาโดยที่สิ่งที่ประพฤติปฏิบัติเหล่านั้นไม่สอดคล้องกับครรลองในวัฒนธรรมของเราก็ก่อให้เกิดความไม่พอใจในกลุ่มคนท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเมืองที่มีนักท่องเที่ยวมากมายหลายชาติหลายภาษาจนอาจเรียกได้ว่าเป็นเมือง “พหุวัฒนธรรม” (multicultural city) เช่นจังหวัดภูเก็ต

นอกเหนือจากวัฒนธรรมแล้ว องค์ประกอบหลักอีกองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมคือ

ภาษา ซึ่งนับเป็นปัจจัยหลักของการสื่อสารอีกปัจจัยหนึ่ง ภาษาอาจเป็นไปได้ทั้งในแง่ของปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ก้าวรุดหน้ามีคุณภาพมากยิ่งขึ้น หรือในทางตรงกันข้ามอาจเป็นสาเหตุที่ลดทอนความมีคุณภาพของการสื่อสารก็ได้ จังหวัดภูเก็ตซึ่งนอกจากจะนับได้ว่าเป็นเมือง “พหุวัฒนธรรม” แล้ว ยังอาจกล่าวได้ว่าเป็นเมือง “พหุภาษา” (multilingual city) ด้วย ทุกวันนี้ภูเก็ตประกอบด้วยผู้คนเกือบทุกชาติทุกภาษาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว มาทำธุรกิจ และมาตั้งถิ่นฐาน ดังนั้นคนไทยในจังหวัดภูเก็ตทุกวันนี้ต้องพูด ต้องรับฟังการใช้ภาษาต่างประเทศมากมายหลายภาษาอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่จำเป็นมากโดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยว

ในส่วนของคนไทยทั้งที่เป็นคนท้องถิ่นเดิมและที่เดินทางเข้ามาอาศัยในจังหวัดภูเก็ตข้อมูลซึ่งฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล สำนักงานจังหวัดภูเก็ต ซึ่งประเมินจากจำนวนพนักงานในภาคการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการอาชีพอิสระต่าง ๆ ประมาณว่าตัวเลขของคนไทยที่เดินทางเข้ามาจังหวัดภูเก็ตว่าน่าจะมีเกือบถึง 200,000 คน ในขณะที่ประชากรของจังหวัดภูเก็ตเอง ณ เดือน กันยายน 2545 มีเพียง 268,440 คน คนจากต่างถิ่นเหล่านี้ได้ถือเอาจังหวัดภูเก็ตเป็นถิ่นทำกินในหลากหลายอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คนไทยเหล่านี้บางคนก็มีความพร้อมทางภาษาที่สามารถจะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ บางคนพอจะพูดได้ แต่มีจำนวนมากที่เริ่มต้นด้วยการพูดไม่ได้เลยและเรียนเอาจากการทำงาน กลุ่มที่มีความพร้อมมักจะเข้าสู่สายงานโรงแรม โดยเฉพาะโรงแรมที่มีระดับ หรือทำงานเป็นมัคคุเทศก์ เป็นพนักงานขายของตามร้านหรือห้างใหญ่ ๆ ส่วนที่ประกอบอาชีพส่วนตัวก็มักจะเป็นอาชีพที่ประกอบธุรกิจกับ “ตลาดบน” คือติดต่อเกี่ยวข้องกับลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง คนที่พอจะพูดได้มักจะกระจายกันอยู่ในสายงานโรงแรมระดับกลาง เป็นพนักงานบริการในร้านอาหารของร้านอาหารระดับกลางและเล็ก หรือทำงานให้กับร้านค้าเล็ก ๆ และบางส่วนก็ทำธุรกิจเล็ก ๆ ของตัวเองเช่น เปิดร้านซัก-อบ-รีด ประกอบกิจการร้านอาหาร เป็นเจ้าของร้าน หรือแผงลอยขายของที่ระลึก เป็นต้น ส่วนคนที่พูดไม่ได้เลยมักจะขับรถตุ๊กตุ๊ก รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง รถเช่าให้บริการนำรถตามชายหาด หรือมีรถเข็นขายน้ำ ขายไถ่ย่าง ส้มตำ เป็นต้น ทั้งหมดนี้ยังไม่นับรวมข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งส่วนมากจะใช้ภาษาในระดับที่พอพูดได้และมีบางส่วนพูดได้น้อยมาก การที่คนจำนวนมากประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวหรือมีหน้าที่ที่ต้องติดต่อปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวซึ่งต้องใช้ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษย่อมเป็นการยากที่หน่วยงานต่าง ๆ จะสามารถดำเนินการในการสร้างความพร้อมทางภาษาให้ทันกับการท่องเที่ยวที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของภูเก็ตได้ทันทั่วทั้ง คนไทยส่วนใหญ่ในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตจึงมีความไม่พร้อมในการใช้ภาษาค่อนข้างมาก คนเหล่านี้ไม่มีภาษาเพียงพอที่จะพูดถึงเรื่องราวใดๆ ได้มากกว่าประโยคพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ ดังเช่นที่นักท่องเที่ยวหนึ่งในหลาย ๆ คน ได้สื่อให้เห็นถึงมุมมองของเขาในจดหมายที่เขียนถึงหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษที่ออกในท้องถิ่นภูเก็ต (Phuket Gazette 1999, หน้า 18) ต่อเรื่องนี้ว่า “... many Thai guides have very poor knowledge of foreign languages. I have met a lot of Thai guides during 10 years of taking holidays in this country. Apart from a few exceptions they were able to parrot a little information about a certain item, but were not able to hold a simple conversation.” (Walt Ide) ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่งกลับมองว่า “The way Thais speaking English is charming; that's what tourism is for. It tells you that you are in a foreign land. What is more important to me is their friendly gestures.” (นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษจากฮ่องกงซึ่งให้สัมภาษณ์ผู้วิจัย ณ สนามบินนานาชาติจังหวัดภูเก็ตเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2545) นักท่องเที่ยวผู้นี้เป็นหนึ่งในหลาย ๆ คนที่พูดถึงการใช้ภาษาของคนไทยในมุมมองที่เป็นบวก จากเสียงสะท้อนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับการใช้ภาษาของคนไทยโดยเฉพาะกลุ่มบุคลากรชาวไทยในภาคการท่องเที่ยว

ที่ยังมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ประเด็นนี้จึงควรจะหยิบยกมาศึกษาเพื่อหาข้อสรุปในการพัฒนาการใช้ภาษาเพื่อการท่องเที่ยวของภูเก็ตและของประเทศเราให้ดียิ่งขึ้น

ความเข้าใจวัฒนธรรมทั้งของตนเองและของนักท่องเที่ยวที่ตลอดจนความสามารถที่จะอธิบาย ที่จะสื่อความ และที่จะรับความหมายที่ถูกต้องของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่งในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้จะอยู่ในวิสัยที่เกิดขึ้นได้ถ้าเราพยายามเข้าใจและศึกษาสภาพและสาเหตุที่แท้จริงของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพื่อสื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความเหมือน ความต่าง วิธีคิด ฯลฯ ที่อาจจะแตกต่างกันและยากต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจะมีรากฐานมั่นคงและเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยาวนาน ถ้าทุกฝ่ายมีความเข้าใจในวัฒนธรรมของกันและกัน ความเข้าใจจะช่วยให้ทุกฝ่ายเป็นสุขและมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน ความสุขและความรู้สึกที่ดีดังกล่าวจะเป็นที่กล่าวขวัญถึงทำให้คนอยากมาเยือน ดังนั้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพราะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผลดีก็จะเกิดแก่เศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ

ในกรณีของจังหวัดภูเก็ต ถ้าจะดูจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเพียงอย่างเดียวไม่น่าจะมีข้อสงสัยใด ๆ ที่ จะอนุมานว่าทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเป็นไปด้วยดี แต่เสียงสะท้อนและความคิดอันหลากหลายทั้งจากนักท่องเที่ยว จากคนไทยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และจากผู้คนต่างชาติต่างภาษาที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ได้ชี้ให้เห็นว่าในความเป็นจริงแล้วการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวมิใช่ข้อสรุปว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและความประทับใจเสมอไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าจะมองการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ เสียงจากนักท่องเที่ยวและผู้คนที่เกี่ยวข้องสะท้อนให้เห็นทั้งด้านที่เป็นความพอใจและความชื่นชมซึ่งนับเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยว และ ด้านที่เป็นปัญหาหลากหลายในธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ปัญหาและความไม่เข้าใจเหล่านี้จะลดน้อยลงถ้าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมีความเข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น สามารถสื่อสารระหว่างกันได้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การศึกษาวิจัยนี้จึงได้มุ่งศึกษาประเด็นต่าง ๆ เพื่อค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนในวิธีการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะผู้คนเหล่านี้เป็นกลุ่มที่จะพบ พุดจา ต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างภาษาที่มีโอกาสอยู่ในประเทศไทยในระยะเวลาจำกัด นักท่องเที่ยวเหล่านี้นับเป็น “แขกของประเทศ” ตามโครงการ “Be My Guests” ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รณรงค์ในการส่งเสริมการตลาดย่อยของประเทศที่ได้กระทำต่อเนื่องภายหลังวิกฤตในสหรัฐอเมริกาในเดือนกันยายนปี พ.ศ. 2544 คนไทยโดยเฉพาะกลุ่มที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเก็บวิธีสื่อสารที่สร้าง ความประทับใจให้แก่ “แขกของเรา” และปรับปรุงจุดอ่อนที่เป็นปัญหาต่อการสื่อสารกับ “แขกของเรา” เรียนรู้วิธีบอกกล่าวชี้แจงให้ “แขกของเรา” ทราบถึงปัญหา สาเหตุ หรือที่มาของปัญหาได้เมื่อเขามีความคับข้องใจ ก่อนที่คนเหล่านี้จะเดินทางกลับไปยังบ้านเมืองของเขา ทั้งนี้เพราะบุคคลเหล่านี้คือ “ปาก-เสียง” ที่จะกระจายข่าวความน่าท่องเที่ยวหรือไม่น่าท่องเที่ยวของบ้านเมืองเราได้ดียิ่งกว่าการรณรงค์หรือการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อโฆษณาใด ๆ สิ่งนี้นักท่องเที่ยวเผยแพร่ออกไปจากประสบการณ์ตรงของเขามักจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนประเทศของเรามากกว่าอะไรทั้งสิ้น

การศึกษานี้เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและคนไทยในภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นี้ได้มุ่งเน้นมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อค้นหาว่ามิติเหล่านั้นมีอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยเสริมความแข็งแกร่งของการท่องเที่ยว และในทางตรงกันข้ามมีมิติใดบ้างที่เป็นอุปสรรคลดทอนความแข็งแกร่งของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้เพื่อจะได้นำสิ่งที่ค้นพบเผยแพร่ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับรู้รับทราบ นอกจากนี้

สิ่งที่ได้ จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานทางวิชาการเพื่อเสริมสร้างแนวทางที่ถูกต้องในการจัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศทั้งในจังหวัดภูเก็ตและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไป

- วัตถุประสงค์**
1. เพื่อศึกษาเนื้อหาของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในตำราและบทเรียนภาษาอังกฤษด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว
 2. เพื่อศึกษาความเป็นมา สภาพปัจจุบัน ความพึงพอใจ ปัญหา และอุปสรรคของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อในธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
 3. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

นิยามศัพท์

วัฒนธรรม ในงานวิจัยนี้ หมายถึง แนวคิดและพฤติกรรมที่กลุ่มคนสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากภูมิหลังที่ร่วมกัน อันได้แก่ ภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ทศนคติ และคุณค่า วัฒนธรรมในงานวิจัยนี้ไม่รวมส่วนที่เกี่ยวกับ ศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม อาหารและการแต่งกาย

วัฒนธรรมสากล หมายถึงแบบแผน แนวคิด แนวปฏิบัติซึ่งเป็นที่รู้จักหรือยอมรับกันอย่างกว้างขวางจากคนหลากหลายชาติ

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม หมายถึง การติดต่อสื่อสารของคนที่ใช้ภาษาต่างกันและมาจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน

วัจนกรรม หมายถึง การสื่อสารที่ผ่านจากปากแม้บางครั้งจะไม่มีรูปแบบของภาษาที่ชัดเจน เช่น uhm..uhm, Eh..., what? โดยเทียบเคียงกับภาษาอังกฤษคือ Verbal Communication

วัจนภาษา หมายถึงการสื่อสารด้วยการใช้ภาษา (Verbal Language)

อวัจนกรรม หมายถึง การสื่อสารที่ส่งผ่านท่าทาง หรือ ส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย ซึ่งรวมถึงพฤติกรรมการเยียบ การเดินหนี การตีมือ ฯลฯ โดยเทียบเคียงกับภาษาอังกฤษ คือ Non-verbal Communication

อวัจนภาษา หมายถึงการสื่อสารด้วยการใช้ภาษาท่าทาง (Non-verbal Language)

คู่สื่อสาร หมายถึง บุคคลที่พูดจาในลักษณะที่เห็นหน้าตาของกันและกัน (face-to-face interlocutors)

ปัจจัย ในงานวิจัยนี้หมายถึง สาเหตุหนึ่ง หรือ หนทางหนึ่ง ในหลายสาเหตุ หรือ หลายหนทาง ของการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยว (tourists) นักทัศนจร (excursionists) และ ผู้มาเยือน (visitors) จากประเทศอื่นๆ ที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต เป็นกลุ่มที่ไม่พูดภาษาไทยและใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดภูเก็ตและรอบบริเวณเกาะภูเก็ต เช่น เดินทางจากภูเก็ตไปยัง สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดพังงา และกระบี่

คนไทยในภาคการท่องเที่ยว หมายถึง คนไทยที่มีหน้าที่หรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คนกลุ่มนี้คือผู้ที่อยู่ในวงจรการท่องเที่ยวซึ่งมีโอกาสสื่อสารกับนักท่องเที่ยวนับตั้งแต่เขาเหล่านั้นพ้นจากการดูแลของสายการบินจนกระทั่งเดินทางกลับสู่การดูแลของสายการบินอีกครั้งหนึ่ง ตามแผนภูมิที่ 1 (หน้า 8)

ขอบเขตการศึกษา

พื้นที่ ได้ทำการศึกษาหาข้อมูลในจังหวัดภูเก็ต เพราะภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยซึ่งทำรายได้ให้ประเทศมากกว่า 60,000 ล้านบาทต่อปี นับเป็นที่สองรองจากกรุงเทพฯ นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีศักยภาพมากพอที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในเป้าหมายระยะกลางที่รัฐบาลวางไว้ใน การประชุมที่เชียงใหม่ และสามารถพัฒนาต่อไปเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกได้ในเป้าหมายระยะยาว (เอกสารประกอบการประชุมเพื่อหาแนวทางพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ, จ. เชียงใหม่, 2544 หน้า 1) อย่างไรก็ตามข้อมูลของพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงกับภูเก็ตที่นักท่องเที่ยวพูดถึง เช่นกระบี่ เกาะพีพี หรือพังงา ก็ไม่ได้ตัดออกจากการศึกษาถ้านักท่องเที่ยวเดินทางไปในสถานที่เหล่านั้นโดยจูงตัวไปจากภูเก็ต และมีมัคเทศก์จากจังหวัดภูเก็ตเป็นผู้ดูแลเรื่องการเดินทางและนำเที่ยว

ภาษา ได้เลือกศึกษาเฉพาะการสื่อสารที่ใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อค้นหาความพอใจและปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมีต่อกันและกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยและวิธีเก็บข้อมูล การวิจัยนี้เป็นการศึกษาทั้งส่วนที่เป็นเอกสาร (documentary research) และการศึกษาภาคสนาม (field research) ในส่วนที่เป็นเอกสารได้สำรวจหนังสือและตำราประกอบการสอนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับการโรงแรมและการท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและที่ผลิตในประเทศไทย (ดูบทที่ 2) ในช่วงปี พ.ศ. 2525 – 2544 เพื่อตรวจสอบดูว่าหนังสือและตำราเหล่านั้นมีการรวมเอามิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมไว้ด้วยหรือไม่ ในสัดส่วนที่มากน้อยเพียงไร

สำหรับการวิจัยภาคสนามได้ศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และ คุณภาพ โดยใช้แหล่งข้อมูล 3 แหล่งคือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

การศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณได้ใช้วิธีมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) โดยขอให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ค่าความพอใจต่อการสื่อสารของคนไทยในมิติของวัฒนธรรมคือการใช้ภาษา มิติของวัฒนธรรม คือสีหน้า กิริยาท่าทาง ความสุภาพ การรักษาระยะห่าง และการใช้น้ำเสียง และมิติของวัฒนธรรมในกรอบของนิยามศัพท์ที่วางไว้ โดยจัดความพอใจสูงสุดไว้ที่ระดับ 5 และต่ำสุด คือไม่พอใจมากไว้ที่ระดับ 1 (ดู แบบสัมภาษณ์ใน ผนวก ก) และนำผลที่ได้มาคิดคำนวณโดยใช้โปรแกรม SPSS

ในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีจุดความสนใจเฉพาะ (focus interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งสามกลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ นักท่องเที่ยวต่างชาติ และ ชาวไทยในภาคการท่องเที่ยว โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูลแต่ละกลุ่มดังนี้

ก. **การเลือกตัวอย่าง** กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองกลุ่มได้เลือกตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกผู้ที่มีหน้าที่การงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว และมีประสบการณ์ในการทำงานทั้งกับคนไทยและคนต่างชาติสำหรับผู้ให้ข้อมูลชุดที่หนึ่ง และผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่งพร้อมทั้งคุณสมบัติเฉพาะอื่น ๆ ตามที่ได้รายงานไว้ที่ “ผู้ให้ข้อมูล” (หน้า 7) ผู้ให้ข้อมูลทั้งสองกลุ่มนี้ได้เลือกคนที่มีความรู้ความสามารถพอที่จะให้ข้อคิดเห็นเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับภาษา วัฒนธรรม และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้ ส่วนผู้ให้ข้อมูลอีกสองกลุ่ม คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และกลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวใช้วิธีการเลือกด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เลือกเฉพาะผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษ

ในการสื่อสารกับชาวไทยในระหว่างที่ท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดภูเก็ต และรอบบริเวณเกาะภูเก็ต เช่น เดินทางจากภูเก็ต ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดพังงา และกระบี่ กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวได้เลือกคนในกรอบของกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้วางแนวทางไว้ในแผนภูมิที่ 1 (หน้า 8) ซึ่งนอกจากจะเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญแล้ว ในกรอบของการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญได้มีข้อกำหนดเพิ่มเติมคือ 1) ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องสมัครใจที่จะให้สัมภาษณ์ และ 2) เกณฑ์ความหลากหลายของอาชีพที่ต้องมีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การเลือกกลุ่มตัวอย่างคนไทยในภาคการท่องเที่ยวจึงเป็นการเลือกแบบ Accidental sampling และ Maximum variation sampling

ข. การเก็บข้อมูล - การเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การสัมภาษณ์ได้แยกกระทำเป็นสองตอน ตอนแรกคือช่วงก่อนที่จะออกแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำแนวคิดมาใช้ประกอบในการออกแบบสัมภาษณ์ และใช้เป็นข้อมูลเทียบเคียงในการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มคนไทย ตอนที่สองซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ต่างจากกลุ่มแรกสัมภาษณ์หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และชาวไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยวมาแล้ว การเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองกลุ่มได้กำหนดประเด็นการสัมภาษณ์แตกต่างกัน โดยที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดแรกได้จัดประเด็นหลัก ๆ ไว้สามประเด็น ได้แก่ 1) แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว 2) แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร และ 3) ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ดู ประมวลข้อมูล ในบทที่ 4 และ ผนวก ข ประกอบ) สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่ 2 ได้กำหนดประเด็นต่าง ๆ ตามที่ได้รับมาจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวโดยมีประเด็นหลัก ๆ ที่เกี่ยวกับการใช้วีจัน-ภาษา การใช้อีจันภาษา และวัฒนธรรมในการสื่อสาร แต่ละประเด็นหลักได้แตกออกเป็นภาพรวม และการสื่อสารเฉพาะเรื่อง (ดู ประมวลข้อมูลในบทที่ 4 และ ผนวก ค ประกอบ)

- การเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในห้องพักผู้โดยสารขาออกทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศของสนามบินนานาชาติจังหวัดภูเก็ตทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้เดินทางครบวงจรการท่องเที่ยวในภูเก็ตแล้ว อย่างไรก็ตามการกำหนดจุดสัมภาษณ์ที่ห้องพักผู้โดยสารขาออกของท่าอากาศยานมีข้อจำกัดของเวลา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาอยู่ที่นั่นขณะรอเครื่องออกโดยเฉลี่ยประมาณ 15 - 60 นาที จึงต้องใช้ข้อคำถามที่มีลักษณะโครงสร้างค่อนข้างจะตายตัวและแม้จะมีส่วนที่เปิดให้แสดงความคิดเห็นได้แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาดังกล่าว การสัมภาษณ์จึงไม่เอื้อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากนัก ด้วยเหตุนี้ การออกแบบสัมภาษณ์ในส่วนนี้จึงได้ดำเนินการแบบที่สามารถเก็บข้อมูลเชิงปริมาณได้ด้วยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตรวจสอบความความรู้สึกแรกเกี่ยวกับความพอใจต่อประเด็นต่าง ๆ ในการสื่อสารกับคนไทยดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้นซึ่งสะท้อนผ่านมาตราส่วนประเมินค่า (การให้ค่าความพอใจจาก 1-5) หลังจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คณะวิจัยได้ตรวจสอบคำตอบที่ได้มาด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อค้นหาความรู้สึกแท้จริงในประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลมีท่าทางไม่แน่ใจในความรู้สึกของตนเอง หรือ ให้คำตอบที่มีความขัดแย้งกันเองในประเด็นที่เชื่อมโยงกัน ในการสัมภาษณ์ได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้พูดถึงความรู้สึกทั่ว ๆ ไปในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยมากที่สุดเท่าที่เวลาอันยากก่อนที่ผู้ให้ข้อมูลจะขึ้นเครื่องบินโดยอาจใช้วิธีพูดเพื่อให้คณะวิจัยบันทึก หรือ สามารถเขียนบันทึกด้วยตนเองก็ได้ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ใช้ในการกำหนดแนวทางและประเด็นสำคัญ ๆ สำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มชาวไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตด้วย

- การเก็บข้อมูลจากกลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้ คือ

ก. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้จัดคณะวิจัยออกเป็น

4 คณะ สวมบทบาทเป็นนักท่องเที่ยวดังชาติ (playing a covert role) เดินทางไปยังที่ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวมักจะเที่ยวกันในจังหวัดภูเก็ต เพื่อสังเกตวิธีสื่อสาร พฤติกรรมในการสื่อสาร ทศนคติ และแนวคิดต่าง ๆ ของคนไทยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์จริง คณะวิจัยแต่ละคณะประกอบด้วยผู้วิจัยหรือผู้ช่วยวิจัย 1 คน และ ชาวต่างชาติ 1 คน ชาวต่างชาติเป็นอาจารย์ของมหาวิทยาลัย 3 คน และเป็นอาจารย์ของสถาบันราชภัฏภูเก็ต 1 คน ทุกคนในคณะจะต้องสวมบทบาทเป็นนักท่องเที่ยวดังชาติและใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการสื่อสารตลอดเส้นทางที่ใช้เก็บข้อมูล ในวันที่ 29 เมษายน 2545 ได้มีการประชุมชี้แจงจุดประสงค์ของการวิจัย แนวทางและวิธีการในการเก็บข้อมูล การบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อตรวจสอบให้เห็นชัดเจนด้วยตัวเองจากวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม บทบาทที่จะต้องสวม เส้นทางและจุดที่ควรจะไป กลุ่มคนที่ควรจะสังเกต โดยแต่ละคณะสามารถเลือกช่วงวันที่จะเก็บข้อมูลได้แต่มีกรอบเวลาในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีนี้ให้เสร็จสิ้นภายในเดือนพฤษภาคม ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาศึกษาและกำหนดแนวทางในการสัมภาษณ์คนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ข. การสัมภาษณ์แบบมีจุดความสนใจเฉพาะ (focus interview) เพื่อค้นหาประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดของคนไทยในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และสังเกตพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ตอบที่อาจจะมีสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยวในขณะที่สัมภาษณ์ สำหรับการสัมภาษณ์คนไทยในภาคการท่องเที่ยวได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเดียวกับที่ใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดของเวลามากดังเช่นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีเที่ยวบินขาออกของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นตัวกำหนด คณะวิจัยจึงสามารถใช้เวลาตามได้ลึกซึ้งทุกประเด็น ดังนั้นจึงมิได้เลือกใช้การเก็บข้อมูลทางสถิติเป็นภาคประกอบแต่อย่างใด

ผู้สัมภาษณ์แต่ละคณะได้ใช้เครื่องบันทึกเสียงขนาดเล็กเป็นเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ การบันทึกเสียงได้กระทำหลังจากได้รับอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์เท่านั้น และเนื่องจากผู้สัมภาษณ์ทั้งสี่คนเป็นอาจารย์สอนภาษาต่างประเทศในภูเก็ตเป็นเวลาเกิน 5 ปี จึงมีความคุ้นเคยกับลักษณะการทำมาหากินของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและสถานที่ตลอดจนมีมุมมองและวิธีการสังเกตการณ์สื่อสารในทิศทางที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน อย่างไรก็ตามก่อนการเก็บข้อมูลได้มีการประชุมปรึกษาวิธีการและรายละเอียดทุกขั้นตอนจนเป็นที่ชัดเจนตรงกัน

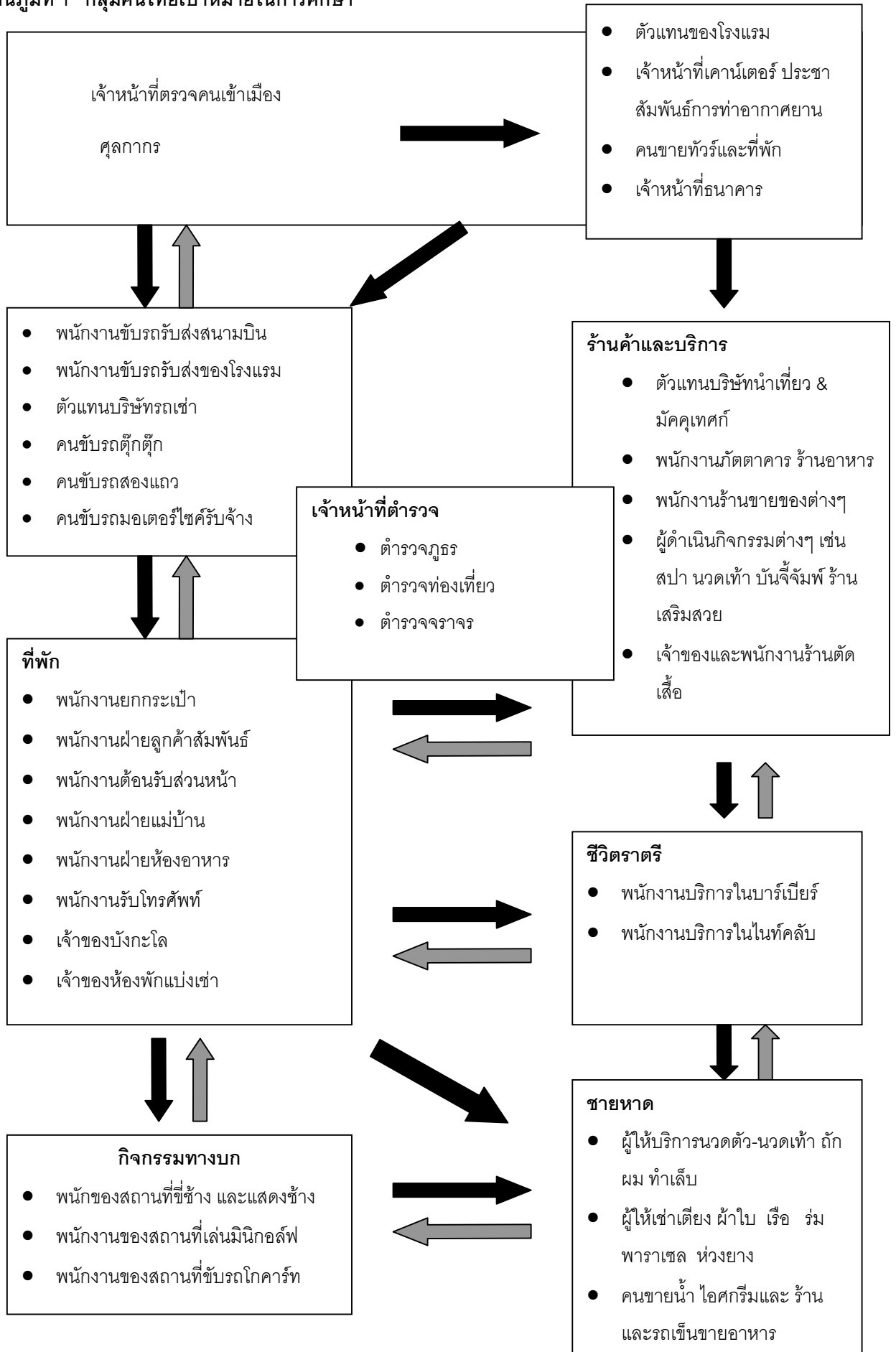
ในการเก็บข้อมูลทั้งสองวิธีข้างต้นผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการเงี่ยหูฟัง (eavesdropping) ประกอบเมื่อมีโอกาสเพื่อเก็บข้อมูลจากวิธีการสื่อสารที่เกิดขึ้นจริงระหว่างคนไทยและนักท่องเที่ยวซึ่งช่วยให้สามารถศึกษาการใช้วัจนและอวัจนภาษา ปฏิกริยาและท่าทีที่สื่อสารกับนักท่องเที่ยวจริง ๆ อีกโสดหนึ่ง

เส้นทางในการเก็บข้อมูลได้กำหนดให้มีการกระจายพื้นที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทั่วทั้งจังหวัดภูเก็ตทั้งบริเวณชายหาด และในตัวเมือง (ดู แผนที่ภูเก็ต ใน ผนวก ง ประกอบ) ตลอดจนสถานบันเทิง ร้านอาหารของ ร้านอาหาร สถานที่ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะต้องติดต่อสื่อสารกับคนไทย และ ในบรรยากาศต่าง ๆ ที่มีการสื่อสารระหว่างคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่นการเช่ารถ เช่าช้าง ฯลฯ ดังที่ได้แสดงไว้ในภาพ (ดู ผนวก จ) โดยที่คณะเก็บข้อมูลทุกคณะมีจุดเริ่มต้นที่เดียวกันคือที่ท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้เส้นทางเริ่มต้นเป็นคู่ขนานไปกับนักท่องเที่ยวส่วนมากที่ใช้ท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ตเป็นจุดผ่านเข้ามามายังจังหวัดภูเก็ต (ดู ผนวก มที่ 1 หน้า 8)

ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วยกลุ่มคน 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ 3) กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ในแต่ละกลุ่มมีรายละเอียด ดังนี้

1) **กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ** ประกอบด้วยกลุ่มคนสองกลุ่มหลัก ๆ คือ

แผนภูมิที่ 1 กลุ่มคนไทยเป้าหมายในการศึกษา



กลุ่มแรก เป็นผู้บริหารระดับสูง และระดับกลางของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มนี้มีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งสิ้นจำนวน 16 คน โดยมีคนไทย 11 คน และคนต่างชาติ 5 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนไทยในภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารของการท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดภูเก็ต (1 คน) กองตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดภูเก็ต (1 คน) ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้บริหารของสมาคมโรงแรมไทยสาขาภาคใต้ (1 คน) ผู้บริหารโรงแรม (3 คน – 1 ใน 2 คนเป็นคนเดียวกับผู้บริหารของสมาคมโรงแรมไทยสาขาภาคใต้ด้วย และอีก 1 คน เป็นผู้บริหารของสมาพันธ์ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ผู้บริหารของหอการค้าจังหวัดภูเก็ต (1 คน) ผู้บริหารของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (1 คน) ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว (2 คน) กรรมการผู้จัดการของบริษัทรถเช่า (1 คน) ผู้บริหารของอุทยานอาหารแห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต (1 คน) ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวต่างชาติเป็นผู้ที่ทำงานในภาคเอกชนทั้งหมด ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรม (1 คน) เจ้าของและผู้จัดการร้านอาหาร (3 คน) บรรณารักษ์หนังสือข้อมูลท่องเที่ยวและเคยอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูเก็ตมา 6 ปี (1 คน) คณะวิจัยได้ขออนุญาตสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้เป็นลำดับแรก ณ ที่ทำงานของแต่ละคน ในช่วงวันที่ 9-22 พฤศจิกายน 2544

กลุ่มที่สอง จำนวน 3 คน เป็นผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่ง คือชาวอังกฤษ/สก๊อต ชาวอเมริกัน และชาวออสเตรเลีย ทั้งสามคนเป็นอาจารย์สอนภาษาอังกฤษ ของโครงการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนนี้ได้เลือกโดยใช้ แนวคิดดังนี้ คือ

ภาษา ทั้งสามคนใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่ง เพราะการศึกษาวิจัยนี้เน้นการสื่อสารโดยการใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อ และมีจุดประสงค์ที่จะนำสิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์พิจารณาการใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องตามความเป็นจริงทั้งในแง่ของภาษาและวัฒนธรรม

เชื้อชาติ ได้เลือกเชื้อชาติหลากหลาย คือ อังกฤษ ออสเตรเลีย และอเมริกัน ทั้งสามชาติเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งใช้ภาษาอังกฤษและมีจำนวนสูงสุดในสามอันดับแรกของผู้ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวภูเก็ต (ดู ผวน ก)

ประสบการณ์ ได้เลือกผู้ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวและประสบการณ์ในการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ ตลอดจนมีการสื่อสารกับคนไทยมาไม่น้อยกว่าสองปีทั้งในฐานะนักท่องเที่ยวและอาจารย์สอนภาษาเพื่อให้สามารถสะท้อนมุมมองที่ชัดเจนได้ทั้งในแง่ของการสื่อสารและการเรียนการสอนภาษา

บุคลิกภาพ ได้เลือกผู้ที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกัน คือ มีลักษณะวิพากษ์สูง (highly critical) 1 คน มีลักษณะวิพากษ์ปานกลาง (moderately critical) 1 คน มีลักษณะสงบประนีประนอม (calm and compromising) 1 คน เพื่อความหลากหลายในการสะท้อนมุมมองที่ใกล้เคียงกับนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งพบจากตัวอย่างที่ได้สัมภาษณ์ว่ามีความแตกต่างกัน และเพื่อใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดนี้ช่วยในการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่หนึ่ง และข้อมูลจากคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้มาก่อนหน้านี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองนี้เป็นกลุ่มสุดท้ายซึ่งได้ดำเนินการสัมภาษณ์ ในช่วง 4-6 พฤศจิกายน 2545 การเลือกสัมภาษณ์กลุ่มนี้เป็นกลุ่มสุดท้ายเพราะเป็นกลุ่มที่ได้วางเป้าหมายให้ช่วยสะท้อนมุมมองของข้อมูลที่เก็บมาทั้งหมดก่อนหน้านี้ในฐานะของผู้ที่เป็น “เจ้าของ” วัฒนธรรมของผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่ง มีประสบการณ์ในการสื่อสารกับคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของภูเก็ต และมีความรู้ในด้านการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ

2) **กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ** นักท่องเที่ยวที่ได้สัมภาษณ์ตามจังหวัดของการพบรวม 161 คน เป็นผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่ง จำนวน 97 คน และใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศจำนวน 64 คน แยกได้เป็น 28 ชาติ ตามตารางที่ 1 หน้า 10

ตารางที่ 1 นักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์จำแนกตามสัญชาติและภาษา

| สัญชาติ | การใช้ภาษาอังกฤษ | | รวม |
|--------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----|
| | ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่ง (คน) | ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ (คน) | |
| ออสเตรเลีย | 38 | - | 38 |
| อังกฤษ | 31 | - | 31 |
| สวีเดน | - | 12 | 12 |
| อิตาลี | 1 | 11 | 12 |
| อเมริกัน | 9 | - | 9 |
| เยอรมัน | - | 7 | 7 |
| ญี่ปุ่น | - | 5 | 5 |
| แคนาดา | 4 | - | 4 |
| เดนมาร์ค | 1 | 3 | 4 |
| เนเธอร์แลนด์ | - | 4 | 4 |
| นอร์เวย์ | - | 4 | 4 |
| อินเดีย | 1 | 3 | 4 |
| อิสราเอล | - | 4 | 4 |
| ไต้หวัน | 1 | 2 | 3 |
| แอฟริกาใต้ | 2 | 1 | 3 |
| ไอร์แลนด์ | 3 | - | 3 |
| มาเลเซีย | 1 | 1 | 2 |
| สิงคโปร์ | 2 | - | 2 |
| นิวซีแลนด์ | 1 | - | 1 |
| เบลเยียม | - | 1 | 1 |
| ฝรั่งเศส | - | 1 | 1 |
| ฟินแลนด์ | - | 1 | 1 |
| มัลดีฟส์ | 1 | - | 1 |
| เลบานอน | - | 1 | 1 |
| อาเซอร์ไบจาน | 1 | - | 1 |
| ออสเตรเลีย | - | 1 | 1 |
| ฮังการี | - | 1 | 1 |
| ฮ่องกง | - | 1 | 1 |
| รวม | 97 | 64 | 161 |

กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาตินี้เป็นกลุ่มที่เก็บข้อมูลเป็นกลุ่มที่สองโดยได้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 ที่ห้องพักผู้โดยสารขาออกของท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดภูเก็ต เหตุผลที่ต้องเลือกช่วงเวลานี้ในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพราะเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยว สามารถหากกลุ่มตัวอย่างได้ง่ายกว่าช่วงเวลาอื่น

3) **กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยว** แยกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มที่ได้ข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมรวมทั้งสิ้น 165 คน และที่สัมภาษณ์ จำนวน 133 คน คนเรียกลูกค้าหน้าร้านตัดเสื้อซึ่งเป็นชาวเนปาลซึ่งเกิดในพม่าจำนวน 4 คน จำแนกตามกลุ่มอาชีพและพื้นที่ได้ตามตารางที่ 2 และ 3 ดังนี้

ตารางที่ 2 คนไทยที่สังเกตการณ์จำแนกตามกลุ่มอาชีพและพื้นที่

| กลุ่ม / พื้นที่ | เมืองภูเก็ต | ท่าอากาศยาน | ไนยาง | บางเทา | สุรินทร์ | กมลา | กะหลิม | ปาตอง | กะตะ | กะรน | ราไวย์ | ฉลอง | รวม |
|-----------------------------|-------------|-------------|----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| เจ้าหน้าที่และพนักงานของรัฐ | | 6 | | | | | | 2 | | 2 | 1 | | 11 |
| ธุรกิจที่พัก | | | | 3 | | 5 | 1 | 6 | 8 | 3 | 9 | 2 | 37 |
| ร้านค้าและร้านอาหารอิสระ | 3 | 1 | 3 | | 1 | 2 | 1 | 9 | 4 | 6 | 11 | 4 | 45 |
| บริการต่าง ๆ | 3 | 3 | 2 | 1 | | 4 | | 6 | 6 | 6 | 5 | 5 | 41 |
| บริการรถ | 1 | 9 | | | | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | | 20 |
| ชีวิตราตรี | | | | | | 3 | | 4 | 4 | | | | 11 |
| รวมทั้งสิ้น | 7 | 19 | 5 | 4 | 1 | 15 | 4 | 29 | 24 | 18 | 28 | 11 | 165 |

ตารางที่ 3 คนไทยที่สัมภาษณ์จำแนกตามกลุ่มอาชีพและพื้นที่

| กลุ่ม / พื้นที่ | สนามบิน | ในยาง | ป่า-คดอก | กมลา | ป่าตอง | กะทู้ | ในเมือง | อ่าวมะขาม | ราไวย์ | โนนทาน | กะตะ | กะรน | เกาะพะลวก | รวม |
|--|-----------|----------|----------|-----------|-------------------------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|------------------------|-----------|--------------------------|
| เจ้าหน้าที่ของรัฐ | 7 | | | | 3 | | 2 | | | | | | | 12 |
| พนักงานโรงแรม และรีสอร์ททั่วไป | | 8 | | 4 | 6 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | | | 31 |
| เจ้าของธุรกิจห้องพักรักษา บังกะไลขนาดเล็กที่ดำเนิน กิจการโดยคนท้องถิ่น | | | | 1 | | | | | 1 | | | | 2 | 4 |
| ร้านค้า และร้านอาหาร อิสระ คนเนปาลที่เกิดในพม่า* | 1 | | | 5 | 6 | | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 31 |
| | | | | | 2* | | | | | | | 2* | | |
| กลุ่มบริการ | 2 | | 1 | 9 | 4 | 1 | 17 | | 1 | 3 | 5 | 5 | | 48 |
| ชีวิตราตรี | | | | 2 | 1 | | | | 1 | | 3 | | | 7 |
| รวม | 10 | 8 | 1 | 21 | 20+ 2* | 3 | 24 | 4 | 9 | 10 | 13 | 6+ 2* | 4 | 133 +4* |

ในกลุ่มที่นักท่องเที่ยวแสดงความไม่พอใจมากที่สุดคือกลุ่มคนเรียกลูกค้าหน้าร้านตัดเสื้อ จากการสัมภาษณ์ปรากฏว่าไม่พบคนไทยในกลุ่มนี้ที่พบทั้งหมดเป็นชาวเนปาลซึ่งเกิดในพม่า แต่เนื่องจากคนในภาคการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาติไหนเมื่อต้องสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างก็ต้องใช้ภาษาอังกฤษทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถแยกแยะสัญชาติได้ และเนื่องจากคนเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มที่มีผลต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตจึงได้เก็บข้อมูลคนเรียกลูกค้าหน้าร้านตัดเสื้อจำนวน 4 คนซึ่งได้บันทึกตัวเลขพร้อมเครื่องหมายดอกจัน (*) ไว้ในตารางที่ 3 ข้างต้น

ในด้านของระดับการศึกษาและอาชีพของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีโอกาสสัมภาษณ์ จำแนกได้ตามตารางที่ 4 ในหน้า 13 ส่วนคนไทยที่เก็บข้อมูลจากการสังเกตไม่สามารถหารายละเอียดได้เพราะคณะวิจัยมิได้เปิดเผยตัวว่ากำลังเก็บข้อมูลเนื่องจากอยู่ในบทบาทที่ปกปิดเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตารางที่ 4 คนไทยที่สัมภาษณ์จำแนกตามระดับการศึกษาและอาชีพ

| ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | อาชีพ |
|--|---------------|--|
| ประถมศึกษาปีที่ 4 | 4 | คนให้บริการนวด (1) คนทำเล็บ (1) คนให้บริการพาราเซล (1) พนักงานสถานบริการกิจกรรมขับรถโกคาร์ท (1) |
| ประถมศึกษาปีที่ 5 | 1 | คนให้บริการเช่าเรือเร็ว |
| ประถมศึกษาปีที่ 6 | 6 | คนขายเครื่องดื่ม (1) คนทำเล็บและนวด (1) คนขายของในร้านมินิมาร์ท (1) พนักงานร้านขายแว่นตา (1) คนบริการนวดชายหาด (2) |
| ประถมศึกษาปีที่ 7 | 2 | คนขับรถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง (1) คนขับรถตู้ (1) |
| มัธยมศึกษาปีที่ 3 (ม.3) | 15 | เจ้าของร้านเช่ามอเตอร์ไซด์และบริการนวด (1) คนขายผ้าบาติก(1) พนักงานร้านอาหาร (1) พนักงานบาร์ (3) พนักงานโรงแรมซึ่งทำหน้าที่รับแขกที่สนามบิน (1) พนักงานต้อนรับของบังกะโลที่ดำเนินการโดยคนท้องถิ่น (2) คนขายอาหารรถเข็นตามชายหาด (1) ผู้จัดการทั่วไปของร้านอาหารอิสระ (1*) พนักงานร้านขายแว่นตา (1*) พนักงานเก็บเงินบนรถสองแถว(1) คนขับรถตุ๊กตุ๊ก (2) |
| มัธยมศึกษาปีที่ 3 (ม.ศ.3) | 1 | เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง (1) |
| มัธยมศึกษาปีที่ 5 (ม.ศ.5) | 1 | ตำรวจจราจร (1) |
| มัธยมศึกษาปีที่ 6 | 10 | แม่ครัวที่ทำหน้าที่รับส่งอาหารจากลูกค้าด้วย (1*) เจ้าของร้านบาร์เบียร์ (1) พนักงานร้านอาหาร (1*+1) ผู้ดูแลบาร์ของโรงแรม (1) พนักงานยกกระเป๋า (1*+1) พนักงานต้อนรับของโรงแรม (1) พนักงานเก็บเงินค่าจอดรถของเทศบาล (1) คนขายของในร้านมินิมาร์ท (1*) คนเรียกลูกค้าของร้านตัดเสื้อชาวเนปาลแต่เกิดในพม่า (3) |
| ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ป.ว.ช.) | 5 | คนให้บริการเช่ารถยนต์ (1) พนักงานเก็บเงินของบริการเช่ารถที่สนามบิน (1) หัวหน้าแผนกแม่บ้าน (1) พนักงานเก็บเงิน (1) พนักงานยกกระเป๋า (1) |
| ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ป.ว.ส.) | 5 | พนักงานเสิร์ฟ (2) พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ของร้านอาหาร (1) พนักงานขายของ (1) ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว (1) |
| ประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคโนโลยี (ป.ว.ท.) | 2 | เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์สนามบิน (1) แม่บ้าน (1) |
| ประกาศนียบัตรการศึกษา (ป.ก.ศ.) | 2 | มัคคุเทศก์ (1) ผู้ดูแลความปลอดภัยชายหาด (1) |
| อนุปริญญา | 2 | เจ้าของร้านขายของที่ระลึก (1) พนักงานรับโทรศัพท์ของโรงแรม (1) |
| ปริญญาตรี | 37 | เจ้าของบริษัทขายทัวร์ (1) มัคคุเทศก์ (1 = เอกอังกฤษ, 4 = การโรงแรม และ/หรือ การท่องเที่ยว, 1 = ไม่ระบุสาขา) ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว (3 = การโรงแรมและการท่องเที่ยว) คนขายทัวร์ (3 = วิชาเอก และ/หรือ วิชาโท |

| | | |
|--------------------|-------------------------|---|
| | | ภาษาอังกฤษ, 3 = การโรงแรม และ/หรือ การท่องเที่ยว, 1 = ไม่ระบุสาขา) เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง (2) เจ้าหน้าที่ด่านศุลกากร (1) พนักงานต้อนรับ (2 = อังกฤษ, 2 = ประถมศึกษา, 1 = เอกภาษาไทย, 1 = ไม่ระบุสาขา) พนักงานรับโทรศัพท์ (1 = เอกภาษาไทย) หัวหน้าแผนกต้อนรับ (1) ผู้ช่วยผู้จัดการ (1) ผู้จัดการส่วนหน้า (1) เจ้าของร้านขายของ (1) พนักงานเก็บเงิน (1) พนักงานฝ่ายเครื่องดื่ม (1) เจ้าของร้านขายเสื้อผ้า (1) คนขับรถสองแถว (1) คนให้บริการซัก รีด (1) เจ้าของบังกะโลบนเกาะ (1) เจ้าของร้านอาหาร (1) คนเรียกลูกค้าของร้านตัดเสื้อชาวเนปาลแต่เกิดในพม่า (1) |
| ปริญญาโท | 1 | เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง |
| ไม่ได้เรียนหนังสือ | 2 | เจ้าของร้านมินิมาร์ท (1) เจ้าของห้องเช่า (1) |
| ไม่ระบุการศึกษา | 37 | หมอนวดและคนทำเล็บ (5) คนขับเรือและให้เช่าเรือ (1) คนให้เช่ารถชายหาด (1) คนขายน้ำ (2) คนขายเสื้อผ้าและของที่ระลึก (2) พนักงานเสิร์ฟ (7) คนขับรถตุ๊กตุ๊ก (3) คนขับรถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง (1) ผู้หญิงบาร์ (1) แม่บ้านของโรงแรม (1) เจ้าของร้านมินิมาร์ท (2) พนักงานเก็บเงินของโรงแรม (1) พนักงานรับโทรศัพท์ของโรงแรม (1) คนขายโปรแกรมการท่องเที่ยว (2) ตำรวจท่องเที่ยว (1) พนักงานประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ทำอากาศยานภูเก็ต ซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทเอกชนที่การทำจ้าง (2) พนักงานสหกรณ์รถยนต์ที่ทำอากาศยาน (1) พนักงานรับจองบังกะโลที่หาดราไวย์ (1) เจ้าของบังกะโลที่เกาะมะพร้าว (1) เจ้าของห้องเช่าและร้านขายของชำ (1) |
| รวมทั้งสิ้น | 133 +4 | +4 = เจ้าของ และ/หรือคนเรียกลูกค้าหน้าร้านตัดเสื้อซึ่งเป็นคนเนปาลแต่เกิดในพม่า |

ในจำนวนคนไทยที่ให้สัมภาษณ์ทั้ง 133 คนนี้ มีผู้ที่เรียนรู้ภาษาอังกฤษจากการทำงาน จำนวน 92 คน และเรียนจากสถาบันการศึกษาและจากประสบการณ์การทำงาน จำนวน 41 คน จบจากการศึกษานอกโรงเรียน (ที่ทำเครื่องหมาย *) จำนวน 6 คน

กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นกลุ่มที่เก็บข้อมูลเป็นกลุ่มที่สาม ได้กระจายเก็บข้อมูลตามเส้นทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตโดยใช้แผนภูมิที่ 1 เป็นตัวกำหนดทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ (ดูแผนที่ภูเก็ต ในผนวก ง ประกอบ) ช่วงเวลาที่ได้นำผลการเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมคือ 2-16 พฤษภาคม 2545 และ ช่วงเวลาที่สัมภาษณ์ อยู่ระหว่าง วันที่ 22 พฤษภาคม ถึง 27 มิถุนายน 2545

หลังจากได้ข้อมูลครบทุกวิธีการแล้ว ได้นำข้อมูลทั้งหมดมาพิจารณากำหนดแนวการศึกษาวิเคราะห์และเค้าโครงของรายงาน หลังจากนั้นได้ไปเก็บภาพแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ที่ได้ไปเก็บข้อมูล เพื่อแสดงให้เห็นสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของแหล่งข้อมูลนั้น ๆ อันจะทำให้การนำเสนอรายงานมีความชัดเจนยิ่งขึ้น (ดู ภาพใน ผนวก จ)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากทุกวิธีและทุกแหล่งข้อมูลได้นำมาสรุปตามประเด็นที่ต้องการศึกษา ในตอนแรกเป็นการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การศึกษาเชิงปริมาณเน้นการหาประสิทธิภาพการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวจากระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวตามแบบสัมภาษณ์ (ดู ภาคผนวก ก) โดยได้ขอให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ค่าความพอใจต่อการสื่อสารของคนไทยในมิติของวัจนกรรมคือการใช้ภาษา มิติของอวัจนกรรม คือสีหน้า กิริยาท่าทาง ความสุภาพ การรักษาระยะห่าง และการใช้น้ำเสียง และมีมิติของวัฒนธรรมในกรอบของนิยามศัพท์ที่วางไว้โดยศึกษาวิธีการใช้วัจนกรรมและอวัจนกรรม ทักษะคิด แนวคิด ความเชื่อ คุณค่า พฤติกรรม ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณี ผ่านประเด็นต่าง ๆ ของการสื่อสารในบริบทของการท่องเที่ยว (ดู ภาคผนวก ก)

อีกส่วนหนึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งได้ใช้วิธีตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) ที่ได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยว (ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์และการเงี่ยหูฟัง) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (ดู ผู้ให้ข้อมูล ในหัวข้อก่อนหน้านี้ ประกอบ) และวิเคราะห์ภาพรวมโดยอิงแนวคิดทฤษฎีของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม มุมมองจากโลกทัศน์ของสังคมและวัฒนธรรมไทยเทียบเคียงกับแนวทางที่เป็นสากลในกรอบของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ผลจากการศึกษาวิจัยเอกสารและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากรวบรวมที่นำเสนอในบทที่ 2 รูปแบบของวัฒนธรรม-ภาษา และยุทธวิธีในการสื่อสาร ที่ได้นำเสนอในบทที่ 3 ผนวกกับการสังเกต และประสบการณ์ในการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการบริการของคณะวิจัย หลังจากนั้นเป็นการอภิปรายสรุปตามแนวทางของปัญหาวิจัยและกรอบแนวคิดในการศึกษา และให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลไปปฏิบัติ

ที่มาของปัญหาวิจัยและกรอบแนวคิดในการศึกษา

จากแนวคิด ทฤษฎี การสังเกต และประสบการณ์ในการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการบริการ ได้พบว่าปัญหาในการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว มักจะอยู่ในกรอบหลัก ๆ สามประการ คือ 1) บริบทและความหมาย (Context and Meaning) 2) ความสามารถในการเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-cultural Competence) และ 3) ความสามารถในการเข้าใจความหมายที่ซ่อนเร้น หรือ ส่วนที่ไม่ได้สื่อออกมาอย่างชัดเจนตามแนวคิดทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสาร (Iceberg Theory of Communication)

บริบทและความหมาย (Context and Meaning)

เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการส่งและรับความหมายตลอดเวลา โดยเฉพาะบริบททางวัฒนธรรม ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมเป็นกรอบแบ่งกั้นระหว่างกลุ่มชนกับโลกภายนอก วัฒนธรรมจึงเหมือนกับเป็นตัวกำหนดให้คนที่สื่อสารรับรู้หรือไม่รับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งในการสื่อสารระหว่างกัน โดยเฉพาะเมื่อต้องสื่อสารกับผู้คนจากต่างวัฒนธรรม (Hall, 1966 และ 1989) กลไกทางวัฒนธรรมในส่วนนี้ Meier (1963) มองว่าเป็นกลไกในการ กลั่นกรองข้อมูลและจัดระบบโครงสร้างของสังคมมนุษย์ช่วยให้มนุษย์เรามีข้อมูลมากจนล้น (information overload) Meier เชื่อว่ามนุษย์ มีการสร้างระบบที่จะช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้ด้วยขบวนการของการสร้างบริบท (the contexting process) กล่าวคือคนเราจะมีการปรับแนวคิดเฉพาะของตนในการสื่อสารอันเนื่องมาจากสิ่งหลัก ๆ ห้า ประการด้วยกันได้แก่ เนื้อหา เรื่องราว หรือกิจกรรมที่คุ้นเคย สถานการณ์ สถานะในสังคม ประสบการณ์ที่ผ่านมา และวัฒนธรรม อันที่จริงคนเราทุกคนได้สัมผัสสิ่งเหล่านี้มาเรื่อย ๆ โดยที่ไม่รู้ตัว เมื่อมีการสื่อสารสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเข้ามามีบทบาทในการ ส่งและรับข้อมูลโดยอัตโนมัติ เหตุ-ปัจจัยเหล่านี้จะยิ่งเห็นได้เด่นชัดขึ้นในการสื่อ

สารระหว่างวัฒนธรรม ทั้งนี้เพราะเนื้อหา เรื่องราว กิจกรรม สถานการณ์ สถานะในสังคม ประสบการณ์ที่ผ่านมา และวัฒนธรรม ของคนซึ่งมีที่มาต่างกันย่อมจะมีส่วนที่แตกต่างมากกว่าที่จะเหมือนหรือคล้ายคลึงกัน ขบวนการของการสร้างบริบทนี้ในส่วนใหญ่แล้วคือช่วยเป็นเสมือนตาข่ายกรองข้อมูลที่มีมากมายล้นเหลือให้อยู่ในระดับที่สมองของเราจะรับได้ดังที่กล่าวแล้ว แต่ส่วนที่เป็นปัญหาคือตาข่ายนั้น ๆ อาจจะเป็นอุปสรรคขวางกั้นความชัดเจนของข้อมูล และทำให้ความหมายแท้จริงที่ต้องการจะสื่อถึงกันคลาดเคลื่อนได้ คนที่มีความสามารถในการตีความจากบริบทและความหมายสามารถใช้ส่วนที่เป็นคุณ และในทางตรงกันข้ามคนที่ไม่มีความสามารถก็จะไม่สามารถใช้ประโยชน์จากบริบทและความหมายได้

บริบทที่มีผลต่อความหมายในการสื่อสารแม้จะพบเห็นได้ในแต่ละสังคมและแต่ละวัฒนธรรมแต่กรอบความหมายที่เป็นผลมาจากขบวนการในการสร้างบริบทที่ต่างกันมองเห็นได้ชัดเจนในสังคมตะวันตกและตะวันตก ผู้คนในสังคมตะวันตกมักจะมีขบวนการในการสร้างบริบทจากเหตุการณ์ (events) มากกว่าความคิด (ideas) ในขณะที่คนในสังคมตะวันตกมีแนวโน้มที่จะสร้างบริบทจากความคิดมากกว่าเหตุการณ์และความคิดดังกล่าวมักจะเป็นความคิดที่ตรงไปตรงมาไม่สลับซับซ้อน ในเรื่องนี้ Hall (1989, หน้า 89) ได้กล่าวถึงคนตะวันตกในเชิงวิพากษ์ตนเองไว้ว่าคนตะวันตกจะมีวิถีคิดที่ตรงไปตรงมาและเป็นเหตุให้มองสิ่งต่าง ๆ จากความคิดในระนาบเดียว Sullivan (1947) ก็ได้ให้มุมมองเช่นเดียวกันนี้ ในทางภาษา ตัวอย่างที่สะท้อนแนวคิดนี้จะเห็นได้จากกฎเกณฑ์ของภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างเช่น “กาลเวลา” (Tense) ในภาษาไทย สามารถสื่อความหมายได้จากบริบทของเหตุการณ์ ในขณะที่ภาษาอังกฤษต้องผันกริยาให้ถูกต้องตาม Tense เพื่อสะท้อนความชัดเจนของความคิดตามที่เหตุการณ์ นั้น ๆ เกิดขึ้น การใช้ tense ผิดถ้าเป็นคนตะวันตกที่ไม่มีประสบการณ์ในการสื่อสารกับคนต่างวัฒนธรรมมาก่อนจะไม่สามารถเข้าใจความหมาย บริบทและความหมายที่ต่างกันเหล่านี้ได้ก่อให้เกิดแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ Hall เป็นผู้นำเสนอและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมคือแนวคิดเกี่ยวกับ “A High-Context Communication” (HC) และ “A Low-context Communication” (LC) สังคมที่มีวิธีการสื่อสารแบบ HC จะสามารถเข้าใจความหมายกันได้จากเหตุการณ์ต่างๆ หรือจากสัญลักษณ์ หรือ “นัย” จากเรื่องที่ไม่พูด (the implicit code) โดยไม่จำเป็นต้องพูดถึงหรือกล่าวถึงทุกอย่างอย่างใจแจ้ง การสื่อสารในวัฒนธรรมของคนไทยและคนทางตะวันออกโดยทั่ว ๆ ไปแล้วจัดได้ว่ามีวิธีการสื่อสารแบบ HC ในขณะที่วัฒนธรรมของคนตะวันตกใช้วิธีการสื่อสารแบบ LC ซึ่งจะพูดถึงความคิดและประเด็นต่าง ๆ ออกมาชัดเจน (the explicit code) แนวคิดดังกล่าวนี้เป็นการมองความแตกต่างทางวัฒนธรรมโดยทั่ว ๆ ไปไม่ได้หมายรวมถึงความแตกต่างของบุคคลหรือความเฉพาะเจาะจงของเหตุการณ์หรือ “สาร” บางประเภท เช่น กาพย์ กลอน วรรณคดี ซึ่งย่อมต้องมีนัยที่ต้องตีความหมายในทุกวัฒนธรรม บริบทและความหมายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบบ HC ของวัฒนธรรมตะวันออก เช่น คนไทย และการสื่อสารแบบ LC ของสังคมตะวันตก จึงก่อให้เกิดการตีความที่เป็นปัญหาได้ เช่นคนไทย มักจะเข้าใจว่าคนตะวันตกจะเข้าใจเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้เองโดยไม่ต้องบอกกล่าว ในขณะที่คนตะวันตกจะหงุดหงิดรำคาญและไม่เข้าใจว่าทำไมคนไทยจึงไม่อธิบาย หรือ ไม่มีการสื่อสารใด ๆ ในหลาย ๆ เรื่อง

บริบทและความหมายที่ควรจะต้องกล่าวถึงอีกอย่างหนึ่งในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมคือ การตีความจากมุมมองในกรอบบริบท และความหมายของวัฒนธรรมของชนชาติตนเอง (ingroup) โดยมองวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากของตนเป็น “inferior culture” ซึ่ง William Graham Sumner นักสังคมวิทยาชาวอเมริกันเรียกการตีความ หรือ การหาความหมายในลักษณะนี้ว่า “ethnocentrism” ในขณะที่บางคนพยายามหาความหมายที่สื่อโดยผู้คนจากต่างวัฒนธรรม (outgroup) โดยไม่ยึดถือว่าวัฒนธรรม ของตนเป็นสิ่งที่เหนือกว่าผู้อื่น การที่ใครคนใดคนหนึ่งจะสามารถ

ตีความเพื่อหาความหมายที่แท้จริงจากคนที่ตนกำลังสื่อสารด้วยนี้ คนนั้นจะต้องพยายามทำความเข้าใจและศึกษาวัฒนธรรมและสังคมอื่นๆ มากพอประมาณ ความเกี่ยวเนื่องของวัฒนธรรมในการสื่อความหมาย ในมุมมองของการสอนภาษาน่าจะเทียบเคียงได้กับ discourse ต่างกันเพียงแต่ discourse มิได้นำความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมเข้ามาคำนึงถึงมากกว่าตัวบริบททางภาษา

ความเกี่ยวเนื่องของวัฒนธรรมในการสื่อความหมาย (Cultural Relativism) จะต้องกระทำทั้งในระดับคำและระดับประโยค ในระดับคำหากไม่คิดถึงบริบทที่แท้จริงของการสนทนา การรับความหมายก็จะไม่ชัดเจนหรือผิดไปจากความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ ดังจะเห็นได้จากกรณีที่นักศึกษาไทยมักจะเกิดข้อสงสัยอยู่บ่อยๆ เมื่อชาวต่างประเทศบางคนตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้สึกด้วยการใช้คำว่า *beautiful* ตัวอย่างเช่น

Thai: How was the party last night?

Tourist: It's *beautiful*.

Thai: You mean particular women at the party?

Tourist: I mean the whole thing.

thai: ??????

~~~~~ หรือ

Thai: How was the concert?

Tourist: Oh, it's so *beautiful*.

คำว่า *beautiful* ในบทสนทนาข้างต้น คือ ความรู้สึกดีต่อสิ่งที่ได้ไปพบเห็นมามิได้หมายถึงความสวยงามของสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะแต่นักศึกษาไทยที่ไม่คำนึงถึงบริบทที่แท้จริงของการสนทนา จะคุ้นเคยกับความหมายของ *beautiful* ที่พบจากพจนานุกรมเท่านั้นคือ "สวย" จึงยากที่จะรับความหมายที่แท้จริงของ *beautiful* ในบทสนทนาข้างต้น ต่างกับ *beautiful* ในบทสนทนาต่อไปนี่ซึ่งมีความหมายตามพจนานุกรมคือ 'สวย'

Thai: How was the vocalist, the singer I mean?

Tourist: Oh, she's so *beautiful*.

Thai: Isn't she?

บ่อยครั้งในการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศของเราที่ผู้สอนมักจะให้ความหมายของคำโดด ๆ โดยไม่ยกถึงบริบทโดยเฉพาะนัยทางวัฒนธรรมที่คำคำนั้นปรากฏอยู่ ดังนั้นผู้เรียนจึงมักจะยึดติดกับความหมายหลักของคำและมีความเคยชินที่จะหาความหมายจากพจนานุกรมทันทีโดยไม่คำนึงถึงบริบท และหากจุดเชื่อมโยงได้ยากกว่าทำไม *beautiful* จึงไปปรากฏในสองบทสนทนาแรกได้โดยที่ไม่มีอะไรเกี่ยวข้องกับความสุขงามที่ผู้พูดใช้เกี่ยวกับความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งที่พบเห็น หรือที่ได้รับชม แต่จะนึกถึงความหมายตามพจนานุกรมคือ 'ความสุข' ของบุคคล

ในระดับประโยค เราก็พบเห็นสิ่งเหล่านี้ได้บ่อยจากแบบแผนการทักทาย การโอภาปราศรัย แบบแผนการลา การสื่อสารเรื่องราวในบริบทต่าง ๆ เช่นการขอร้อง การบอกกล่าว การให้ข้อมูล การเสนอความช่วยเหลือ และการสื่อสารในเรื่องอื่น ๆ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ (ดู **รูปแบบของวัฒนธรรม-ภาษา** ในบทที่ 3 ประกอบ)

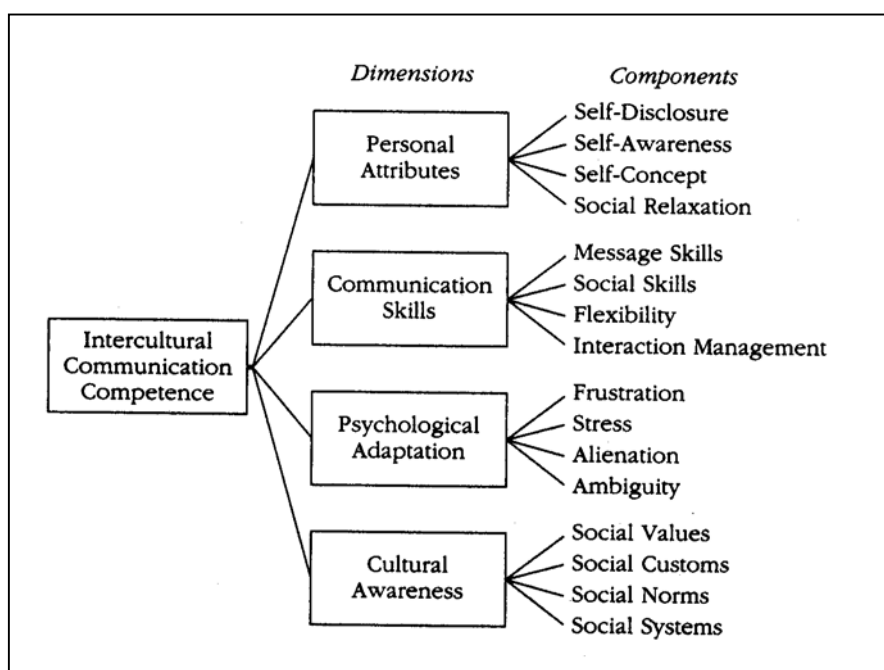
### ความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-cultural Competence)

ปัญหาประการหนึ่งที่พบในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมคือ ความสามารถในการเชิงวัฒนธรรมและสังคม คนที่มีความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมักจะเข้าใจและรับความหมายของผู้สนทนาโดยใช้ฐานของความรู้และประสบการณ์ของตนรับความหมายที่ผู้สนทนาสื่อมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ Mead (1934) ชี้ให้เห็นว่าความ

หมายที่คนเราสื่อและรับซึ่งกันและกันไม่ได้เกิดจาก ตัวตนของเราเอง หรือ สัญชาตญาณที่มีในตัว แต่เราใช้ประสบการณ์ที่ได้มาจากการสื่อสารกับคนที่แวดล้อมเรามาตั้งแต่เด็กๆ ไม่ว่าจะ เป็นพ่อ-แม่ พี่-น้อง เพื่อน หรือ ครูอาจารย์ เราได้เรียกสิ่งนี้ว่า “ปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์” (Symbolic Interaction) สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่คนเราค้นเคยทำให้คนเรามีมุมมองในการให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป แนวคิดนี้เป็นฐานที่ช่วยให้เราเข้าใจการสื่อและรับความหมายของคนที่มีภูมิหลังต่างกันได้ดีขึ้น คนที่สามารถใช้ปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ช่วยในการสื่อสารได้ดีจะสามารถพัฒนาคุณสมบัติเฉพาะตน (attributes) ซึ่งจะทำให้คนนั้นมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้คนจากวัฒนธรรมและต่างสังคมได้ดียิ่งขึ้นจนสามารถไปได้ถึงระดับที่เรียกว่า “Cosmopolitaness” คือมีความสามารถที่จะสื่อสารกับผู้คนจากวัฒนธรรมที่หลากหลายได้โดยไม่จำกัดอยู่ในวงกรอบเฉพาะวัฒนธรรมของตนเท่านั้น (Simmel, 1921; Rogers, 1999)

ในเรื่องนี้ Chen และ Starosta (1998 หน้า 244) ได้เสนอรูปแบบเกี่ยวกับความสามารถเฉพาะตนทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมไว้ สี่มิติ ดังแผนภูมิที่ 2 นี้

### แผนภูมิที่ 2 มิติและองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม



ที่มา : Chen และ Starosta, 1998 หน้า 244

Personal Attributes ในแผนภูมิข้างต้น คือ **ความสามารถเฉพาะตน** หมายถึง ความชัดเจนในความคิด ความอ่าน การแสดงออก การรู้จักตัวตนของตน ความเป็นธรรมชาติเมื่ออยู่ในสังคม Communication Skills หมายถึง **ทักษะทางการสื่อสาร** ซึ่งรวมถึง ทักษะในการสื่อความหมาย ทักษะทางสังคม การรู้จักยืดหยุ่น และความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ส่วน Psychological Adaptation ได้แก่ **วุฒิภาวะทางจิตใจ** หมายถึง ความสามารถในการจัดการกับความสับสน ความเครียด ความแปลกแยก ความไม่ชัดเจนต่างๆ ที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่างวัฒนธรรม และมีมิติสุดท้ายคือ Cultural Awareness ซึ่งหมายถึง **ความใส่ใจทางวัฒนธรรม**

ได้แก่ ความใส่ใจในคุณค่าและบรรทัดฐานทางสังคม แนวทางการประพฤติปฏิบัติ และระบบระเบียบต่างๆ ของสังคม ที่เราต้องติดต่อสื่อสารด้วย

ความสามารถที่จะทำอะไรให้ดีและมีประสิทธิภาพ (competence) ที่กล่าวถึงในแผนภูมิที่ 2 ยังคงเป็นข้อถกเถียงกันในหมู่นักวิชาการทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมว่าเป็นคุณสมบัติพิเศษในตัวบุคคลแต่ละคนหรือเป็นความสามารถที่เรียนรู้ได้ Chen และ Starosta (1998) เชื่อว่าน่าจะเป็นทั้งสองประการรวมกัน ในการศึกษาเรื่องนี้ ผู้ศึกษาจะต้องมองทั้งสองส่วน Chomsky (1965) ซึ่งเป็นทั้งนักคณิตศาสตร์และนักภาษาศาสตร์ มองว่า Competence เป็น องค์ความรู้ทางภาษา ส่วนของการแสดงออกคือ Performance ในขณะที่ Phillips (1983) ให้ความเห็นว่า Competence เป็นทักษะและประสิทธิภาพ “ทักษะ” ในมุมมองของ Phillips คือความสามารถในการแสดงออกว่าต้องการจะสื่ออะไร ส่วน “ประสิทธิภาพ” คือความสามารถในการทำให้สิ่งที่ต้องการสื่อเป็นที่เข้าใจได้ชัดเจน อย่างไรก็ตามนักวิชาการบางคน เช่น Hammer, Gudykunst และ Wisemen (1978) Ruben และ Kealey (1979) กลับให้ความเห็นว่า “Competence” และ “Effectiveness” น่าจะใช้แทนกันได้ คำสำคัญอีกคำหนึ่งในกรอบความคิดนี้ คือ “ความเหมาะสม” หรือ “กาลเทศะ” (appropriateness) Chen และ Starosta เห็นว่าความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-cultural Competence) คือความสามารถของคนเราในการสื่อสารกับผู้อื่นที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม ถูกกาลเทศะ ความสามารถดังกล่าวเป็นทั้ง “พรสวรรค์” (Chen และ Starosta, 1998 หน้า 254 : inherent or ‘traits’) คือเป็นลักษณะพิเศษที่คนบางคนมีอยู่ในตน และ “พรแสวง” (learned abilities or ‘states’) คือสิ่งที่สามารถเรียนรู้ได้

อีกมุมมองหนึ่งที่น่าจะกล่าวถึงในกรอบนี้คือมุมมองของ Bennett (1998) Bennett ได้แยกวัฒนธรรมเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็น “objective culture” หรือ “culture writ large” โดยใช้สัญลักษณ์ C กับส่วนที่เป็น “subjective culture” หรือ “culture writ small” ใช้สัญลักษณ์ c Bennett อธิบายว่า “objective culture” หมายถึง ส่วนที่เป็นสุนทรีย์ของชีวิต มองเห็นสัมผัสและชื่นชมได้ เช่น ศิลปะ วรรณคดี ดนตรี ละคร เป็นต้น ส่วนที่เป็น “objective culture” มีลักษณะค่อนข้างเป็นสากลและไม่ค่อยเป็นปัญหาต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพียงแต่ต้องการการเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจถึงสุนทรีย์ของวัฒนธรรมนั้น ๆ ส่วน “subjective culture” เป็นส่วนซึ่งเกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและเป็นส่วนสำคัญเพราะเป็นวัฒนธรรมที่อยู่ในตัวคน ได้แก่ การเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความเชื่อ พฤติกรรม หรือ ค่านิยมต่าง ๆ ในวัฒนธรรมและสังคมซึ่งกันและกันระหว่างคนที่ต้องติดต่อสื่อสารกัน ในการใช้ภาษาซึ่งสะท้อน “subjective culture” นั้น Bennett ย้ำว่าเราควรจะให้ความสำคัญกับ “ภาษาในการใช้จริง” (Language use) มากกว่าโครงสร้างของภาษา (Linguistic structure) “ภาษาในการใช้จริง” ที่ Bennett หมายถึงคือ การสื่อสารที่เน้นความเชื่อมโยงข้ามวัฒนธรรม ควรจะมีการศึกษาว่าภาษาที่ใช้สื่อกันระหว่างวัฒนธรรมนั้นจะต้องมีอะไรเข้ามาช่วยให้มีความเข้าใจระหว่างกันได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น พฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกผ่านอวัจนภาษา ในส่วนนี้มีชนบทหรือแนวคิดอันเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละวัฒนธรรมเข้ามาผสมปนเปกับวิธีการสื่อสารอย่างไรบ้าง ความหมายที่แท้จริงที่ต้องการจะสื่อถูกถ่ายทอดและตีความจากความคาดคะเนหรือคุณค่าของบุคคลต่างวัฒนธรรม ต่างสังคม อย่างไร

ในการมองความต่างของวัฒนธรรมและสังคม Bennett ได้ชี้ให้เห็นมุมมองที่แตกต่างกันระหว่างการศึกษาทางสังคมวิทยาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม กลุ่มที่ศึกษาทางสังคมวิทยาจะมองความต่างเหล่านี้ในรูปแบบของการเปรียบเทียบ (cultural comparison) ในขณะที่การศึกษาทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะเน้นการนำความรู้เหล่านั้นไปใช้เป็นฐานในการสังเกตหรือระมัดระวังต่อผลที่จะเกิดขึ้นจากความแตกต่างเหล่านั้นเมื่อคนที่มี

วัฒนธรรมแตกต่างกันสื่อสารกัน (cultural interaction) ในประเด็นนี้ Bennett ย้ำสถานการณ์ที่เป็นการสื่อสารโดยเห็นหน้าเห็นตากัน (face-to-face interaction) มากกว่าการติดต่อสื่อสารด้วยวิธีอื่น

เมื่อกล่าวถึงความสำคัญของความแตกต่างทางวัฒนธรรมและสังคมนี้ มีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงอยู่อีกสองประเด็นคือการสะท้อนภาพรวมของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือชาติใดชาติหนึ่งที่เราเรียกว่า “Generalisations” และการพูดตาม ๆ กันโดยมีความเชื่ออย่างลึกซึ้งต่อภาพรวมที่ได้จาก “Generalisations” ซึ่งเป็นลักษณะที่เรียกว่า “Stereotypes”

“Generalisations” เป็นการให้ภาพรวมในวงกว้างโดยสังเกตลักษณะสำคัญของคนชาติใดชาติหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น คนอเมริกันมักพูดจาตรงไปตรงมา คนญี่ปุ่นมักจะไม่แสดงความไม่พอใจออกมาชัด ๆ เด็กไทยไม่ซ้กถาม แต่เด็กตะวันตกซ้กซ้กถาม เป็นต้น หรือแม้แต่คนชาติเดียวกันเราก็อาจจะพูดถึงคนภาคต่าง ๆ ในลักษณะของการอ้างอิงโดยรวม (generalise) ได้ในระดับหนึ่ง เช่น คนไทยในภาคใต้มักจะใจร้อนพูดเร็ว สั้น และห้วน ในขณะที่ภาพของคนทางภาคเหนือมักจะได้รับการกล่าวขานถึงว่าเป็นคนเข้มข้ม อ่อนหวาน เป็นต้น การมองภาพรวมเช่นนี้ไม่มีผลลบมากนักในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ทั้งนี้เพราะคนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะประพฤติ ปฏิบัติ หรือมีความคิด ความเชื่อโน้มไปตามบรรทัดฐานของวัฒนธรรมและสังคมที่ตนเติบโตและคุ้นเคยมาซึ่ง Bennett (1998 หน้า 6) อธิบายลักษณะเช่นนี้ว่าเป็นการ “... hold beliefs closer to the norm or central tendency to the group.” ในขณะที่ “Stereotypes” เป็นการนำภาพรวมเหล่านี้เข้ามาอยู่ในความคิดมากเกินไปจนสะท้อนออกมาในการสื่อสารโดยไม่แยกแยะหรือคำนึงถึงความแตกต่างของตัวบุคคล Chen & Starosta (1998 หน้า 40) ได้ให้ความหมายของ “Stereotypes” ไว้ว่าเป็นการพูดแบบเหมารวมโดยไม่แยกแยะ (exaggerated and overgeneralised beliefs) คนที่มีความคิดแบบ “Stereotypes” ต่อคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือชาติใดชาติหนึ่ง มีแนวโน้มที่จะเบี่ยงเบนความหมายในการพูดจาติดต่อกับผู้คนจากต่างวัฒนธรรม การเบี่ยงเบนอันเกิดจาก “Stereotypes” นี้อาจจะปรากฏ ออกมาในรูปของ “ฉันทาคติ” คือการ รับ-ส่ง ความหมายจะเป็นภาพที่ตึงมากกว่ความเป็นจริง เช่น หลายคนมีความเชื่อว่า คนอเมริกันพูดจาตรงไปตรงมา ซื่อสัตย์ และเป็นมิตร ดังนั้นเมื่อมีการสื่อสารกับคนอเมริกันก็จะมีแนวโน้มที่จะเชื่อในทุกสิ่งที่คนอเมริกันพูด และให้ความสนิทสนมกับคนอเมริกันเหมือนกันไปหมด โดยมีได้สังเกตว่าคนอเมริกันบางคนจะมีลักษณะเฉพาะของตนเอง มิได้เป็นไปตามบรรทัดฐาน หรือแนวโน้มของคนอเมริกันส่วนใหญ่ ในทางกลับกัน ภาพรวมที่คนต่างชาติมีต่อคนไทย (generalisation) คือ คนไทยมีความเป็นมิตร โอบอ้อมอารี ยิ้มแย้มแจ่มใส ถ้านักท่องเที่ยวเชื่อในสิ่งเหล่านี้เกินไปก็อาจจะขาดความระมัดระวังได้ตรงตรงในการรับ-ส่งสารกับคนไทยเช่นกัน ในทางตรงกันข้าม “Stereotypes” อาจจะออกมาในรูปของ “อคติ” เช่นคนไทยจำนวนมากที่เชื่อว่านักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะคนอเมริกัน “รวย” เมื่อมีการซื้อขายไม่ว่าจะเป็นสิ่งของหรือบริการก็มักจะเรียกร้อราคาที่สูงเกินกว่าความเป็นจริง บางคนก็เชื่อว่าคนอินเดีย หรือ ที่เรียกกันเป็นภาษาพูด ว่า “คนแขก” เป็นคนมีเล่ห์เหลี่ยมจนถึงกับ มีการพูดกันเป็นเรื่องขำขันเกี่ยวกับเชื้อชาติ (ethnic jokes) โดย กล่าวถึง คนอินเดียในแง่ที่ไม่ไว้วางใจว่า “Dead Indians are good Indians.” (Chen และ Starosta, 1998 หน้า 41) ทั้ง ๆ ที่คนอินเดียก็เหมือนคนชาติอื่น ๆ ที่มีทั้งคนดีและไม่ดีและมีนิสัยแตกต่างกันไป อคติเหล่านี้ทำให้การรับส่ง “สาร” ระหว่างผู้พูดและผู้ฟังเบี่ยงเบนไปจากความหมายที่แท้จริง กล่าวโดยสรุปคือในทางการสื่อสารจะมอง Stereotypes เป็น กระบวนการรับข้อความและสร้างความเข้าใจ (cognitions) โดยเหมารวมว่าคนกลุ่มนั้น หรือชาตินั้น ๆ เป็นเหมือนกันหมด ทำให้เกิดการสร้างกรอบความคิดเฉพาะขึ้นกับคนที่เราสื่อสารด้วยและไม่ว่าการอบความคิดนั้นเป็นไปในทางบวก (positive/favourable aspects) หรือทางลบ (negative/unfavourable aspects) ก็ล้วนก่อให้เกิดการเบี่ยงเบนของความหมายทั้งสิ้น ในการพัฒนาความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-cultural Competence) สำหรับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงต้องคำนึงถึงเรื่องนี้ด้วย

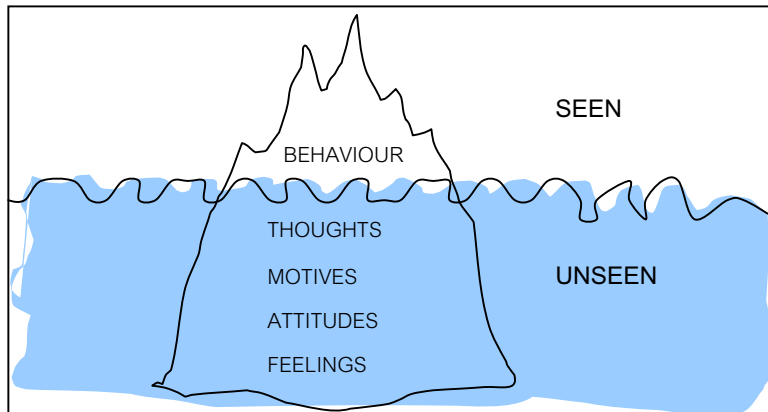
อีกมุมมองหนึ่งในกรอบแนวคิดนี้ เป็นมุมมอง ทาง Sociolinguistics Spolsky (1998) ซึ่งเป็น นักภาษาศาสตร์สังคม (Sociolinguist) มองว่าคนที่มีความสามารถในการสื่อสารจะต้องเป็นคนที่มีความใส่ใจ และคอยสังเกตคู่สนทนาโดยไม่ต้องให้ความใส่ใจต่อรูปแบบของภาษามากนักไม่จำเป็นต้องระมัดระวังว่าเป็นภาษาทางการมากน้อยเพียงใด ค่านิยม ของสังคมเป็นแบบไหน ต้องเป็นคนที่สามารถเข้าถึงคู่สนทนาได้ Spolsky ใช้คำว่า “audience design” (หน้า 33 และ 41) อธิบายลักษณะดังกล่าว คนที่สามารถสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้ดีน่าจะมีลักษณะเป็น audience design ซึ่งอาจจะใช้ทั้งความรู้ ความสามารถเฉพาะตน ความช่างสังเกต และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่มีอยู่ประยุกต์ใช้ในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมว่าถ้าต้องพูดจากับคนที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน หรือคนที่ไม่คุ้นเคยควรจะใช้ภาษาระดับใดถึงจะเหมาะสม อาจไม่ต้องเป็นทางการมากนักเพื่อไม่ให้ผู้ฟังรู้สึกห่างเหิน และอาจจะต้องใช้ความสามารถเพิ่มเติมในการปรับภาษา หน้าตาและน้ำเสียงให้เข้ากับคู่สนทนาซึ่ง Spolsky ใช้คำว่า “accommodation” (หน้า 33 และ 42) แม้ Spolsky จะไม่ได้พูดถึงเรื่องนี้ในบริบทของการสื่อสารทางวัฒนธรรมโดยตรงแต่เขาได้เน้นประเด็นนี้มากใน social situations ซึ่งเป็นมิติที่สำคัญมากมิติหนึ่งของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เป็นแนวคิดที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการที่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ในส่วนของ ความสามารถในการเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-cultural Competence) แม้ว่าแนวคิดนี้จะไม่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มอนุรักษ์นิยมทางภาษาซึ่งมีความเชื่อว่าคนเราควรจะใช้ภาษาที่ถูกต้องตามบรรทัดฐาน (normativism) เท่านั้น ไม่ควรจะไปปรับไปกับสถานการณ์หรือคู่สนทนา

ในทุกมุมมองที่กล่าวถึงมีสิ่งสำคัญอยู่ประการหนึ่งซึ่งจะต้องให้ความใส่ใจในการสื่อสาร คือการคำนึงถึงการสื่อสารกับบุคคลที่มีสังคมและวัฒนธรรมที่ต่างจากตนมาก ๆ ซึ่งเรียกว่า “Heterophily” หรือจากวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันที่เรียกว่า “Homophily” แม้ความต่างและความคล้ายคลึงเหล่านี้จะมีสูตรสำเร็จเสมอไปว่าจะมีความยากหรือความง่ายในการสื่อสาร แต่ก็นับเป็นฐานสำคัญที่ช่วยให้เราใส่ใจในคู่สื่อสาร การใส่ใจต่อคู่สื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้คนเราพัฒนาความสามารถเฉพาะตนในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้ดีและมีทิศทางมากขึ้น

### **ความสามารถในการเข้าใจความหมายที่ซ่อนเร้น**

เชื่อกันว่าในการสื่อสารของคนทุกชาติ ส่วนที่สื่อออกมาไม่ว่าจะด้วยวัจนะ หรือ อวัจนภาษาส่วนที่ได้ยินและมองเห็นเป็นเพียงหนึ่งในห้าส่วนของความหมายทั้งหมด ความเชื่อเช่นนี้ได้ประยุกต์มาจากแนวคิดทฤษฎีที่เรียกกันว่า “ทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสาร” (Iceberg Theory of Communication) ซึ่งเปรียบส่วนที่มองเห็นและได้ยินเหมือนส่วนที่อยู่เหนือน้ำของภูเขาน้ำแข็ง และส่วนที่ผู้สื่อสารสื่อความหมายโดยนัยทั้งที่ตั้งใจ และไม่ตั้งใจผ่าน ทางอวัจนกรรมและวัฒนธรรมเหมือนกับส่วนของภูเขาน้ำแข็งที่จมอยู่ใต้น้ำดังแผนภาพที่ 1 ในหน้า 22

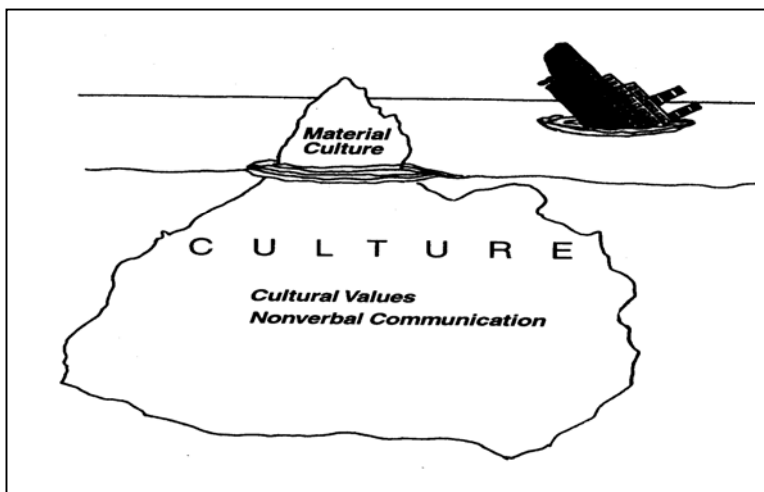
แผนภาพที่ 1 ทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสาร (Iceberg Theory of Communication)



(ที่มา : "Behaviour Breeds Behaviour", ไม่ทราบชื่อผู้แต่ง)

แผนภาพที่ 1 ซึ่งให้เห็นว่าในการสื่อสารกับใครก็ตาม ส่วนที่เราเห็นชัด ๆ คือ พฤติกรรม (Behaviour) เป็นเพียงหนึ่งในห้าส่วนของสิ่งต่าง ๆ ที่คนเราแสดงออกมา ที่เหลืออีกสี่ส่วนเป็นส่วนที่เชื่อกันว่าผู้สื่อสารไม่แสดงออกมา เปรียบเสมือนส่วนที่อยู่ใต้น้ำของภูเขาน้ำแข็ง ซึ่งได้แก่ ความคิด (thoughts) แรงผลักดันที่คน ๆ หนึ่งคิดจะทำอะไร (motives) ทศนคติ (attitudes) และความรู้สึก (feelings) Rogers & Steinfatt (1999) มองส่วนที่เป็นพฤติกรรมว่าเป็น วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม (Material Culture) และส่วนที่อยู่ใต้น้ำอีกสี่ส่วนเป็น วัฒนธรรมที่เป็นคุณค่า (Cultural Values) และ อวัจนกรรม (Non-verbal communication) ดังแผนภาพที่ 2 ต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2 วัฒนธรรมและอวัจนกรรม (Cultures and Non-verbal Communication)



(ที่มา : Rogers และ Steinfatt , 1999 หน้า 107)

ความคิดนี้พอจะเทียบเคียงได้กับแนวคิดที่ Hall เสนอไว้ในหนังสือหลายเล่มของเขารวมทั้งในบทความที่ชื่อว่า "The Power of Hidden Differences" (1998) ซึ่ง Hall ได้แยกรูปแบบของข้อมูลออกเป็นสองชนิด ชนิดแรก (Type A) คือส่วนที่รับรู้ได้จากคำพูดและตัวเลขเรียกว่าเป็น manifest culture ซึ่งพ้องกับ Material Culture ในแผน

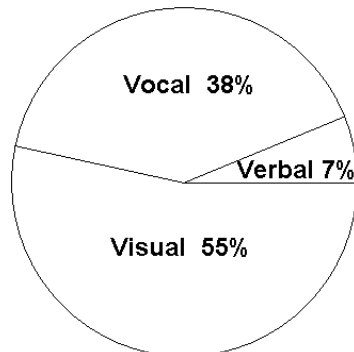


ภาพข้างบน ชนิดที่สอง (Type B) คือ tacit-acquired culture เป็นส่วนที่ดูเหมือนจะซ่อนอยู่เนื่องจากเป็นส่วนที่มีได้สื่อออกมาโดยการพูด เป็นสถานการณ์แวดล้อมที่คนเราค่อยๆ เรียนรู้ตลอดเวลาของการเติบโตโดยที่ไม่รู้ตัวซึ่งตรงกับ Cultural values and Non-verbal Communication ในภาพ Hall อธิบายพัฒนาการนี้ว่า

“In humans, tacit-acquired culture is made up of hundreds and possibly thousands of micro events comprising the corpus of the daily cycle of activity, the spaces we occupy, and the way we relate to others, in other words, the bulk of experiences of everyday life ...”

ถ้าอนุมานจากทฤษฎีภูเขาน้ำแข็ง อาจกล่าวได้ว่า Hall และนักวิชาการทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอื่น ๆ เชื่อตรงกันว่าส่วนที่คนเราได้แสดงออกมาในการสื่อสารเป็นส่วนที่มีความสำคัญในการสื่อสารมาก ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมทุกคนจะมองข้ามไม่ได้ และความสำคัญของส่วนที่ซ่อนอยู่นี้ พ้องกับการศึกษาของ Dr. Mehrabian ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย California แห่ง Los Angeles (UCLA) ผู้ซึ่งได้เสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารไว้ว่า ในบรรดาองค์ประกอบหลัก ๆ 3 องค์ประกอบของการสื่อสาร คือ เสียง (Vocal) ท่าทาง (Visual) และภาษา (Verbal) องค์ประกอบที่เป็นอวัจนะ (Non-verbal) คือส่วนที่ไม่ใช่การใช้ภาษา มีอิทธิพลต่อการ “ส่ง – รับสาร” มากกว่าส่วนที่เป็นภาษา ผลของการวิจัยดังกล่าวสามารถ แสดงด้วยแผนภูมิที่ 3 ได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 3 องค์ประกอบและสัดส่วนที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร



(Mehrabian's study อ้างใน Educational Institute of American Hotels & Motel Association: *Improving Communication*, 1991)

ผลจากงานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่า เมื่อใครก็ตามพูดกับเรา ข้อความที่เราได้รับได้มาจากส่วนที่เป็นอวัจนกรรม (the non-verbal channel) ถึง 93 % ผลการศึกษาชี้ให้เห็นด้วยว่า ส่วนที่เป็นอวัจนกรรม (the verbal channel) มีเพียง 7% กล่าวคือ ท่าทางและน้ำเสียงที่ใครคนใดคนหนึ่งใช้พูดจากับผู้อื่นทำให้เขามีความรู้สึกรับรู้ ประทับใจ หรือรู้สึกต่อคู่สนทนาได้มากกว่าภาษาที่คนคนนั้นใช้

องค์ประกอบย่อยของท่าทาง (Visual) น้ำเสียง (Vocal) และภาษา (Verbal) ที่กล่าวถึง มีดังนี้

| ท่าทาง (Visual)                                                                                                                                                                                                               | น้ำเสียง (Vocal)                                                                                                                                                                                                                        | ภาษา (Verbal)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● การมองตา (eye contact)</li> <li>● การยืนหรือนั่ง (posture)</li> <li>● การใช้ส่วนประกอบของร่างกาย เช่น มือ ไหล่ ศีรษะ ฯลฯ (gestures)</li> <li>● สีหน้า (facial expression)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การเน้นเสียง การขึ้นลงของเสียง (variety)</li> <li>● คุณภาพของเสียง (quality)</li> <li>● จังหวะจะโคน (rate)</li> <li>● ระดับเสียง (volume)</li> <li>● ความสั้นไหล (vocalized pauses)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การใช้ภาษาง่ายๆ (keep it simple)</li> <li>● การอธิบายหรือให้ตัวอย่าง (explain and/or provide an example)</li> <li>● การใช้คำ (use clear, direct words)</li> <li>● การให้เกียรติผู้ฟัง (respect the listener)</li> <li>● การย้ำความคิดหลัก (repeat the main idea)</li> <li>● การตรวจสอบความเข้าใจ (check for understanding)</li> </ul> |

การศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมทุกเรื่องได้กล่าวถึงความสำคัญ และความเกี่ยวเนื่องของอวัจนภาษา กับวัจนภาษา โดยที่นักวิชาการทางการสื่อสารเห็นตรงกันว่าอวัจนภาษามีผลต่อการสื่อสารมากกว่าวัจนภาษา อย่างไรก็ตามบางคนเห็นว่าสัดส่วนที่ Dr. Mehrabian วิเคราะห์เกี่ยวกับความสำคัญของอวัจนภาษาถึง 93 % ดังแสดงข้างต้นน่าจะสูงเกินไป Birdwistell (1995) และ Burgoon (1994) ได้วิเคราะห์จากผลงานวิจัยเช่นกันว่า สัดส่วนของอวัจนภาษาที่มีผลต่อการสื่อสารน่าจะเป็นสองส่วนในสามส่วน ในขณะที่อีกหนึ่งส่วนคือ ความสำคัญของ วัจนภาษา

นักวิชาการทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เช่น Hall (1959, 1966) Watzlavick, Beavin, และ Jackson (1967) Levin และ Adelman (1993) Rogers และ Steinfatt (1999) ต่างก็ได้เสนอแนวคิดในเรื่องนี้ในทิศทางเดียวกันว่า เราสามารถจะสังเกตและรู้สึกได้ถึง การสื่อสารผ่านอวัจนภาษาในทุกหนแห่ง Rogers และ Steinfatt ให้ตัวอย่างว่าแม้ในขณะที่เราเดินทางโดยเครื่องบินและนั่งอยู่เฉยๆ โดยไม่พูดจาใดๆ กับผู้โดยสารที่นั่งอยู่ติดกับเราก็นับว่าเป็นอวัจนกรรมของการสื่อสาร Watzlavick, Beavin, และ Jackson (1967) ย้ำว่าการสื่อสารโดยไม่ใช้ อวัจนภาษาเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ Hall ให้ความสำคัญในเรื่องนี้มาก เขาได้เขียนถึงเรื่องนี้ไว้ในหนังสือเกือบทุกเล่มของเขาและยังพูดถึงในบทความทางวิชาการด้วย เช่น "The Power of Hidden Differences" (1998) แต่ Hall เชื่อว่าการใช้อวัจนกรรมของการสื่อสารของคนเราเป็นการกระทำที่เป็นไปโดยไม่รู้ตัวและเป็นไปโดยธรรมชาติ ในหนังสือชื่อ The Silent Language (1959) เขาพูดถึงเรื่องนี้ไว้ตอนหนึ่งว่า เราจะต้องไม่ทึกทักว่าเรารู้ตัวอยู่เสมอว่าเรากำลังสื่ออะไรอยู่กับคู่สนทนา ("We must never assume that we are fully aware of what we communicate to someone else") Rogers และ Steinfatt (1999) ก็เชื่อในแนวคิดที่ว่าคนเราใช้อวัจนภาษาโดยไม่ได้ตั้งใจและไม่รู้ตัวเช่นกัน (Much non-verbal communication is unconscious and unintentional.) ในขณะที่ Burgoon (1996) ชี้ให้เห็นว่าอวัจนกรรมเป็นวิธีการสื่อสารที่เราใช้ก่อนที่จะเปิดปากพูด Burgoon เชื่อว่าอวัจนกรรมมีบทบาทสำคัญมากโดยเฉพาะตอนที่คู่สื่อ

สารเริ่มสนทนากัน เป็นช่วงที่ต่างคนต่างไม่แน่ใจในท่าทีของคู่สนทนา ในสภาวะการณ์เช่นนั้นเรามักจะใช้อวัจนกรรมเป็นตัววัดความรู้สึกของคู่สนทนา ความหมายที่ได้จากอวัจนกรรมอาจจะไปถึงระดับของความรู้สึกประทับใจหรือไม่ประทับใจต่อคู่สนทนาได้ด้วย ทั้งนี้เพราะนักวิชาการทางการสื่อสารหลายคนนับการแต่งกาย การใช้เครื่องประดับตกแต่งต่าง ๆ (Artifacts) ไว้ในความหมายของอวัจนกรรม หรือ การสื่อสารด้วยอวัจนภาษา ด้วยเหตุนี้ความรู้สึกประทับใจหรือไม่ประทับใจต่อคู่สนทนาอาจจะเริ่มจากอวัจนกรรมของการแต่งกาย สีหน้า ท่าที ก่อนที่จะมีโอกาสสนทนา

การทำงานศึกษาวิจัยชี้ให้เห็นว่าการใช้ภาษาท่าทางมีส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อถือต่อคู่สนทนาเพราะเชื่อกันว่าคนเราอาจจะกลั่นกรองหรือบิดเบือนคำพูดได้แต่ยากที่จะบิดเบือนกิริยาท่าทางได้ โดยเฉพาะการแสดงออกทางตา ในภาษาไทยเราก็มีสำนวนว่า “ดวงตาเป็นหน้าต่างของหัวใจ” แม้สำนวนนี้จะใช้ในความหมายของความรู้สึกระหว่าง หญิง และ ชาย แต่ก็เป็นที่จริงในทุกเรื่องที่ดวงตาของคนเราจะสื่อความคิดความรู้สึกที่แท้จริงออกมา

โดยทั่ว ๆ ไปแล้วคนเรามักจะคิดว่าอวัจนภาษาเป็นเรื่องที่ค่อนข้างสากล ในความเป็นจริงเรื่องของการใช้อวัจนภาษามีความละเอียดอ่อนอยู่มากถ้าใช้ไปโดยไม่ระมัดระวังอาจก่อให้เกิดปัญหาในการ รับ - ส่ง ความหมายได้ เช่นกรณีของประธานาธิบดี Bush ซึ่ง Axtell (1998) เขียนไว้ใน Preface (หน้า ix) ถึงผลกระทบที่มากมายและกว้างขวางเมื่อเขาส่งสัญญาณมือแบบอเมริกันขณะเยือนประเทศออสเตรเลียซึ่งสื่อความหมายแตกต่างกันมากในออสเตรเลีย คือ

When President George Bush visited Australia on a state visit in 1993, as he passed crowds of Aussies he flashed the “V” for Victory sign from the backseat of his limousine. Unfortunately, he did it backward that is with the back of his hand facing the people. The next day his picture appeared in newspapers from Sydney to Perth with the headline “President Insults Australians.” Bush was obviously unaware that in Australia, as in England, that particular signal – the reverse “V” – signifies “Up yours, mate! The correct form is to have the palm face outward. News media in the United States reported on Bush’s gaffe, ...”

ข้อความข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการละเอียดต่ออวัจนกรรมใด ๆ ก็ตามแม้จะเป็นเรื่องเล็กน้อยแต่ก็มีผลต่อสิ่งที่สื่อออกไปเสมอโดยเฉพาะการสื่อสารกับคนที่มีความวัฒนธรรมต่างกัน ผู้สื่อสารยังจะต้องใส่ใจไว้เสมอว่าเราจะทักท้วงเขาไม่ได้เลยว่าเรารู้ตัวว่ากำลังสื่ออะไรออกไปดังที่ Hall ได้กล่าวไว้

ในการรับ-ส่งความหมายที่เกี่ยวข้องกับอวัจนกรรม คนเราจำเป็นต้องมีความเข้าใจความหมายที่ซ่อนเร้น ซึ่งประกอบด้วยส่วนที่เป็นวัฒนธรรม และ อวัจนภาษาเป็นส่วนใหญ่ นักวิชาการแต่ละสายได้เลือกใช้ศัพท์เฉพาะทางวิชาการ (Academic terms) ต่างกัน โดยเฉพาะศัพท์ของ Dr. Mehrabian และนักวิชาการทางการสื่อสารอื่นๆ มีความแตกต่างกันค่อนข้างมากดังนี้

| ส่วนประกอบของอวัจนภาษา | Dr. Mehrabian                                                                                                  | นักวิชาการทางการสื่อสารอื่นๆ                                                                                                              |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ภาษากาย                | ท่าทาง (Visual)                                                                                                | การใช้ท่าทาง (Body Movements) *                                                                                                           |
|                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การมองตา (eye contact)</li> <li>● การยืนหรือนั่ง (posture)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Emblems คือการใช้ส่วนต่างๆ ของร่างกายโดยเฉพาะ มือ และศีรษะเพื่อส่งสัญญาณโดยไม่ต้องใช้</li> </ul> |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การใช้ส่วนประกอบของร่างกาย เช่น มือ ไหล่ ศีรษะ ฯลฯ (gestures) สีหน้า (facial expression)</li> </ul>                                                                                                                                    | <p>ภาษาประกอบ เช่น คนญี่ปุ่นใช้นิ้วชี้ที่จุมูกเมื่อพูดถึงตัวเองในขณะที่ที่ชาติอื่นๆ ส่วนมากจะชี้ไปที่หน้าอก เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Illustrators คือการใช้ส่วนต่างๆ ของร่างกาย โดยเฉพาะ มือ และศีรษะเพื่อประกอบการพูด เช่น ใช้มือชี้ไปยังสถานที่ที่พูดถึง เป็นต้น</li> <li>● Regulators คือการใช้ส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น มือ ศีรษะ และ สายตา เพื่อบอกให้คู่สนทนาทราบว่าตอนนี้ถึงเวลาที่ใครจะพูด หรือขอว่าอย่าเพิ่งพูด เช่น พยักหน้า เป็นการบอกว่าตอนนี้เป็นเวลาที่คุณจะพูด และหมายรวมถึงการใช้สายตาในการปรามคนไม่ให้พูด</li> <li>● Affect Displays คือการใช้ส่วนต่างๆ ของร่างกายในการแสดงอารมณ์ หรือความรู้สึกต่างๆ ได้แก่ ความกลัว ความรู้สึกขยะเขยง เช่น การยิ้ม การหัวเราะ การขมวดคิ้ว การนั่งหน้าเศร้าคอคตก เป็นต้น</li> <li>● Space/proxemics คือระยะห่างของคนในระหว่างการสนทนา**</li> <li>● Touch เช่นการจับมือ การสวมกอด</li> <li>● Artifacts เสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเป๋าถือ หรือ กระเป๋าเอกสาร หรือแม้แต่พาหนะที่ใช้ก็นับรวมในการสื่อความหมายในรูปของ อวัจนภาษาด้วย</li> <li>● Physical Appearance คือหน้าตา Knapp และ Hall (1997) ถือว่าส่วนนี้มีผลต่อการสื่อสาร โดยเฉพาะการสร้างประทับใจเมื่อแรกพบ</li> </ul> |
| น้ำเสียง | Vocal                                                                                                                                                                                                                                                                           | Paralanguage                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การเน้นเสียง การขึ้นลงของเสียง (variety)</li> <li>● คุณภาพของเสียง (quality)</li> <li>● จังหวะจะโคน (rate)</li> <li>● ระดับเสียง (volume) คือ การพูด ดัง หรือ ค่อย</li> <li>● ความสั้นไหล (vocalized pauses) เช่น “uh huhs”</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● น้ำเสียงที่ใช้ในการสื่อสารทั้งหมด *** โดย Trager (1958) ได้แยกออกเป็น <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voice quality หมายถึงระดับเสียง คุณภาพของเสียง จังหวะการพูด</li> <li>- Vocal characterizers คือน้ำเสียงที่แสดงสภาพร่างกายและอารมณ์ เช่น เสียงสลิ้มสลิ้อเมื่อง่วงนอน เสียงที่แสดงความตื่นเต็นยินดี รวมถึงการเงียบ (silence) ในระหว่างการสนทนาด้วย</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|       |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | การพูดตะกุกตะกัก เป็นต้น | - Vocal qualifiers คือ น้ำเสียงที่บ่งบอกถึงบุคลิก<br>กิริยาท่าทาง ซึ่งหมายรวมถึงการเปลี่ยนระดับเสียง<br>การเปลี่ยนจากการพูดดังเป็นค่อย ฯลฯ ในการ<br>สนทนาด้วย<br>- Vocal Segregates คือ เสียง หรือ วลี ที่ขัดจังหวะ<br>การพูด เช่น “eh”, “uh”, “I mean,” “you know”<br>เป็นต้น |
| อื่นๆ |                          | ● Time/ Chronemics ****                                                                                                                                                                                                                                                        |

\* ส่วนนี้ Dr Mehrabian รวมเรียกว่า Visual คือ ส่วนที่เราสามารถมองเห็นได้

\*\* Rogers และ Steinfatt (1999 หน้า 67) ได้เสนอประเด็นที่น่าสนใจในการรักษาระยะห่างระหว่างบุคคลไว้ว่า คนแต่ละคนจะมีระยะห่างระหว่างตัวเองกับผู้อื่นเสมอ ระยะเหล่านี้อาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เกิดกับคู่สนทนา (Each person carries around an invisible bubble of space, which can expand or contract depend on the situation) เชื่อกันว่าผู้คนในสวนต่าง ๆ ของโลกจะรักษาระยะห่างในการสนทนาแตกต่างกันและจะมีปฏิกริยาต่าง ๆ ต่อระยะห่างที่ตนไม่คุ้นเคยแตกต่างกันเช่นกัน เช่น คนที่มาจากแถบทางเหนือของยุโรป คนอเมริกันที่มีเชื้อสายยุโรปและชาวแคนาดา จะไม่ยืนใกล้กับคู่สนทนามากนัก ซึ่งตรงกันข้ามกับคนทางยุโรปตอนใต้หรืออเมริกันตอนใต้หรือพวกที่มีเชื้อสายละตินและกลุ่มคนอาหรับจะไม่ยืนห่างจากคู่สนทนามากนัก Hall (1966 หน้า 152) ยังได้ศึกษาไกลออกไปถึงความรู้สึกของคนที่มีต่อความหนาแน่นและได้พบว่าคนญี่ปุ่นไม่รู้สึกอึดอัดต่อความหนาแน่น (crowding) และไม่มีคำว่า “ความเป็นส่วนตัว” (privacy) คนเอเชียส่วนใหญ่ก็ไม่ชอบที่จะมีระยะห่างจากคนอื่น ๆ (space) เช่นกันหลายคนไม่ชอบที่จะอยู่คนเดียวหรือไปไหนในที่ที่ไม่ค่อยมีผู้คนเพราะรู้สึกว่าง ๆ

\*\*\* ในเรื่องนี้ Tubbs & Moss (1994) ได้เสนอประเด็นที่น่าสนใจของระดับเสียงกับการให้ความหมายในวัฒนธรรมที่ต่างกัน เช่น การพูดเสียงดังของผู้ชายอาหรับเป็นการแสดงความจริงใจ ในขณะที่สังคมอเมริกันถือว่าการพูดเสียงดังเป็นการแสดงออกถึงความก้าวร้าวและไม่สุภาพ คนซาอุดีอาระเบียจะลดระดับเสียงลงเพื่อแสดงความเคารพเมื่อพูดกับผู้ใหญ่หรือผู้ที่มีฐานะทางสังคมที่สูงกว่า เป็นต้น

\*\*\*\* Dr. Mehrabian ไม่ได้รวมเวลาเป็นส่วนหนึ่งของ Nonverbal Communication สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ได้นำแนวคิดเรื่องเวลา เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้วย

Hall (1959, 1994) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเวลาในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเป็นสองส่วนคือ กลุ่มชาติที่มีวัฒนธรรมของการทำอะไรทีละอย่างเป็นขั้นเป็นตอน (Monochronic-time oriented cultures) และ กลุ่มชาติที่มีวัฒนธรรมของการทำอะไรทีละหลายอย่างแล้วแต่ความสะดวกและความเหมาะสม (Polychronic-time oriented cultures) กลุ่มชาติที่มีวัฒนธรรมของการทำอะไรทีละอย่าง เช่น ออสเตรเลีย เยอรมัน สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา จะถือว่าเวลาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและเมื่อเวลาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนเราควรจะจัดการกับเวลาได้ คนที่มีวัฒนธรรมดังกล่าวมักจะทำอะไรทีละอย่างโดยจัดลำดับก่อนหลังของสิ่งที่ทำอย่างเป็นระบบ เคารพต่อการนัดหมายอย่างเคร่งครัดนัดเวลาใดต้องเป็นเช่นนั้น ส่วนกลุ่มที่มีวัฒนธรรมของการทำอะไรทีละหลายอย่าง เช่น อาฟริกา อาหรับ กรีก เม็กซิโก

ซีโก สเปน และโปรตุเกส<sup>1</sup> กลุ่มวัฒนธรรมเหล่านี้จะไม่จัดลำดับความสำคัญของงานว่าจะใครควรจะทำก่อน ใครควรจะทำทีหลัง ชอบที่จะทำอะไรหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักไม่ให้ความสำคัญกับเวลาและ ไม่มีการจัดเวลา การนัดหมายใด ๆ ก็อาจจะเลื่อนไปหรือยกเลิกได้ถ้าพรรคพวกเพื่อนฝูงขอร้องให้ทำอย่างอื่น การให้ความสำคัญต่อเวลาของกลุ่มชนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันดังกล่าวจึงมีความสำคัญต่อการรับ และให้ความหมายที่แตกต่าง ในการสื่อสาร

ส่วน Kuckhohn และ Strodbeck (1961 อ้างใน Chen และ Starosta, 1998) ได้แยกแยะเรื่องนี้ไว้เป็นสามวัฒนธรรม คือ กลุ่มวัฒนธรรมที่ยึดติดอยู่กับอดีต (Past Oriented Cultures) กลุ่มที่อยู่กับปัจจุบัน (Present Oriented Cultures) และ กลุ่มที่เตรียมการสำหรับอนาคต (Future Oriented Cultures) กลุ่มชาติที่มีลักษณะยึดติดอยู่กับอดีต เช่น จีน และซาอุดีอาระเบีย มักจะมีลักษณะที่ผูกพันกับประวัติศาสตร์และขนบธรรมเนียมประเพณี ดังนั้นการวางแผนหรือการจัดเวลาในชีวิตจึงมักจะยึดติดอยู่กับระเบียบประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติกันมาแต่อดีตอย่างเคร่งครัด ส่วนกลุ่มชาติที่มีลักษณะผูกติดอยู่กับปัจจุบัน คือกลุ่มที่ไม่ผูกพันกับอดีตและไม่กังวลกับอนาคต Kuckhohn และ Strodbeck ได้ยกตัวอย่างเรื่องคนขับรถเมลิโน Bahamas จากการศึกษาของ Adler เป็นตัวอย่างลักษณะวัฒนธรรมแบบนี้ กล่าวคือ คนขับรถเมลิโน Bahamas จะจัดเวลารถเมลิโนของเขาเอง ว่าเมื่อไรจะออกรถ เมื่อไรจะพัก ถ้าคนขับรถหิวก็อาจจะขับออกนอกเส้นทางเพื่อกลับไปทานอาหารที่บ้านก่อนที่จะขับบริการต่อไป ลักษณะของสังคมที่ยึดถือวัฒนธรรมเช่นนี้จะแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับวัฒนธรรมที่เป็นแบบเตรียมการสำหรับอนาคต ทั้งนี้เพราะผู้นับในวัฒนธรรมแบบนี้จะให้ความสำคัญกับการวางแผน และวางแผนเป้าหมายของชีวิตไว้ชัดเจน สหรัฐอเมริกา และ ญี่ปุ่น เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของกลุ่มที่มีวัฒนธรรมซึ่งเตรียมการสำหรับอนาคต

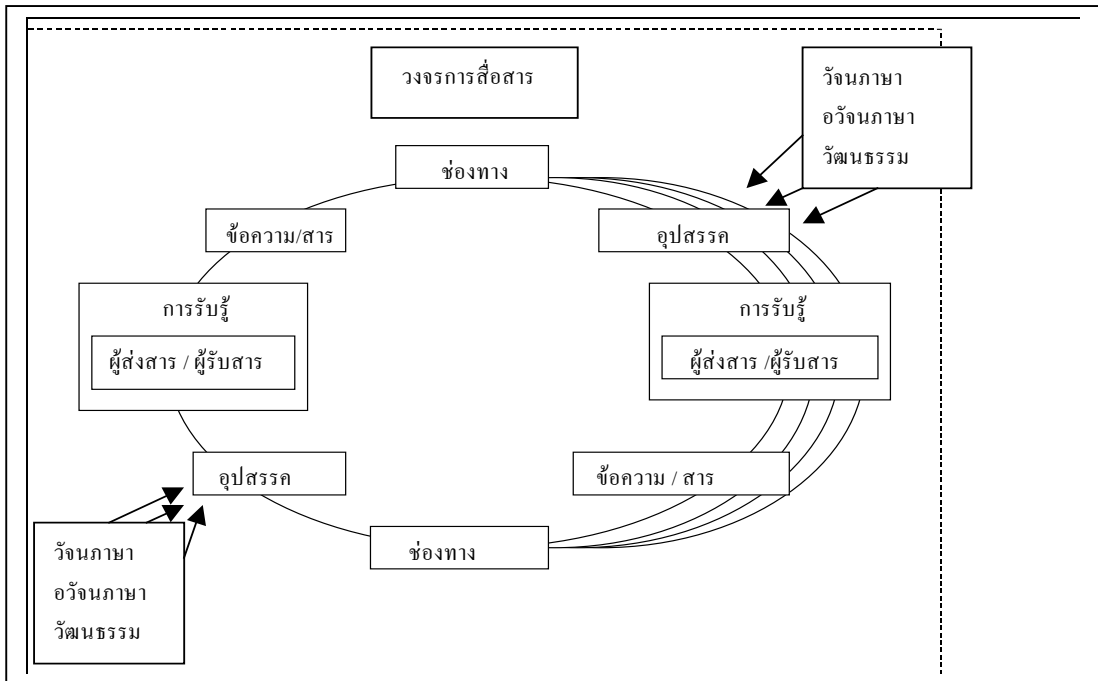
ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับอวัจนภาษาที่กล่าวถึงมาทั้งหมดข้างต้นโดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับเวลาเป็นสิ่งที่เห็นได้ค่อนข้างเด่นชัด กล่าวคือคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมักไม่มีการอธิบายหรือสื่อสารใด ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบเมื่อต้องปล่อยให้เขา รอ หรือ แม้แต่ที่สนามบินบ่อยครั้งที่ผู้โดยสารถูกปล่อยให้รอรับกระเป๋า หรือรอขึ้นเครื่องบินเป็นระยะเวลายาวนานโดยไม่ได้รับการบอกกล่าวว่าจะเกิดอะไรขึ้น และจะต้องใช้เวลาในการรอนานเท่าใด หรือบางครั้งบริษัทท่องเที่ยว หรือภาคธุรกิจก็เปลี่ยนเส้นทางการท่องเที่ยวโดยที่ไม่แจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า ปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องศึกษาว่าเพราะเหตุใด และควรมีแนวทางที่จะทำให้การสื่อสารซึ่งมีสิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุดีขึ้นได้อย่างไร

แม้แนวคิดในส่วนนี้จะเสนอความสำคัญของส่วนที่เป็นอวัจนภาษา แต่ความจริงอย่างหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปคือ การสื่อสารที่สมบูรณ์จะต้องประกอบด้วยสององค์ประกอบเสมอ คือ องค์ประกอบที่เป็น วัจนภาษา (Verbal Communication) และองค์ประกอบที่เป็น อวัจนภาษา (Nonverbal Communication) ในการสื่อสารของคน ที่มาจากต่างวัฒนธรรมการใช้ขององค์ประกอบเพียงสองส่วนนี้จะทำให้เกิดการสื่อสารที่ราบรื่นไม่ได้ จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญมากอีกส่วนหนึ่ง คือ องค์ประกอบทางวัฒนธรรม ในการสร้างความเข้าใจต่อกันด้วย

อีกอย่างหนึ่งซึ่งจำเป็นต้องคำนึงถึงคือ อุปสรรค ต่างๆ ที่แทรกเข้ามาในทุกช่องทางของการสื่อสาร ซึ่งรวมเรียกว่า "noise" อุปสรรคเหล่านี้ อาจทำให้ การรับข้อความ (decoding) เบี่ยงเบนไปจากความหมายที่แท้จริงเมื่อมีการส่งข้อความ (encoding) ดังแผนภูมิที่ 4 หน้า 29

<sup>1</sup> Hall ไม่ได้พูดถึงประเทศทางตะวันออกในการศึกษา แต่ลักษณะที่ Hall พูดถึง ประเทศไทยน่าจะรวมอยู่ในกลุ่ม Polychronic-time oriented cultures

#### แผนภูมิที่ 4 การรับ-ส่งสารและการเบี่ยงเบนของข้อมูล



\*แผนภูมินี้ได้แนวคิดมาจาก Rogers และ Steinfatt, 1999 หน้า 115

การศึกษาเพื่อการวิจัยครั้งนี้จึงจะศึกษาปัญหาในการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวซึ่งมีที่มาจากเหตุ ปัจจัย หลัก ๆ สามประการ ดังที่กล่าวไว้ในตอนต้น ได้แก่ การตีความจากบริบทและความหมาย (Context and Meaning) ความสามารถของบุคคลในเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-cultural Competence) และ การรับ-ส่ง ความหมายที่เกี่ยวข้องกับอวัจนกรรม (non-verbal communication) ในทุกส่วนที่เป็นองค์ประกอบหลัก ๆ ของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ ส่วนที่เป็น วัจนกรรม (Verbal Communication) ส่วนที่เป็น อวัจนกรรม (Nonverbal Communication) และ ส่วนที่เป็นวัฒนธรรม โดยวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเหตุ-ปัจจัย และ องค์ประกอบหลักทุกองค์ประกอบดังกล่าว

## บทที่ 2

### การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

#### ความเป็นมาของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

จากนิยามที่กำหนดไว้ในงานวิจัยเรื่องนี้ **การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม** หมายถึง การติดต่อสื่อสารของคนที่ใช้ภาษาต่างกันและมาจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ก่อให้เกิดการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอันเนื่องมาจากข้อสงสัยที่ว่า คู่สื่อสารซึ่งมีภาษาและภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่ต่างกันจะเข้าใจกันได้อย่างไร มีส่วนไหนที่น่าจะเข้าใจกันได้ ส่วนไหนที่น่าจะเป็นอุปสรรคขวางกั้นความเข้าใจซึ่งกันและกัน มีวิถีทางใดที่คู่สื่อสารต่างวัฒนธรรมจะสื่อสารกันได้ด้วยความเข้าใจที่ดีต่อกัน มีความเคารพต่อกันและกัน โดยที่ความรู้สึกเหล่านั้นมีได้อยู่ในวงกรอบของความอดทนต่อกัน แต่เป็นความรู้สึกที่ดีคือมีความเข้าใจซึ่งต่อความแตกต่างของกันและกัน ดังที่ Bennett (1998 หน้า 1) ได้เสนอเป็นแนวคิดไว้

การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้เริ่มต้นและพัฒนาในประเทศสหรัฐอเมริกาโดยนักมานุษยวิทยาชาวอเมริกันชื่อ Edward T. Hall ซึ่งนักวิชาการในสาขานี้ให้ความนับถือยกย่องและถือว่าท่านผู้นี้เป็น “บิดาของการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม”<sup>2</sup> Hall เป็นผู้บัญญัติคำว่า “Intercultural Communication” ในปี ค.ศ. 1951 หลังจากนั้นได้มีการศึกษาวิจัยในกลุ่มนักมานุษยวิทยา นักจิตวิทยา นักสังคมวิทยา นักภาษาศาสตร์ และนักวิชาการในแขนงอื่น ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริกาเอง และจากประเทศทางยุโรป ด้วยเหตุนี้กรอบความคิดเชิงทฤษฎีและสมมุติฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้จึงมักจะจำกัดวงอยู่ในโลกทัศน์ของยุโรปและอเมริกา (European-American perspectives)

ในเรื่องของการสื่อสารที่มีวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง มีคำศัพท์หลักๆ อยู่ 2 คำ คือ Intercultural Communication และ Cross-cultural Communication จากการศึกษาานิยามและความหมายซึ่งนักวิชาการได้เขียนอธิบายไว้ เช่น Rick (1974) Stewart (1978) Gudykunst (1987) Bennett (1998) Barnlund (1998) สรุปได้ว่า Intercultural Communication เป็นการสื่อสารในระดับบุคคลหรือกลุ่มซึ่งอาจจะมาจากวัฒนธรรมที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง เช่น การสื่อสารระหว่างชาวไทยและชาวตะวันตก หรือ จากวัฒนธรรมที่มีบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน เช่น ชาวอเมริกันผิวขาวและอเมริกันผิวดำซึ่งแม้จะอยู่ในประเทศเดียวกันแต่มีรากฐานของวัฒนธรรมที่ต่างกัน ในขณะที่ Cross-cultural Communication เน้นกรอบความคิดและเปรียบเทียบพฤติกรรมความแตกต่างของการสื่อสารระหว่างกลุ่มชนที่มาจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน เช่น การเจรจาต่อรองทางธุรกิจระหว่างชาวอเมริกันและชาวญี่ปุ่น เป็นต้น

งานวิจัยนี้ได้เลือกใช้คำว่า Intercultural Communication เพราะคนสองกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของการศึกษา คือคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติแม้จะต่างภาษาและต่างวัฒนธรรมแต่ทั้งสองกลุ่มต่างก็สื่อสารในวิถีชีวิตของการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเหมือนกัน ซึ่งนับว่าตรงกับจุดประสงค์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

เนื่องจากการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีองค์ประกอบและปัจจัยหลากหลายดังนั้นจึงต้องใช้แนวคิดทฤษฎีในหลาย ๆ สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องมาผสมผสานกัน เช่น มานุษยวิทยา ภาษาศาสตร์ จิตวิทยา สังคมวิทยา อุตสาหกรรมบริการ

<sup>2</sup> "the father of the field of intercultural communication study" (Condon, 1981; Dodd, 1982; Gudykunst, 1985; Singer, 1987; Chen & Starosta, 1998)



การเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ แต่เนื่องจากจุดประสงค์ที่สำคัญของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องการนำสิ่งที่ค้นพบเสนอให้มีการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษสำหรับอุตสาหกรรมบริการ การศึกษาจึงมีแนวโน้มที่จะอิงแนวคิดทฤษฎีและมุมมองที่เกี่ยวกับการการเรียนการสอนภาษา และ อุตสาหกรรมบริการ มากกว่าแนวคิดทฤษฎีของสาขาวิชาอื่น ๆ อย่างไรก็ตามธรรมชาติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมย่อมจะต้องมีบริบททางสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นแนวคิดและมุมมองทางสังคมวิทยาก็เป็นอีกสาขาหนึ่งที่ต้องใช้เป็นกรอบสำคัญในการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการสื่อสารในแนวทางของสังคมวิทยามีหลายแนวทาง แนวทางหลัก ๆ คือ การศึกษาแบบ “อัตตวิสัย” (Subjectivist approach) และ แบบ “ภววิสัย” (Objectivist approach) ซึ่ง Gudykunst และ Nishida (1989 หน้า 21) ได้นำแนวคิดของ Burrell และ Morgan (1979) มาเสนอ ในขณะที่เดียวกันก็มองว่าทั้งสองแนวทางนี้เป็น “แนวทางสุดขั้ว” (‘extreme’ statements of the assumptions) อย่างไรก็ตามการศึกษาหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและการสื่อสารมักจะเชื่อมโยงกับแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งในสองแนวนี้ ส่วนที่ใช้แนว “อัตตวิสัย” จะใช้ การศึกษาแบบ “emic” คือศึกษาพฤติกรรมต่างๆ โดยมองจากภายในกรอบของวัฒนธรรมที่จะศึกษา เกณฑ์ต่างๆ ที่กำหนดขึ้นมา ก็จะกำหนดในกรอบของคุณลักษณะต่างๆ ในวัฒนธรรมนั้นๆ ส่วนการวิจัยที่ยึดแนว “ภววิสัย” ก็จะเป็นไปในทางตรงกันข้ามคือศึกษาพฤติกรรมต่างๆ โดยมองเข้ามาจากกรอบของวัฒนธรรมที่จะศึกษาและพร้อมๆ กันนั้น ก็ศึกษาวัฒนธรรมอื่นๆ ที่หลากหลายเพื่อนำมาเปรียบเทียบและกำหนดสิ่งที่ศึกษาขึ้นมา เกณฑ์ต่างๆ จะพิจารณาจากความหลากหลายของสิ่งต่างๆ ที่เป็นสากล อย่างไรก็ตามการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นสูงเพราะมีทั้งส่วนที่เป็นทฤษฎีและไม่เป็นทฤษฎี (a theoretical and atheoretical concept , Foschi และ Hales ,1979)

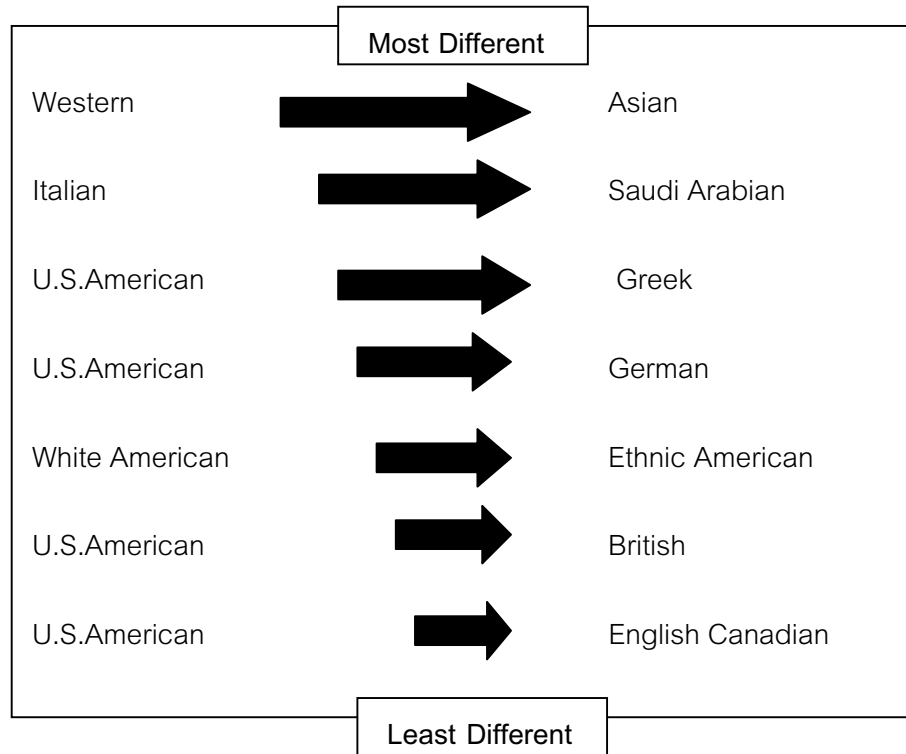
นอกจากนี้แนวทางการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมยังสามารถแยกได้เป็นการมองถึงปลายทางในการนำไปใช้ นั่นคือ แนวทางที่ศึกษาทฤษฎีเพื่อการวิจัย (the theory-and-research school) และแนวทางที่ศึกษาทฤษฎีเพื่อการปฏิบัติ (the theory-and-practice school) การศึกษาวิจัยเรื่องนี้จัดอยู่ในกลุ่มแนวทางที่สอง เพราะต้องการนำผลจากการศึกษาไปใช้อย่างเป็นรูปธรรม คือนำไปเป็นกลยุทธ์ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

ในด้านของการวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์และการพัฒนาทักษะของบุคคลที่เกี่ยวข้องในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม สามารถทำได้ในสองแนวทาง (Bennett, 1998) คือ การศึกษาในกรอบจำกัดของสองวัฒนธรรม (the culture specific level) เช่น ไทย-อเมริกัน หรือศึกษาเป็นภาพรวมของกลุ่มวัฒนธรรมที่คล้าย ๆ กัน หรือ แตกต่างกัน (the culture general approaches) เช่น ตะวันออก – ตะวันตก ไทย – ต่างชาติ ซึ่งเป็นการศึกษาที่มีระดับการใช้ที่กว้างขวางกว่า เช่น การศึกษา ของ Hall ที่จัดกลุ่มลักษณะการสื่อสารของชาติต่าง ๆ ออกเป็นสองแบบ คือ High Context และ Low Context หรือ Kuckhohn และ Strodbeck ที่จัดกลุ่มคนชาติต่าง ๆ เป็น 3 กลุ่มคือ 1) Past Oriented Cultures 2) Present Oriented Cultures และ 3) Future Oriented Cultures (ดู แนวคิดเรื่องนี้อีกจากกรอบแนวคิดของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในบทที่ 1 ประกอบ)

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้มีกรอบเวลาที่จำกัดเกินกว่าที่จะศึกษารายละเอียดของนักท่องเที่ยวทุกชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต การพูดถึงวัฒนธรรมในการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการอ้างถึงโดยรวม (generalisation) เช่น วัฒนธรรมตะวันตก หรือคนตะวันตก วัฒนธรรมตะวันออก หรือคนตะวันออก เป็นต้น โดยใช้แนวเทียบของ Levin และ Adamson (1993 หน้า 28) ที่ชี้ให้เห็นว่า ถ้าจะจัดเกณฑ์ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ กลุ่มวัฒนธรรมที่ถือว่ามี ความแตกต่างมากที่สุดคือ วัฒนธรรมตะวันออก และ ตะวันตก ใน ขณะที่กลุ่มคนอเมริกัน และกลุ่มคนชาวยุโรปมี

ความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมโดยรวมน้อยมาก ดังแผนภูมิที่ 5 นี้ อย่างไรก็ตามในทุกแนวทางที่ใช้ได้พยายามยึดแนวทางของความเป็นสากลมากกว่าการพูดถึงวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งโดยเฉพาะ

แผนภูมิที่ 5 ความต่างของวัฒนธรรมในกลุ่มคนชาติต่าง ๆ (Scale of Cultural Differences)



### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยและหนังสือเกี่ยวกับการศึกษาระหว่างวัฒนธรรมที่ได้ศึกษา ต่างกล่าวถึงความสัมพันธ์และความสำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับธุรกิจเกือบทุกประเภท โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการสื่อสารในกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้คนต่างภาษาต่างวัฒนธรรม ด้วยความสำคัญเหล่านี้ นักวิชาการในสาขานี้ได้สนับสนุนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความจำเป็นในเรื่องนี้และสนับสนุนในการฝึกอบรมบุคลากรให้เห็นความเชื่อมโยงของภาษา วัฒนธรรม และการสื่อสาร ไม่แต่เท่านั้นนักวิชาการบางคนยังชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมถูกมองข้ามจนกลายเป็นปัญหาใหญ่ในบางสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม แม้จะเป็นประเทศเดียวกันก็ตาม

ในการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้แยกการศึกษาดังกล่าวออกเป็นสามส่วนคือ ศึกษาหนังสือและตำราภาษาอังกฤษที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ไปในการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในประเทศไทยเพื่อจะให้เห็นภาพรวมของบทบาททางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในวงวิชาการของประเทศไทย และสุดท้ายได้ศึกษา งานวิจัย และบทความในต่างประเทศเพื่อดูวิวัฒนาการของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ

### การศึกษาเอกสาร: หนังสือและตำราการสอนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการบริการ

ได้สำรวจหนังสือและตำราประกอบการสอนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับการโรงแรมและการท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและที่ผลิตในประเทศไทย จำนวน 30 เล่ม พบว่าเนื้อหาของหนังสือดังกล่าวเน้นการสอนภาษาอังกฤษเพื่อใช้

ในการสื่อสารได้ต่อบักระหว่างพนักงานผู้ให้บริการ และ ผู้ให้บริการ โดยเน้นการใช้ภาษาและความเข้าใจเนื้อหามากกว่าวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามมีหนังสือที่เขียนโดยคนไทยสองเล่ม คือ **ภาษาอังกฤษสำหรับตำรวจท่องเที่ยว** (พิมพ์ภาภรณ์, 2532) และ **Phuket: A Cultural Handbook** (Thongton, 1992) มีการพูดถึงวัฒนธรรม (ดูรายละเอียดที่พูดถึงต่อจากรายชื่อหนังสือ) ส่วนหนังสือที่เขียนโดยชาวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาได้มีการแทรกมิติทางวัฒนธรรมไว้ค่อนข้างมาก บางเล่มเช่น **Handshake** (Viney, 1996) เน้นมิติทางวัฒนธรรมในสัดส่วนที่เท่ากับภาษา หนังสือและตำราที่ได้สำรวจและศึกษาทั้ง 30 เล่มได้แก่

- การทำอากาศยานกรุงเทพ, (2540) English for Thai Host
- พิมพ์ภาภรณ์ สุวัตติกุล, และ อติศา เตียว. (2532). **ภาษาอังกฤษสำหรับตำรวจท่องเที่ยว**
- พรทิพย์ สุขะกุล, พวงเล็ก ศิริทวี, แสงจันทร์ (บุญยปรรณานนท์) พุทธิเจริญรัตน์ (2534) **ภาษาอังกฤษสำหรับตำรวจท่องเที่ยว**
- ปรีชา แดงโรจน์. (2526). English for Hotel Staff
- สุขุทัยธรรมมาริราช, มหาวิทยาลัย. **ชุดวิชาภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานโรงแรม . (วิดิทัศน์)**
- แอนดรูว์ บิ๊กส์ (2543) **เมืองไทยในสายตาของผม**
- แอนดรูว์ บิ๊กส์ (2545) **วิธีพูดภาษาอังกฤษเหมือนฝรั่ง**
- แอนดรูว์ บิ๊กส์ (2545) **Oops! ผิดอีกแล้ว**
- Adamson, D. (1989) International Hotel English
- Duckworth, M. (1995) At Your Service
- Harding, K. (1998) Going International: English for Tourism
- Harkess, S. and Wherly, M. (1984) You're Welcome! English for hotel reception
- Jacob, M. and Strutt, P. (1997) English for International Tourism
- Jones, L. (1998) Welcome: English for the travel and tourism industry
- Lee, L. (1998) Transitions 1
- Lee, L. (1999) Transitions 2
- Lee, L. and Brockman, T. (2001) Explorations 2
- M<sup>c</sup>leaver, N. (1988) The Sadrina Project: English for Travel
- Revell, R. and Stott, C. (1983) Five Star English for the hotel and tourist industry
- Revell, R. and Stott, T. (1988) Highly Recommended
- Richards, J. C., et.al. (1997) New Interchange: English for International Communication
- Riley, D. (1995) Check Your Vocabulary for Hotels, Tourism & Catering Management
- Smith, B. A. (1991) Improving Communication
- Schragl-Lorden, K. (1984) English for Hotel Staff
- Stott, T. and Holt, R. (1991) First Class: English for Tourism
- Thongton, K. (1992) Phuket: A Cultural Handbook

- Utawanit, K. (1992) *Communicative English for Hotel Personnel*
- Utawanit, K. (1985) *Communicative English for Tourism*
- Viney, P. (1994) *Survival English*
- Viney, P. และ Viney, K., (1996) *Handshake: a course in communication*

หนังสือบางเล่มจะมีบางตอนที่เน้นในเรื่องของสำนวนสุภาพ และคำศัพท์ที่ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ในงานอาชีพด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น การรวบรวมคำศัพท์ และ สำนวนต่าง ๆ ในหนังสือ *Check Your Vocabulary for Hotels, Tourism & Catering Management* และ หนังสือ *English for Thai Hosts* ในหนังสือ *English for Hotel Staff* จะสอนสำนวนต่าง ๆ ในการเสนอให้บริการ ให้ความช่วยเหลือ หรือ สร้างความพอใจแก่ลูกค้า เช่น “I hope you enjoyed your dinner.” “If you need anything, just call reception.” “Just step over to the porter’s desk. He’ll take care of it.” เป็นต้น หนังสือ *English for Thai Hosts* แนะนำผู้ใช้ภาษาว่า สำนวนใดที่สุภาพและควรใช้ สำนวนใดไม่สุภาพ แต่ก็ไม่ได้อธิบายเพิ่มเติมในเรื่องของความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อการใช้ภาษาในการสื่อสารกัน หนังสือบางเล่มให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของเมือง วิถีชีวิต ประเพณี ผลิตภัณท์และอาหารของท้องถิ่นนั้น เช่น หนังสือ *Phuket: a Cultural Handbook* แต่ก็ไม่ได้มีการสอดแทรกการใช้ภาษาเพื่ออธิบายเรื่องราวทางวัฒนธรรมเหล่านั้นอย่างเด่นชัด ในหนังสือบางเล่มจะมีข้อแนะนำในการเดินทางเข้าประเทศอื่นว่า ควรปฏิบัติตัวอย่างไร เช่น ในหนังสือชุด *The Sadrina Project* ในหัวข้อเรื่อง “Going through Customs” มีการอธิบายคำถามของเจ้าหน้าที่ว่า “Have you anything to declare?” ว่าหมายถึงอะไร และ แนะนำให้นักท่องเที่ยวอ่านกฎข้อบังคับ (regulations) ให้ละเอียดว่า สิ่งที่จะต้องสำแดง (declare) มีอะไรบ้าง จะได้ปฏิบัติได้ถูกต้อง

ข้อแตกต่างประการหนึ่งที่พบในหนังสือจากต่างประเทศกับที่ผลิตในประเทศไทย คือ หนังสือต่างประเทศจะเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเทศตะวันตก ไม่ว่าจะกล่าวถึง สถานที่ อาหาร เครื่องดื่ม หรือแม้กระทั่งพนักงานที่ให้บริการก็เสนอในรูปแบบทางวัฒนธรรมของตะวันตก ในขณะที่หนังสือภาษาอังกฤษที่ผลิตในประเทศไทยจะกล่าวถึงเหตุการณ์สถานที่ในประเทศไทย มีการอธิบายเกี่ยวกับอาหารไทย เป็นต้น เช่น เนื้อหาในหนังสือ *Communicative English for Hotel Personnel, Communicative English for Tourism, English for Tourist Police* (พรทิพย์ ฯลฯ) แต่เนื้อหาก็เป็นเพียงลักษณะของการโต้ตอบกันระหว่าง พนักงานผู้ให้บริการกับผู้รับบริการเท่านั้น มีตำราภาษาต่างประเทศบางเล่มที่กล่าวได้ว่า นอกจากจะเน้นสอนการใช้ภาษาแล้วยังได้สอดแทรกคำอธิบายในเรื่องของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้วย เช่น *Transitions 1, Transitions 2, Exploration 2* และ *Welcome: English for the travel and tourism industry* หนังสือ *Transitions 1* (1998) ครอบคลุมทั้งภาษาและเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับความแตกต่างในการสื่อสารของผู้คนจากวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น การทักทาย เป็นต้น หนังสือ *Transitions 2* (1999) สอดแทรกภาษาและความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาติต่าง ๆ หนังสือ *Going International: English for Tourism* (1998) มีบทเรียนเกี่ยวกับความแตกต่างของวัฒนธรรมบางอย่างของชาติต่าง ๆ เช่น แนวคิด การสนทนากับผู้แรกู้จัก มีเรื่องเกี่ยวกับมารยาทสากล (*International Etiquette*) เช่นการแต่งกาย การปฏิบัติตน การรับประทานอาหารในประเทศที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน เป็นต้น หนังสือ *Welcome* (1998) ได้สอดแทรกข้อแนะนำ (tips) เกี่ยวกับวัฒนธรรมไว้เป็นระยะ ๆ ตามเนื้อหาที่นำเสนอ เช่น “You can make people feel welcome and help them to feel at home by using their name instead of addressing them impersonally as *Sir* or *Madame*.” บางตอนก็ได้แทรกคำแนะนำเกี่ยวกับการสื่อสารที่ดี เช่น “A sincere smile shows people that you want to be friendly. Good eye contact shows that you’re interested in them. Try to treat every client in the same way that you’d like to be treated yourself – or even better!” อย่างไรก็ตาม

ตามหนังสือที่นับได้ว่าได้ให้ความสำคัญต่อมิติทางวัฒนธรรมในการสื่อสารมากคือ หนังสือ Handshake: a course in communication (1996) ทุกบทจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ “cultural awareness” ที่นำวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ มาให้ผู้เรียนได้ทราบและเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการสื่อสารที่ยอมรับกันเป็นสากล เช่น ในการแนะนำตัวเองต่อผู้ที่พบกันครั้งแรก ควรจะพูดถึงอะไรบ้าง เป็นต้น

ส่วนหนังสืออีกเล่มหนึ่งที่เขียนโดยคนไทยคือ English for Tourist Police นับได้ว่าเป็นหนังสือที่ให้ความสำคัญต่อมิติทางวัฒนธรรมในการใช้ภาษามาก ผู้เขียนได้อธิบายความแตกต่างทางวัฒนธรรม ในทุกหัวข้อภาษาที่น่าเสนอ เช่น การเสนอให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ตำรวจท่องเที่ยวควรทราบว่าจะใช้สำนวนอย่างไรจึงสุภาพ และได้อธิบายเพิ่มเติมว่าตามธรรมเนียมตะวันตกก่อนจะเสนอให้ความช่วยเหลือต้องกล่าวคำทักทายและแนะนำตัวเองเสียก่อน หากไม่เช่นนั้นอาจจะดูไม่สุภาพหรือเป็นการจู่โจมเกินไป เป็นต้น

หนังสือที่มีข้อคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอย่างน่าสนใจยิ่งอีกชุดหนึ่งที่ได้ศึกษา คือ **เมืองไทยในสายตาของผม** (2543) **วิพุดภาษาอังกฤษเหมือนฝรั่ง** (2545) และ **OOPS! ผิดอีกแล้ว** (2545) หนังสือชุดนี้เขียนเป็นภาษาไทยโดยชาวออสเตรเลีย คือ แอนดรูว์ บิ๊กส์ ผู้เขียนได้ศึกษาทั้งภาษาไทย และสังเกตความเป็นไทยในหลายมิติ ซึ่งหมายถึงการศึกษาวัฒนธรรมของวิถีคิด และการดำเนินชีวิตที่น่าจะเรียกได้ว่าเป็น “วัฒนธรรมร่วมสมัย” (contemporary culture) และได้นำสิ่งเหล่านั้นมาประมวลเข้ากับวิธีการสื่อสารโดยการใช้ภาษาอังกฤษ หลาย ๆ ประเด็นเป็นมุมมองที่บูรณาการมิติของวัฒนธรรม ภาษาและวิวัฒนาการของสังคมไทยเข้าด้วยกันซึ่งเป็นประเด็นที่น่าจะนำไปพูดถึงในห้องเรียนภาษาเป็นอย่างยิ่ง เช่น “คำว่า ‘สวัสดีค่ะ’ เป็นคำที่เพราะมากในตัวของมันเอง แม้แต่จากปากของคนขายเสื้อผ้าเบเนตตอง ที่อาจจะเขมือบค่านายหน้า 3% จากการขายก็ตาม” (เมืองไทยในสายตาของผม 2543 หน้า 85) จะเห็นได้ว่าผู้เขียนได้สื่อค่านิยมของไทยที่เปลี่ยนไปไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการนิยมของนอก (เสื้อผ้าเบเนตตอง) และ ความเป็นวัตถุนิยม (จะเขมือบค่านายหน้า 3%) ผนวกเข้ากับความมั่งคั่งของความเป็นไทย (คำว่า ‘สวัสดีค่ะ’ เป็นคำที่เพราะมาก) ได้อย่างผสมกลมกลืน

นอกจากข้อยกเว้นของหนังสือบางเล่มที่กล่าวถึงข้างต้น หนังสือที่เกี่ยวกับการเรียนภาษาอังกฤษทางด้าน อุตสาหกรรมบริการส่วนมากไม่มีการผสมผสานกันระหว่างการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและภาษามากพอที่จะทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจถึงวิธีการสื่อสารระหว่างกันซึ่งทำให้ผู้เรียนเรียนรู้เฉพาะตัวภาษาทำให้มีข้อจำกัดในการใช้ภาษา ซึ่งอาจนำไปสู่การใช้ภาษาแบบแปลตามตัวมากกว่าที่จะคิดถึงสถานการณ์และกาละเทศะของการใช้ สิ่งเหล่านี้เป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งที่ชะลอ คุณภาพของการท่องเที่ยว เป็นประเด็นที่น่าจะศึกษาค้นคว้าเพื่อหาข้อมูล และสร้างองค์ความรู้เพื่อลดช่องว่างของการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ คือ บุคลากรชาวไทย และผู้รับบริการ คือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ด้วยสมมุติฐานที่ว่าเมื่อช่องว่างระหว่างสองฝ่ายได้รับการเชื่อมต่อกันแล้ว การส่ง “เนื้อหา” สำคัญ ๆ ในการท่องเที่ยว เช่น สภาพภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม ประวัติศาสตร์ พัฒนาการทางสังคมและเหตุการณ์สำคัญ มรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม ศิลปะ ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ท้องถิ่น จะได้รับการสื่อสารถึงกันและกันได้ดี และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากการศึกษาเอกสารข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า ตำราในวงวิชาการของการเรียนการสอนภาษา วัฒนธรรม และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งปรากฏให้เห็นในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา (2525-2544) มีวิวัฒนาการของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมากขึ้นเป็นลำดับ โดยจะเห็นจากช่วงแรกที่หนังสือด้านการสอนภาษาเน้นมิติทางภาษาและวัฒนธรรมแยกจากกัน ซึ่งต่างกับหนังสือในช่วงปีหลัง ๆ ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและแนวโน้มของการพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมากขึ้น

## งานศึกษาวิจัยในประเทศไทย

งานศึกษาวิจัยในประเทศไทยแม้จะไม่มี การพูดถึงความเกี่ยวพันระหว่างการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ภาษา และการท่องเที่ยว อย่างเด่นชัด แต่ในการศึกษาเบื้องต้นก็ได้พบว่า มีงานวิจัยบางเรื่อง ที่พูดถึงประเด็นทั้งสามนี้ด้วยกัน อย่างเช่น ณัฐพร แสงประดับ (2527) ได้ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมกับภาษาในการปรับตัว การพูดและการฟังภาษาต่างประเทศของคนในหมู่บ้านบ่อสร้างที่เป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยเรื่องนี้ว่า การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในหมู่บ้านบ่อสร้าง โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลาปี 2517-2527 มีการค้ากับชาวต่างประเทศมากขึ้น ชาวบ้านจึงคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว มีการเรียนรู้วิธีการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารระหว่างกัน จากการศึกษาของงานวิจัยนี้พบว่า ชาวบ้านที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ริมถนนและประกอบการค้า สามารถฟัง เข้าใจ และเจรจาโต้ตอบกับนักท่องเที่ยวได้ดีกว่า ชาวบ้านที่อยู่ในซอยและพบว่า ผู้ที่ย้ายมาจากภูมิภาคอื่นเพื่อเข้ามาตั้งถิ่นฐานในตำบลนี้ สามารถสื่อสารได้ดีกว่าชาวบ้านในท้องถิ่น ทั้งนี้เพราะว่าคนเหล่านั้นเคยเรียนและได้รับการอบรมมาก่อน ผู้ที่ไม่สามารถฟังและเข้าใจจะใช้วิธีการเขียนในกระดาษ และใช้การพยักหน้าและการส่ายหน้าแทนการตอบรับหรือปฏิเสธ นอกจากนี้ ยังพบว่าชาวบ้านบ่อสร้างมีความต้องการเรียนรู้ภาษาเพื่อใช้ประกอบอาชีพในอนาคต ประเด็นต่าง ๆ ที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านอาชีพของคนในหมู่บ้านไปสู่อาชีพที่มีความเกี่ยวพันและจำเป็นต้องใช้ภาษาต่างประเทศ

งานวิจัยของ พรพิมล เสนะวงศ์ (2541) ได้ศึกษาปรากฏการณ์ของภาษาที่เกิดขึ้นจากการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนไทย (Thai speakers) กับชาวต่างชาติ (non-Thai speakers) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และได้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับชาวไทยผู้ให้บริการในภาคการท่องเที่ยว โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อ ผู้วิจัยได้ศึกษาใน 4 ประเด็นหลักคือ ยุทธวิธีสื่อสาร (communication strategies) ที่คนไทยและชาวต่างชาติใช้เมื่อสื่อสารกันโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อ (lingua franca) แบบแผนการแปร (variation patterns) ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์การสื่อสาร ค่านิยมทางวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในบริบท (discourse) และ องค์ประกอบที่ทำให้การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผลของการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นความด้อยสมรรถนะทางภาษาอังกฤษในด้านต่าง ๆ ของคนไทยอย่างชัดเจน เช่นสมรรถนะทางไวยากรณ์ สมรรถนะในการเข้าใจหรือใช้บริบท (discourse) สมรรถนะทางภาษาและสังคม และสมรรถนะทางการเลือกใช้ยุทธวิธี งานวิจัยนี้ได้ศึกษาเปรียบเทียบแบบแผนของบริบทที่ใช้โดยคนในกลุ่มวัฒนธรรมต่างๆ ที่คนไทยจะต้องสื่อสารด้วยในประเด็นต่าง ๆ เช่น การร้องทุกข์หรือการบ่น การขอโทษ การขอร้องและการสั่ง หรือ แม้แต่การพูดคุยเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวัน ซึ่งในแต่ละวัฒนธรรมมีแบบแผนของบริบทที่ต่างกันออกไปและผู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมอื่นอาจไม่เข้าใจ และอาจตีความผิด เช่น ความมีน้ำใจและความเอาใจใส่ของคนไทย ซึ่งแสดงออกต่อผู้มาเยือนจากต่างกลุ่มวัฒนธรรม ด้วยการคะยั้นคะยอให้รับประทานอาหารมาก ๆ หรือตักอาหารเพิ่มให้อีก ทั้งๆ ที่เขากินแล้ว ซึ่งการแสดงออกเช่นนี้อาจขัดแย้งกับคุณค่าทางวัฒนธรรมและสะท้อนออกมาในบริบทที่ต่างกัน เพราะบางสังคมโดยเฉพาะสังคมตะวันตกซึ่งถือว่าสมาชิกของกลุ่มสังคมควรเคารพความเป็นอิสระ (autonomy) สิ่งเหล่านี้อาจทำให้เขาเกิดความรำคาญหรือ อึดอัด หรือในบางกรณีอาจมีผลในทางลบมากกว่านี้ เช่น คนไทยมักจะถามชาวต่างประเทศที่เพิ่งรู้จักถึงเรื่องส่วนตัว เช่น อายุ รายได้ และเรื่องครอบครัว ซึ่งแสดงถึงความสนิทสนม ความเป็นกันเองที่เผื่อแผ่ไปถึงครอบครัว แต่ในบางวัฒนธรรมถือว่าเป็นการล่วงล้ำความเป็นส่วนตัว (privacy) และมองผู้ถามว่า สอดรู้สอดเห็น (inquisitive) เป็นต้น ผลการวิจัยในประเด็นเหล่านี้ได้ชี้ให้เห็นว่าคนไทยที่มีส่วนร่วมในการสื่อสารกับชาวต่างประเทศโดยผ่านทางภาษาอังกฤษ ยังขาดองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับโลกปัจจุบัน ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารระหว่างกันเป็นไป

อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเข้าใจอันดีต่อกัน คนไทยเหล่านั้นจำเป็นจะต้องมีทั้งความสามารถทางภาษา ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของคู่สื่อสาร นอกจากนี้ความสามารถทางการสื่อสารยังต้องมีความเข้าใจและอดทนต่อแบบแผนของประเพณีของชาวต่างชาติอีกด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ พยายามหลีกเลี่ยงปัญหาในการสื่อสาร ด้วยการใช้ภาษาที่ถูกไวยากรณ์และเหมาะสมกับบริบท เมื่อเกิดปัญหาในการสื่อสารต้องเลือกใช้ยุทธวิธีสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม ไม่พยายามนำวัฒนธรรมที่ใช้ในภาษาของตนเองไปใช้ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมโดยไม่คำนึงถึงคู่สื่อสาร

รองศาสตราจารย์เมตตา วิวัฒนานุกูล (2536) ได้ศึกษาลักษณะและปัญหาการสื่อสารต่างวัฒนธรรมในบรรษัทนานาชาติที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย แม้งานวิจัยเรื่องนี้จะไม่กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว แต่ก็เป็งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่ชี้ให้เห็นความคิดและวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันของคนในแต่ละกลุ่มวัฒนธรรมตลอดจนค่านิยมที่เหมือนและต่างกันระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสื่อสาร ต่อความเข้าใจ หรือทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างคนต่างวัฒนธรรมได้ การศึกษานี้ได้พบว่า ปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างบุคลากรไทยกับต่างชาติที่เด่นๆ คือปัญหาที่ต่างฝ่ายต่างใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่คล่อง และไม่ค่อยถูกต้องนัก นอกจากนั้นทั้งสองฝ่ายยังมีทัศนคติแตกต่างกันและมีอคติต่อกันซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุนำไปสู่ปัญหาการสื่อสารในองค์กร การศึกษาได้ชี้ให้เห็นสิ่งที่บุคลากรต่างชาติระบุว่าคุณภาพไทยสื่อสารแต่ไม่สื่อความหมายตามที่ต้องการ พูดจาอ้อมค้อม ขาดความไว้วางใจและเปิดเผย ส่วนบุคลากรไทยระบุถึงความไม่พอใจต่อการสื่อสารของต่างชาติว่า เป็นการสื่อสารแบบทางเดียวและเอาตัวเองเป็นเกณฑ์ ไม่มีความยืดหยุ่น อีกทั้งยังมองข้ามความรู้สึกของคนที่กำลังพูดด้วย ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การตีความจากค่านิยมที่แตกต่างกันซึ่งมักจะทำให้ทั้งบุคลากรไทยและต่างชาติมีปัญหาในการสื่อสาร เช่นที่คนไทยเสียเป็นเพราะคนไทยไม่ยอมขัดแย้งและต้องการรักษาหน้าของคู่สื่อสาร แต่ชาวต่างชาติที่ไม่เข้าใจค่านิยมนี้จะตีความว่า ที่คนไทยเสียเป็นเพราะไม่เข้าใจ หรือ แนใจในคำตอบ หรือเพราะไม่ยอมเปิดเผยให้รู้ข้อมูลเป็นต้น งานวิจัยนี้จึงแนะนำว่า ในขณะที่คนจากแต่ละวัฒนธรรมไม่อาจเปลี่ยนแปลงค่านิยมและวัฒนธรรมของตนเองได้นั้น ปัญหาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอาจไม่เกิดขึ้นถ้าทั้งสองฝ่ายเปิดใจรับรู้ความต่างของกันและกัน และเข้าใจกระบวนการรับรู้และการตีความที่ต่างกัน ในส่วนของการศึกษาความสัมพันธ์ค่านิยมของคนไทยและชาวต่างชาติกับปัญหาการสื่อสารของทั้งสองฝ่ายนั้น พบว่า ค่านิยมที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อการสื่อสารมากนัก ถ้าจะมีบ้างก็เป็นส่วนน้อย ความสำคัญกลับไปอยู่ที่ความแตกต่างกันมากกว่า อย่างไรก็ตามลักษณะเด่นของคนไทยที่มีความยืดหยุ่น (flexibility) และอดทนต่อความแตกต่าง (Tolerant) เป็นสิ่งที่เป็นคุณต่อการทำงานร่วมกับคนหลากหลายชาติ ผลการศึกษาเรื่องนี้สามารถเป็นแนวทางให้บริษัทต่าง ๆ นำไปเตรียมบุคลากรของบริษัทให้มีความพร้อม และปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมในที่ทำงานซึ่งมีเพื่อนร่วมงานจากหลายชาติ หลายวัฒนธรรมได้

นอกจากงานวิจัยสองเรื่องข้างต้นแล้ว งานวิจัยในประเทศไทยส่วนใหญ่ก็จะไม่ค่อยศึกษาประเด็นที่เป็นองค์รวมของภาษา การสื่อสาร และวัฒนธรรมในบริบทของการท่องเที่ยวนัก เท่าที่พบมักจะศึกษาเรื่องการสื่อสาร หรือ ไม่ก็เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การศึกษาของ ภัทรานุกูล แสงจันทร์ (2542) ซึ่งสำรวจสถานภาพการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระดับวัฒนธรรมในสถาบันการศึกษาต่างๆ ในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2526 ถึง 2542 งานวิจัยเรื่องนี้เป็นวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษาซึ่งได้ชี้ให้เห็นว่าจำนวนวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระดับวัฒนธรรมในประเทศไทยมีน้อยมาก เมื่อเทียบกับระยะเวลาที่เริ่มมีการศึกษา ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้จำกัดขอบเขตในการศึกษาเฉพาะวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในสาขานิติศาสตร์หรือการสื่อสารเท่านั้น ไม่ได้รวมถึงการศึกษาวุฒิปริญญาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในสาขาอื่น ๆ เช่นการศึกษาเชิงมานุษยวิทยา เชิงวัฒนธรรม เชิงสังคมวิทยา เชิงภาษาศาสตร์สังคม และเชิงจิตวิทยาสังคม เป็นต้น การวิจัยนี้พบว่ากรอบแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระดับวัฒนธรรมที่ใช้กันมากคือ แนวคิด

เกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารระดับวัฒนธรรม ได้แก่ ลักษณะของความแตกต่างทางวัฒนธรรมและค่านิยมต่างๆ ส่วนประเด็นในการศึกษานั้นส่วนมากเป็นการศึกษาในแง่ของการสื่อสารต่างวัฒนธรรม หัวข้อที่มีการศึกษามากที่สุดคือ อิทธิพลทางจิตวิทยา รองลงมาเป็นอิทธิพลทางวัฒนธรรมซึ่งส่วนมากเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การศึกษาจากเอกสาร และการวิเคราะห์เนื้อหา รองลงมาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ แบบสอบถามทั่วไปเป็นเครื่องมือในการวิจัย นอกจากนี้ยังมีการผสมผสานกันระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงทดลองด้วย ปัญหาและอุปสรรคที่พบบ่อยในการวิจัยทางด้านนี้ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับวิธีวิจัย ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ ปัญหาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และลักษณะงานวิจัย ส่วนปัญหาที่พบบ่อยรองลงมา ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น ไม่มีการจัดเอกสารอ้างอิงไว้อย่างเป็นหมวดหมู่ งานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นด้วยว่า ในขณะที่ยังมีการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารต่างวัฒนธรรมในประเทศไทยยังล้าหลังอยู่นั้น สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบันกลับเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือการสื่อสารต่างวัฒนธรรมเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทยซึ่งเป็นผลมาจากความเจริญทางเทคโนโลยี การส่งเสริมการท่องเที่ยว การอพยพย้ายถิ่นฐานหรือ ตั้งรกรากในอีกสังคมและวัฒนธรรมหนึ่ง การที่ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนหรือทำงานในประเทศไทย จึงเป็นเหตุให้ชาวไทยต้องติดต่อกับสื่อสารกับชาวต่างชาติมากขึ้นในหลาย ๆ รูปแบบ เช่น การสื่อสารระหว่างนายจ้าง - ลูกจ้าง เหตุการณ์ดังกล่าวจึงก่อให้เกิดบริบททางการสื่อสารต่างวัฒนธรรมขึ้นมากมาย เช่น บริบททางการท่องเที่ยว การศึกษา การประกอบธุรกิจ เป็นต้น ดังนั้น การให้ความสนใจในการศึกษาเรื่องนี้ จึงนับว่ามีประโยชน์ทั้งในทางปฏิบัติคือช่วยให้คนในสังคมตระหนักถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างตนกับผู้ที่มาจากสังคมอื่น และในทางวิชาการคือเป็นการเพิ่มพูนองค์ความรู้ในสาขาวิชาการสื่อสารต่างวัฒนธรรมอีกด้วย

งานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นการมององค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นหลัก ส่วนของภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ไม่มีการพูดถึงโดยตรง ถ้าจะพูดถึงเป็นการพูดเพราะสิ่งเหล่านี้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวมากกว่า เช่น ศรีพร สมบุญธรรม (2537) ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบดั้งเดิมของวัฒนธรรมและประเพณีที่เคยปฏิบัติเพื่อให้วัฒนธรรมนั้นนั้นสอดคล้องคงอยู่ได้ในสังคมปัจจุบัน งานศึกษานี้มีลักษณะเหมือนกับงานศึกษาหลาย ๆ เรื่องที่พูดถึงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวโดยไม่มีภาษาเข้าไปเกี่ยวข้อง

สันทัด เสริมศรี (2529 : อ่างใน จิตติมา สุขผลิน 2539) ได้ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านประเพณี และภาษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาในการติดต่อกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเองก็รับเอาคำพื้นเมืองเช่น แอ่ว อู้ เจ้า ฯลฯ ไปเผยแพร่เช่นกัน

ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ (2539) ได้พูดถึงภาษากับการท่องเที่ยวเช่นกันในงานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นความไม่พร้อมของบุคลากรในการใช้ภาษาอังกฤษซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม งานวิจัยนี้ได้ชี้ประเด็นวัฒนธรรมที่น่าสนใจอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวคือผลกระทบจากเงินตรา กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้มีเงินไหลสะพัดเข้าไปในท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่นมีค่านิยมต่อเงินตราเปลี่ยนไป กลายเป็นคนโลภ เห็นแก่ได้จนทำให้สูญเสียลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของคนไทย

รุ่งทิพย์ ว่องปฏิบัติการ (2542) ศึกษาความเชื่อมโยงของความเป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีต่อภูเก็ต โดยให้คะแนนเปรียบเทียบระหว่างจังหวัดภูเก็ตและแหล่งท่องเที่ยวประเภทรีสอร์ทชายทะเลอื่น ๆ โดยใช้คะแนนเป็นตัวเปรียบเทียบสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว งานวิจัยเรื่องนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารและการใช้ภาษาเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเปรียบเทียบในการให้คะแนนต่อจังหวัดภูเก็ตต่ำเป็นอันดับที่ 3 (สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ตมากที่สุดคือการไม่ให้ข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับสภาพอากาศ และ ที่ไม่พอใจรองลงไปคือ การ



วางแผนพัฒนา ซึ่งทำให้เสน่ห์ของจังหวัดภูเก็ตลดลง) นักท่องเที่ยวซึ่งให้ข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้ได้ให้คะแนนการสื่อสารการใช้ภาษาของรีสอร์ทชายทะเลอื่น ๆ 4.29 ในขณะที่ให้ภูเก็ตเพียง 3.73 เป็นที่น่าสังเกตว่างานวิจัยนี้ผู้วิจัยไม่ได้รวมวัฒนธรรมไว้ในคุณลักษณะที่ใช้สอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

จุลสารการท่องเที่ยว (ปีที่ 2 เล่มที่ 3) มีบทความที่แสดงว่าการท่องเที่ยวทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นเสื่อมโดยอธิบายว่าชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในภูเก็ต ได้นำเอาวัฒนธรรมของประเทศตนซึ่งต่างจากไทยเข้ามาเช่น การแต่งกาย ความประพฤติต่อสาธารณะสถาน เช่น การอาบแดด ชาวภูเก็ตเห็นว่าสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวอย่างให้เยาวชนเลียนแบบทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมถูกทำลายหรือเสื่อมลงไป

จากตัวอย่างบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสาร ภาษา และวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะเห็นได้ว่ามีการกล่าวถึงภาษาในบริบทของการท่องเที่ยวโดยตรง มีการกล่าวถึงวัฒนธรรม ในงานศึกษาหลายเรื่อง แต่การสื่อสารในบริบทของการรวมเอาวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกันกับการใช้ภาษาแทบจะไม่มีมีการกล่าวถึง

### งานศึกษาวิจัยในต่างประเทศ

ในส่วนของการศึกษาในต่างประเทศนี้จะแบ่งเป็นสองประเภท ประเภทแรกคือ งานศึกษาที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวและในบริบททั่ว ๆ ไป ส่วนอีกประเภทหนึ่ง คือ งานศึกษาที่เน้นหนักทางด้าน การเรียนการสอนภาษา

#### งานศึกษาที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในบริบทของการท่องเที่ยวและในเรื่องทั่ว ๆ ไป

Terrill (1982): The Rationale for and the Design of an Interdisciplinary Semester Course with a

Global Perspective: Intercultural Communication for Eighth- and Ninth- Grade Students

งานนี้ Terrill ได้ศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรมในประเทศเดียวกันคือประเทศอเมริกาซึ่งเป็นประเทศหนึ่งที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรมอย่างเห็นได้ชัด Terrill ได้อ้างถึงเรื่องที่เป็นปัญหาใหญ่ทางสังคม ปัญหาหนึ่งของอเมริกา คือ คนละเลยไม่ใส่ใจในความแตกต่างและความหลากหลายของ วัฒนธรรมในสังคมของตนเอง (Intercultural Ignorance) Terrill จึงเสนอว่าการแก้ปัญหาหนึ่งทำได้โดยการปรับเปลี่ยนหลักสูตรการเรียนการสอนในโรงเรียน โดยให้รวมเอาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วย Terrill มุ่งหวังให้ผลจากการศึกษานำไปสู่การพัฒนาและออกแบบหลักสูตรที่ส่งเสริมให้เยาวชน ของอเมริกาเข้าใจและตระหนักถึงคุณค่าของตนเองทั้งทางด้านวัฒนธรรม ภาษาและพฤติกรรม (Interpersonal Behaviour) Terrill ยังเน้นด้วยว่าหลักสูตรต้องส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้และซาบซึ้งถึงคุณค่า วัฒนธรรม ภาษา และ พฤติกรรม ของคนต่างวัฒนธรรมด้วย และต้องกระตุ้นให้เยาวชนอเมริกันเห็นความสำคัญของการเรียนภาษาต่างประเทศ

Tsuda (1985): Language Inequality and Distortion in Intercultural Communication: A Critical

Theory Approach (Ideology, Esperanto)

Tsuda ได้พยายามอธิบายถึงอิทธิพลของภาษาตะวันตกโดยเฉพาะภาษาอังกฤษในงานศึกษาของเขาโดยชี้ให้เห็นว่าการใช้ภาษาใดภาษาหนึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารกับกลุ่มคนที่ไม่ได้เป็นเจ้าของภาษา เป็นสาเหตุให้เกิดความไม่เท่าเทียมและ เกิดการบิดเบือน (Inequality and distortion) ทั้งในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และการสื่อสารในระดับนานาชาติ ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีของ Jurgen Habermas และ Claus Mueller ซึ่งเป็นนักทฤษฎีเชิงวิพากษ์ (Critical Theorists) ชาวเยอรมันและได้ทดลองนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางสังคมและวัฒนธรรมมาใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการศึกษา เช่น การครอบงำของภาษาในยุคอาณานิคมที่ต่อโลกที่สาม เงื่อนไขที่มีลักษณะขัดแย้งกันในตัว

และเอกลักษณ์ที่ไม่ลงตัวของบุคคลที่อยู่ในสังคมที่มีการใช้ภาษาสองภาษาตลอดจนอิทธิพลของอเมริกาในการผูกขาดความคิดและข้อมูลในการสื่อสารทั้งในระดับชาติและในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ประชาคมโลกต้องปฏิบัติด้วยกัน

Tsuda ได้ตั้งภาษาสมมุติขึ้นสำหรับใช้กับคนทั่วโลกคือ Esperanto ตามแนวทฤษฎีของ Jurgen Sabermas and Claus Mueller ผลของการศึกษาได้พบว่าค่านิยมของเหตุผลและการส่งผ่านทางวัฒนธรรมโดยภาษาเดียวกันคือภาษาสมมุติที่สร้างขึ้นมานี้ มีนัยให้คิดว่าการมีภาษาใหม่ขึ้นอีกภาษาหนึ่งสำหรับคนทั้งโลกจะช่วยให้คนทุกชาติทุกภาษาสามารถสื่อสารกันได้โดยเท่าเทียมกันทั้งในด้านของการส่งสารระหว่างกันและด้านของความรู้อีกที่ต่างก็ไม่ได้อยู่ไปว่ากันและกัน ที่สำคัญไปกว่านั้นคือไม่มีการบิดเบือนในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและการสื่อสารระหว่างประเทศ เช่นที่เป็นอยู่ทุกวันนี้

**Meyer (1986): A Study of the Management: Intercultural Communication Conflict under Time  
Restrains between Customer Contact Employees and Customers in Asian  
Airlines**

Meyer ได้ศึกษาการจัดการความขัดแย้งที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (The management of intercultural conflicts) ในกรอบเวลาอันจำกัดของพนักงานสายการบิน กลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาค้นคว้าของ Meyer คือ พนักงานของสายการบิน 4 สายของเอเชีย Meyer ใช้วิธีสัมภาษณ์พนักงาน และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) เพื่อสังเกตและศึกษาพฤติกรรมสื่อสารระหว่างผู้โดยสารกับพนักงานสายการบินที่จุดซึ่งผู้โดยสารขาออกไปขึ้นเครื่องบิน การศึกษาชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญคือ ในการจัดการกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้นควรต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมและลักษณะเฉพาะของคนในแต่ละวัฒนธรรมด้วย โดยจะต้องคำนึงถึงทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ เช่น ลักษณะการพูด การโต้ตอบของผู้โดยสารและพนักงานสายการบินที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่ต่างกัน

**Chen 1989: Dimensions of Intercultural Communication Competence**

งานวิจัยของ Chen มุ่งศึกษามิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และองค์ประกอบของมิติดังกล่าว สรุปโดยรวมแล้วองค์ประกอบหลัก ๆ ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น จะรวมถึงการรู้จักและเข้าใจในวัฒนธรรมของตนเอง การปรับตัวทางสังคมและการสื่อสาร รวมทั้งความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้วย

**Fritz (1988): An Analysis of the Foreign Language Needs of Students Preparing for Careers in  
Tourism Management (French Text)**

งานวิจัยของ Fritz ได้ศึกษาความต้องการทางด้านภาษาต่างประเทศของนักศึกษาที่กำลังเตรียมตัวเพื่อทำงานในธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว ความต้องการภาษาดังกล่าวนี้นับรวมถึงความต้องการภาษาสำหรับระดับบุคลากรระดับกลางในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและระดับผู้บริหารซึ่งเป็นความต้องการระยะยาว Fritz ได้ศึกษาความต้องการภาษาฝรั่งเศสเพื่อนำไปจัดทำหลักสูตรภาษาฝรั่งเศสสำหรับการท่องเที่ยว ในการศึกษาของเขามีการกล่าวถึงปัจจัยทางสังคมซึ่งมีผลต่อรูปแบบการสื่อสารเช่น ทักษะคิดต่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยว ความทันสมัยของอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวโดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวเชื่อม และผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของโลกที่มีต่ออุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการวางวัตถุประสงค์และเนื้อหาของหลักสูตรโดยเน้นทั้ง Language Functions และ Language Notions Fritz ได้กล่าวด้วยว่าถึงแม้งานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นศึกษาความต้องการภาษาฝรั่งเศสในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวแต่ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการสร้างหลักสูตรภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ด้วย

**Lee (1989): Intercultural Communication: A Testbench of the Theory of Activity (Communication)**

การศึกษานี้ได้กล่าวถึงชาวจีนซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการอพยพไปอยู่ในที่ต่าง ๆ ทั่วโลก แน่นนอนว่าจะต้องมีการสื่อสารระหว่างคนจีนอพยพกับคนพื้นถิ่นซึ่งมีภูมิหลังทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน แต่การศึกษาที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมส่วนใหญ่มองข้ามการสื่อสารระหว่างกลุ่มชาวจีนกับชนพื้นถิ่น งานวิจัยของ Lee จึงมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของชาวจีน ในแง่ที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลังทางวัฒนธรรมของชนชาตินี้โดยใช้ วิธีศึกษาภูมิหลังของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (The cultural-historical approach) ผลของการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าภูมิหลังทางวัฒนธรรมมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมากต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ แต่ด้วยเหตุที่การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของชาวจีนถูกมองข้ามเขาจึง เสนอแนะว่าจำเป็นต้องมีการแก้ไข และพัฒนาในส่วนของนักศึกษาชาวจีน รวมทั้งหน่วยงานการศึกษาที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยนี้ยังได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้วิธีศึกษาภูมิหลังของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่มาจากต่างภาษา ต่างวัฒนธรรม

**Gao (1998): Influence of Native Culture and Language on Intercultural Communication: The Case of PRC Student Immigrants in Australia**

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมและภาษาแม่ที่มีต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม แม้จะเป็นกรณีศึกษาของนักศึกษาชาวจีนแผ่นดินใหญ่ที่อพยพย้ายถิ่นไปอยู่ในออสเตรเลียก็ตาม Gao ได้ย้ำความคิดความเชื่อของผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่ว่าในการสื่อสารของคนต่างวัฒนธรรมแต่ฝ่ายจะยังคงติดยึดอยู่กับภาษา ค่านิยม ประเพณีและเอกลักษณ์ของชาติตน องค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้เชื่อมโยงซึ่งกันและกันในการสื่อสาร อย่างเช่นค่านิยมและประเพณี ซึ่งน่าจะเป็นส่วนที่มีได้สื่อออกมาด้วยภาษาแต่กลับมีอิทธิพลในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นส่วนที่กำหนดกรอบการใช้ภาษาอังกฤษของนักศึกษาชาวจีนในออสเตรเลีย อิทธิพลดังกล่าวเป็นสิ่งที่พบอยู่เสมอในการสื่อสารของนักศึกษาชาวจีนแผ่นดินใหญ่กับกลุ่มนักศึกษาออสเตรเลีย

**Leigh (1998): Implications of Universal and Parochial Behavior for Intercultural Communication**

Leigh ได้พูดถึงวัฒนธรรมซึ่งพัฒนาจากพฤติกรรมมนุษย์ว่า เป็นสิ่งที่ได้สั่งสมมาจากสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงเป็นเรื่องไม่น่าแปลกใจเลยที่จะพบว่าปฏิสัมพันธ์ข้ามพรมแดนวัฒนธรรมมักจะนำไปสู่ความเข้าใจผิดที่มีได้ตั้งใจ และอาจจะเลยไปถึงความขัดแย้งระหว่างกัน ความเข้าใจผิดนี้บางครั้งทำให้ผู้รับสาร ซึ่งมีวัฒนธรรมแตกต่างกันรู้สึกโกรธเคืองกันได้แม้ว่าคนพูดจะไม่ได้ตั้งใจก็ตาม ในงานวิจัยชิ้นนี้ Leigh ได้นำเสนอวิธีการที่จะช่วยให้การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามเขามีได้พูดถึงเรื่องนี้ในแง่ของการท่องเที่ยวถึงแม้ว่าจะอ้างถึงคนที่จะต้องอยู่ในที่มีถิ่นของตน ( An exotic environment ) ก็ตาม นอกจากนี้ Leigh ยังได้กล่าวถึงอคติของคนในมิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่การสื่อสารที่ไม่มีคุณภาพซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับสิ่งที่พบเห็นได้บ่อยๆ ในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการซึ่งมีภาษาและภูมิหลังที่แตกต่างกัน

**Chappel (1998): Cultural Dimensions of Hospitality Service Provision**

Chappel ได้ศึกษามิติทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคน 2 กลุ่ม คือ บุคลากรในภาคบริการ กับ นักท่องเที่ยว เขาได้ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป เช่น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้และประสบการณ์ทางวัฒนธรรม และบุคลากรในภาคบริการเกือบทุกฝ่ายมีหน้าที่เสมือนตัวเชื่อมประสานระหว่างวัฒนธรรม (Culture Broker) กลุ่มคนเหล่านี้เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นหรือประเทศของตนให้แก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ มัคคุเทศก์ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลและความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ส่วนบุคลากรภาคการท่องเที่ยวยื่นๆ เช่น พนักงานเสิร์ฟ พนักงานต้อนรับ คนขับรถ ตำรวจท่องเที่ยว พนักงานรักษาความปลอดภัย พนักงานโรงแรม หรือแม้แต่

คนหาบเร่ขายของตามสถานที่ต่าง ๆ ก็มีการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและเป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้เพราะในระหว่างการสื่อสารจะมีการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของกันและกัน Chappel จึงชี้ให้เห็นว่ากลุ่มคนซึ่งให้บริการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวของตน เพราะนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของบ้านตามความต้องการของตนเองจากการที่เลือกสื่อสารกับคนในกลุ่มต่างๆเหล่านี้ งานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวทุกหน่วยให้สามารถทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมประสานทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะที่งานวิจัยส่วนมากชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความสามารถและทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของบุคลากรในภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่ต้องสื่อสารกับคนหลากหลายวัฒนธรรม แต่ก็มีงานวิจัยบางเรื่องที่ได้ค้นพบมุมมองที่ต่างกันกล่าวคือ ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีความสำคัญน้อยกว่าความสามารถทางการทำงานด้านอื่น ๆ เช่น งานวิจัยของ Leclerc (1999) ซึ่งศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของความสามารถทางการสื่อสารที่จำเป็นต่อการทำงานของมัคคุเทศก์กับความสามารถด้านการทำงานและความสามารถในการแสดงออกในทางสังคมของมัคคุเทศก์ การศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวเยอรมัน ฝรั่งเศส และอเมริกันเห็นว่าความสามารถในการทำงานมีความสำคัญกว่าความสามารถด้านการสื่อสารของมัคคุเทศก์และความสามารถในการแสดงออกในทางสังคม

### วรรณกรรมที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในส่วนของงานเรียนการสอนภาษา

งานในด้านนี้โดยรวม ๆ แล้วพอจะแยกออกได้เป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มแรก คือ การศึกษาเรื่องภาษาและวัฒนธรรมในบริบทของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

กลุ่มที่สอง คือ ประเด็นด้านวัฒนธรรมในการศึกษา

กลุ่มที่สาม คือ วัฒนธรรมที่พบในการใช้ภาษา

งานวิจัยทั้ง 3 กลุ่มข้างต้นเน้นการเรียนการสอนภาษาอังกฤษมากกว่าภาษาอื่น ในกลุ่มแรกส่วนมากพูดถึงแนวคิดและทฤษฎีโดยมุ่งไปที่การเรียนการสอนภาษาอังกฤษในสิ่งแวดล้อมของภาษาและวัฒนธรรมที่ภาษาอังกฤษมิใช่ภาษาที่หนึ่ง และงานส่วนมากจะเน้นความแตกต่างที่ค่อนข้างจะ “สุดขั้ว” เช่น มุมมองระหว่างคนตะวันออกและตะวันตก (Asian and Western) งานวิจัยในกลุ่มนี้มองประเด็นที่จะทำอะไรให้วิธีการสอนภาษานำไปสู่การเรียนรู้วัฒนธรรม Kachru (1995) มองว่า ภาษาอังกฤษน่าจะใช้เป็นสื่อที่คนทั้งโลกสามารถใช้เป็น “เครื่องมือ” เข้าไปสู่วัฒนธรรมที่หลากหลาย ในบทความนี้ Kachru ได้แจกแจงประเด็นในการนำเสนอระหว่าง **สื่อ** กับ **เนื้อความ** (Medium VS Message) เช่น ในวรรณคดีภาษาอังกฤษเป็นต้น เขามอง “**เนื้อความ**” (message) เป็น “พหุสาร” (Pluralism) กล่าวคือสิ่งที่ประกอบขึ้นเป็นงานวรรณคดีเรื่องหนึ่ง ๆ จะต้องมีเรื่องราวของวัฒนธรรม เรื่องราวของภาษาศาสตร์ และเรื่องราวของประเพณี โดยมีภาษาอังกฤษเป็นเพียง “ตัวกลาง” (medium) นำเนื้อความเหล่านั้นไปยังสังคมที่หลากหลาย (multiculturalism) เขากล่าวด้วยว่าภาษาอังกฤษในโลกมีหลากหลายโดยใช้สำนวนที่น่าสนใจว่า “World Englishes” แต่ในความหลากหลายเหล่านั้นมีสิ่งๆหนึ่งที่เหมือนกันอยู่อย่างหนึ่งคือ ความคิดริเริ่มที่เกิดจากความแตกต่างของภาษา (multilinguals' creativity) เขาเชื่อว่าหลักการพื้นฐานของภาษาไม่จำเป็นต้องชี้ดวงของตัวมันเองและไม่จำเป็นต้องสูญเสียความเป็นตัวของตัวเองเหมือนเช่นที่ มหาตมะคานธี (1864-1948) พูดว่า *ท่านไม่ต้องการมีบ้านที่ปิดประตูหน้าต่างมิดชิดจนวัฒนธรรมอื่นใดอย่างกรายเข้ามาได้ ท่านต้องการบ้านที่มีหน้าต่างประตูเปิดกว้างสำหรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมแต่ท่านไม่ยอมที่จะปล่อยให้ตัวเองล่องลอยไปตามกระแสวัฒนธรรมเหล่านั้น* (I do not want my house to be walled in on all sides and my windows to be stuffed. I want cultures of all lands to be blown about my house as freely as possible. But I refuse to be blown off my feet anyway).

งานวิจัยในกลุ่มนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการมอง “ผ่านภาษา” เข้าไปยังวัฒนธรรมและไม่เชื่อว่า การสอนภาษาโดยเน้นเฉพาะการเรียนรู้และความสามารถในการใช้ภาษาจะเพียงพอ (Byram, 1995) เขาย้ำความเชื่อในเรื่องนี้ ตอนหนึ่งในรายงานเรื่องนี้ว่า ทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาซึ่งเน้นเฉพาะการเรียนรู้เรื่องภาษาเท่านั้นไม่เพียงพอ ความเชื่อนี้พ้องกับ Schumann (1978) ที่เชื่อว่าทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาที่สมบูรณ์จะต้องเป็นทฤษฎีที่ใช้ภาษาเป็นแว่นมองลึกเข้าไปยังทัศนคติและวัฒนธรรม เช่นเดียวกับ Hall (1981) ที่เชื่อว่า วัฒนธรรมมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการเรียนรู้และการสื่อสารของคนเรา เช่นตอนหนึ่งของความเชื่อนี้ที่ Hall บอกว่า “How one learns is culturally determined, as is what one learns.” (อ้างแล้ว หน้า 190)

ส่วนหลักการพื้นฐานของกลุ่มที่สอง มุ่งเน้นไปยังการสอนภาษาโดยรวมมิติด้านวัฒนธรรมเข้าไปในการเรียนภาษาอังกฤษด้วย กลุ่มนี้เชื่อว่าเนื้อหาทางวัฒนธรรมและภาษาจะต้องไปด้วยกัน เช่น Tickoo (1995) เน้นความสมจริง (authenticity) ในการใฝ่หาวิถีทางวัฒนธรรมเข้าไปในการสอนภาษา ในขณะที่ Nicholls (1995) เชื่อว่าการใช้แบบเรียนที่เป็นทางการ (official English language textbooks) ซึ่งในรายงานวิจัยหมายถึงหนังสือที่ผลิตเชิงพาณิชย์ มีความอ่อนด้อยในการส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย (a weak conception of multiculturalism) โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับตำราที่แต่ละท้องถิ่นจัดทำขึ้นเองซึ่งเขาใช้คำว่า “local texts” Nicholls ได้วิเคราะห์ให้เห็นว่า local texts สามารถช่วยให้ครูผนวกวัฒนธรรมเข้ากับการเรียนภาษาได้ อันจะเป็นการส่งเสริมแนวคิดของสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม (multi-cultural societies) งานวิจัยบางเรื่องในกลุ่มนี้ได้รวม “ความเชื่อเชิงอุดมคติ” (Ideology) เข้าไปในการศึกษาเรื่องการจัดการเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมด้วยเช่น Baik และ Shim (1995) ซึ่งได้ศึกษาตำราภาษาอังกฤษที่ใช้ในประเทศเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ ในการวิเคราะห์ตำราดังกล่าวมีประเด็นน่าสนใจที่ผู้วิจัยนำเสนอ เช่น

- วัฒนธรรมการพูดภาษาอังกฤษเป็นเรื่องน่าดูถูกในประเทศเกาหลีเหนือ (English Speaking Cultures as Objects of Contempt in North Korea)
- วัฒนธรรมเกี่ยวกับการพูดภาษาอังกฤษในตำราของประเทศเกาหลีใต้ (English Speaking Cultures in South Korean Textbooks)
- ความภาคภูมิใจในความเป็นชาย (Male Chauvinism)
- วัฒนธรรมตะวันตก: สิ่งที่เป็นทั้งความอิจฉาและน่าเคารพของคนเกาหลีเหนือ (Western Cultures as Objects of Envy and Respect)
- การครอบงำของศาสนา ที่มีต่อวัฒนธรรม (Cultural Dominance through Religion)
- วัฒนธรรมตะวันตกกับวัฒนธรรมอื่น ๆ (Western Cultures vs Other Cultures)

ในกลุ่มที่ สาม ส่วนมากจะเน้นถึง วัฒนธรรมที่พบในการใช้ภาษา มีงานที่ชี้ให้เห็นบริบท หรือ วัฒนธรรมทางภาษา (discourse) ของกลุ่มคนที่มาจากภูมิหลังทางภาษาที่ต่างกันเช่นกลุ่มชนทางแถบเอเชีย ซึ่งมีภาษาเป็นของตนเอง เช่น จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น อีกด้านหนึ่งของงานวิจัยในกลุ่มนี้ได้ศึกษาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของประเทศในแถบแปซิฟิกโดยมองผ่านงานวรรณกรรม (literary works) เช่นงานวรรณกรรม ภาษาอังกฤษที่เขียนโดยชนชาวซามัว (Samoan) ในเกาะ Samoa ซึ่งเป็นเกาะแห่งหนึ่งของประเทศอเมริกา ตั้งอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกตอนใต้ การใช้ภาษาอังกฤษในงานเขียนของคนไทย คนญี่ปุ่น และคนนิวซีแลนด์ เป็นต้น

งานวิจัยในกลุ่มนี้ชี้ให้เห็นลักษณะเฉพาะของภาษาในวัฒนธรรมต่าง ๆ และยังชี้ให้เห็นมิติทางสังคมวิทยาของสังคมนั้นด้วย ส่วนที่น่าสนใจและน่าจะนำมาเป็นแนวคิดในการวางแผนจัดทำหลักสูตรการสอนภาษา วัฒนธรรมและการสื่อความหมายอย่างสมจริงและเน้นรูปธรรม คือลักษณะเฉพาะ ความเหมือนและความแตกต่างของการใช้ภาษา

เดียวกันคือภาษาอังกฤษ ซึ่งนักวิจัยคนหนึ่งในกลุ่มนี้คือ Yamuna Kachru (1995) ใช้คำเดียวกับที่ Braj B. Kachru ใช้ในการพูดถึงงานวิจัยกลุ่มแรกคือ “Englishes” ซึ่งหมายถึงภาษาอังกฤษในหลากหลายรูปแบบ Yamuna Kachru ได้กล่าวนำในบทความที่สืบเนื่องจากงานวิจัยของเขาเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่น่าสังเกตในยุคสมัยนี้ซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน คือ การแพร่ขยายของภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นสื่อที่ทรงประสิทธิภาพในการสื่อสารของคนทั่วโลก การแพร่ขยายของภาษาอังกฤษทำให้นักวิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องนี้อย่างกว้างขวาง บางกลุ่มได้ชี้ให้เห็นถึง “ตัวภาษา” ซึ่งใช้โดยผู้ที่มีได้เป็นเจ้าของภาษาผิดเพี้ยนไป (deviant ways) บางกลุ่มชี้ให้เห็นถึงตัวผู้พูดจากต่างวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ภาษาผิดเพี้ยนไปเช่นกัน สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural communication) รายงานชิ้นนี้ชี้ให้เห็นความสำคัญของ ความหมายทางวัฒนธรรม (cultural meaning) รูปแบบเฉพาะของการสื่อสาร (communication styles) ปฏิสัมพันธ์ของความหมายทางวัฒนธรรมและรูปแบบเฉพาะของการสื่อสาร (interaction of cultural meaning and communication styles) และการสื่อสารออกมาเป็นคำพูด (speech acts) ซึ่งบางครั้งการพูดจาของคนสองคนก็ได้สื่อความตรงกันและยากต่อการตีความว่ามีอะไรแฝงอยู่ในนัยของการโต้ตอบกันหรือไม่ ตัวอย่างหนึ่งที่ Kachru แสดงไว้คือ

A : What did you think of Pam's research report?

B : She certainly types well.

การโต้ตอบของ A และ B ที่ยกมาเป็นตัวอย่างจะเห็นได้ว่า A น่าจะต้องการความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานของ Pam มากกว่าที่จะถามเรื่องรูปแบบการพิมพ์ แต่ผู้ตอบอาจจะเข้าใจผิดทั้งในด้านภาษาและความหมายจึงตอบต่างจากความคาดหมายของผู้ถาม

งานวิจัยทั้งสามกลุ่มนี้เป็นแนวความคิดซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะได้มา นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังสามารถใช้องค์ความรู้เหล่านี้เป็นข้อมูลในการเสนอแนะเนื้อหาและมิติต่างๆ ที่ผู้จัดทำหลักสูตรภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมควรคำนึงในการจัดทำหลักสูตรเพื่อการท่องเที่ยวของภูเก็ตและของประเทศต่อไป

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม มีส่วนหนึ่งซึ่งเจาะลึกไปยังการฝึกอบรมทั้งในรูปแบบของการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการจัดอบรม บางส่วนของงานเหล่านี้ได้แก่

Harmer (1982) : The Effects of an Intercultural Communication Workshop on American

#### Participants' Intercultural Communication Competence

Harmer ได้ศึกษาพัฒนาการของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าอบรม Intercultural Communication Workshop (ICW) เพื่อศึกษาว่าการจัด ICW ทำให้คนมีการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมดีขึ้นหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า การกระทำดังกล่าวไม่ได้ช่วยมากนัก กล่าวคือ การสื่อสารของผู้เข้ารับการอบรมไม่ดีขึ้นมากนักหลังจาก ICW งานวิจัยชิ้นนี้ยังชี้ให้เห็นด้วยว่า บรรยากาศของการอบรมมีความสัมพันธ์กับพัฒนาการด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของผู้เข้าอบรม [ผลจากการศึกษาของ Harmer ต่างจากที่เมตตา (2536) พบในการศึกษา – งานวิจัยของเมตตาบ่งว่าการอบรมจะช่วยให้บุคลากรจากหลากหลายวัฒนธรรมขององค์กรมีความเข้าใจต่อกันและกันซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารต่อกันและกันราบรื่นขึ้น ]

Gladstone (1998a): Cross-cultural Communication in the Development of Tourist Markets for

#### Indo-China: Implications for Management Training

Gladstone ได้นำผลจากการศึกษาถึงความสำคัญของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Communication) มาแสดงให้เห็นเป็นแนวคิดในการจัดอบรมเรื่องนี้สำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว งานวิจัยชิ้นนี้มีประเด็นที่น่าจะเป็นประโยชน์และควรกล่าวถึงในที่นี้คือ วัฒนธรรมกับการสื่อสารไม่สามารถแยกจากกันได้ และวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการขาดความสามารถในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-

cultural communication) จะนำไปสู่ความล้มเหลวในการทำงานได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นการตระหนักและเข้าใจถึงภูมิหลังและความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญอย่างมากในการทำงานกับผู้คนจากต่างชาติ ต่างภาษาและต่างวัฒนธรรม เพราะหากเข้าใจในภูมิหลังและความแตกต่างเหล่านั้นแล้ว บุคลากรสามารถนำความเข้าใจอันนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารกับพนักงาน (employees) และลูกค้า (customers) ได้ ด้วยความสำคัญดังกล่าว Gladstone จึงสนับสนุนให้มีการรวมเอาการอบรมด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural training) ไว้ในขบวนการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว และเขาได้เน้นว่า การอบรมดังกล่าวจะต้องเป็นการอบรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความเข้าใจและตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมมากกว่าที่จะส่งเสริมให้ปฏิเสธ ไม่เปิดใจรับ และมองวัฒนธรรมที่แตกต่างจากของตนในแง่ลบ

Pacino (1988): Intercultural Communication and Its Use in Education as a Training Tool for School Personnel (Administrators, Counselors, and Teachers)

Pacino ได้ศึกษาวิธีการที่จะช่วยให้บุคลากรในวงการการศึกษา เช่น ผู้บริหาร อาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์แนะแนว และครูผู้สอนได้เข้าใจเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมง่ายขึ้นโดยนำผลการศึกษามาออกแบบฝึกอบรม

McReynolds (1992) : Intercultural Communication Training: State of the Art

Mc Reynolds กล่าวไว้ว่าโลกปัจจุบันเป็นโลกของพหุวัฒนธรรม (Multicultural World) ดังนั้นคนที่ต้องทำงานในสังคมโลกซึ่งมีลักษณะเช่นนี้ จึงจำเป็นต้องมีทักษะ และ คุณสมบัติที่จำเป็นต่อการทำงานที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้ McReynolds ชี้ให้เห็นว่า การอบรมทางด้านสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นในการเตรียมคนให้พร้อมที่จะรับมือกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมเหล่านี้ การศึกษาของเขาจึงมุ่งศึกษาการอบรมที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (intercultural communication training) ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

จากวรรณกรรมที่ได้ศึกษามาข้างต้นสามารถมองเห็นบทบาทของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้น การศึกษาเอกสารและการทบทวนวรรณกรรมในด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication) และการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Communication) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเรื่องนี้ และได้เสนอแนะให้แต่ละสังคมยอมรับความแตกต่างของวัฒนธรรมและจัดการเรียนการสอนหรือจัดอบรมให้สอดคล้องกับความแตกต่างดังกล่าว

ถึงแม้เรื่องของการสื่อสารระหว่างคนต่างวัฒนธรรมจะได้มีการศึกษากันอย่างกว้างขวางในต่างประเทศแต่การศึกษาเอกสารและการทบทวนวรรณกรรมในประเทศไทยไม่ได้พบเรื่องนี้มากนัก อย่างไรก็ตามได้พบว่าแนวโน้มของการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเริ่มมีมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสภาวะของโลกที่เปิดประตูไปมาหากันมากขึ้น และการแสวงหาเงินตราจากการท่องเที่ยวเป็นตัวเร่ง ทุกวันนี้ไม่มีใครที่จะปฏิเสธได้เลยว่าประเทศใด ประเทศหนึ่งจะยืนหยัดอยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งพาหรือเกี่ยวข้องกับประเทศอื่น ผลจากการวางนโยบาย การปฏิบัติ และการพัฒนาของแต่ละประเทศมีความเกี่ยวพันเป็นห่วงโซ่ของกันและกัน ดังนั้นการศึกษาวิจัยนี้จะเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งจะช่วยในการสร้างองค์ความรู้ที่จะนำไปปฏิบัติและขยายผลให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น

### ภาพรวมการท่องเที่ยวในบริบทของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

ภูเก็ตในปัจจุบันไม่ได้ต่างกับอดีตมากนักในฐานะที่เป็นจุดหมายของการเดินทางเข้ามาของผู้คนจากทั่วทุกสารทิศ ทั้งนี้เพราะสภาพทางภูมิศาสตร์ของเกาะภูเก็ตเปิดโอกาสให้ภูเก็ตรองรับการเดินทางของคนต่างชาติต่างภาษาเช่นนี้มาเนิ่นนาน จนอาจพูดได้ว่าภูเก็ตเป็นเมืองที่มีบริบทของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมรายรอบอยู่ทั่วเกาะ

ในอดีตคนส่วนมากที่เดินทางมายังเกาะภูเก็ตคือคนจากยุโรปและเอเชีย จากหลักฐานเก่าแก่ที่สุดที่กล่าวถึง การเดินทางของคนต่างชาติดมายังเกาะภูเก็ตคือหนังสือภูมิศาสตร์และแผนที่เดินเรือของคลอดีอุส ปโตเลมี นักเดินเรือ ชาวกรีกซึ่งบันทึกไว้ในคริสต์ศตวรรษที่ 2 หรือ เมื่อปี พ.ศ. 700 ที่กล่าวถึงแผ่นดินส่วนนี้ว่าแหลม “แหลมตะโกลา” และได้ปรากฏหลักฐานที่กล่าวถึงเกาะนี้อีกครั้งจากบันทึกและแผนที่การเดินทางของชาติยุโรปมายังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกใน ระหว่างปี พ.ศ. 2054 – 2397 ในบันทึกครั้งนี้ได้เรียกเกาะแห่งนี้ว่า “Junk Ceylon” นอกจากหลักฐานของชนชาติยุโรป แล้วเกาะแห่งนี้ยังน่าจะเป็นแหล่งที่นักเดินทางชาวเอเชียแวะเวียนมาด้วยเช่นกัน เพราะได้พบหลักฐานที่ชาวทมิฬบันทึก ไว้ในปี พ.ศ. 1568 เรียกขานเกาะแห่งนี้ว่า “มณีคราม” หมายถึง “เมืองแก้ว” ซึ่งมีความหมายตรงกับชื่อ “ภูเก็ต” ที่ ปรากฏในจดหมายเหตุเมืองถลาง ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2328 และได้มีการใช้ชื่อนี้เรื่อยมาจนกระทั่งได้มีการเปลี่ยนเป็น “ภูเก็ต” ตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อครั้งยังคงดำรงพระยศเป็นพระบรมโอรสาธิ ราชในรัชกาลที่ 5 เมื่อปี พ.ศ. 2452 อันที่จริงชื่อไทยดั้งเดิมของเกาะนี้ที่ปรากฏในหนังสือราชการในสมัยกรุงศรีอยุธยาคือ “เกาะกลาง” ภูเก็ตก่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจแม้จะมีผู้คนอาศัยอยู่น้อยแต่ก็เป็นเกาะที่มีกลุ่มคนต่างภาษาต่าง วัฒนธรรมมาตั้งแต่เริ่มแรก แม้แต่คนพื้นเมืองดั้งเดิมของเกาะนี้ คือ เงาะซาไก ชาวเลหรือชาวน้ำ ก็เป็นคนอพยพมาจาก ที่อื่น ต่อมาได้มีชาวอินเดีย ชาวไทยและชาวจีน ซึ่งเป็นกลุ่มชนหลัก ๆ ที่อพยพเข้ามาเพิ่มเติมอย่างไรก็ตามในที่สุดแล้ว คนไทยนับเป็นชาวพื้นเมืองที่มีมากที่สุดและตั้งหลักแหล่งกระจายอยู่ทั่วทั้งเกาะ ชาวไทยเหล่านี้มีทั้งที่นับถือศาสนา พุทธและศาสนาอิสลาม ส่วนชาวพื้นเมืองดั้งเดิม คือ เงาะซาไก ชาวเลหรือชาวน้ำ ได้ยึดทำเลทำมาหากินอยู่ในทะเล บริเวณทางใต้และตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะ สำหรับชาวจีนซึ่งส่วนใหญ่เป็นจีนฮกเกี้ยน มีหลักฐานปรากฏว่าได้มาตั้ง หลักแหล่งในภูเก็ตมาตั้งแต่รัชกาลที่ 3 และเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นับแต่นั้นมาชาวจีนได้กลายเป็นชนส่วนใหญ่ของเกาะ ภูเก็ต เป็นกลุ่มที่มีอำนาจและมีบทบาทในการกำหนดทิศทางเศรษฐกิจของเกาะ เป็นเจ้าของกิจการเกือบทุกประเภท ของเกาะทั้งยางพารา พืชผลทางการเกษตร กิจการแร่ดีบุก ตลอดจน ธุรกิจโรงแรมและบริการต่าง ๆ นอกเหนือจาก เศรษฐกิจแล้วชาวจีนยังมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมของท้องถิ่นภูเก็ตอย่างเห็นได้ชัด ทั้งทางด้านวัฒนธรรมประเพณี และ สถาปัตยกรรม เช่น การริเริ่มประเพณีกินเจ ตึกรามบ้านเรือนแบบชิโนโปรตุกีส เป็นต้น ชนชาวจีนเหล่านี้ส่วนใหญ่ตั้ง บ้านเรือนอยู่ในตัวเมืองภูเก็ต เขตอำเภอเมืองภูเก็ตจึงมีลักษณะเป็นชุมชนชาวจีนและมีความแตกต่างจากอำเภอถลาง ซึ่งเป็นที่ตั้งหลักแหล่งของคนไทยแท้ ๆ กับชาวมุสลิมเชื้อสายมลายูมาแต่อดีต ในยุคก่อนนี้ชาวจีนเป็นผู้บุกเบิกทำเหมือง แร่ดีบุกโดยทำ งานตั้งแต่เป็นกุลิจนกระทั่งสามารถก้าวขึ้นเป็นนายเหมือง มีการอพยพคนจีนเข้ามาใช้แรงงานจนถึง สมัยรัชกาลที่ 5 ตลอดเวลาเหล่านี้มีการแต่งงานผสมผสานวัฒนธรรมกับคนท้องถิ่นภูเก็ตมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็น ลักษณะวิถีชีวิตของชาวเกาะภูเก็ตในทุกวันนี้

จะเห็นได้ว่าการเริ่มต้นและวิวัฒนาการทางสังคมของคนในจังหวัดภูเก็ตมีลักษณะของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในระหว่างชนกลุ่มอยู่ตลอดเวลาและเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2514 เมื่อ นายพูนเพิ่ม สุวณณาการ ได้สร้างโรงแรม แห่งแรกซึ่งเป็นที่พักแบบบังกะโล จำนวน 86 ห้อง ขึ้นบนเนื้อที่ประมาณ 127 ไร่ ของแหลมกา ชายฝั่งทะเลด้านใต้ ของเกาะภูเก็ต ชื่อว่า โรงแรมภูเก็ตไฮล์แลนด์รีสอร์ท ซึ่งนับว่าเป็นโรงแรมแบบทันสมัยพร้อมเครื่องอำนวยความสะดวก และสระว่ายน้ำแห่งแรกของภูเก็ต การสร้างโรงแรมแห่งแรกในภูเก็ตอาจนับได้ว่าเป็นผลพวงของการเริ่มอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างเป็นทางการ ของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่ได้จัดให้การพัฒนาภาคบริการรวมอยู่ใน แผนพัฒนาของชาติและได้จัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2502

อย่างไรก็ตามในช่วงเกือบสองทศวรรษหลังจากนั้นการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตก็ยังไม่ขยายตัวมากนัก โดย ดูจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาภูเก็ตในปี พ.ศ. 2520 ในช่วง 12 ปีหลังจากที่มีการสร้างโรงแรมที่ทันสมัยแห่งแรกแล้ว



ยังคงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาภูเก็ตเพียงประมาณปีละ 75,000 คน เท่านั้น จนสภาพการณ์ของราคาดีบุกในตลาดโลก ตกต่ำลงเรื่อย ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา และในปี พ.ศ. 2531 แอปปีหลังจากนั้นกิจการเหมืองแร่ดีบุกในภูเก็ต ก็ ตกลงอยู่ในภาวะที่ต่ำสุด เมื่อเหมืองแร่บนบกที่เคยมีถึง 48 แห่งลดลงเหลือเพียง 6 แห่ง และจำนวนเรือขุดแร่ลดลงจาก 3,000 ลำ เหลือเพียง 102 ลำ ในช่วงเวลานั้นเป็นช่วงเวลาของการถ่ายโอนธุรกิจเหมืองแร่ไปยังธุรกิจท่องเที่ยวโดยมี จำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2530 เป็นตัวชี้วัด คือมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังจังหวัดภูเก็ตในปี 2530 ถึง 800,000 คน เป็นจำนวนที่มากกว่าเมื่อสิบปีที่แล้วถึง 10.67 เท่า (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

ภูเก็ตมิได้มีเพียงธรรมชาติอันงดงามของหาดทรายชายทะเลเกาะแก่งและ น้ำตกต่าง ๆ เท่านั้น แต่ยังมีแหล่ง ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะของจังหวัดอยู่มาก เช่น วัดฉลอง ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานรูปหล่อของหลวงพ่อดำซึ่งเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณให้แก่ ชาวบ้านในการต่อสู้กับพวกอั้งยี่ที่คิดกบฏต่อเมืองภูเก็ตจนสำเร็จเมื่อ พ.ศ. 2419 ในสมัยรัชกาลที่ 5 วัดพระนางสร้าง อันเป็นวัดที่เก่าแก่และมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ของภูเก็ตเพราะเคยเป็นค่ายสู้รบพม่า เมื่อปี พ.ศ. 2328 บ้านท่าว เททกระษัตริ์ ซึ่งเป็นบ้านเดิมของคุณหญิงจันและคุณหญิงมุก ซึ่งช่วยต่อสู้ป้องกันถลางจากพม่า ฯลฯ เป็นต้น ในส่วน ของสถาปัตยกรรม ภูเก็ตมีสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ควรค่าแก่การท่องเที่ยวและศึกษาอยู่กลางเมืองภูเก็ต ซึ่งร้อยละ 11 ของอาคารในกลุ่มสถาปัตยกรรมเหล่านี้มีอายุมากกว่าร้อยปี สิ่งที่ยังคงอยู่คู่กับสถาปัตยกรรมดังกล่าวคือวิถีชีวิตของชน ชาวจีนซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลและบทบาทต่อการพัฒนาภูเก็ตดังได้กล่าวถึงมาแล้วข้างต้น ทั้งนี้เพราะอาคารส่วนมากใน ย่านนี้ยังคงใช้เป็นที่อยู่อาศัยของคนจีนอยู่จนถึงทุกวันนี้ จากใจกลางเมืองภูเก็ตซึ่งเป็นชุมชนชาวจีนแล้ว ยังมีวิถีชีวิต ชาวเลให้ศึกษาในสภาพที่แท้จริงอยู่มากโดยสามารถศึกษาได้ทั้งการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ค่านิยมและความเชื่อต่าง ๆ เช่นการลอยเรือเพื่อขอให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครองก่อนออกทะเล และเพื่อสะเดาะเคราะห์ เป็นต้น นอกเหนือจากนี้ภูเก็ตยังมี ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต ศูนย์อนุรักษ์ท้องถิ่นกะทู้ ศูนย์หัตถกรรมจังหวัดภูเก็ต กิจกรรมการทำเหมืองมะม่วงหิม พานต์ หมู่บ้านไทย สวนกล้วยไม้ สวนผีเสื้อ ศูนย์ชีววิทยาทางทะเล และยังคงมีเหมืองแร่ดีบุกบนบกเหลืออยู่อีกหนึ่ง แห่ง มีการขุดแร่ในทะเลอยู่อีกสองบริษัท

นอกเหนือจากสถานที่ต่าง ๆ แล้ว ภูเก็ตยังคงมีประเพณีที่น่าสนใจต่าง ๆ ทั้งไทยและจีนซึ่งบางประเพณียังคง ดำรงอยู่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น ประเพณีพ้อต่อ และ ประเพณีไหว้เทวดาของคนจีน ประเพณีสารทเดือนสิบของไทย แต่ประเพณีบางอย่างได้มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มสีสันเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวไปแล้ว เช่นประเพณีกินเจ เป็นต้น ในส่วนของอาหาร ภูเก็ตยังคงรักษาเอกลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นไว้ได้มาก เช่น น้ำพริกหย่า น้ำพริกกุ้งเสียบ ขนมน้ำเงิน ฯลฯ ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองของคนไทย อ้อเอ๋ว โดบะ โอด้าว ฯลฯ ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองของคนจีน

ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลายในจังหวัดภูเก็ตทำให้คนไทยมีช่องทางทำกินใน ภาคการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางซึ่งอาจสรุปได้ตามตารางที่ 5 ต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และอาชีพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

| แหล่งท่องเที่ยว                                                                                                                                         | กิจกรรมท่องเที่ยว                                                                                             | อาชีพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>กลุ่มที่ 1 เขตอำเภอเมือง</b><br>ศาลเจ้า เช่น ศาลเจ้าจุ้ยตุ่ย ศาลเจ้าบาง<br>เหนียวศาลเจ้าท่าเรือ ศาลเจ้าหล่อโรง<br>(ในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปีมีเทศกาล | <ul style="list-style-type: none"> <li>เที่ยวและศึกษาศึกษาวิถีชีวิต<br/>เที่ยวและศึกษาประเพณีกินเจ</li> </ul> | คนขายของ คนขับรถตุ๊กตุ๊ก<br>คนขับรถสองแถว คนขับรถรับจ้าง<br>มัคคุเทศก์ |

|                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กินเจ มีพิธีกรรมต่างๆ ตามศาลเจ้า<br>ขบวนแห่รอบเมืองการออกร้านขาย<br>อาหารเจตามถนนสายต่างๆ ที่มีศาลเจ้า<br>ตั้งอยู่)           |                                                                                                                                                                                   |                                                                                                             |
| สถาบันวิจัยชีววิทยาและประมงทะเล<br>แหลมพันวา                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาประวัติความเป็นมาของศูนย์</li> <li>• ชมสัตว์น้ำหลากหลายในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ</li> </ul>                                      | เจ้าหน้าที่ของสถาบันฯ คนขายของที่ระลึก คนขับรถและมัคคุเทศก์<br>เจ้าของและพนักงานร้านอาหาร                   |
| สวนผีเสื้อและอะควอเรียมที่หมู่บ้านสาม<br>กอง                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาประวัติความเป็นมาของสวน</li> </ul>                                                                                          | คนขายตั๋ว พนักงานต้อนรับ<br>มัคคุเทศก์ คนขายของที่ระลึก                                                     |
| ตึกเก่าบริเวณถนนกลาง ถนนกระบี่<br>ถนนदीบุก ถนนเยาวราช<br>(ตึกเก่ามีรูปทรงสถาปัตยกรรมผสม<br>ผสานระหว่างจีนกับยุโรป)            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาประวัติความเป็นมาของตึกเก่า “ซิโนโปรตุ<br/>กิส”</li> </ul>                                                                  | คนขับรถ มัคคุเทศก์ คนขายของ                                                                                 |
| บ้านคุณประชา ตันทวนิช<br>บ้านเลขที่ 98 ถนนกระบี่(บ้านหลังแรก<br>ของภูเก็ตที่สร้างตามแบบสถาปัตยกรรม<br>ยุโรปในสมัยรัชกาลที่ 5) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ประวัติของบ้าน</li> <li>• ศึกษาเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม<br/>ของบ้าน เช่น ลักษณะกระเบื้อง<br/>เตี้ยโบราณป้ายตระกูล ฯลฯ</li> </ul>             | คนขับรถ มัคคุเทศก์                                                                                          |
| วัดฉลอง ตำบลฉลอง<br>(วัดคู่บ้านคู่เมืองภูเก็ต)                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาประวัติความเป็นมาของวัด และหลวงพ่<br/>อแช่ม</li> <li>• เทียวและศึกษาประวัติความเป็นมาของสิ่งก่อสร้างต่างในวัด</li> </ul>    | คนขับรถและมัคคุเทศก์ คนขายดอกไม้<br>ธูปเทียน /เครื่องสักการะอื่นๆ คนขับรถ<br>และมัคคุเทศก์ คนขายของที่ระลึก |
| พิพิธภัณฑ์เปลือกหอยภูเก็ต                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ประวัติความเป็นมา</li> <li>• ชมเปลือกหอยชนิดต่างๆ และผลิต<br/>ภัณฑ์จากเปลือกหอยและมุก</li> </ul>                                         | คนขับรถและมัคคุเทศก์ คนขายของที่<br>ระลึก พนักงานของพิพิธภัณฑ์                                              |
| เหมืองแร่ดีบุก (เจ้าฟ้า)                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาประวัติความเป็นมาของการทำเหมืองแร่ดีบุก</li> <li>• เทียวและศึกษาสถานการณ์<br/>ปัจจุบันของการทำแร่ของ<br/>จังหวัด</li> </ul> | มัคคุเทศก์ เจ้าหน้าที่ของเหมือง                                                                             |

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| หมู่บ้านชาวเลเกาะสิเหร่                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ประวัติความเป็นมา</li> <li>● เที้ยวและศึกษาวิถีชีวิตของชาวเลซึ่งมีอาชีพหลักทำประมง สภาพชีวิตปัจจุบัน</li> <li>● เที้ยวและศึกษาความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา และความเชื่อ</li> </ul>                           | คนขับรด มัคคุเทศก์ คนขายของ                                                       |
| หมู่บ้านชาวเลบ้านสะพาน                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ประวัติความเป็นมา</li> <li>● เที้ยวและศึกษาวิถีชีวิตของชาวเลซึ่งมีอาชีพหลักทำประมง สภาพชีวิตปัจจุบัน</li> <li>● เที้ยวและศึกษาความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา และความเชื่อ</li> </ul>                           | คนขับรด มัคคุเทศก์ คนขายของ                                                       |
| หมู่บ้านชาวเลราไวย์<br>(มีสภาพความเป็นอยู่ ที่แตกต่างออกไป) | <ul style="list-style-type: none"> <li>● เที้ยวและศึกษาประวัติความเป็นมา</li> <li>● เที้ยวและศึกษาวิถีชีวิตของชาวเลซึ่งมีอาชีพหลักทำประมง และ สภาพชีวิตปัจจุบัน</li> <li>● เที้ยวและศึกษาความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา และความเชื่อของชาวเล</li> </ul> | คนขายของ                                                                          |
| <b>กลุ่มที่ 2 เขตอำเภอกะทู้</b><br>ศาลเจ้ากะทู้             | <ul style="list-style-type: none"> <li>● เที้ยวและศึกษาประวัติความเป็นมาของศาลเจ้า ซึ่งนับเป็นศาลเจ้าแห่งแรกของภูเก็ต</li> <li>● เที้ยวและศึกษาวิถีชีวิตชาวจีนและประเพณีกินเจ</li> <li>● เที้ยวชมและศึกษาตึกเก่า</li> </ul>                                 | คนขายของ คนขับรดตุ๊กตุ๊ก คนขับรดสองแถว คนขับรดรับจ้าง มัคคุเทศก์ พนักงานร้านอาหาร |
| ศูนย์อนุรักษ์ท้องถื่นกะทู้                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● เที้ยวและศึกษาประวัติศาสตร์ การตั้งถิ่นฐานของคนภูเก็ต</li> </ul>                                                                                                                                                   | มัคคุเทศก์                                                                        |
| น้ำตกกะทู้                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● เที้ยวธรรมชาติ ชีวิตสัตว์</li> </ul>                                                                                                                                                                               | มัคคุเทศก์                                                                        |

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                             |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <p>กลุ่มที่ 3 เขตอำเภอกลาง</p> <p>วัดพระทอง</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาประวัติของวัด และ พระพุทธรูปที่ผู้ตั้งขึ้นมาจากพื้นดิน</li> <li>• เทียวและศึกษาที่มาของอาคาร จัดแสดงโบราณวัตถุ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>คนขับรถและมัคคุเทศก์</p>                                 |
| <p>วัดพระนางสร้าง</p>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาดำเนินพระนาง เลือดขาวซึ่งเดินทางมาจาก เมืองนครศรีธรรมราช</li> <li>• เทียวและศึกษาประวัติและความเป็นมาของวัดและเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับศีกกลาง</li> <li>• ศึกษาเกี่ยวกับ นาง จัน และนาง มุก (ท้าวเทพกษัตรี และท้าวศรีสุนทร)</li> <li>• ประวัติความเป็นมา</li> <li>• เทียวและศึกษาวิถีชีวิตของชาวเลซึ่งมีอาชีพหลักทำประมง สภาพชีวิตปัจจุบัน</li> <li>• ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภาษา และความเชื่อ</li> <li>• นโยบายของจังหวัดเกี่ยวกับคนเหล่านี้</li> <li>• อนุสาวรีย์ท้าวเทพกษัตรี ท้าวศรีสุนทร ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประวัติของวัด</li> </ul> | <p>คนขับรถ มัคคุเทศก์ คนขายของ</p>                          |
| <p>พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเมืองกลาง</p>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาแหล่งรวมโบราณวัตถุและประวัติความเป็นมาของภูเก็ต</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>คนขับรถ มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์</p>       |
| <p>สวนผีเสื้อและอะควอเรียมที่อำเภอกลาง</p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ประวัติความเป็นมาของสวน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>คนขายตั๋ว พนักงานต้อนรับ มัคคุเทศก์ คนขายของที่ระลึก</p> |
| <p>วนอุทยานแห่งชาติเขาพระแทว</p>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เทียวและศึกษาลักษณะเด่นของอุทยาน – แหล่งกำเนิดต้นปาล์ม</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>เจ้าหน้าที่ของวนอุทยาน<br/>คนขายของ คนขายอาหาร</p>       |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>หลังขาว</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การเที่ยวทางธรรมชาติได้แก่ น้ำตกโตนไทร</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>กลุ่มที่ 4 ชายหาด เกาะ อ่าว และแหลม</b></p> <p>บริเวณชายหาดมีบริการต่าง ๆ เช่น ให้เช่าเก้าอี้นอนพักผ่อน อาบแดด ให้บริการนวดแผนโบราณ ทำเล็บ แต่งผม และเกือบทุกหาดของภูเก็ต โดยเฉพาะหาดป่าตองจะมีบริการกีฬาทางน้ำอย่างครบครัน เช่น ดำน้ำดูปะการัง วินด์เซิร์ฟ พาราเซล เป็นต้น ดังจะแบ่งเป็นหาดต่าง ๆ ดังนี้</p> <p><b>หาดราไวย์</b></p> <p>(เป็นที่พักตากอากาศแห่งแรกในภูเก็ต ปัจจุบันนอกจากจะเป็นสถานที่ที่คนไทยนิยมมาเที่ยวพักผ่อนและรับประทานอาหารแล้ว เนื่องจากบริเวณหาดราไวย์ยังคงสภาพความเป็นอยู่แบบท้องถิ่นและเงียบสงบ จึงพบว่าราไวย์ยังเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการความสงบ มาเช่าบังกะโลเป็นที่พักแล้วเดินทางไปเที่ยวแหล่งอื่น และในขณะที่เดียวกันก็ได้ศึกษา เรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นในแถบนี้ด้วย (* ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์คนไทย )</p> |                                                                                                           | <p>พนักงานของบังกะโล</p> <p>พนักงานร้านอาหาร</p> <p>พนักงานโรงแรม</p> <p>คนขายอาหารบริเวณชายหาด</p> <p>คนขายของที่ระลึก</p> <p>คนให้บริการเช่าเรือหางยาวและเรือเร็ว</p> <p>คนขายของร้านมินิมาร์ท คนให้บริการนวดและเสริมสวย</p> |
| <p>หาดไนหาน</p> <p>(ด้านหลังชายหาดเป็นบึงใหญ่เรียกว่าหนองหานในช่วงมรสุมระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม คลื่นแรงเป็นอันตรายสำหรับผู้ลงเล่นน้ำ)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                           | <p>พนักงานร้านอาหารและเครื่องดื่ม</p> <p>พนักงานของโรงแรมและบังกะโล คนขายของ คนขายโปรแกรมการท่องเที่ยว คนให้บริการนวดชายหาด คนให้บริการเช่ารถ แก้วอีและรถ คนขายอาหารรถเข็น</p>                                                 |

|                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>หาดกะตะ และ หาดกะรน</p>   |  | <p>พนักงานโรงแรม พนักงานร้านอาหาร<br/>         ฝั่ง บาร์ พนักงานสถานกิจกรรมต่าง ๆ<br/>         เช่น สถานที่หรับเล่นมินิโกลฟ์ ร้านตัด<br/>         เสื้อ คนขายของ คนให้บริการเช่ารถ<br/>         คนให้บริการเช่าร่มและเก้าอี้ชายหาด<br/>         และเครื่องเล่นกีฬาทางน้ำ หมอนวด<br/>         ช่างทำเล็บ ทำผม คนขายเครื่องดื่มตาม<br/>         ชายหาด บริการธนาคาร โทรศัพท์<br/>         ระหว่างประเทศ ตำรวจท่องเที่ยว<br/>         ตำรวจจราจร คนขายโปรแกรมการท่องเที่ยว<br/>         พนักงานขายเครื่องประดับ<br/>         บริการอินเทอร์เน็ต</p> |
| <p>หาดป่าตองและหาดกะหลิม</p> |  | <p>พนักงานโรงแรม ร้านอาหาร ฝั่ง บาร์<br/>         ร้านตัดเสื้อ คนขายของ คนให้บริการ<br/>         เช่ารถ คนให้บริการเช่าร่มและเก้าอี้<br/>         ชายหาด และเครื่องเล่นกีฬาทางน้ำ<br/>         หมอนวด ช่างทำเล็บ ทำผม คนขาย<br/>         เครื่องดื่มตามชายหาด บริการธนาคาร<br/>         ไปรษณีย์ โทรศัพท์ระหว่างประเทศ<br/>         ตำรวจท่องเที่ยว ตำรวจจราจร เจ้า<br/>         หน้าที่เทศบาล<br/>         เรียกเก็บเงินค่าจอดรถ คนขาย<br/>         โปรแกรมการท่องเที่ยว พนักงานขาย<br/>         เครื่องประดับ บริการอินเทอร์เน็ต</p>           |
| <p>หาดแหลมสิงห์</p>          |  | <p>พนักงานร้านอาหาร คนให้บริการเช่าร่ม<br/>         และเก้าอี้</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>หาดกมลา</p>               |  | <p>พนักงานร้านอาหาร บาร์ คนขายโปร<br/>         แกรมการท่องเที่ยว หมอนวด เสริม<br/>         สวย คนขายของที่ระลึก คนขายของ<br/>         ร้านมินิมาร์ท คนท้องถิ่นที่เปิดบริการ<br/>         ห้องพัก หรือบังกะโลเล็กๆ คนให้<br/>         บริการเช่าร่มและเก้าอี้ชายหาด คนให้<br/>         บริการเช่ารถ คนขับรถรับจ้าง พนักงาน<br/>         หรือเจ้าของร้านตัดเสื้อ บริการอินเทอร์เน็ต</p>                                                                                                                                                            |

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หาดสุรินทร์                                      | <p>นอกเหนือจากที่พุดถึงข้างต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกได้งดงามอีกแห่งรองจากแหลมพรหมเทพ (สิ่งที่ควรระวัง เช่น ในฤดูมรสุมคลื่นลมแรง ไม่เหมาะแก่การเล่นน้ำ)</li> </ul>                     | พนักงานร้านอาหารและร้านเครื่องดื่ม คนให้บริการเช่ารถและเก้าอี้ชายหาด คนให้บริการกีฬาทางน้ำ หมอนวด ถักผม คนขายไอศกรีมและผ้าบาติกตามชายหาด คนขายของ |
| อุทยานแห่งชาติโนยาง                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>● เทียบและศึกษาจุดเด่นของหาด เช่น มีแนวปะการังกว้างใหญ่ติดหาด เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์น้ำนานาชนิด ดูเตาวงไข</li> <li>● พักแรมในที่พักทางเลือก เช่น การพักแรมแบบกางเต็นท์ (Camping)</li> </ul> | เจ้าหน้าที่ของอุทยาน พนักงานร้านอาหาร คนขายของ                                                                                                    |
| หาดไม้ขาวหรือหาดสนามบิน                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● เทียบและศึกษาจุดเด่นของหาด เช่น เป็นหาดแห่งเดียวที่มีจักจั่นทะเลโดยเฉพาะ มีมากบริเวณใกล้สนาม</li> </ul>                                                                                   | คนขับรถ คนขายของ                                                                                                                                  |
| เกาะแก้วพิสดาร                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● เทียบและศึกษาจุดเด่นของเกาะ เช่น มีรอยพระพุทธรูปจำลอง -ประวัติความเป็นมา</li> <li>● กิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะ เช่น ตกปลา เล่นเรือ ว่ายน้ำ</li> </ul>                                       | คนขับเรือ                                                                                                                                         |
| แหลมพรหมเทพ<br>(แหล่งชมพระอาทิตย์ตกดิน)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ดูการชมพระอาทิตย์ตกดินที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของโลก</li> </ul>                                                                                                                           | คนขับรถ คนขายของ พนักงานร้านอาหาร และมัคคุเทศก์                                                                                                   |
| เกาะนาคาเล็กและนาคาใหญ่<br>เกาะรังน้อยและรังใหญ่ | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ดูและศึกษาฟาร์มมุกซึ่งส่งขายต่างประเทศ</li> </ul>                                                                                                                                         | คนขับรถ<br>มัคคุเทศก์<br>คนขายของ                                                                                                                 |

### บทที่ 3

## รูปแบบของวัฒนธรรม-ภาษาและยุทธวิธีในการสื่อสาร

### รูปแบบของวัฒนธรรม-ภาษา

ข้อมูลในบทที่สองได้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมิได้ให้ความสำคัญกับ “ภาษา” มากกว่ามิติอื่น ๆ แม้จะเป็นที่ยอมรับกันว่าภาษาเป็น “เครื่องมือหลัก” ในการสื่อสารของมนุษย์ก็ตาม ในเรื่องของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสิ่งที่เข้ามามีอิทธิพลมากคือ **รูปแบบทางวัฒนธรรม** และ **ยุทธวิธีสื่อสาร** (communication strategies) ภาษาซึ่งเป็น “หนทาง” ของการสื่อสารจะต้องใช้เกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่าในหลายสถานการณ์แม้คู่สื่อสารจะใช้ภาษาถูกต้องแต่อาจจะไม่เหมาะกับภูมิหลังทางวัฒนธรรมของคู่สื่อสารจนไม่สามารถเข้าใจกันได้ หรือในหลายสถานการณ์แม้ผู้พูดจะใช้ภาษาถูกต้องก็อาจทำให้คู่สื่อสารเข้าใจผิดได้หากคู่สื่อสารไม่ให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น การที่คนไทยถามนักท่องเที่ยวอิสราเอลถึงที่นั่นที่สุภาพของผู้หญิงในประเทศของเขา ปรากฏว่าชาวอิสราเอลคนนั้นบอกว่า “I don't see a difference between a woman and a man sitting down I can't really understand that question.” (พรพิมล, 2541 หน้า 118-119) จากคำตอบจะเห็นได้ว่าความไม่เข้าใจไม่ได้เนื่องมาจากภาษา แต่เนื่องมาจากวัฒนธรรมของอิสราเอลที่ไม่มีความแตกต่างระหว่างที่นั่นที่สุภาพของผู้หญิงและชาย ในกรณีที่เกิดความไม่เข้าใจเช่นนี้ หรือในกรณีอื่นๆ สิ่งที่จะต้องนำมาใช้เพื่อให้การสื่อสารบังเกิดผล คือการนำยุทธวิธีสื่อสารเข้ามาใช้ จากตัวอย่างเดียวกับข้างต้นการสื่อสารที่ตามมาคือคนไทยซึ่งเป็นคนตั้งคำถามพยายามถามเพิ่มเติมด้วยการให้ตัวอย่างคือ “...when the younger people sit before the older people she has to sit politely and tidy.” ซึ่งก็ได้คำตอบว่า “I think in Israel is very different from in Thailand you don't have this politeness of sitting down with people ...”<sup>3</sup> รูปแบบของวัฒนธรรมที่มีผลต่อการสื่อสารจะพบได้ในหลายรูปแบบ อย่างเช่น แบบแผนการลาก็เป็นความแตกต่างที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ไม่น้อยเช่นกันในระหว่างคนไทยและคนต่างชาติโดยเฉพาะชาติตะวันตก เช่นการที่คนตะวันตกอาจจะพูดเสริมหลังการลาว่า “We should really get together to have a drink some time” แล้วคนพูดกลับหายไปเลย หรือ แม้แต่พบหน้ากันครั้งหลังก็ได้ดูเหมือนจำได้ว่าเคยเอ่ยชื่อเชิญ ตัวอย่างของประโยคข้างต้นนี้เป็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมของการกล่าวลาที่แม้จะไม่ใช่แบบแผนของคนตะวันตกทั้งหมด แต่คนตะวันตกโดยเฉพาะคนอเมริกันหลายคนมักไม่จบขบวนการกล่าวลาเพียงคำว่า “Good bye” หรือ “See you later” ถ้าเขารู้สึกดีและ “enjoy” การพบปะกับใคร หรือพูดจากถูกคอกันดีจะมีประโยคในทำนองเดียวกับที่ยกมาเป็นตัวอย่าง แถมท้ายโดยที่คนพูดมีได้หมายความว่าตามภาษาที่ใช้ นอกเหนือจากการแสดงออกว่าเขามีความรู้สึกที่ดีและ ‘enjoy’ การพบปะพูดคุยกันลักษณะเช่นนี้ Scollen, R. และ Scollen, S.W. (2001, หน้า 6) อธิบายไว้ว่า เป็นธรรมเนียมการพูดลาจากของคนตะวันตกซึ่งไม่ได้ผูกติดกับความหมายของคำ (“It is not a specific invitation, but just a conventional way of parting with good feelings toward the other.”) เช่นที่คนรุ่นใหม่ของไทยทุกวันนี้มักจะลาจากกันว่า “แล้วเจอกันนะ” ซึ่งจริง ๆ แล้วก็ไม่ได้มีความหมายจริงจังว่าจะต้องเจอ Scollen และ Scollen ได้พบกรณีเดียวกันนี้จากการสนทนา

<sup>3</sup> มีการใช้ภาษาที่ไม่ถูก แต่อ้างตามคำพูดที่ปรากฏเป็นบันทึกในรายงานวิจัย ที่น่าสังเกตจากตัวอย่างคือ ผู้ตอบตอบตามความหมายของภาษาที่ผู้พูดได้ปรับเปลี่ยนเพื่อพยายามให้คู่สื่อสารเข้าใจ แต่ไม่ตรงกับความหมายแรกที่ถามถึงที่นั่นที่สุภาพของผู้หญิงในประเทศอิสราเอล ไม่ใช่ความแตกต่างของที่นั่นระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย



จากประโยค “แถมท้าย” ที่ยกมาเป็นตัวอย่างข้างต้นแล้วยังมีรูปแบบภาษาที่สื่อแสดงความปรารถนาดีต่อคู่สื่อสารอีกหลายรูปแบบ เช่น “Nice talking to you.” “Have a good holiday.” “Enjoy yourself.” ส่วนที่เป็นอวัจนกรรมก็มีหลากหลาย ตามลำดับความสัมพันธ์ตั้งแต่การจับมือ การโอบกอด การจูบแก้ม เป็นต้น ในขณะที่รูปแบบการลาในวัฒนธรรมไทยมีจำกัดกว่าทางตะวันตก ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากลักษณะทางวัฒนธรรมของไทยที่ไม่แสดงออกมากนัก ไม่ว่าจะผ่านทางวัจนะ หรือ อวัจนภาษา เมื่อต้องมีการสื่อสารในลักษณะนี้กับคนทางตะวันตกคนไทยจึงมักจะขัดเขิน เพราะเราไม่มีแบบแผนทางวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกับทางตะวันตกเนื่องจากขาดรูปแบบทั้งส่วนที่เป็นวัจนะและอวัจนภาษาในการตอบรับคู่สื่อสาร

ในการทำงานเดียวกัน รูปแบบของวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านการสื่อสารในเรื่องอื่น ๆ แม้จะสื่อในประเด็นเดียวกันก็มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด เช่น การไต่ถามทุกข์สุขของวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งคนไทยมักจะถามเกี่ยวกับปากท้อง เช่น “ทานข้าวแล้วยัง” หรือ ถามความเป็นไปส่วนตัว เช่น “ไปไหนมา” หรือ “จะไปไหน” ในขณะที่ทางตะวันตกจะถามเรื่องทั่ว ๆ ไป เช่น “How are you?” “How’re things?” เป็นต้น แท้จริงแล้วการทักทายเป็นรูปแบบที่ทุกวัฒนธรรมมีเหมือนกัน อย่างไรก็ตามเมื่อนำคำทักทายเหล่านี้ไปสวมเข้ากับภาษาอังกฤษว่า “Where are you going?” กลับเป็นที่งุนงงของผู้ที่ได้รับฟัง และถ้าผู้ฟังเป็นคนจริงจังก็น่าจะถึงกับไม่พอใจเนื่องจากตีความไปเป็นผู้ถามสนใจใคร่รู้เรื่องส่วนตัว ซึ่งสังคมตะวันตกถือว่าเป็นเรื่องที่ไม่น่าจะต้องไต่ถามกัน คนไทยที่ผูกติดอยู่กับวัฒนธรรมของตนมากจนเกินไป (ethnocentric) ก็อาจจะเข้าใจผิดคู่สื่อสารได้ว่าไม่ใส่ใจในปากท้องของคู่สื่อสาร

ตัวอย่างข้างต้นชี้ให้เห็นว่ารูปแบบทางวัฒนธรรมสะท้อนผ่านแบบแผนการสื่อสารของคนในแต่ละวัฒนธรรมอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงจำเป็นต้องมีการสอนให้ผู้เรียนมียุทธวิธีทางการสื่อสารที่ต้องคำนึงถึงรูปแบบทางวัฒนธรรมของคู่สื่อสาร ไม่เช่นนั้นการสื่อสารจะออกมาในลักษณะของการผูกติดอยู่กับรูปแบบวัฒนธรรมของตนเองเท่านั้น การนำรูปแบบทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาช่วยในการสื่อและรับความหมายในการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารจึงเป็นเรื่องจำเป็นทั้งนี้เพื่อช่วยไม่ให้ผู้เรียนซึ่งต้องนำภาษาไปใช้ในการสื่อสารกับคนที่มาจากต่างวัฒนธรรมมองรูปแบบการสื่อสารของคู่สื่อสารว่าเป็นเรื่องผิดปกติ หรือแปลกประหลาดดังที่ Rogers และ Steinfatt (1999 หน้า 225) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า

“Rather than picking out a specific cultural element as unusual or odd, the individual who is culturally relativistic consider that element in light of the total culture of which it is a part. When judged from the viewpoint of the entire culture, the cultural element usually can be understood for the functions that it serves.”

ข้อคิดเห็นของ Rogers และ Steinfatt พ้องกับการศึกษาของ Bornmann (2001) ซึ่งเคยสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทย Bornmann ได้กล่าวไว้ตอนต้นบทความที่เกี่ยวกับ Speech Act ซึ่งเป็นผลพวงมาจากรูปแบบของวัฒนธรรมในการสื่อความหมาย (Cultural Relativism) ว่าการสอนภาษาจะเน้นเฉพาะไวยากรณ์และคำศัพท์เท่านั้นไม่พอ ทั้งนี้เพราะการใช้ภาษาแปรเปลี่ยนไปตามรูปแบบของวัฒนธรรมต่าง ๆ ด้วย (“As the form and significance of speech acts vary across cultures, language teachers must do more than simply supply students with grammar and vocabulary. ...” (อ้างใน หน้า 16) นักวิชาการทางการสอนภาษาต่างประเทศต่างก็ได้หันมาใส่ใจในเรื่องนี้ แม้หลาย ๆ คนจะใช้ ศัพท์ที่อ้างถึงแตกต่างกัน เช่น นักภาษาศาสตร์ทางสังคมวิทยา (Sociolinguists) เรียกว่า “ethnography of speaking” ในขณะที่ Scollon, R. และ Scollon, S.W. (2001) เรียกการนำประเด็นนี้ในการสอนภาษาต่างประเทศ เพื่อช่วยให้การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้นว่า “a grammar of context” ซึ่ง

Scollon, R. และ Scollon, S.W. (2001, หน้า 40) พูดถึงเรื่องนี้ไว้ว่า ความเกี่ยวเนื่องของวัฒนธรรมในการสื่อความหมายมีสองด้าน ด้านหนึ่งเป็นความรู้ที่สื่อสารต่างก็มีอยู่ด้วยกัน ส่วนนี้จะช่วยในการตีความหมาย แต่อีกด้านหนึ่งเป็นความสามารถที่สื่อสารจะต้องพยายามหาความหมายให้ได้เพื่อให้เรื่องราวที่สื่อสารมีความเชื่อมโยงและช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด

อย่างไรก็ตามความเกี่ยวเนื่องของวัฒนธรรมในการสื่อความหมาย (Cultural Relativism) ที่ก่อให้เกิดรูปแบบของวัฒนธรรมในกลุ่มชาติต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องใช้ภาษาเป็น “หนทางในการสื่อความหมาย” (Linguistic Relativism) ดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ทั้งนี้เพราะองค์ประกอบหลักของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมคือวัฒนธรรมและภาษา และแท้จริงแล้ว ภาษา คือ ภาพสะท้อนสำคัญของรูปแบบทางวัฒนธรรม เมื่อมองรูปแบบของวัฒนธรรมจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมองรูปแบบของภาษาในการสื่อความหมายด้วย รูปแบบของภาษาในการสื่อความหมาย หมายถึงระดับของภาษาที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการสื่อความหมายของมนุษย์เรา เมื่อกล่าวถึงความเกี่ยวเนื่องของภาษาในการสื่อความหมายนักภาษาศาสตร์มักอ้างถึง the Sapir-Whorf Hypothesis

Whorf ซึ่งเป็นคนต้นคิดของสมมุติฐานนี้ไม่เห็นด้วยกับแนวคิดของ Plato และ Aristotle ซึ่งเชื่อกันมานานมานานว่า ภาษาคือกระจกเงาของความคิดซึ่งเป็นอิสระจากกรอบต่าง ๆ ในชีวิตของคนเรา ในมุมมองของ Plato และ Aristotle เขาเชื่อว่าคนที่อยู่ในกรอบวัฒนธรรมที่ต่างกันหรือเติบโตในสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันก็สามารถมีความคิดที่เหมือนหรืออยู่ในแนวเดียวกันและสะท้อนความหมายออกมาเหมือนกันไม่ว่าจะใช้ภาษาใด ดังนั้นการแปลความหมายระหว่างภาษาจึงไม่เป็นอุปสรรคใด ๆ ในการสื่อความหมาย Whorf ไม่เห็นด้วยกับแนวคิดนี้ เขาได้ศึกษาเรื่องนี้ร่วมกับ Sapir ซึ่งเคยเป็นอาจารย์และมีความสนใจในเรื่องนี้เช่นกัน ทั้งคู่ได้เสนอ the Sapir-Whorf Hypothesis โดยมีสมมุติฐานว่า ภาษาและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อกันและกัน ระบบระเบียบแบบแผนทางวัฒนธรรมมีอยู่ในการเลือกใช้ภาษาของคนเรา กรอบของวัฒนธรรมดังกล่าวเป็นส่วนที่ทำให้คนเรามีรูปแบบของการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยที่เขาได้อธิบายความคิดนี้ (1921 และ 1949 หน้า 207) ว่า ภาษาไม่ได้แยกออกจากวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึงว่าการใช้ภาษาของคนเราผูกโยงกับแนวคิด แนวปฏิบัติที่คนแต่ละสังคมส่งผ่านกันมาจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่งเป็นเหมือน “เนื้อหาของชีวิต” (texture of our lives)

โดยปกติแล้วคนเรามักจะไม่รู้สึกว่ามีกรอบทางวัฒนธรรมในขณะที่ใช้ภาษาของตนเองโดยคิดว่าทุกอย่างเป็นไปได้โดยอัตโนมัติและเป็นธรรมชาติ แต่เมื่อไรที่เริ่มเรียนภาษาที่สองจึงจะรู้สึกถึงกรอบทางวัฒนธรรมและสังคมที่ต่างไปจากความคุ้นเคยหรือสิ่งที่แวดล้อมมาตั้งแต่ต้นโดยเฉพาะในขณะที่พยายามจะสะท้อนความคิดออกมา หมายถึงว่าขณะที่พยายามจะเลือกคำและความหมายในภาษาใหม่แม้จะไม่มีอุปสรรคทางภาษามากนักก็ไม่สามารถสะท้อนความคิดออกมาได้โดยอัตโนมัติ ความคิดจะถูกกั้นกรงจากกรอบแนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรมที่ล้อมรอบอยู่ ความแตกต่างในที่นี้มีได้เป็นเพียงตัวภาษาเท่านั้นแต่ยังครอบคลุมถึงวิธีการในการสื่อความหมายออกมาด้วย อาจารย์ชาวต่างประเทศจะพบบ่อย ๆ ว่านักศึกษาไทยใช้ภาษาแปลก ๆ ในการพูดและเขียนภาษาอังกฤษซึ่งเขาไม่สามารถเข้าใจได้ แต่อาจารย์ชาวไทยกลับอธิบายได้ว่าถ้อยคำสำนวนที่นักศึกษาใช้ในบริบทนั้น ๆ นักศึกษาดังกล่าวจะสื่ออะไร ตัวอย่างที่พบจากประสบการณ์การสอนที่วิทยาเขตภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ตัวอย่างหนึ่งเช่น นักศึกษาผู้หนึ่งเขียนเล่าเรื่องเกี่ยวกับวันหยุดสุดสัปดาห์ ตอนหนึ่งของเรื่องนักศึกษาเขียนว่า “When he returned, he found the *fire* on his car. He didn't know how long he left the *fire* on.” อาจารย์ชาวต่างประเทศไม่สามารถจะเข้าใจได้ว่าทำไมนักศึกษาไปทิ้งกองไฟไว้บนรถและปล่อยให้ไฟลุกอยู่โดยไม่มีใครตื่นตกใจ โดยรวมแล้วไม่ทราบว่านักศึกษากำลังจะเล่าเรื่องอะไร แต่อาจารย์ชาวไทยทราบได้ทันทีว่านักศึกษาต้องการบอกถึงเรื่องที่เขาเปิดไฟรถทิ้งไว้ อาจจะเป็นเพราะแสง

สว่างในวัฒนธรรมดั้งเดิมของเรามาจากไฟ ดังที่ เสฐียรโกเศศ (พ.ศ. 2528 หน้า 85 -86) เขียนเอาไว้ว่า “ในสมัยนั้นเมื่อข้าพเจ้าเป็นเด็กแต่ได้รู้ความแล้ว ไฟฟ้าซึ่งเป็นของธรรมดาและจำเป็นในสมัยนี้ แม้มีแล้วแต่ก็ยังไม่แพร่หลายมาถึงราษฎรคนชั้นสามัญ และการไฟฟ้าก็จำกัดอยู่แต่เป็นสื่อให้แสงสว่างแทนได้และโคมไฟเท่านั้น มากกว่าจะใช้เป็นพลังงานเพื่อประโยชน์อย่างอื่นได้ ...” และอีกตอนหนึ่งท่านได้เขียนแล้วว่า “... ถ้าใครมีฐานะปะปังอะไรในเวลาค่าคืนก็ต้องเดินไปทั้งมืดๆ อย่างดีก็มีได้จุดสองไป...” และด้วยเหตุที่แสงสว่างจากแบตเตอรี่หรือเครื่องกำเนิดไฟฟ้าไม่ใช่นวัตกรรมของไทย ภาษาไทยจึงไม่มีคำเฉพาะที่แยกแยะได้ระหว่างไฟรด กับกองไฟ หรือแม้แต่ไฟฉาย อะไรที่ให้แสงสว่างในภาษาไทยจะรวมเรียกว่า “ไฟ” จะเป็นไฟอะไรก็อธิบายไปตามลักษณะที่ปรากฏ เช่นไฟที่ใช้ส่องทางเรียกว่า “ไฟฉาย” ไฟที่จ่ายมาตามสาย เรียกว่า “ไฟฟ้า” และไฟของรถ อาจเรียกว่า “ไฟ” เฉยๆ หรือ “ไฟรด” เมื่อต้องใช้ คำนี้ในภาษาต่างประเทศจึงถ่ายโอนความคิดและความคุ้นเคยไปจากภาษาเดิมของตนเอง ในขณะที่ภาษาอังกฤษจะใช้ศัพท์ที่แตกต่างกันระหว่างไฟที่ให้ความร้อน และไฟที่ให้แสงสว่าง ไฟที่ให้ความร้อน คือ ‘fire’ และไฟที่ให้แสงสว่างคือ ‘light’

ตัวอย่างอื่น ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเกี่ยวพันของภาษากับวัฒนธรรม เช่น สำนวนต่าง ๆ ที่สะท้อนความคิดลึก ๆ ในเชิงนามธรรมของแต่ละวัฒนธรรม อย่างเช่นสำนวนที่เกี่ยวกับ “ใจ” หรือ “น้ำใจ” ในภาษาไทย ไม่ว่าใครจะมีความเชี่ยวชาญทางภาษามากเพียงใดก็ไม่สามารถจะหาคำหรือสำนวนในภาษาอังกฤษมาอธิบายให้ตรงกับความหมายของสำนวนที่เกี่ยวกับ “ใจ” หรือ “น้ำใจ” ให้ตรงกับความหมายที่แท้จริงในภาษาไทยได้ ที่ทำได้ดีที่สุดคือการหาคำหรือสำนวนใกล้เคียงมาใช้โดยมีคำอธิบายเพิ่มเติมเป็นบริบทที่ช่วยให้การสื่อความหมายชัดเจนยิ่งขึ้น คำเรียกญาติพี่น้องในภาษาไทยและภาษาอังกฤษก็เป็นสิ่งที่สะท้อนวัฒนธรรมของคนในสองสังคมนี้ได้ชัดเจน เช่น ในวัฒนธรรมไทยเรามีลักษณะของความเป็นสังคมเครือญาติ และให้ความสำคัญต่อระบบอาวุโส เราจึงมีคำหลากหลายที่สะท้อนความเป็นญาติทั้งจากครอบครัวฝ่ายบิดาและมารดาเช่น “ย่า” “ยาย” ซึ่ง ภาษาอังกฤษใช้เพียงคำเดียวคือ “grandmother” หรือคำที่บอกระดับความอาวุโสเช่น “พี่สาว” “น้องสาว” ภาษาอังกฤษใช้เพียงคำเดียวคือ “sister” เป็นต้น นอกจากนี้คนไทยยังนำความรู้สึกผูกพันแบบเครือญาติไปใช้กับคนอื่น ๆ ที่สื่อสารด้วยแม้จะมีได้เป็นญาติกัน ดังนั้นการเรียกขานของคนไทยจึงมักเป็นลักษณะของการ “นับญาติ” เราจึงได้ยินคำว่า พี่ น้อง น้ำ อา ฯลฯ เป็นปกติในการเรียกขานกันในสังคมไทยทั้งๆ ที่มีได้เป็นญาติพี่น้องกัน คำและสำนวนเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการสื่อความหมายออกมาในรูปของภาษา ซึ่งคู่สื่อสารจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันควรทราบเพื่อช่วยให้การสื่อสารต่อกันเป็นไปด้วยความเข้าใจซึ่งกันและกัน ด้วยเหตุนี้นักวิชาการบางคนจึงเรียกความเกี่ยวเนื่องทางภาษา (Linguistic Relativity) นี้ว่าเป็น “the Linguistic Worldview Hypothesis” ในขณะที่ George Herbert Mead (1934) เรียกการรับรู้ในเรื่องเหล่านี้ว่าเป็น “ปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์” (Symbolic Interaction) Mead เชื่อ ว่าความหมายที่คนเราสื่อและรับซึ่งกันและกันมิได้เกิดจากตัวตนของเราเอง หรือ สัญลักษณ์ภายในตัว แต่เราใช้ประสบการณ์ที่ได้มาจากการสื่อสารกับคนที่แวดล้อมเรามาตั้งแต่เด็กๆ ไม่ว่าจะป่เป็นพ่อ-แม่ พี่-น้อง เพื่อน หรือ ครูอาจารย์ สิ่งเหล่านี้หลอมรวมให้คนเรามีมุมมองในการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป Sapir และ Whorf มองว่าสิ่งต่าง เหล่านี้เป็นรูปแบบทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งนั่นเองทั้งนี้เพราะในความคิดของ Sapir และ Whorf วัฒนธรรม คือ การใช้ภาษาของคนเราที่ผูกโยงกับแนวคิด แนวปฏิบัติที่คนแต่ละสังคมส่งผ่านกันมาจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง แนวคิดเหล่านี้เป็นฐานที่ช่วยให้เราเข้าใจการสื่อและรับความหมายของคนที่มีภูมิหลังต่างกันได้ดีขึ้น

## การเปรียบเทียบรูปแบบของวัฒนธรรม-ภาษาและวิถีสื่อสารของคนไทยกับนักท่องเที่ยวดังต่าง ชาติ

เนื่องจากงานวิจัยนี้เน้นการสื่อสารระหว่างคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวดังต่างชาติจึงประมวลรูปแบบของวัฒนธรรม และวิถีสื่อสารของคนไทยโดยเปรียบเทียบกับวัฒนธรรม และวิถีสื่อสารของนักท่องเที่ยวดังต่างชาติโดยรวม ในหัวข้อที่คนทั้งสองกลุ่มนี้มักจะใช้สื่อสารกันตามที่ปรากฏในแบบสัมภาษณ์ (ดู ผวนก ก ประกอบ) ในส่วนของนักท่องเที่ยวดังต่างชาติมีความจำเป็นต้องใช้การอ้างถึงโดยรวมโดยอิงกับการสื่อสารด้วยการใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สำหรับรูปแบบของวัฒนธรรมและวิถีสื่อสารได้รวมมิติของภาษา คือ วัฒนธรรมและส่วนที่เป็นสีหน้า ท่าทาง การใช้น้ำเสียง ฯลฯ ซึ่งรวมเรียกว่า อวัจนกรรมเข้าไปด้วย เพราะมิติเหล่านี้คือสิ่งที่พบเห็นในการสื่อสารทั่วไป บางหัวข้อจะไม่มีลักษณะวัฒนธรรมที่สามารถพูดถึงได้เฉพาะเจาะจงลงไป อย่างไรก็ตามมิติทั้งสามนี้คือรูปแบบของวัฒนธรรมในการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

| หัวข้อ                                                  | รูปแบบของวัฒนธรรมและวิถีสื่อสารของคนไทย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | รูปแบบของวัฒนธรรมและวิถีสื่อสารของนักท่องเที่ยวดังโดยรวม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การทักทายและการกล่าวลา<br>Greetings & saying<br>goodbye | <p>วัจนะ*: ทักทาย - สวัสดีครับ/ค่ะ<br/>กล่าวลา - สวัสดีครับ/ค่ะ/แล้วเจอกันใหม่<br/>นะคะ/เจอกันนะคะ<br/>อวัจนะ: ยิ้ม<br/>วัฒนธรรม**: ไหว้<br/>*ใช้ได้ทั้งที่เป็นทางการ หรือ ไม่เป็นทางการ<br/>** การไหว้ในสังคมไทยมีรายละเอียดซับซ้อนมากพอสมควรทั้งในแง่ความอาวุโสของคนไหว้ และ คนรับไหว้ ลักษณะของการไหว้ และ การใช้หรือไม่ใช้การไหว้ในการทักทายและการกล่าวลา</p> | <p>วัจนะ*: ทักทาย - Good morning/afternoon/evening/ Hello/ Hi!<br/>กล่าวลา – Good-bye/ See you (later)/See you again<br/>วัจนะผวนก***: Have a good day! Enjoy yourself! Take care!<br/>อวัจนะ: ยิ้ม โบกมือ<br/>วัฒนธรรม**: จับมือ โอบกอด จูบ<br/>* มีภาษาที่ต่างกันระหว่างความเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และต่างกันระหว่างคนที่เพิ่งรู้จัก และคนที่รู้จักกันดีแล้ว<br/>** ขึ้นอยู่กับระดับความสนิทสนม<br/>*** ภาษาที่แสดงความปรารถนาดีหลังการลา</p> |
| การเรียกขาน<br>Addressing                               | <p>วัจนะ: ททางการ - คุณ + ชื่อแรก<br/>ไม่เป็นทางการ - เรียกชื่อแรก หรือ ชื่อเล่น/ เรียกแบบนับญาติ: พี่ ป้า น้า อา<br/>อวัจนะ: กวักมือโดยวิธีการคว่ำมือ<br/>วัฒนธรรม: - ไม่เรียกผู้อาวุโสว่าด้วยชื่อเฉย ๆ เพราะเป็นการตีสอน หรือ แสดงความไม่เคารพ<br/>- มีรูปแบบการเรียกขานตามตำแหน่งหรืออาชีพ เช่น คุณครู คุณหมอ หรือ ท่าน</p>                                    | <p>วัจนะ: ททางการ – Mr/Mrs/Ms + ชื่อหลัง<br/>ไม่เป็นทางการ - เรียกชื่อแรก หรือ ชื่อเล่น ซึ่งมีแบบแผนชัดเจน เช่น Robert จะมีชื่อเล่นว่า Bob, Stephen – Steve เป็นต้น<br/>อวัจนะ: กวักมือโดยวิธีการหงายมือ<br/>วัฒนธรรม: - ผู้อาวุโสที่คุ้นเคยกันสามารถเรียกชื่อเล่นกันได้โดยไม่ต้องมีคำนำหน้า<br/>- รูปแบบการเรียกขานตามตำแหน่งมีบ้างเหมือนกันแต่มักจะเป็นตำแหน่งที่สูงมาก ๆ เช่น</p>                                                                |

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                 | <p>อธิบดี ท่านผู้อำนวยการ ฯลฯ ในการเรียกตำแหน่งผู้เรียกมักใช้วจนกรรมที่แสดงความพินอบพิเทา เช่นประธานมือไว้ข้างหน้า และค้อมตัวเล็กน้อย</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>Mr. President. Minister แต่ไม่มีวจนกรรมที่พินอบพิเทามาก</p> <p>*แม้คำว่า you ในภาษาอังกฤษจะเป็นสรรพนามที่หมายถึงบุรุษที่สองหรือคนที่กำลังสื่อสารด้วย แต่จะไม่มีกรเรียกขานกันโดยใช้คำว่า 'you' ในภาวะการสื่อสารปกติเพราะถือว่าเป็นวจนกรรมกรเรียกขานที่ไม่สุภาพอย่างยิ่ง</p>                                                                                                                                                                             |
| <p>การตอบ<br/>Responding</p>                    | <p>วจนะ: ตอบตามที่เข้าใจ</p> <p>อวจนะ: (ยิ้ม) ทำที่เป็นเข้าใจ หรือ เงียบหรือ หลีกเลียงโดยการเดินจากไป</p> <p>วัฒนธรรม: ไม่ถามซ้ำ หรือตรวจสอบคำถามในกรณีที่ไม่แน่ใจ ไม่กล้าบอกว่าไม่เข้าใจ บางเรื่องที่อ่อนไหว หรือต้องตอบปฏิเสธมักจะนิยมพูดอ้อมค้อม เพราะเน้นการรักษาหน้าใจ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>วจนะ: ตอบต่อเมื่อเข้าใจชัดเจน ถ้าไม่ชัดเจนจะถามทวนให้แน่ใจ</p> <p>อวจนะ: แสดงสีหน้า หรือ น้ำเสียงที่ชัดเจน แสดงความเข้าใจ หรือไม่เข้าใจ</p> <p>วัฒนธรรม: ต้องการความชัดเจนต่อคำถามและคำตอบ ไม่นิยมการพูดอ้อมค้อม เน้นเนื้อหามากกว่าน้ำใจ แต่เน้นวจนกรรมที่สุภาพ เรื่องที่อ่อนไหวเทคนิคของการปฏิเสธจะอยู่ที่วจนกรรมเช่นกัน เช่น การใช้รูปแบบ Yes...but, I'd rather not เป็นต้น แต่จะไม่มีกรเงียบหรือเดินจากไปเพื่อให้คู่สื่อสารเดาเอาเองจากอวจนกรรม</p> |
| <p>การขอให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง<br/>Requesting</p> | <p>วจนะ: ใช้ภาษาที่ค่อนข้างจะตรงไปตรงมา ความสุภาพเมื่อพูดกับผู้อาวุโสจะอยู่ที่คำลงท้าย คือ “ครับ” หรือ “ค่ะ” เช่น “หยิบเกลือให้หน่อย” กับเพื่อน ถ้าพูดกับผู้ใหญ่จึงจะมี “ครับ” หรือ “ค่ะ” ท้ายคำขอร้อง คำพูดลักษณะนี้เมื่อแปลตรงตัวในการใช้ภาษาอังกฤษจะกลายเป็นลักษณะของคำสิ่งที่ถือว่าไม่สุภาพ</p> <p>อวจนะ: น้ำเสียงสุภาพ หรือ ใช้วจนภาษาแทนคำอธิบาย เช่น ชี้มือให้ไปยืนที่ใดที่หนึ่ง พยักหน้าให้เดินเข้ามาหา ยกเว้นในกรณีทีพูดกับผู้อาวุโส หรือ ผู้ที่อยู่ในสถานะที่สูงกว่า จะใช้ทั้ง วจนะและ อวจนภาษาที่เหมาะสมด้วยกัน</p> <p>วัฒนธรรม: การทำอะไรให้กัน หรือบอกให้ใครทำอะไร ถือเป็นเรื่องปกติไม่ต้องเน้นความสุภาพมากเป็นพิเศษ</p> | <p>วจนะ: มีรูปแบบความสุภาพที่หลากหลายมาก ในการขอให้ใครทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น Please. Would you please...? Could you...? Do you mind ...? ฯลฯ ที่สำคัญมากคือจะไม่ปรากฏคำว่า “You” ในคำขอร้อง</p> <p>อวจนะ: น้ำเสียงสุภาพ และใช้ท่าทางประกอบ เช่นผายมือ</p> <p>วัฒนธรรม: การทำอะไรให้กัน หรือบอกให้ใครทำอะไร ถือเป็นเรื่องที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับชีวิตของคนอื่นจึงต้องเน้นความสุภาพมากเป็นพิเศษ</p>                                                      |

|                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>- การให้ข้อมูล<br/>Giving information การ---</p> <p>- บอกทิศทาง<br/>Giving directions</p> <p>- การอธิบาย<br/>Explaining something</p> <p>- การจัดการกับปัญหา<br/>Dealing with complaints</p> | <p>วัฒนธรรม: บอกไปตามที่ทราบ ไม่ค่อยมีการจัดระบบ ในกรณีที่ไม่ทราบมักจะไม่น่าบอก ว่าไม่ทราบแต่จะให้ข้อมูลไปตามที่คาดเดาโดยเฉพาะในการบอกทิศทาง มักจะไม่ให้ข้อมูลที่ชัดเจน เช่น ห่างจากตรงนี้ประมาณกี่เมตร แต่จะพูดว่า “ใกล้ ๆ แค่นี้...” หรือ “ไกลจากตรงนี้...” เป็นต้น</p> <p>อวัจนะ: ยิ้ม โดยเฉพาะเมื่อไม่ทราบคำตอบ</p> <p>สำหรับการอธิบายในเรื่องต่าง ๆ หรือ ในกรณีที่เกิดปัญหา มักจะไม่มีกรออธิบายเรื่องราว หรือ สิ่งที่เป็นปัญหา จะเงียบและปล่อยให้คู่สื่อสารคาดเดา หรือ เข้าใจเอาเอง หรือถ้าจำเป็นต้องอธิบายบางเรื่องมักจะใช้เหตุผลกลาง ๆ มากกว่าจะเป็นเหตุผลที่แท้จริง เช่นกรณีที่ไม่สามารถจัดรายการตามกำหนดการได้ หรือ เครื่องบินช้า คำอธิบายส่วนมากจะเป็น “technical problem” ที่เหลือนอกจากนั้นจะต้องคิดเดาเอาเอง</p> <p>วัฒนธรรม: ใช้ความคิดนำระบบ และมีลักษณะการสื่อสารที่ “ละไว้ในฐานที่เข้าใจ” (high context – ตามแนวคิดของ Hall)</p> <p>ในกรณีที่ต้องอธิบายเกี่ยวกับอุปสรรคหรือ ความผิดพลาด มักจะใช้วัฒนธรรมของการเงียบเฉย หรือ หลีกเลียง สาเหตุที่แท้จริงโดยใช้คำพูดกลาง ๆ ดังตัวอย่างข้างต้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากค่านิยมในการรักษาหน้า (face-saving value)</p> | <p>วัฒนธรรม: มีการจัดระบบของข้อมูลชัดเจน เช่นที่ไหน เท่าไร เมื่อไร ฯลฯ ในกรณีที่ไม่ทราบจะบอกตรง ๆ ว่าไม่ทราบ และมักจะให้แหล่งที่สามารถจะหาข้อมูลนั้น ๆ ได้</p> <p>ในการบอกทิศทาง จะให้ข้อมูลที่ชัดเจน เช่น ห่างจากตรงนี้ประมาณกี่เมตร ใช้เวลาเท่าไร จะไปได้อย่างไร เป็นต้น</p> <p>อวัจนะ: ใช้อวัจนะประกอบการอธิบาย เช่น ชี้มือ หรือ ชี้ทิศทางตามแผนที่</p> <p>วัฒนธรรม: ใช้ระบบนำความคิด มีลักษณะการสื่อสารที่ “บอกทุกอย่างที่จำเป็น” (low-context – ตามแนวคิดของ Hall)</p> <p>ในกรณีที่ต้องอธิบายมักจะบอกเรื่องราวชัดเจนถึงที่มาที่ไป ถ้าเป็นปัญหาจะบอกสาเหตุที่แท้จริง โดยมีรูปแบบการสื่อสารที่ชัดเจนคือ เริ่มต้นด้วยการขอภัย ชี้แจงสาเหตุของปัญหา และตามด้วยคำอธิบายสิ่งที่ดำเนินการแก้ไขอยู่ พร้อมกับประมาณระยะเวลาที่จะต้องใช้ในการแก้ไขปัญหา (ยกเว้นในกรณีของประเทศที่อยู่ในระบอบสังคมนิยม ซึ่งมักจะมีค่านิยมใกล้เคียงกับค่านิยมของไทย คือ ค่านิยมในการรักษาหน้า ซึ่งสะท้อนผ่านรูปแบบการสื่อสารของผู้คนที่มักจะไม่มีลักษณะของการอธิบายเรื่องต่าง ๆ เช่นกัน)</p> |
| <p>การโอภาปราศรัย<br/>Making a small talk</p>                                                                                                                                                   | <p>วัฒนธรรม: มักจะพูดคุยเรื่องปากท้อง หรือ เรื่องที่เกี่ยวกับตัวเอง หรือ ครอบครัว</p> <p>อวัจนะ: ยิ้ม</p> <p>วัฒนธรรม: ใส่ใจเรื่องปากท้อง และ ทุกข์สุขของคู่สื่อสาร ค่อนข้างจะมีความจริงใจ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>วัฒนธรรม: มักจะพูดคุยเรื่องทั่ว ๆ ไป เช่น ความเป็นอยู่ ดินฟ้าอากาศ แต่ถ้ารู้จักกันค่อนข้างดี จะมีการซักถามเกี่ยวกับครอบครัว</p> <p>อวัจนะ: ยิ้ม</p> <p>วัฒนธรรม: รักษาระยะห่าง และโอภาปราศรัย</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      | <p>และให้ความหมายต่อการสื่อสาร ถ้ามีการโง่ทราครัยต่อกันคือมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน ไม่เช่นนั้นจะเงียบเฉย หรือ ยิ้มเท่านั้น</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>ตามมารยาทและแบบแผนของการสื่อสารซึ่งแบบแผนดังกล่าวมักจะไม่ยึดติดกับความหมาย แม้จะไม่รู้สึกดีต่อกันมากนักก็ต้องมีการโง่ทราครัยกับคู่สื่อสาร การขาดการโง่ทราครัยถือเป็นเรื่องผิดปกติและเป็นสัญญาณของความไม่เป็นมิตร</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>ปฏิกิริยาต่อการเงียบขณะสนทนา<br/>Being silent</p> | <p>ถือเป็นรูปแบบปกติของการสนทนา บางครั้งความเงียบในวัฒนธรรมการสื่อสารของไทยเป็นการสื่อความหมายใดความหมายหนึ่งต่อไปนี้ (เมตตา 2536 หน้า 29) คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การไม่วิจารณ์หรือประเมินผลในทางลบต่อหน้า</li> <li>- การเลื่อนการตัดสินใจหรือให้คำตอบที่เด็ดขาด</li> <li>- การเกรงใจที่จะออกความเห็นใด ๆ</li> <li>- การไม่สอบถามเมื่อสงสัย</li> <li>- การไม่แสดงอารมณ์โกรธออกมา</li> </ul> | <p>รู้สึกอึดอัดและรับไม่ได้ต่อการเงียบเฉยเพราะไม่เข้าใจสถานการณ์ของการสื่อสารว่าเกิดอะไรขึ้น โดยเฉพาะคนจากสังคมตะวันตก เพราะสังคมตะวันตกเป็นสังคมของการแสดงออก มีอะไรก็ต้องพูดออกมาให้ชัดเจนจะได้เข้าใจกัน</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>การเสนอให้ความช่วยเหลือ<br/>Offering help</p>     | <p>รูปแบบการให้ความช่วยเหลือมักจะมาจากความคิดและความรู้สึกของผู้พูดมากกว่าจะประเมินจากสถานการณ์ และการสังเกตท่าทีของคู่สื่อสาร ดังนั้นการให้ความช่วยเหลือจึงมักจะสื่อด้วยอวัจนภาษา หรือ อวัจนกรรม ทันทีโดยไม่มี การ “เปิดการสื่อสาร” เช่นเอากระเป๋าของคู่สื่อสารมาช่วยถือ หรือ ตักอาหารให้โดยไม่ถามว่าต้องการทานเลยหรือไม่ รินเครื่องดื่มให้โดยไม่ถามว่าคู่สื่อสารต้องการดื่มเพิ่มหรือไม่ เป็นต้น</p>                 | <p>รูปแบบการให้ความช่วยเหลือมักจะมาจากการประเมินสถานการณ์ และการสังเกตท่าทีของคู่สื่อสาร ดังนั้นการให้ความช่วยเหลือจึงมักจะสื่อด้วยอวัจนภาษา หรือ อวัจนกรรม โดยการ “เปิดการสื่อสาร” ต่อคู่สื่อสารก่อน เช่น “may I help you?” เมื่อสังเกตเห็นว่าคู่สื่อสารโดยเฉพาะผู้หญิงถือกระเป๋าที่ดูหนัก หรือในกรณีที่เป็นแขกของโรงแรม หรือ ลูกค้า แม้จะมีรูปแบบการให้บริการที่จะต้องช่วยแขกถือกระเป๋า ก็มักจะเริ่มโดยการ “เปิดการสื่อสาร” เสียก่อน เช่น ก้นก่อนที่จะตามด้วยอวัจนกรรมของการให้บริการ การให้ความช่วยเหลืออื่น ๆ ก็มีรูปแบบวัฒนธรรมของการสื่อสารในทำนองเดียวกันนี้ เช่น การ “เปิดการสื่อสาร” โดยถามคู่สื่อสารว่า “Would you care for more rice?” ก่อนที่จะตักอาหารให้ แต่ถ้าคู่สื่อสารบอกว่า “No thanks.” ก็เป็นการสื่อความหมายตรงไปตรงมาคือ “พอ</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | แล้วไม่ต้องการเพิ่ม” โดยไม่มีความหมายซ่อนเร้นของการเกรงใจ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| การพูดเกี่ยวกับบ้านเมือง และท้องถิ่นของตัวเอง<br>Sharing knowledge and culture of Thai's own region and country                                                                                                                                    | ไม่มีรูปแบบวัฒนธรรมและการสื่อสารที่ตายตัว แต่ส่วนมากมักจะไม่พูดเพราะภาษา หรือ ไม่รู้เรื่องราว พอ หรืออาจจะไม่อยากจะพูดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับบ้านเมืองของตัวเองให้ชาวต่างชาติฟัง                                                                                                                                                                                                    | ไม่มีรูปแบบวัฒนธรรมและการสื่อสารที่ตายตัว เช่นกัน แต่ส่วนมากมักจะไม่พูดเรื่องบ้านเมืองของตัวเองได้ไม่มากนักน้อยอาจจะเป็นทั้งส่วนที่ชื่นชมและวิพากษ์ เป็นลักษณะของความคิดอ่านที่ตรงไปตรงมาของผู้พูด ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีระบอบสังคมนิยมมาก่อนอาจจะไม่คุ้นเคยกับการพูดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับบ้านเมืองของตัวเอง หรือแม้แต่เรื่องใดๆ ก็ตาม                                                                                                                                  |
| - การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับบ้านเมืองและท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว หรือ คู่สื่อสาร<br>Sharing knowledge and culture of Tourists' region and country<br>- การสังเกตลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยวหรือคู่สนทนา<br>Observing tourists habitual behaviour | ไม่มีรูปแบบวัฒนธรรมและการสื่อสารที่ตายตัว แต่คนที่มีลักษณะสนใจใฝ่ศึกษามักจะพยายามพูดคุยสอบถามจากคู่สื่อสารถึงเรื่องต่าง ๆ ในบ้านเมืองของเขา บางคนถึงกับสังเกตลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับชาติต่าง ๆ ว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร แต่การสังเกตลักษณะนิสัยมักจะจบลงที่การสรุปในลักษณะของ “การเหมารวม” (stereotype) เช่นคนอิตาเลียนเป็นอย่างไร คนจีนเป็นอย่างไร เป็นต้น           | ไม่มีรูปแบบวัฒนธรรมและการสื่อสารที่ตายตัว เช่นกัน แต่คนที่มีลักษณะเปิด (non-ethnocentric) จะมีลักษณะสนใจใฝ่ศึกษาเรื่องราวของประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากเรื่องในประเทศของตนเอง โดยพยายามพูดคุยสอบถามจากคู่สื่อสารต่างวัฒนธรรมถึงเรื่องต่าง ๆ ในบ้านเมืองของเขา ในกรณีที่เป็นนักท่องเที่ยวมักจะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สนใจใฝ่รู้เรื่องราวต่าง ๆ ของเมืองที่กำลังท่องเที่ยวอยู่                                                                                                |
| อื่น ๆ*                                                                                                                                                                                                                                            | - การเคารพผู้อาวุโส (hierarchy/seniority)<br>- ความเกรงใจและรักษาหน้าผู้อื่น (face-saving value)<br>- การให้ความสำคัญกับความปรองดองสามัคคีของหมู่คณะ (harmony)<br>- การหลีกเลี่ยงปัญหาและความขัดแย้ง (conflict avoidance)<br>- การปล่อยตามเวลาและกรรม/การทำตัวตามสบายโดยไม่ให้ความสำคัญกับเวลา หรือการเตรียมการ Hall, (1959,1994) เรียกลักษณะแบบนี้ว่า”Polychronic-time oriented | - เชื้อในความเท่าเทียมกัน (fraternity & equality)<br>- สุภาพแต่ต้องตรงไปตรงมา<br>- การประนีประนอมมีความสำคัญน้อยกว่าความถูกต้องและความยุติธรรม หรือ ค่าของเงินที่จ่ายไป<br>- จัดการกับปัญหา (conflict management)<br>- ให้ความสำคัญกับการวางแผนและการเตรียมการ Hall (อ้างแล้ว) เรียกสังคมที่มีลักษณะ ตรงข้ามกับสังคมไทยว่าเป็น “Monochronic-time oriented culture” คือ เป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับเวลาต้องมีการจัดการกับเวลาโดยจัดลำดับความสำคัญก่อน – หลัง ของสิ่งต่าง ๆ ในชีวิต |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>culture” คือชอบทำอะไรหลายอย่างในเวลาเดียวกัน แต่ Kuckhohn และ Stroback (1961 อ้างใน Chen และ Starosta, 1998) ใช้คำเรียกลักษณะสังคมที่มีรูปแบบเช่นนี้ว่า Present-oriented culture</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความยืดหยุ่นและไม่ผูกติดกับกฎระเบียบ (flexibility &amp; easy going) แต่ยึดมั่นกับขนบธรรมเนียมประเพณี</li> <li>- เน้นพรรคพวก (collectivism)</li> </ul> <p>*รูปแบบวัฒนธรรมข้างต้นนำไปสู่รูปแบบการสื่อสารของคนไทยโดยทั่วไป ที่มีลักษณะเงียบ ระมัดระวังและไม่แสดงออก หรือแสดงออกด้วยการพูดอ้อมด้วยความเกรงใจ ซึ่งอาจรวมเรียกได้ว่าเป็นลักษณะของ “passive communication”</p> | <p>Kuckhohn และ Stroback (อ้างแล้ว) ใช้คำเรียกลักษณะสังคมที่มีรูปแบบเช่นนี้ว่า “Future-oriented culture”</p> <p>*รูปแบบวัฒนธรรมข้างต้นนำไปสู่รูปแบบการสื่อสารของคนที่มีลักษณะสังคมแบบ Anglo-saxon โดยทั่วไป ที่มีลักษณะตรงไปตรงมา และแสดงออกในสิ่งที่คิด หรือจำเป็นต้องพูด ซึ่งอาจรวมเรียกได้ว่าเป็นลักษณะของ “active communication”</p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### ยุทธวิธีในการสื่อสาร

เนื่องจากรูปแบบของวัฒนธรรมที่หลากหลายดังที่ได้สรุปลักษณะสำคัญ ๆ ข้างต้น ทำให้การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีลักษณะที่ซับซ้อน การเรียนภาษาเพียงอย่างเดียวจะไม่ช่วยให้สามารถเข้าใจสิ่งที่คู่สื่อสารพูด หรือพยายามจะสื่ออย่างชัดเจน ในการเรียนภาษาซึ่งปลายทางของการเรียนคือ การนำไปใช้ในการสื่อสารกับผู้คนจากต่างวัฒนธรรม จึงมีความจำเป็นต้องเน้นมิติทางวัฒนธรรมคู่เคียงกันไปกับภาษา แต่สิ่งที่จะต้องเรียนรู้และฝึกฝนในการเรียนภาษาอีกประการหนึ่งคือ ยุทธวิธีทางการสื่อสาร ซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องและสืบเนื่องมาจากความรู้ความเข้าใจด้านภาษาและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามยุทธวิธีทางการสื่อสารสามารถจะมองเป็นส่วนแยกของภาษาซึ่งคนที่ไม่มีโอกาสเรียนรู้เรื่องภาษามากนักก็สามารถใช้ความสามารถเชิงวัฒนธรรมและสังคมพัฒนาความสามารถทางการสื่อสารของตนเองได้

ผู้เรียนภาษาต่างประเทศเป็นจำนวนมากมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในการสื่อสารกับคู่สื่อสารที่มาจากต่างภาษาและต่างวัฒนธรรมในประเด็นที่ว่าตัวเองต้องมีความพร้อมและเข้าใจทุกอย่างที่คู่สื่อสารพูดหรือสื่อความหมายมาด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง แท้จริงแล้วไม่มีใครเลยแม้แต่คนที่พูดภาษาเดียวกันหรือมาจากวัฒนธรรมเดียวกันที่จะเข้าใจสิ่งที่คู่สื่อสารสื่อมาทุก ๆ อย่าง เพียงแต่ความรู้สึในด้านจิตวิทยาทำให้เรามักจะคิดว่าภาษาและภูมิหลังที่เหมือนกันทำให้เราเข้าใจกัน ในความเป็นจริงคนทุกคนมีความแตกต่างในวิธีการสื่อสารเพียงแต่ความรู้สึกที่ตื้นกล้วในการสื่อสารกับคนที่พูดภาษาเดียวกันมีน้อยกว่าการที่ต้องสื่อสารกับคนต่างชาติต่างภาษา บ่อยครั้งที่คนซึ่งสื่อสารด้วยภาษาเดียวกันต้องตั้งคำถามกับคู่สื่อสารว่า “อะไรนะ” หรือ “ที่คุณพูดหมายความว่าไง” หรือ แม้แต่การขอให้ปรับลักษณะการพูด เช่น “พูดดัง ๆ น้อย” หรือ “พูดช้า ๆ น้อยสิ” ทั้งหมดที่กล่าวถึง คือ ยุทธวิธีในการสื่อสาร ซึ่งถ้าเกิดขึ้นในขณะที่เราสื่อสารกับคนที่พูดภาษาเดียวกันเรามักจะคิดว่าเป็นธรรมชาติ และสิ่งที่จะนำธรรมชาติเหล่านั้นไปใช้ในการสื่อสารกับคนต่างภาษาต่างวัฒนธรรม ในกระบวนการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศยุทธวิธีในการสื่อสารเหล่านี้เป็นสมรรถนะทางการใช้

ภาษาของแต่ละคน และมีการแบ่งกลุ่มต่าง ๆ กันไป เช่น Tarone (1980) ถือว่า ยุทธวิธีในการสื่อสารเป็นกระบวนการทางสังคม (social strategies) Tarone มองว่าคนที่ใช้ยุทธวิธีดังกล่าวอาจจะใช้วิธีใดวิธีหนึ่งในสามวิธีต่อไปนี้คือ 1) ใช้ภาษาเดิมหรือภาษาแม่ของตนเป็นหลัก หรือ 2) ใช้ภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศเป็นหลัก หรือ 3) ใช้วิธีหลบเลี่ยงการสื่อสาร ในขณะที่ Faerch และ Kasper (1984) เชื่อว่ายุทธวิธีในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของคนเราเป็นกระบวนการทางจิตวิทยา (psychological strategies) กล่าวคือ คนเราจะมีแนวทางในการสื่อสารเป็นสองแนวทาง แนวทางหนึ่งคือการผลักดัน และอีกแนวทางหนึ่งคือการหลีกเลี่ยง แนวทางแรกเกิดขึ้นเนื่องจากคนเรามีกลไกในตัวที่จะผลักดันให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จจึงใช้ความพยายามทุกทางที่จะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ ส่วนอีกแนวทางหนึ่งคือไม่มีแรงผลักดันเมื่อมีปัญหาในการสื่อสารจึงเลือกที่จะหลีกเลี่ยงไม่เผชิญหน้าเพื่อเป็นการตัดปัญหา

นักภาษาศาสตร์อีกกลุ่มหนึ่งเช่น Kellerman, Bongaerts และ Poullisse ได้กล่าวไว้ในบทความเรื่อง "Strategies and System in L2 Referential Communication" (1987) ว่าคนเราจะใช้กระบวนการในการสร้างรูปแบบทางการสื่อสารมาชดเชยสิ่งที่ไม่สามารถสื่อได้ในภาษาที่สอง (compensatory strategies) โดยอาจใช้วิธีการบรรยายหรืออธิบายสิ่งที่ต้องการพูดเป็นภาษาอังกฤษ หรือพยายามใช้ความหมายใกล้เคียงมาพูดถึง เป็นต้น อย่างไรก็ตามทั้งสามคนไม่ได้พูดถึงการหลีกเลี่ยง

ในการวิจัยเรื่องนี้จะใช้รูปแบบของวัฒนธรรมและวิธีการสื่อสารของคนไทยมาเทียบเคียงกับยุทธวิธีในการสื่อสารทั้งสามกลุ่มข้างต้นในการวิเคราะห์ด้วย โดยมองสมรรถนะทางการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวในกรอบที่มาของปัญหาวิจัยที่ได้วางไว้

## บทที่ 4

### ประมวลข้อมูลและบทวิเคราะห์

การประมวลข้อมูลในบทนี้จะแบ่งเป็นสองตอน ตอนแรกจะประมวลข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเชิงปริมาณ ตอนที่สองเป็นการประมวลข้อมูลเชิงคุณภาพโดยจะนำข้อมูลที่ได้จากทั้งสามแหล่ง คือ จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และจากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมาประมวลด้วยวิธีตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) และจะวิเคราะห์ในกรอบของประเด็นปัญหาวิจัยและกรอบแนวคิดในการศึกษาที่วางไว้ 3 ประเด็น คือ **การเข้าใจความหมายจากบริบท (Context and Meaning) ความสามารถในการเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-cultural Competence) และ การเข้าใจความหมายที่ซ่อนเร้น (Iceberg Theory of Communication)** โดยใช้แนวทางจากรูปแบบของวัฒนธรรม-ภาษา และยุทธวิธีในการสื่อสาร ที่ได้นำเสนอในบทที่ 3 ผสมกับผลจากการศึกษาวิจัยเอกสารและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากวรรณกรรมที่นำเสนอในบทที่ 2 การวิเคราะห์ดังกล่าวจะเริ่มจากการศึกษาระดับความสามารถในการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวโดยการวิเคราะห์จากข้อมูลเชิงปริมาณคุณภาพที่ได้รับ หลังจากนั้นจะศึกษาความสามารถในการส่งและรับความหมายที่ซ่อนเร้นผ่านทางอวัจนกรรมและวัฒนธรรมและเหตุ-ปัจจัยที่เกื้อหนุน หรือมีผลกระทบต่อความสามารถทางการสื่อสาร

การประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการมองประสิทธิภาพการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวจากระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวตามแบบสัมภาษณ์ (ดู ภาคผนวก ก) โดยได้ขอให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ค่าความพอใจต่อการสื่อสารของคนไทยในมิติของวัจนกรรมคือการใช้ภาษา มิติของอวัจนกรรม คือ สีหน้า กิริยาท่าทาง ความสุภาพ การรักษาระยะห่าง และ การใช้น้ำเสียง และมิติของวัฒนธรรมในกรอบของนิยามศัพท์ที่วางไว้ คือแนวคิดและพฤติกรรมที่กลุ่มคนสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากภูมิหลังที่ร่วมกัน อันได้แก่ ภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ทัศนคติ และคุณค่า

ในการให้ค่าความพอใจได้ออกแบบความพอใจสูงสุดไว้ที่ระดับ 5 และต่ำสุด คือไม่พอใจมากไว้ที่ระดับ 1 และนำผลที่ได้มาคิดคำนวณโดยใช้โปรแกรม SPSS

#### ตอนที่หนึ่ง การประมวลข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการหาข้อมูลเกี่ยวกับความพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้ภาษาของคนไทยในประเด็นต่าง ๆ ได้พบข้อมูลทางสถิติตามที่แสดงไว้ในตารางที่ 6 หน้า 68 ในส่วนของวัจนภาษาจะเห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นว่าความถูกต้อง ความคล่อง ความชัดเจน ความเข้าใจ และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ตอบอยู่ในระดับที่พอรับได้เท่านั้น โดยที่ประเด็นของความคล่องเป็นส่วนที่ตัวเลขทุกระดับความพอใจชี้ว่าเป็นส่วนที่น่าจะเป็นปัญหามากที่สุดกล่าวคือ จำนวนผู้ที่พอใจมาก และพอใจต่อความคล่องในการใช้ภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว มีตัวเลขที่ต่ำกว่าทุกประเด็นที่ศึกษา ในจำนวนนักท่องเที่ยว 161 คนที่สัมภาษณ์ มีเพียงร้อยละ 1.9 ที่บอกว่าพอใจมาก และเพียงร้อยละ 18.2 ซึ่งบอกว่าพอใจ ในขณะที่ระดับที่พอรับได้ ไม่พอใจ และไม่พอใจมากมีสัดส่วนที่สูงมากที่สุดเมื่อเทียบกับประเด็นอื่นโดยมีสัดส่วนความพอใจที่พอรับได้ร้อยละ 54.7 ไม่พอใจ 22.0 และไม่พอใจมาก 3.1 อีกประเด็นหนึ่งที่ผลการศึกษาชี้ให้เห็นเช่นกันว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวจะต้องปรับปรุงวัจนกรรมในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว คือ การถามกลับหรือสอบถามทวนทั้งนี้เพราะตัวเลขที่แสดงระดับความพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำเช่นกัน คือนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 13 เท่านั้นที่บอกว่าพอใจมาก และตัวเลขของระดับความไม่พอใจมากก็ได้บ่งชี้เป็นการยืนยัน คือมีสัดส่วนความไม่พอใจมากใน

ประเด็นนี้สูงกว่าประเด็นอื่น ๆ โดยตัวเลขอยู่ที่ร้อยละ 4.3 ในขณะที่นักท่องเที่ยวพอใจต่อคุณภาพของการใช้ภาษา โดยมีสัดส่วนที่แสดงความพอใจมากถึงร้อยละ 58.4 อย่างไรก็ตามเมื่อมองภาพรวมของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการสื่อสารด้วยวัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวนับได้ว่าอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำคือมีค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจมากเพียง 14.13 แต่เมื่อดูความพอใจในระดับที่พอรับได้ก็อาจพูดได้ว่าการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวไม่ถึงกับล้มเหลวทั้งนี้เพราะค่าเฉลี่ยในระดับนี้อยู่ที่ ร้อยละ 40.3 และต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจมาก และพอใจซึ่งรวมกันแล้วมีถึงร้อยละ 45.81 ระดับความพอใจนี้ได้รับการยืนยันและมีรายละเอียดเพิ่มเติมจากการศึกษาเชิงคุณภาพซึ่งจะได้กล่าวถึงในการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในตอนต่อไป

#### ตารางที่ 6 ร้อยละของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการใช้วัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว

| ประเด็นศึกษา                                                                                        | พอใจมาก<br>(Very satisfied) | พอใจ<br>(satisfied) | พอรับได้<br>(somewhat satisfied) | ไม่พอใจ<br>(dissatisfied) | ไม่พอใจมาก<br>(Very dissatisfied) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| ความถูกต้อง (CORRECTNESS)                                                                           | 5.0                         | 30.6                | 51.3                             | 10.6                      | 2.5                               |
| ความคล่อง (FLUENCY)                                                                                 | 1.9                         | 18.2                | 54.7                             | 22.0                      | 3.1                               |
| ความชัดเจน (CLARITY)                                                                                | 3.1                         | 23.1                | 52.5                             | 19.4                      | 1.9                               |
| ความสุภาพ (POLITENESS)                                                                              | 58.4                        | 26.1                | 12.4                             | 1.2                       | 1.9                               |
| ความเข้าใจ (UNDERSTANDING)                                                                          | 6.8                         | 37.3                | 45.3                             | 8.7                       | 1.9                               |
| ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ตอบ<br>(APPROPRIATENESS OF RESPONSES)                                       | 9.3                         | 41.0                | 40.4                             | 8.7                       | 0.6                               |
| ภาษาที่ใช้ตอบเพื่อแสดงความเข้าใจใน<br>สิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด (EXPRESSION<br>SHOWING UNDERSTANDING) | 15.5                        | 41.0                | 36.0                             | 6.2                       | 1.2                               |
| การถามกลับหรือสอบถาม<br>(CHECKING OR ASKING BACK)                                                   | 13.0                        | 36.0                | 29.2                             | 17.4                      | 4.3                               |
| <b>ค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับ</b>                                                                       | 14.13                       | 31.68               | 40.23                            | 11.78                     | 2.18                              |

สำหรับมิติของความพอใจที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีต่อความพอใจในการสื่อสารผ่านทางวัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวผลจากการศึกษาเชิงปริมาณปรากฏดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 7 หน้า 69 ซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพอใจต่อการสื่อสารด้วยวัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมาก จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยของความพอใจมาก และ พอใจสูงถึง ร้อยละ 84.5 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของความพอใจในระดับที่พอรับได้มีเพียง 12.5 และค่าเฉลี่ยของความไม่พอใจทั้งสองระดับรวมกันแล้วมีเพียงร้อยละ 3 ประเด็นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชี้ให้เห็นว่ามี ความพอใจมากคือ การยิ้ม หรือ หัวเราะ ความสุภาพและมารยาทขณะสนทนาโดยมีสัดส่วนความพอใจถึงร้อยละ 65.8 และ 60.2 ตามลำดับ ส่วนที่จะต้องให้ความสนใจในการปรับปรุงวัจนกรรมการสื่อสารของคนไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวด้านนี้จะได้แก่ การใช้ท่าทาง น้ำเสียง และการมองตา ซึ่งแม้ผลจากการศึกษาจะชี้ให้เห็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงแต่เมื่อเทียบกับประเด็นอื่น ๆ ในมิติเดียวกันนับว่ามีนัยสำคัญ และเช่นเดียวกับข้อมูลที่ได้ในมิติของวัจนภาษา

ระดับความพอใจนี้ได้รับการยืนยันและมีรายละเอียดเพิ่มเติมจากการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ซึ่งจะได้กล่าวถึงในการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในตอนต่อไป

**ตารางที่ 7 ร้อยละของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการใช้อวัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว**

| ประเด็นศึกษา                                                  | พอใจมาก<br>(Very satisfied) | พอใจ<br>(satisfied) | พอรับได้<br>(somewhat satisfied) | ไม่พอใจ<br>(dissatisfied) | ไม่พอใจมาก<br>(Very dissatisfied) |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| การมองตา (EYE CONTACT)                                        | 38.5                        | 47.2                | 11.2                             | 1.9                       | 1.2                               |
| การยิ้ม หรือหัวเราะ ขณะสนทนา<br>(SMILING OR LAUGHING)         | 65.8                        | 27.3                | 3.7                              | 1.2                       | 1.9                               |
| ความสุภาพและมารยาทขณะ<br>สนทนา (POLITENESS /<br>COURTESY)     | 60.2                        | 29.2                | 7.5                              | 1.9                       | 1.2                               |
| ความเหมาะสมในการใช้ท่าทาง<br>(APPROPRIATENESS OF<br>GESTURES) | 30.2                        | 47.8                | 18.9                             | 1.9                       | 1.3                               |
| การรักษาระยะห่าง<br>(THE USE OF SPACE)                        | 41.6                        | 40.4                | 14.3                             | 2.5                       | 1.2                               |
| การใช้เสียง<br>(THE USE OF VOICE)                             | 34.2                        | 44.7                | 19.3                             | 1.2                       | 0.6                               |
| <b>ค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับ</b>                                 | 45.1                        | 39.4                | 12.5                             | 1.8                       | 1.2                               |

ในส่วนของความพอใจที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีต่อการสื่อสารผ่านมิติทางวัฒนธรรมของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ผลจากการศึกษาเชิงปริมาณปรากฏตามตารางที่ 8 หน้า 70 ซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความพอใจต่อวัฒนธรรมการทักทายและการลาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีร้อยละของความพอใจมากถึง 70.2 และ พพอใจ ร้อยละ 24.8 ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วนับว่านักท่องเที่ยวพอใจวัฒนธรรมการสื่อสารของคนไทยในประเด็นนี้มากถึง ร้อยละ 95 ในขณะที่ร้อยละของความไม่พอใจและไม่พอใจมากที่มีปรากฏในแต่ละระดับที่ 0.6 เป็นส่วนที่นักท่องเที่ยวซึ่งตอบแบบสัมภาษณ์เล่าให้ฟังว่า ได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีจากคนไทยบางคนในภาคการท่องเที่ยวจึงมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อทุกอย่างก่อให้เกิดทัศนคติแบบเหมารวม (stereotype) และมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อทุกอย่างที่เกี่ยวกับคนไทยและการท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากประเด็นของการทักทายและการกล่าวลาแล้วระดับความพอใจมากของนักท่องเที่ยวต่อประเด็นทางวัฒนธรรมอื่น ๆ นับว่าอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก แต่ถ้ามองตัวเลขของระดับความพอใจทั้งที่เป็นตัวเลขของแต่ละประเด็นและตัวเลขโดยรวมจากค่าเฉลี่ยก็ยังคงถือว่าเป็นการสื่อสารที่ค่อนข้างดีในสายตาของนักท่องเที่ยว ผลของการศึกษาเชิงปริมาณจากที่ปรากฏใน ตารางข้างต้นชี้ให้เห็นว่าประเด็นที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสนใจมากเป็นพิเศษในการปรับปรุงวิธีการสื่อสารคือ วัฒนธรรมในการอธิบายซึ่งนัก

ตารางที่ 8 ร้อยละของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว

| ประเด็นศึกษา                                                                                                           | พอใจมาก<br>(Very satisfied) | พอใจ<br>(satisfied) | พอรับได้<br>(somewhat satisfied) | ไม่พอใจ<br>(dissatisfied) | ไม่พอใจมาก<br>(Very dissatisfied) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| การทักทายและการกล่าวลา (GREETING AND SAYING GOOD BYE)                                                                  | 70.2                        | 24.8                | 3.7                              | 0.6                       | 0.6                               |
| การเรียกขาน (ADDRESSING)                                                                                               | 44.1                        | 44.4                | 12.4                             | 2.5                       | 0.6                               |
| การตอบรับ (RESPONDING)                                                                                                 | 32.5                        | 45.0                | 21.9                             | 0.0                       | 0.6                               |
| การขอให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (REQUESTING)                                                                                 | 29.3                        | 41.4                | 26.8                             | 1.9                       | 0.6                               |
| การให้ข้อมูล (GIVING INFORMATION)                                                                                      | 26.1                        | 47.2                | 9.3                              | 6.2                       | 1.2                               |
| การบอกทิศทาง (GIVING DIRECTIONS)                                                                                       | 20.0                        | 44.4                | 26.9                             | 7.5                       | 1.3                               |
| การอธิบาย (EXPLAINING SOMETHING)                                                                                       | 12.6                        | 37.7                | 35.8                             | 11.9                      | 1.9                               |
| การจัดการกับปัญหา (DEALING WITH TOURISTS' COMPLAINTS)                                                                  | 24.4                        | 41.0                | 25.0                             | 7.7                       | 1.9                               |
| การโอภาปราศรัย (MAKING A SMALL TALK)                                                                                   | 27.2                        | 32.9                | 29.7                             | 8.2                       | 1.9                               |
| ปฏิกิริยาต่อการเงียบขณะสนทนา (BEING SILENT)                                                                            | 20.4                        | 38.9                | 34.4                             | 5.1                       | 1.3                               |
| การเสนอให้ความช่วยเหลือ (OFFERING HELP)                                                                                | 36.6                        | 39.8                | 19.9                             | 2.5                       | 1.2                               |
| การให้ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านเมืองและท้องถิ่น (SHARING KNOWLEDGE AND CULTURE OF THAIS' OWN REGION AND COUNTRY )            | 24.1                        | 34.8                | 27.2                             | 10.8                      | 3.2                               |
| การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับบ้านเมืองและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว (SHARING KNOWLEDGE OF TOURISTS' CULTURE AND COUNTRY/) | 14.0                        | 29.3                | 40.1                             | 12.7                      | 3.8                               |
| การสังเกตลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยว (OBSERVING TOURISTS' HABITUAL BEHAVIOR)                                           | 19.2                        | 36.5                | 36.5                             | 4.5                       | 3.2                               |
| ค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ                                                                                                  | 28.6                        | 38.2                | 25.7                             | 5.9                       | 1.7                               |

ท่องเที่ยวต่างชาติสะท้อนระดับความพอใจมากเพียงร้อยละ 12.6 และพอใจเพียง 37.7 การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับบ้านเมืองและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว การสังเกตลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยว การบอกทิศทาง และการเจียมเจียนขณะสนทนา ก็เป็นประเด็นที่จะต้องให้ความสนใจมากเป็นพิเศษเช่นเดียวกัน เพราะภาพสะท้อนจากสัดส่วนของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อประเด็นเหล่านี้ค่อนข้างต่ำ สำหรับรายละเอียดที่แจ้งถึงความคิดเห็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับผลการศึกษานี้ในตารางข้างต้นจะประมวลและวิเคราะห์ในตอนท้ายที่อภิปรายผลการศึกษาศึกษาเชิงคุณภาพ

แม้ว่าผลจากการศึกษาจะชี้ให้เห็นว่าระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรม และ วัฒนธรรมไม่ได้อยู่ในระดับที่สูงมากนักและเป็นข้อบ่งชี้โดยนัยว่าการใช้ภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมิได้อยู่ในระดับที่ดีพอ ค่าเฉลี่ยของระดับความพอใจมาก และพอใจ ก็มีตัวเลขที่ต่ำสุดเมื่อเทียบกับอีกสองมิติ คือ มิติทางอวัจนภาษา และมิติทางวัฒนธรรม แต่ปรากฏว่าเมื่อขอให้นักท่องเที่ยวเปรียบเทียบความยากง่ายของแต่ละมิติตามประสบการณ์ที่เขามีในช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดภูเก็ตกลับปรากฏผลตามตารางที่ 9 ดังนี้

#### ตารางที่ 9 เปรียบเทียบระดับความยากง่ายของ วัจนภาษา อวัจนภาษา และมิติทางวัฒนธรรมในการสื่อสาร

| องค์ประกอบของการสื่อสาร | ยากมากที่สุด | ยากน้อยที่สุด |
|-------------------------|--------------|---------------|
| มิติทางวัฒนธรรม         | 52.5         | 21.3          |
| วัจนกรรม และวัจนภาษา    | 35.6         | 28.1          |
| อวัจนกรรมและอวัจนภาษา   | 11.9         | 42.5          |

ตารางข้างต้นชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 52.5 บ่งว่ามิติทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบทางการสื่อสารที่ยากมากที่สุดสำหรับเขา ในขณะที่ความยากของวัจนภาษา เป็นอันดับที่ยากรองลงไปโดยมีระดับความยากคิดเป็นร้อยละ 35.6 และเมื่อตรวจสอบคำตอบในทางตรงกันข้ามคือ การหาองค์ประกอบทางการสื่อสารที่ยากน้อยที่สุดผลที่ได้ก็ออกมาในทิศทางเดียวกันคือนักท่องเที่ยวบ่งว่ามิติทางวัฒนธรรมมีระดับความยากน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 21.3 ซึ่งเป็นร้อยละที่ต่ำที่สุดจากสามมิติที่ตรวจสอบ หมายความว่านักท่องเที่ยวมองว่าวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบที่ยากต่อความเข้าใจมากที่สุด ส่วนอวัจนภาษาก็ยังคงมีระดับความยากต่อความเข้าใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับวัจนภาษาและวัฒนธรรมในมุมมองของนักท่องเที่ยวโดยที่นักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 11.9 ที่ตอบว่ายากมากที่สุด และเมื่อตรวจสอบในทิศทางตรงกันข้ามก็ปรากฏเช่นเดียวกันคือนักท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 42.5 ตอบว่าองค์ประกอบนี้ยากน้อยที่สุด

ตัวเลขที่ชี้ให้เห็นความพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารผ่านมิติของภาษาไม่ว่าจะเป็น วัจนะ หรือ อวัจนภาษาและมิติทางวัฒนธรรมเป็นตัวเลขที่สะท้อนถึงสมรรถนะทางการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตโดยรวม ซึ่งในความเป็นจริงเมื่อพูดถึงการใช้ภาษาของคนไทยยังมีประเด็นที่จะต้องพูดถึงอีกคือ กลุ่มอาชีพใดที่มีแนวโน้มในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมากที่สุด - น้อยที่สุด เนื่องจากการวิจัยนี้ต้องการศึกษาหาภาพรวมของความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวในลักษณะของกลุ่มมากกว่าตัวบุคคล ในการศึกษาเชิงปริมาณจึงอนุมานเอาจากความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการสื่อสารของคนไทยกลุ่มต่างๆ สาเหตุที่เลือกศึกษาจากความพอใจของนักท่องเที่ยวเพราะการศึกษาเรื่องนี้เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องถูกจัดวางให้อยู่ในตำแหน่งของ "ลูกค้าผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการ" วิธีการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวอยู่ในตำแหน่งของ "ตัวสินค้า" และ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดนกลุ่มนี้

จะถูกจัดวางให้อยู่ในตำแหน่งของ “ผู้ผลิต” ด้วยการจัดวางตำแหน่งดังกล่าวเสี่ยงสะท้อนของ “ลูกค้าผู้ใช้บริการ” ในเชิงปริมาณเป็นเหมือนกระจกเงาที่จำเป็นจะต้องนำมาศึกษาเป็นเบื้องต้น โดยมีการตรวจสอบด้วยการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อความแม่นยำของข้อมูล

ผลการศึกษาความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคนไทยในกลุ่มต่างๆ ที่ได้มีโอกาสสื่อสารด้วยในช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดภูเก็ต หรือใช้บริการของคนไทยที่ประกอบอาชีพนี้เพื่อเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในแถบอันดามัน ปรากฏตามตารางที่ 10 ต่อไปนี้

ตารางที่ 10 ระดับความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อคนไทยที่ได้สื่อสารด้วย

| กลุ่มคนไทย                     | ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่สื่อสารกับคนไทย แต่ละกลุ่ม | ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่พอใจมากต่อการสื่อสารของคนไทย แต่ละกลุ่ม (Very satisfied) | ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจมากต่อการสื่อสารของคนไทยแต่ละกลุ่ม (Very dissatisfied) |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| กลุ่มโรงแรม                    | 13                                                  | 41.4                                                                              | 12.1                                                                                   |
| เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง     | 12.6                                                | 4.5                                                                               | 16.9                                                                                   |
| พนักงานบริการในร้านอาหาร       | 12.5                                                | 15.3                                                                              | 6.5                                                                                    |
| คนขายของ                       | 12.4                                                | 3.8                                                                               | 26.6                                                                                   |
| คนขับรถรับจ้าง                 | 12.1                                                | 5.7                                                                               | 19.4                                                                                   |
| คนทำงานบาร์                    | 8.1                                                 | 4.5                                                                               | 2.4                                                                                    |
| มัคคุเทศก์                     | 7.9                                                 | 15.9                                                                              | 4.0                                                                                    |
| ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว         | 7.6                                                 | 5.7                                                                               | 4.8                                                                                    |
| ผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยว | 7.1                                                 | 1.3                                                                               | 4.8                                                                                    |
| เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์       | 4.6                                                 | 1.3                                                                               | 0.8                                                                                    |
| ตำรวจ                          | 2.1                                                 | 0.6                                                                               | 1.6                                                                                    |

ตารางที่ 10 ข้างต้นชี้ให้เห็นว่ากลุ่มคนไทยที่นักท่องเที่ยวส่วนมากมีโอกาสสื่อสารด้วยคือ กลุ่มพนักงานโรงแรม รองลงไปคือ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง และ พนักงานบริการในร้านอาหาร<sup>4</sup> ข้อมูลชี้ว่านักท่องเที่ยวพอใจการสื่อสารของกลุ่มพนักงานโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงไปคือ กลุ่มมัคคุเทศก์ และ พนักงานบริการในร้านอาหาร ซึ่งมีระดับความพอใจที่ใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 15.9 และ 15.3 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจน้อยที่สุด คือ คนขายของ คนขับรถรับจ้าง และ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง

<sup>4</sup> เหตุที่นักท่องเที่ยวไม่ได้มีโอกาสสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองด้วยสัดส่วนที่สูงที่สุดต่างๆ ที่ทุกคนน่าจะต้องผ่านเจ้าหน้าที่เหล่านี้ก่อนเดินทางเข้ามายังจังหวัดเป็นเพราะนักท่องเที่ยวบางคนไม่ได้เดินทางเข้าประเทศไทยที่จังหวัดภูเก็ต ดังนั้นเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองที่เขาพบจึงอยู่นอกเหนือขอบเขตของการศึกษาเรื่องนี้



โดยมีสัดส่วนความไม่พอใจร้อยละ 26.6 19.4 และ 16.9 ตามลำดับ ในกลุ่มคนขายของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ชี้ว่ากลุ่มที่สร้างความหงุดหงิดรำคาญใจให้แก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ คนที่คอยเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการของร้านตัดเสื้อ ซึ่งนักท่องเที่ยวใช้คำเรียกหรือบรรยายถึงกลุ่มคนเหล่านี้ค่อนข้างจะรุนแรง เช่น pest คือตัวแมลงที่คอยติดตามรบกวน หรือ They would not take “no” for an answer. คือเป็นคนที่ไม่ฟังไม่สนใจว่าเขาได้ปฏิเสธไปแล้วเป็นต้น แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าคนเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการทุกคนที่พบในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ไม่มีคนไทยเลย ส่วนมากเป็นคนเนปาลที่เกิดในพม่า หรือแต่นักท่องเที่ยวไม่ได้แยกแยะเชื้อชาติเมื่อพูดถึงความไม่พอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมองว่าทุกคนในภาคการท่องเที่ยวของภูเก็ทไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติใดก็ตามคือคนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของเขาทั้งสิ้น ในการศึกษาครั้งนี้ได้สัมภาษณ์คนเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการของร้านตัดเสื้อด้วยแม้จะมีคนไทยเพื่อต้องการทราบข้อมูลในฐานะของผู้ให้บริการ (ดู ประมวลผลข้อมูลซึ่งพูดถึงผู้ให้สัมภาษณ์ชาวเนปาลและพม่าและบทวิเคราะห์จากการศึกษาเชิงคุณภาพในตอนต่อไปของบทนี้ประกอบ) สำหรับกลุ่มคนขับรถรับจ้างกลุ่มที่นักท่องเที่ยวบอกว่าไม่พอใจมากเป็นพิเศษคือกลุ่มคนขับรถตุ๊กตุ๊ก ซึ่งหลายคนบรรยายว่าคนไทยกลุ่มนี้ persistent คือคอยตามติด บางคนถึงกับบอกว่าเมื่อไรที่เดินอยู่ข้างถนนรู้สึกเหมือนอยู่ในคุก ไม่มีอิสระที่จะเดินชมโน่นชมนี้ได้อย่างปลอดภัยเพราะถูกคนขับรถตุ๊กตุ๊กตามเรียกตลอด อย่างไรก็ตามการพูดถึงผลการศึกษาดังกล่าวเป็นการอ้างโดยรวม (generalisation) ในการศึกษาเชิงคุณภาพได้พบว่าเกือบทุกกลุ่มที่นักท่องเที่ยวพอใจ หรือ ไม่พอใจ ล้วนมีข้อยกเว้น เช่น พนักงานโรงแรมซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากให้ค่าความพอใจต่อการสื่อสารและความสามารถทางการใช้ภาษาค่อนข้างสูงแต่ก็มีนักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าเขาพบคนที่ใช้ภาษาไม่ดีและไม่พอใจในการที่จะต้องสื่อสารด้วย ในทางตรงกันข้ามกลุ่มคนขับรถซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากไม่พอใจทั้งด้านการใช้ภาษาและวิธีการสื่อสารโดยรวมกลับปรากฏว่านักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าเขาได้เรียนรู้เรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับเมืองไทยจากคนขับรถมากสามารถสื่อสารกับเขาได้เป็นอย่างดีในทุกเรื่อง

## ตอนที่สอง การประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในเชิงคุณภาพได้นำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์บุคคลทั้งสามกลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว และ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองชุด มาเทียบเคียงดังที่ปรากฏในการนำเสนอในหน้า 74 –156 ในการเทียบเคียงได้แบ่งข้อมูลออกเป็นสามช่วงหลัก ๆ ของการสื่อสาร ได้แก่

- ก. ช่วงเปิดการสื่อสาร - การทักทาย การเรียกขาน การโอภาปราศรัย และ การเสนอให้ความช่วยเหลือ
- ข. ช่วงสื่อสาร: - การบอก หรือขอให้นักท่องเที่ยวทำอะไรหรือปฏิบัติตนอย่างไร การตอบรับต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดมา เช่น คำขอร้อง คำเชื้อเชิญ ฯลฯ- การให้ข้อมูล การบอกทิศทาง การอธิบาย การเตือน การแนะนำ การจัดการกับ ปัญหา การพูดและแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว เช่นเรื่องเกี่ยวกับบ้านเมือง วิถีชีวิต
- ค. ช่วงปิดการสื่อสาร: การกล่าวลา การแสดงความปรารถนาดี

ข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติสะท้อนมุมมองของผู้ที่ใช้บริการในฐานะ “ลูกค้าผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการ” (customers) ของการท่องเที่ยว และกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว สะท้อนมุมมองของผู้ที่ให้บริการในฐานะของ “service providers” และข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มที่หนึ่งและกลุ่มที่สองสะท้อนมุมมองของผู้ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโดยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่หนึ่งเน้นการสื่อสารในแง่ของการทำงานและผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองเน้นการสื่อสารในแง่ของการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ นอกเหนือจากนี้ข้อมูลที่ได้จากทั้งสามกลุ่มยังได้รับการตรวจสอบจากคณะผู้วิจัยเองโดยการเงี่ยหูฟัง (eavesdropping) ในระหว่างการสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

ร่วมดังที่ได้กล่าวถึงไว้ในวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้นำไปรวมไว้ในข้อมูลจากกลุ่มคนไทย เพราะจุดประสงค์ของการเก็บข้อมูลด้วยวิธีนี้กระทำเพื่อจะดูการสื่อสารของคนไทยที่มีต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยผ่านภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริง

นอกจากสามช่วงของการสื่อสารแล้วยังได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลทั้งสามกลุ่มมาตรวจสอบในมิติของวัฒนธรรม คือวิธีและยุทธวิธีต่าง ๆ ที่คนไทยใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยใช้ภาษาอังกฤษ วัฒนธรรมและอวัจนกรรม สำหรับมิติของวัฒนธรรมและอวัจนกรรมได้รวมเข้าด้วยกันเพราะจากการศึกษาได้พบว่า แม้ว่าอวัจนกรรมบางอย่างจะมีลักษณะบางส่วนเป็นสากล คือมีการสื่อความหมายที่รับรู้ได้ตรงกันเกือบทุกชาติทุกภาษา แต่ก็มีบางส่วนที่มีความหมายเฉพาะในแต่และวัฒนธรรม เช่น การยิ้ม การเงยบ ในวัฒนธรรมไทยสื่อความหมายที่ค่อนข้างจะเฉพาะเจาะจงแบบไทยที่คู่สื่อสารจะต้องมีความคุ้นเคยกับ “ความเป็นไทย” มากพอสมควรจึงจะสามารถรับความหมายได้

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่จะนำเสนอต่อไปนี้จะเห็นว่าข้อมูลที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวมีน้อยกว่าที่ได้จากคนไทย ทั้งนี้เพราะการเก็บข้อมูลจากคนไทยถือว่าเป็นกลุ่มผู้ให้บริการและเป็นกลุ่มที่จะนำผลของการศึกษาไปพัฒนาจึงต้องเก็บข้อมูลในแง่มุมต่าง ๆ ให้มากที่สุดในการรอบของการศึกษา

อีกประเด็นหนึ่งคือการพูดถึงข้อมูลบางประเด็นอาจจะมีการบันทึกซ้อนกันสองที่ เช่น บันทึกในช่วงการสื่อสารและ อวัจนกรรม หรือ วัฒนธรรมและอวัจนกรรม ทั้งนี้เพราะต้องการตรวจสอบเรื่องนั้น ๆ ทั้งในแง่ของการสื่อสารและการใช้ภาษา หรือ การสื่อสาร และความเกี่ยวข้องกับภาษาท่าทางและวัฒนธรรม

**คนไทย** ที่พูดถึงในการเปรียบเทียบต่อไปนี้เป็นคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ทำงานในจังหวัดภูเก็ต

**ตัวเลขในวงเล็บ** คือหมายเลขแสดงลำดับของบันทึกท้ายแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถ ดู บันทึกได้ที่ ผผนวก ข

## ช่วงเปิดการสื่อสาร

### การทักทายและการเข้าไปหา (Greetings&Approaching) ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

มีการทักทายตามที่ควรจะเป็น นักท่องเที่ยวส่วนมากประทับใจการไหว้ และการยิ้ม มากกว่าการจับมือทักทายและพูด Hello มีเพียง สองคนที่บอกว่ารู้สึกขัดเขินที่ได้รับการทักทายด้วยการไหว้เพราะไม่ทราบว่าจะตอบ (respond) อย่างไร นักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าจะทักอย่างไรก็ได้แต่ขอให้สุภาพ แต่การเรียก You เป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะรับยากและ บางคนกลับเน้นที่ความมีประสิทธิภาพของงาน เช่นการตรวจเอกสารและดำเนินการต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่นใด

### การทักทายและการเข้าไปหา (Greetings&Approaching) ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว (จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

ข้อมูลที่ได้สามารถแยกออกได้เป็นสามกลุ่มคือ

ก. การทักทายด้วยการไหว้ผผนวกกับอวัจนกรรมที่เป็นไปตามแบบแผนของการใช้ภาษาอังกฤษ กลุ่มที่ใช้การทักทายแบบนี้พบว่าเป็นกลุ่มเดียวกับที่นักท่องเที่ยวบอกว่าใช้ภาษาได้ดี คือ กลุ่มพนักงานโรงแรม กลุ่มมัคคุเทศก์ และพนักงานบริการในร้านอาหารระดับบน ตัวอย่างของการเปิดการสื่อสารที่พบจากคนไทยเหล่านี้ คือ

♣ กลุ่มที่เป็นมัคคุเทศก์ พูดว่า Good morning ต่อว่า How are you today? Welcome to Phuket. หลังจากนั้นก็จะแนะนำตัวเอง My name is ...หลังจากบอกชื่อแล้วถ้าเป็นการนำทัวร์จะบอกสถานะการทำงานด้วยว่าเขาจะเป็นมัคคุเทศก์ของกลุ่มในวันนี้ (I will be your tour guide today.) หลังจากนั้นก็จะแนะนำคนขับรถ Our bus driver is ... ข้อมูลจากการสังเกตบ่งชี้ว่ามัคคุเทศก์เป็นคนไทยกลุ่มเดียวที่มีการทักทายครบทุกกระบวนการ คือทักทาย แนะนำตัว แนะนำเพื่อนร่วมงาน (ถ้ามี) โอภาปราศรัย บอกหน้าที่ นอกจากนี้ในการสัมภาษณ์ยังได้รับข้อมูลจากมัคคุเทศก์ซึ่งบางครั้งทำหน้าที่เป็นตัวแทนท่องเที่ยว (tour rep – ย่อมาจาก tour representative ) ซึ่งบอกว่าในฐานะ tour rep เขามักจะเปิดการสื่อสารด้วยการสอบถามให้แน่ใจว่าคนที่จะมาพบเป็นคนที่ตรงกับในรายการหรือไม่โดยเริ่มต้นว่า Excuse me. Are you ...? แล้วแนะนำตนเอง เช่น I am ... ต่อด้วยประโยคแบบแผนสำหรับคนที่เพิ่งรู้จักกัน เช่น Nice to meet you. และตามด้วยการบอกหน้าที่ และก่อนที่จะเริ่มสื่อสารมักถามความสะดวกของนักท่องเที่ยวว่าจะพบได้หรือไม่ เช่น Are you available to see me today? [ในทางตรงกันข้ามคนไทยส่วนมากไม่มีวัจนภาษาในการเปิดการสนทนาหรือเป็นสัญญาณของการเริ่มให้บริการ เช่น ไม่มีการพูดว่า Excuse me! Are you ready to go? หรือ Excuse me! Are you ready to order? Excuse me could I see your passport, please? เป็นต้น โดยเริ่มด้วยหน้าที่ หรือเรื่องที่จะทำเลย]

♣ **กลุ่มพนักงานโรงแรม** ส่วนมากมีเพียงการทักทาย เช่น Good morning./Good afternoon. ตามด้วย Welcome to ... (ชื่อโรงแรม) ไม่ค่อยมีการพูดอะไรมากกว่านี้ในช่วงของการทักทาย แต่บางคนมีการโอภาปราศรัยหลังจากนั้น (ดูช่วงการสื่อสาร) คนไทยคนหนึ่งซึ่งเคยเป็นผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมชั้นหนึ่งที่หาดไนหานแต่ขณะที่สัมภาษณ์ได้ขอเปลี่ยนหน้าที่มาเป็นพนักงานดูแลความปลอดภัยให้แก่แขกของโรงแรมที่ชายหาด (life guard) [ คนไทยคนนี้บอกว่าเขาอยมทิ้งตำแหน่งผู้จัดการเพราะต้องการงานที่มีเวลาแน่นอนเพื่อมิให้เป็นปัญหากับครอบครัว และต้องการงานอิสระ] คนไทยผู้นี้มีประสบการณ์ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวมากเขาถึงกับมีการจับสำเนียงนักท่องเที่ยวหลังการทักทาย ก่อนที่จะถามว่า “Are you from ... ? ” ตามสำเนียงที่เดาเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจว่าเขาค้นเคยหรือมีความรู้เกี่ยวกับประเทศของนักท่องเที่ยว หลังจากการทักทายมีการแนะนำตัวเองว่าเป็นใครและมีหน้าที่อะไร เขาบอกว่า “เพื่อไม่ให้เขา (นักท่องเที่ยว) ตกใจและให้รู้สึกอุ่นใจว่าเราไม่ใช่คนแปลกหน้าแต่จะเป็นคนคอยดูแลความปลอดภัยให้เวลาเขาว่ายน้ำหรือต้องการเล่นกีฬาทางน้ำ และจะคอยอำนวยความสะดวกให้”

♣ **พนักงานบริการในร้านอาหาร** ส่วนมากดูเป็นมิตร มีน้ำใจไมตรีแต่การทักทายอยู่ในรูปของอวัจนกรรม เช่น ยิ้ม พาไปที่โต๊ะ เปิดเมนูให้ ไม่ค่อยมีวัจนกรรมหรือใช้ภาษาในช่วงของการเริ่มการสื่อสาร

\* มีประเด็นที่น่าสังเกตว่าแม้ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนจะบอกว่ายิ้มแทนการทักทายและในการสังเกตก็พบตรงกันว่าคนไทยหลายคนใช้การยิ้มแทนการทักทาย แต่ในการสัมภาษณ์มีผู้ให้สัมภาษณ์เพียงรายเดียวที่พูดถึงการยิ้มคู่กับการทักทายนักท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์คนนี้เป็นพนักงานของโรงแรม เล็กมากแห่งหนึ่งที่กะทู้เธอบอกว่า “การทักทายที่พูดทักพร้อมกับยิ้มทักไปด้วย ส่วนมากพี่จะยิ้ม”

ข. การทักทายตามสบาย ไม่มีระเบียบแบบแผน ส่วนมากจะพูด Hello ถ้าคุ้นเคยกันและอยู่ในระยะใกล้ก็โบกมือให้กัน ในระยะใกล้บางทีก็จับมือ และในบางกรณีก็ทักทายด้วยการนับญาติแบบไทย กลุ่มคนเหล่านี้ได้แก่ กลุ่มคนขับรถตุ๊ก ตุ๊ก คนขับเรือเช่า คนให้บริการนวด เสริมสวย คนขายของ และคนทำธุรกิจเล็ก ๆ ทั่วไป ในกลุ่มโรงแรมพนักงานที่มีการทักทายแบบนี้ ได้แก่กลุ่มแม่บ้าน การทักทายที่ได้ยินจากการเงี่ยหูฟัง การสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมจากกลุ่มคนเหล่านี้ได้พบวัจนภาษาในการทักทายเหล่านี้คือ Hello Boss. Hello you. Hello girl. Hello friend. หรือบางคนเมื่อ Hello แล้วก็ตามด้วยธุรกิจของตัวเองทันที เช่น

- Hello! Manicure, pedicure?

- Hello! How are you? You want massage?

- Hello! Where you go? Island?

- Hello! Good morning. You want sit chair?

- Hello! Parachute today?

- Hello! Welcome. You have to look. I have many...

บางทีก็ถามตามความเชื่ออาทรแบบไทย เช่นไปไหนมา หรือจะไปไหน เช่น Hello! Where you go?

ค. ไม่มีการสื่อสารใด ๆ คนไทยบางกลุ่มซึ่งส่วนมากเป็นกลุ่มที่ประกอบอาชีพเล็ก ๆ เลี้ยงตัวเอง เช่น คนเข็นรถขายน้ำที่ป่าตอง ไม่พูดทักทาย ไม่ยิ้มเมื่อผู้วิจัยขอซื้อน้ำอัดลมเขาเพียงแต่ชี้ไปยังขวดต่าง ๆ ที่วางเรียงรายอยู่เป็นทำนองว่าให้หยิบเอาเอง แต่การไม่สื่อสารเช่นนี้ไม่ได้พบมากนัก

ชาวเนปาลที่เกิดในพม่า กล่าวว่า ในการเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการเขาจะเลือกกว่าน่าจะเรียกคนไหน จะไม่เรียกทุกคนที่ผ่านไปมาและจะไม่คะยั้นคะยอลูกค้าผู้ใช้บริการ ขณะที่ร้านอื่น ๆ มักจะทำและมักจะมีคนคอยเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการเต็มไปหมด ส่วนการทักทายนั้น เขาก็กล่าวทักทายตามเวลาแบบปกติ เช่น Good morning, Good afternoon. อีกคนหนึ่งเป็นเจ้าของร้านตัดเสื้อชาวเนปาลสัญชาติพม่ากล่าวว่าเมื่อลูกค้าผู้ใช้บริการเข้ามาในร้านก็จะต้อนรับอย่างอบอุ่น โดยทักทายก่อนว่า Good morning. Where are you from? Have you already made clothes? แล้วถึงจะเสนอขายสินค้าคุณภาพดีให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการ ลูกค้าผู้ใช้บริการบางคนเข้ามาดูเพื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นก็จะให้เวลาลูกค้าผู้ใช้บริการ จะไม่คะยั้นคะยอแต่จะบอกว่า "We guarantee our clothes . If you 're not satisfied we can refund. และพยายามสร้างความคุ้นเคยกับลูกค้าผู้ใช้บริการ เช่นหากถามแล้วทราบบว่าลูกค้าผู้ใช้บริการมาจากประเทศไหน เช่นออสเตรเลีย ก็จะพูด ภาษาถิ่นของออสเตรเลียกับลูกค้าผู้ใช้บริการ (ได้เรียนรู้มาจากลูกค้าผู้ใช้บริการเก่า) ลูกค้าผู้ใช้บริการจะชอบและคุ้นเคยขึ้น บางคนแค่เข้ามาดูเฉย ๆ ก็จะเปลี่ยนใจสั่งตัด คนเนปาลคนนี้บอกว่า การเข้าหาลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนใจดีและสุภาพ ถ้าเราดีกับเขา เขาก็ดีกับเรา อีกคนหนึ่งเป็นเจ้าของร้านตัดเสื้อชาวเนปาลสัญชาติพม่าเช่นกัน เขาทักทายลูกค้าผู้ใช้บริการตามเวลา เช่น Good morning และตามด้วย sir/ madam ไม่ใช่ papa/mama ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจะอายุมาก แต่ก็ไม่คิดว่าเขาจะชอบให้เรียก เขาอาจจะรู้สึกว่าการไปเน้นว่าเขาแก่ก็ได้ เจ้าของร้านคนนี้กล่าวถึงขั้นตอนและวิธีการเรียก ลูกค้าผู้ใช้บริการเข้าร้านว่า เขามักจะรอจนลูกค้าผู้ใช้บริการมองเข้ามาในร้านแล้วจึงเรียก ต้องสังเกตว่าลูกค้าผู้ใช้บริการมองมาที่สินค้าตัวไหน เช่นถ้ามองเสื้อเชิร์ตก็จะถามว่า What kind of shirt do you want ? You should look inside, the quality and price, better than look outside. จากประสบการณ์ที่เขาเห็นคนอื่นคะยั้นคะยอลูกค้าผู้ใช้บริการ เขาเองก็ไม่ชอบ และเห็นว่าลูกค้าผู้ใช้บริการบางคนไม่พอใจ แต่บางคนก็ชอบ พูดคุยเป็นกันเองดี เขาบอกว่าถ้าเขาเป็นนักท่องเที่ยวก็จะไม่เข้าร้านที่คะยั้นคะยอจนน่ารำคาญ ที่ร้านของเขาจึงไม่ทำ จะรอให้แขกแสดงความสนใจในสินค้าก่อนถึงจะเข้าไปทักและพูดคุย ที่ร้านไม่มีการลดราคาไม่มี guarantee เพราะจะตัดเสื้อด้วยฝีมือดีจนลูกค้าผู้ใช้บริการพอใจอยู่แล้ว คนเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการหน้าร้านตัดเสื้อชาวเนปาลสัญชาติพม่าอีกคนหนึ่งกล่าวว่าเจ้าของร้านไม่ชอบให้คะยั้นคะยอลูกค้าผู้ใช้บริการ เขาเองก็ไม่ชอบและไม่เคยทำ ในมุมมองของเขาถ้านักท่องเที่ยวสนใจซื้อเองไม่ต้องไปคะยั้นคะยอ ถ้าไม่สนใจซื้อก็ไม่ต้องไปกวนใจ หากลูกค้าผู้ใช้บริการทำท่าสนใจก็จะทักทายตามเวลา เช่น Good morning. ตามด้วย sir /madam และตามด้วยการพูดคุยก่อนเชิญเข้าร้าน ที่ร้านไม่มี ส่วนลด และไม่คืนเงินหากไม่พอใจสินค้า หากลูกค้าผู้ใช้บริการรับสินค้าไปถือว่าพอใจในคุณภาพนับว่าจบ และหากลูกค้าผู้ใช้บริการบอก "No" ก็จะบอกลูกค้าผู้ใช้บริการว่า "Thank you. If you want you come back."

## การทักทายและการเข้าไปหา (Greetings&Approaching) ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่หนึ่งต่างก็สนับสนุนให้นักงานของตนทักทายนักท่องเที่ยวด้วยการไหว้ และเห็นว่าเป็นวัฒนธรรมการทักทายที่มีลักษณะงดงามไม่เหมือนใคร เมื่อนำมาตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองก็พบว่าทั้งสามคนเห็นว่าการทักทายนักท่องเที่ยวด้วยการไหว้เป็นสิ่งที่ดีและงดงาม และชอบที่จะได้รับการทักทายด้วยการไหว้ อย่างไรก็ตาม ทั้งสามคนย้ำว่า การทักทายที่ดีที่สุดไม่จำเป็นว่าการทักทายด้วยวิธีใดก็ตาม ต้องทำมาจากใจ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดแรกคนหนึ่งซึ่งเป็นผู้บริหารโรงแรมกล่าวถึงประเด็นการเข้าไปหานักท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสมของคนให้บริการว่าสร้างความไม่พอใจให้กับแขกของโรงแรมมาก ถึงกับเขียนจดหมายร้องเรียนให้กับทางโรงแรมบ่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าซื้ออย่างเสียมารยาทและใช้ถ้อยคำหยาบหากนักท่องเที่ยวปฏิเสธไม่ใช้บริการ (ดูตัวอย่างจดหมายที่แขกของโรงแรมเขียนร้องเรียนในหน้าสุดท้ายของผนวก ข ) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนั้นมองว่าการกระทำเช่นนี้ แสดงให้เห็นว่าคนไทยเหล่านั้นให้ความสำคัญกับเงิน และเห็นแก่ “ค่าน้ำ” (Commission Value) มากกว่าน้ำใจอันงดงามที่คนไทยเคยมี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองทั้งสามคนก็เห็นตรงกันโดยบอกว่า เป็นความไม่ฉลาดของคนขายที่ชอบเข้าซื้อให้ชื่อของซึ่งเท่ากับเสียลูกค้าผู้ใช้บริการไปตั้งแต่ยังไม่ทันเริ่มต้น เพราะนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนอังกฤษหรือยุโรปมักจะเดินเลี้ยวไปถ้ามีใครมาเข้าซื้อเช่นนั้น ถ้าเข้ามาหาและพูดชักชวนให้ใช้บริการหรือซื้อสินค้าอย่างสุภาพก็รับได้เพราะเข้าใจว่าการทำธุรกิจจะอยู่เฉยๆ ไม่ได้ การเข้าไปพูดจูงใจนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าผู้ใช้บริการคือการทำงานอย่างหนึ่ง เพียงแต่ควรทำอย่างสุภาพ และอย่าต่อแถมมากเกินไป ต้องมีขอบเขตบ้าง และไม่จู้จี้เกินไป เช่น Hello, come and look. ผู้ให้ข้อมูลคนที่สามกล่าวว่า การเข้าไปหาโดยการทักทายและเชิญชวนให้ดูของเลยรู้สึกว่ามันที่ทันใดเกินไป ดูไม่สุภาพ หลังจากการทักทายแล้วน่าจะพูดอะไรต่อก่อน เช่น How are you ? Have you a nice day ? What are you interested in ? ก่อนที่จะชวนให้ดู แต่จริง ๆ แล้วจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคน พบว่าคนขายของ และคนขายบริการส่วนมากไม่มีวิธีการที่นุ่มนวลเมื่อเจอลักษณะของการสื่อสารแบบนี้ พวกเขาจึงต้องเรียนรู้ที่จะไม่ใส่ใจฟัง ไม่สนใจ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาภูเก็ตครั้งแรกบางคนอาจรู้สึกหงุดหงิด และรู้สึกไม่ดี

## การเรียกขาน (addressing) ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองมักใช้วิธีพยักหน้าให้นักท่องเที่ยวเดินเข้าไปหาแทนที่จะเรียกชื่อ บางคนทักทายโดยไม่มองหน้าทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นการต้อนรับที่เย็นชา (ดู 030 065 ในผนวก ข) ดูเหมือนตักเพราะต้องทักหรือทักไปตามหน้าที่ บางคนไม่ทักทายและไม่มีการทักทายใดๆ ที่แสดงการต้อนรับ ในขณะที่บางคนก็ก้มหน้าก้มตาตรวจเอกสารเลยและมีท่าทีกังวลกับเอกสารจนลืมทักทาย สำหรับคนไทยทั่ว ๆ ไปจะใช้ Mr./Mrs./ Miss ตามด้วยชื่อ หลัง ยกเว้นคนบางกลุ่ม เช่นคนขายของ คนให้บริการตามชายหาดจะเรียกว่า You...you นักท่องเที่ยวไม่ชอบให้เรียกว่า You...you หรือ Hey you! ส่วน ที่เรียกนักท่องเที่ยวผู้หญิงว่า Sir นั้นไม่ถึงกับไม่ชอบ แต่ก็รู้สึกแปลก ๆ บางคนก็ช่วยแก้ไขและสอนให้ถูกต้อง

การเรียกแบบอื่น คือ Papa Mama Friend ก็รู้สึกแปลก ๆ เช่นกัน หลายคนไม่ชอบ แต่ไม่ถึงกับไม่พอใจ ส่วนชาวเอเชีย และ ออสเตรเลียบางคนกลับพอใจเพราะรู้สึกอบอุ่นและรู้สึกว่าคนไทยเป็นมิตร การทักทายอีกแบบหนึ่ง คือ Where are you from? ถูกถามบ่อยไม่เข้าใจและรู้สึกรำคาญ

## การเรียกขาน (addressing) ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

ข้อมูลที่พบสามารถจำแนกได้เป็นสองกลุ่ม คือ การเรียกขานตามแบบแผนของการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ

และ การเรียกขานด้วยการสร้างกฎเกณฑ์ของตนเอง

ก. **การเรียกขานตามแบบแผนของการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ** พบในกลุ่มที่ใช้ภาษาได้ดี โดยเรียกนักท่องเที่ยวว่า Mr./Mrs/Miss ตามด้วยชื่อหลัง ดังที่ควรจะทำสำหรับคนที่เพิ่งพบกัน ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมที่พบส่วนมากใช้การเรียกคณะวิจัยว่า Sir/Madam

ข. **การเรียกขานด้วยการสร้างกฎเกณฑ์ของตนเอง** คนไทยที่มีวิธีการเรียกแบบนี้มักเป็นผู้ที่เรียนภาษาอังกฤษจากการทำงาน หรือสังเกตมาจากเพื่อนร่วมงาน หรือ ร่วมอาชีพ เช่น กลุ่มคนขับรถตุ๊กตุ๊ก คนขับเรือเช่า คนให้บริการนวด เสริมสวย คนขายของและคนทำธุรกิจเล็ก ๆ ทั่วไป ข้อมูลที่ได้จากคนไทยในส่วนนี้มีความหลากหลายมาก ได้แก่

♣ You...you เป็นการเรียกด้วยการแปลมาจากภาษาไทยว่า “คุณ...คุณ” ได้ทราบข้อมูลเพิ่มเติมในการเรียก ‘You’ จากคนที่ขายของอยู่ที่ mini-mart แห่งหนึ่งที่ตำบลกมลาว่า ถ้านักท่องเที่ยวเป็นวัยรุ่นควรจะเรียกด้วยคำว่า “You” เฉยๆ นอกจากนี้บางคนหลังจากเรียก You...you แล้วก็เติมประโยคที่แปลไปจากภาษาไทยคือ “What you want?” เมื่อต้องการจะพูดว่า ต้องการอะไร ผู้ให้สัมภาษณ์คนเดียวเท่านั้นที่ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “ส่วนคนที่ดูว่าอยู่ในวัยใกล้เคียงกับเราจะเรียก ว่า “Friend” คนที่เด็กหน่อยจะเรียกว่า “boy” หรือ “girl” โดยมักจะใช้คำว่า Hello ก่อนที่จะเรียก เช่น Hello Boy! Hello girl! ได้พบการเรียกที่เกี่ยวข้องกับ You อีกอย่างหนึ่งคือ “Hey you!” ซึ่งบางคนเข้าใจผิดคิดว่าเป็นการเรียกที่สร้างความสนิทสนม

♣ เรียกโดยใช้คำที่ใช้ทักทาย เช่น Boss Girl Friend Ma'm ในการสังเกตได้พบเพิ่มเติมคือเรียกนักท่องเที่ยวผู้หญิงว่า Lady และในการเงี่ยหูฟังระหว่างการสัมภาษณ์กลุ่มคนเหล่านี้ก็ได้ยินการเรียกที่ไม่มีแบบแผนแบบนี้เช่นกัน

♣ เรียกโดยใช้เกณฑ์ของอายุ ผู้ที่เรียกแบบนี้ให้ข้อมูลว่า ถ้าเป็นผู้หญิงที่ดูอายุมากหน่อยหรือถ้ามากกับคนที่คิดว่า เป็นสามีจะเรียกว่า Madam ถ้าดู “ยังสาวอยู่” จะเรียกว่า Miss แต่ถ้าดูว่าอายุมากไปเลยจะเรียกว่า Mama สำหรับผู้ชายที่มีอายุมากหน่อยเรียกว่า Gentlemen หรือ Boss

♣ เรียกโดยใช้ความเข้าใจจากวัฒนธรรมไทยเป็นฐานความคิด เช่น Uncle (แต่ไม่พบการเรียกว่า Aunt หรือ Aunty) Papa Mama Dad (ผู้ให้ข้อมูลเล่าว่านักท่องเที่ยวบางคนที่ถูกเรียกว่า Dad จะตอบกลับมาว่า “Yes Daughter”) คนขับรถสองแถวที่กมลลาคนหนึ่งเรียกนักท่องเที่ยวว่า “Man” เขาบอกว่านักท่องเที่ยวทำท่าเฉย ๆ ไม่ถึงกับไม่พอใจ ส่วนผู้ชายที่อายุน้อยหน่อยบางครั้งต้องการจะหยอกเล่นก็เรียกว่า Young man ถ้ามีเด็ก ๆ มาด้วยจะเรียก Boy เขาบอกด้วยว่าส่วนมากนักท่องเที่ยวจะยิ้มตอบไม่ว่าอะไร บางคนใช้วิธีเรียกที่ฟังดูเป็นการสนิทสนมมาก เช่น “Hello my friend” “Hello Darling” “Hello, Girl.”

♣ เรียกด้วยการผสมผสานความรู้ภาษาอังกฤษกับความเป็นไทย เช่น เจ้าของร้านซักรีดที่หาดกมลลาคนหนึ่งบอกว่า ถ้าเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการเก่าคุ้นเคยกันดี รู้จักชื่อแล้วก็เรียกชื่อ ลูกค้าผู้ใช้บริการจะดีใจ ถ้ารู้นามสกุล จะเรียกนามสกุลเช่น นามสกุล Bruno ก็จะใช้ว่าคุณ Bruno โดยได้อธิบายให้นักท่องเที่ยวต่างชาติฟังว่า “คุณ” เป็น “Polite word in Thailand, like Mr. In English.” ถ้าลูกค้าผู้ใช้บริการบอกชื่อ First name เช่น Jim ก็จะใช้ว่าคุณ Jim แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ผู้นี้เข้าใจผิดอยู่เรื่องหนึ่ง เกี่ยวกับการแปลความหมายตรงมาจากภาษาไทย โดยเข้าใจว่า ‘You’ คือ ‘คุณ’ เธอบอกว่า “ถ้าไม่รู้ชื่อเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการใหม่ก็เรียก “You”

จากการสัมภาษณ์คนเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการหน้าร้านตัดเสื้อชาวเนปาลที่เกิดในพม่าในประเด็นการเรียกขาน เขากล่าวว่า หลังการทักทายเพื่อเรียกลูกค้าแล้ว เขามักจะเรียกนักท่องเที่ยวด้วยคำว่า Sir / Madam และ My friend ซึ่งเขากล่าวว่าลูกค้าผู้ใช้บริการไม่เคยแสดงความไม่พอใจต่อการเรียกอย่างสนิทสนมแบบนี้

### การเรียกขาน (addressing) ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การเรียกขานของคนไทยมีความหลากหลายมากและเป็นไปตามการเรียกขานในวัฒนธรรมไทย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนต่างก็รู้สึกคล้าย ๆ กัน คือไม่คุ้นเคยกับการเรียกแบบวิธีนับญาติ เช่น Papa, Mama, Sister, Uncle ทำให้รู้สึกแปลกๆ และกระอักกระอ่วนถึงแม้จะพยายามเข้าใจว่าการเรียกขานแบบนี้เป็นธรรมเนียมไทย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งถึงกับบอกว่ารู้สึกไม่พอใจถ้ามีคนเรียกเช่นนี้ และรู้สึกว่าคนเรียกกำลังเข้าถึงเรื่องส่วนตัวของเขามากเกินไป เพราะ คำเรียกเหล่านี้เป็นคำที่คนในครอบครัวเท่านั้นที่จะใช้เรียกกันได้ หรือเป็นคำที่คนมีความสัมพันธ์ทางสายเลือดเป็น พ่อ แม่ ลูก เป็นลุง เป็นหลานกันเท่านั้นถึงจะใช้เรียกกันเช่นนั้นได้

นอกจากคำเรียกที่เป็นการนับญาติแล้ว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งก็ให้ความเห็นเกี่ยวกับการเรียกขานของคนไทยด้วยคำอื่น ๆ ดังนี้

- ♣ Young man ถ้าคนที่เรียกมีอายุมากกว่าก็จะเป็นไร เป็นเรื่องธรรมดาที่คนอายุมากกว่าจะเรียกคนอายุน้อยกว่าด้วยคำนี้แต่ก็ขึ้นอยู่กับน้ำเสียงของคนเรียกด้วยว่าเรียกอย่างสุภาพด้วยเสียงปกติ หรือเสียงแบบแสดงอำนาจ
- ♣ Boy นอกจากเด็กอายุต่ำกว่า 10 ขวบ ไม่มีใครอยากให้คนอื่นเรียกว่า Boy หรือ Girl เพราะถ้าไปเรียกคนที่มีอายุมากกว่านั้นเขาก็จะรู้สึกไม่พอใจเอามากๆ เพราะอาจมีความหมายว่าคนเรียกกำลังแสดงตัวว่ามีความเหนือกว่า
- ♣ Friend/Hello Friend การเรียก Hello Friend หรือ Friend พอรับได้เพราะมีความเป็นไปได้อย่างเป็นเพื่อนอาจเกิดขึ้นระหว่างคนแปลกหน้าหรือคนรู้จักกันก็ได้ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวบางคนก็อาจจะรู้สึกแปลกๆ
- ♣ Boss เป็นคำที่ฟังแล้วขำเพราะนักท่องเที่ยวไม่ใช่หัวหน้าหรือนายเขา
- ♣ You! เป็นคำที่รุนแรงและไม่สุภาพอย่างมาก และสามารถทำให้ผู้ถูกเรียกไม่พอใจเป็นอย่างยิ่ง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งเล่าให้ฟังว่าตอนที่เขามาเมืองไทยใหม่ ๆ คนไทยหลายคนเรียกเขาอย่างนี้ รู้สึกไม่พอใจมาก และยังไม่ได้อยู่จนถึงทุกวันนี้ เขาให้เหตุผลว่าเป็นคำเรียกที่ไม่สุภาพ รุนแรง จูโจม และมีความหมายเสมือนผู้เรียกกำลังบอกว่า “ฉันไม่มีเวลาที่จะมาทำใจดีกับเธอนะ ฉันไม่มีเวลาที่จะรอคำตอบจากเธอหรอกนะ ฉันต้องการคำตอบตอนนี้! ฉันต้องการให้เธอหันมาฟังฉันตอนนี้!”
- ♣ การเรียกผู้หญิงว่า Sir หนึ่งในผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองบอกว่า OK อีกคนหนึ่งบอกว่ารู้สึกขำๆ แต่คนที่เป็นอเมริกันบอกว่า เป็นคำเรียกที่ไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง “Not acceptable and quite offensive”
- ♣ Gentleman เป็นคำเรียกที่สุภาพ เป็นทางการและเหมาะสม
- ♣ คำที่เหมาะสมและปลอดภัยที่สุดคือคำว่า Sir /Ma'am ไม่ว่าจะเรียกใครก็ไม่ทำให้เขาขุ่นเคืองใจแน่นอน และถ้ารู้จักชื่อนักท่องเที่ยวแล้ว ใช้ชื่อเขาก็จะยิ่งดี เช่น Mr./ Mrs./ Miss ตามด้วยชื่อสกุล

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนให้ความเห็นว่า การที่คนไทยเรียกขานนักท่องเที่ยวด้วยคำเรียกที่หลากหลายเหล่านี้ คนไทยคงไม่ได้ตั้งใจที่จะไม่สุภาพกับนักท่องเที่ยว แต่เป็นเพราะวัฒนธรรมที่มีอยู่ในตัวตนและไม่รู้ถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมการเรียกขานของนักท่องเที่ยวและอาจเป็นเพราะคนไทยมีภาษาอังกฤษไม่พอด้วย ไม่รู้ว่าเมื่อคำนั้น ๆ ไปอยู่ในบริบทของภาษาอังกฤษแล้ว ความหมายจะสื่อออกมาในทางใด

### การโอภาปราศรัย (small talks) ช่วงก่อนการสื่อสาร ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าเมื่อเดินทางมาถึงใหม่ๆ เขาอยากจะได้ยินการพูดจาโอภาปราศรัยบ้าง เช่น “Welcome to ...” หรือ “How was your trip?” หรือ “Is this your first time to Thailand?” ในทำนองที่คล้ายกัน นักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าแม้การโอภาปราศรัยมิได้เป็นสิ่งที่เขาคาดหวังว่าจะได้ยิน แต่ถ้ามีการพูดจาแบบโอภาปราศรัย

(small talks) บ้างจะรู้สึกดี อย่างไรก็ตามในบางกรณี เช่น คนขายของนักท่องเที่ยวรู้สึกที่โอภาปราศรัย มากเกินไปแต่ไม่จริงใจเพราะเขารู้สึกว่าเป็นการพูดเพื่อต้องการเงินมากกว่าที่จะสื่อสารด้วยความจริงใจ ความรู้สึกนี้เกิดกับนักท่องเที่ยวคนหนึ่งเช่นกัน ที่บอกว่าไม่อยากจะคนไทยเข้ามาโอภาปราศรัยด้วยเพราะทุกครั้งที่มีคนไทยมาแสดงความมิตรไมตรีด้วยการโอภาปราศรัยมักจะเป็นสิ่งที่ไม่ค่อยจริง และตามด้วยการพยายามจะได้เงินจากเขา (นักท่องเที่ยวคนนี้ได้แสดงความไม่ไว้ใจต่อผู้วิจัยเช่นกันเมื่อเข้าไปทักทายเพื่อเริ่มต้นในการขอสัมภาษณ์)

### **การโอภาปราศรัย (small talks) ช่วงก่อนการสื่อสาร ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว** (จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

ในกลุ่มคนที่สัมภาษณ์และสังเกตมีเพียงกลุ่มมัคคุเทศก์ที่พบว่ามีการใช้วัจนภาษาสำหรับการโอภาปราศรัยในช่วงเปิดการสื่อสาร เช่น Is everything all right here? นอกเหนือจากนั้น การโอภาปราศรัยอยู่ในรูปของอวัจนภาษา เช่น ยิ้มแย้ม ส่งสายตา แสดงความมีมิตรไมตรีในรูปแบบต่าง ๆ

พนักงานโรงแรมและพนักงานบริการในห้องอาหารซึ่งนับเป็นสองในสามกลุ่มที่ภาษาดีก็ไม่พบทั้งจากการสัมภาษณ์และการสังเกตว่าใช้รูปแบบของวัจนภาษาในการโอภาปราศรัยในช่วงของการเปิดการสนทนา แต่ได้พบในช่วงของการสนทนา (ดูบันทึกประเด็นแรกของการสื่อสาร) ในการสอบถามกลุ่มคนต่าง ๆ ว่าเหตุใดจึงไม่ค่อยมีการโอภาปราศรัยในช่วงการเปิดการสนทนาได้รับคำตอบที่พอสรุปได้คือ

1. ไม่มีเวลา เพราะต้องเร่งรีบให้เสร็จเพื่อที่คนต่อไปจะได้ไม่ต้องรอนาน คนไทยบางกลุ่มเช่น เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองบอกว่าต้องพยายามดำเนินการให้ได้หนึ่งนาทีต่อหนึ่งคน ในส่วนของแขกก็คิดว่าแขกคงอยากจะรีบไปเช่นกันคงไม่มีใครอยากให้ถามโน่นถามนี่ขณะที่กำลังเหนื่อยคิดว่าเขาคงอยากรีบไปมากกว่า
2. คิดว่าการโอภาปราศรัยไม่ควรจะกระทำกับคนที่เพิ่งจะพบกัน ควรจะได้มีโอกาสพูดจากันสักระยะหนึ่งก่อน

คนเรียกลูกค้าผู้ให้บริการหน้าร้านตัดเสื้อชาวเนปาลที่เกิดในพม่า เขากล่าวว่าการชวนลูกค้าพูดคุยเพื่อสร้างความคุ้นเคยเป็นกันเองก่อนการเสนอขายเป็นสิ่งสำคัญมาก ดังนั้นเขามักจะทักทายก่อนเสมอด้วยประโยคต่อไปนี้ เช่น How are you? Where are you from? แล้วจึงคุยเกี่ยวกับประเทศของนักท่องเที่ยว เช่น Which part of Australia are you from? เป็นต้น เมื่อคุยกันพอสมควรแล้ว ก็จะบอกนักท่องเที่ยวว่าเขาทำร้านตัดเสื้อแล้วจึงชักชวนให้นักท่องเที่ยวเข้าไปดูสินค้าในร้าน โดยการพูดว่า Come and have a look inside what quality we have. ถ้าเป็นโอกาสพิเศษ เช่นตรุษจีน ก็จะเสนอส่วนลด ถ้านักท่องเที่ยวปฏิเสธก็จะบอกว่า Take my card. We welcome you anytime.

### **การโอภาปราศรัย (small talks) ช่วงก่อนการสื่อสาร ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ**

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่หนึ่งและชุดที่สองส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่ากรพูดจาโอภาปราศรัยเป็นสิ่งที่ดีอย่างหนึ่งที่คนทำงานในภาคการท่องเที่ยวควรกระทำ เช่น การกล่าวต้อนรับด้วยภาษาอังกฤษที่ว่า Welcome to Thailand. การถามว่า How was your flight? Did you sleep well last night? หรือการกล่าวแสดงความไมตรีเช่น I hope you enjoy your stay here.

### **การเสนอให้ความช่วยเหลือ (Offering help) ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ**

คนไทยส่วนมากจะไม่มีวัจนกรรมของการเสนอให้ความช่วยเหลือในช่วงเปิดการสื่อสาร ในส่วนของอวัจนกรรมก็ไม่ปรากฏชัดเจน อาจเป็นเพราะไม่ทราบจะพูดหรือทำอะไรเมื่อนักท่องเที่ยวดูเป็นกังวลและมีปัญหาเมื่อเริ่มเปิดการสื่อสาร เช่นหาเอกสารที่ต้องการไม่เจอ เป็นต้น



## การเสนอให้ความช่วยเหลือ (Offering help) ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

คนไทยไม่ค่อยมีวัฒนธรรมในการเสนอให้ความช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวมีปัญหาเพราะคิดว่าได้แสดงออกด้วยยอวีจนกรรม เช่น ท่าที่ สีหน้าก็น่าจะทราบได้แล้ว บางคนก็คิดว่าถ้าจะช่วยก็ช่วยไปเลยไม่มีความจำเป็นต้องพูดเกริ่นนำ การกระทำบอกอยู่แล้ว การให้ความช่วยเหลือที่พบชัด ๆ ของคนไทยจะปรากฏในรูปของน้ำใจมากกว่า เช่น เจ้าของร้านซักรีดที่ตำบลกลมาจะเอาเก้าอี้ให้นักท่องเที่ยวที่ต่อมายืนรอรถนาน ๆ ที่หน้าร้านนั่ง เจ้าหน้าที่เคาน์เตอร์ทัวร์ที่หาดโนนทานให้นักท่องเที่ยวใช้โทรศัพท์เมื่อเขามีปัญหาต้องติดต่อกับสนามบิน หรือไปเรียกรถให้ หารถให้โดยไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของงาน

## การเสนอให้ความช่วยเหลือ (Offering help) ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งกล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วคนไทยดีมาก แต่ก็มีบางกลุ่มที่เสนอความช่วยเหลือโดยมีผลประโยชน์ บางสิ่งบางอย่างซ่อนอยู่ เช่นคนขับรถซึ่งทำที่เป็นช่วยเหลือแท้จริงแล้วเป็นเพราะมี “ค่าน้ำ” ในการพาไปโน่นมานี่ ส่วนการให้ความช่วยเหลือ “จากหัวใจ” ด้วยความรู้สึกที่อยากจะขอบคุณ เช่น ที่คนขับเรือแถมการเดินทางไปเที่ยวเกาะให้แก่ักท่องเที่ยวเพื่อตอบแทนน้ำใจที่นักท่องเที่ยวดีต่อเขา แต่ไม่ได้สอบถามนักท่องเที่ยวเสียก่อนว่าเขาสะดวกหรือไม่ แม้การทำเช่นนี้จะเป็นการแสดงความมีน้ำใจของคนไทย แต่ในมุมมองของคนต่างชาติการเสนอให้อะไรโดยไม่ได้คำนึงว่าอีกฝ่ายสะดวกที่จะรับหรือไม่ หรือมีเวลาหรือไม่ อาจไม่ค่อยเหมาะสม เพราะทำให้เกิดความลำบากใจที่จะปฏิเสธ บางครั้งตามร้านอาหารคนไทยจะผสมเครื่องดื่มแถมให้ถ้าถูกใจกันแม้เราจะไม่ชอบ หรือไม่อยากจะดื่มแล้ว คนไทยก็ยังจะให้รู้สึกว่าคุณคนไทยให้ในลักษณะที่เรียกได้ว่า จะให้เสียอย่าง (We want to give you this drink.) อย่างไรก็ตามเนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นน้ำใจที่งดงามและเป็นลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมไทย แม้สิ่งเหล่านี้จะเป็นความมีน้ำใจที่อาจจะมากเกินไปสักนิดเขาก็ไม่ต้องการที่จะเห็นคนไทยเปลี่ยนสิ่งดี ๆ เหล่านี้ ในส่วนของนักท่องเที่ยวเองก็บอกไปได้ เช่นไม่มีเวลา ในกรณีที่พักรับได้ เช่นเครื่องดื่มก็ควรรับเพื่อตอบแทนน้ำใจ

นอกเหนือจากสถานการณ์ดังกล่าวแล้ว เธอมีประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของคนไทยมากทีเดียว เช่น เมื่อรถมอเตอร์ไซด์เสีย คนขับรถมอเตอร์ไซด์รับจ้างที่ผ่านมาจะหยุดถามว่า “Where you go?” โดยที่ชัดเจนว่าไม่ได้ถามเพื่อต้องการเงินทองใด ๆ เป็นความตั้งใจที่จะช่วยจริง ๆ เมื่อทราบปัญหาแล้วก็บอกว่าให้ไปที่ร้านซ่อมที่อยู่ใกล้ ๆ ตรงหัวมุมถนน เป็นต้น การกระทำอย่างนี้เป็นสิ่งสวยงามเขาใช้คำพูดว่า “That’s beautiful.” “beautiful” คือคนยอมที่จะเสียเวลาหยุดรถ ยอมที่จะเสียเวลาของการทำมาหากินเพื่อช่วยคนอื่น แม้เพียงแคหยุดถามก็นับว่าเป็นความงดงาม ในส่วนการเสนอให้ความช่วยเหลือที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้เห็นว่ายังมีข้อบกพร่องอยู่และน่าจะทำได้ดีขึ้นได้ คือการเสนอความช่วยเหลือที่ผิดจังหวะ เช่น บ่อยครั้งที่กำลังถือของได้ที่อยู่คนไทยมักจะช่วยไปช่วยถือ โดยอาจจะพูดหรือไม่พูดว่า May I help you? เขาบอกว่าการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการ “distracting” เพราะไม่ได้ตั้งใจ ไม่ได้คิดว่าจะมีใครมาช่วย เมื่อมีคนมาช่วยทำให้จังหวะการถือ และการเดินเสียไปโดยไม่จำเป็นทั้ง ๆ ที่เป็นความตั้งใจที่ดีทางที่ดีคือควรจะถามก่อนที่จะคว้าของไปช่วยถือ ถ้าอีกฝ่ายบอกว่า No คือ No เป็นการปฏิเสธจริง ๆ ไม่มีการซ่อนความหมายยอมรับในการตอบปฏิเสธแบบที่คนไทยชอบใช้ หรือชอบคิดว่าคู่สื่อสารป็นเช่นนั้น เพราะ Yes และ No ของคนตะวันตกในบริบทนี้มีความหมายตรงไปตรงมา

สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สอง เขาบอกว่าการที่คนไทยเสนอให้เดินทางแถมฟรีนั้น เขามองว่า แปลกและไม่แน่ใจว่าควรเชื่อคนขับเรือหรือไม่ ทำไมเขาต้องมาเสนอให้ฟรี ๆ ทั้ง ๆ ที่เขาก็ต้องทำมาหากิน จะมาเสียเวลาทำไม การแสดงน้ำใจเป็นสิ่งที่ดีแต่ถ้าไม่บอกกันก่อนว่าเพราะอะไร ก็จะก่อให้เกิดสงสัยและไม่ไว้วางใจ การชวนกินข้าวก็พบบ้างที่ต่าง

จังหวัดทางอีสาน ที่นั่นจะไม่รู้สึกแปลกอะไรเพราะได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับน้ำใจของคนต่างจังหวัดมาบ้างแล้ว แต่ถ้าเป็นที่กรุงเทพ หรือเมืองท่องเที่ยวอย่างภูเก็ต จะรู้สึกแปลกทันทีเพราะคิดว่าตอนนี้ชีวิตของคนในเมืองเปลี่ยนไปแล้ว อีกอย่างที่อเมริกาก็ไม่มีการชักชวนคนแปลกหน้าร่วมวงกินข้าวอย่างนี้ “As a new tourist, it's strange. I wouldn't take it.”

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สามก็มองเรื่องนี้ในทำนองเดียวกันคือการที่คนไทยเพิ่มที่เที่ยวให้นอกเหนือจากในตารางท่องเที่ยวที่กำหนดไว้เพื่อแสดงน้ำใจ ก็คงรับได้ถ้าอยากไป แต่น่าจะบอกก่อน ถ้าไม่อยากไปจะได้ไม่รับข้อเสนอ นั้น ส่วนการเชิญชวนทานข้าวเมื่อเดินผ่านหน้าร้าน เป็นสิ่งที่ค่อนข้างแปลก เธอจะไม่ทานข้าวกับคนที่ไม่รู้จัก เพราะจะไม่แน่ใจว่าทำไมคนคนนั้นถึงชวน

## ช่วงการสื่อสาร

### การโอภาปราศรัย (small talks) ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวไม่ค่อยได้กล่าวถึงประเด็นนี้มากนักในการสื่อสาร แต่มีการพูดถึงตอนเริ่มการสื่อสารมากกว่าซึ่งตรงกันข้ามกับคนไทยที่มักจะมีการโอภาปราศรัยในช่วงการสื่อสาร

### การโอภาปราศรัย (small talks) ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

การโอภาปราศรัยของคนไทยได้พบในช่วงของการสื่อสาร ค่อนข้างมาก เพราะผู้ให้สัมภาษณ์บอกว่าถ้าที่จะพูดคุยในทำนองโอภาปราศรัย เมื่อค่อนข้างคุ้นเคย หรืออยู่ในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เช่น ระหว่างที่พาชมสถานที่ระหว่างให้บริการในการทำผม ทำเล็บ นวดตัว เป็นต้น ข้อมูลที่พบเกี่ยวกับการโอภาปราศรัย ได้แก่

♣ พนักงานโรงแรมฝ่ายอาคันตูกะสัมพันธ์ (Guest Relations) ของโรงแรมที่หาดกะตะ และกะรนถามคณะวิจัยระหว่างที่พาไปชมโรงแรมว่าพวกเรามาจากไหน พักที่ภูเก็ตกี่วัน นอกจากนั้นได้พูดคุยเรื่องดินฟ้าอากาศที่ภูเก็ต พนักงานระดับกลาง (supervisor) ของโรงแรมแห่งหนึ่งที่ป่าตองก็มีการโอภาปราศรัย หลังจากที่พักแยกในวันต่อมา เช่นมีการถามว่านอนหลับดีไหม (Did you have a good sleep?) เมื่อวานเที่ยวสนุกไหม (Did you enjoy the trip yesterday to P.P.?)

♣ พนักงานร้านอาหารที่ป่าตองแห่งหนึ่งก็ได้เดินเข้ามาถามระหว่างรับประทานอาหารว่า อาหารอร่อยไหม ต้องการอะไรเพิ่มเติมหรือเปล่า

♣ ในกลุ่มคนที่ให้บริการในการทำผม ทำเล็บ นวดตัว พนักงานในบาร์ เมื่อรู้สึกคุ้นเคยกันจึงจะสื่อสารในลักษณะของการโอภาปราศรัย ซึ่งมีทั้งที่ถามเรื่องทั่ว ๆ ไป เช่น ทำงานอะไร มาจากที่ไหน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า การโอภาปราศรัยดังกล่าว จะมีลักษณะของการพูดเรื่องเกี่ยวกับตัวเองหรือแวดวงของตัวเอง เช่น ครอบครัวตัวเองเป็นอย่างไร มีลูกกี่คน ลูกเรียนอะไร เป็นต้น ส่วนที่เป็นคำถามเกี่ยวกับคู่สื่อสารมักจะออกมาด้วยคำถามที่ไม่เหมาะสม เช่น barman ของ bar แห่งหนึ่งที่ป่าตองตั้งคำถามกับผู้วิจัยว่า How old are you? พนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งที่ถามผู้วิจัยและผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติ ว่า “Are you husband and wife?” พนักงานโรงแรมแห่งหนึ่งที่ป่าตองถามผู้วิจัยว่า “Are you married?” เป็นต้น ในความเป็นสากลเรื่องเหล่านี้จะไม่ใช้พูดคุยกันโดยเฉพาะกับคนที่ยังไม่คุ้นเคย อย่างไรก็ตามในกลุ่มคนไทยที่ได้รับการอบรมในการให้บริการจะมีการโอภาปราศรัยในลักษณะที่ผสมผสานความเป็นไทยและสากลเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม เช่น ถามว่า อาหารอร่อยไหม ต้องการอะไรเพิ่มเติมหรือไม่ ด้วยหน้าตาที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นมิตร การโอภาปราศรัยแบบนี้ได้พบบ่อยนักในการเก็บข้อมูล ร้านอาหารหลายร้านที่คณะวิจัยไปสังเกตการได้

พบว่าคนที่ให้บริการ ไม่ได้มีการพูดจาแสดงความเอื้ออาทรโดยการเดินเข้ามาดูแลในระหว่างรับประทานและทักถามดั่งที่พบเห็นและบันทึกไว้ข้างต้น เมื่อจะเก็บงานไปจากโต๊ะก็ไม่ได้มีการถามว่า อาหารอร่อยไหมคะ มีอะไรจะดี – ชมบ้างไหม เทียบที่ไหนมาบ้าง ฯลฯ

การโศภาปราศรัยในรูปแบบของความสนใจในเรื่องเกี่ยวกับบ้านเมืองของนักท่องเที่ยวได้พบในบางที่ เช่น ที่เคาน์เตอร์ของ Dino park หลังจากพนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าชมแล้วก็สนใจถามไถ่ผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติว่ามาจากไหน บ้านเมืองเขาเป็นอย่างไร

พนักงานบางคนในร้านอาหาร หรือ ในร้านตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว (Tour Agents) ที่พนักงานไม่ค่อยสนทัดทั้งด้านภาษาและความเข้าใจในวัฒนธรรมสากล พนักงานเหล่านั้นพยายามจะมีการพูดคุยในลักษณะของการโศภาปราศรัยแต่ตั้งคำถามว่า “Where you go?” “What you want?” “You must see X,Y, Z...” เป็นต้น

คนไทยที่ได้รับการศึกษาในระบบโรงเรียนมาน้อยมากและไม่มีโอกาสเรียนภาษาอังกฤษ บางส่วนประกอบกรเล็ก ๆ ของตัว เช่นมีรถเข็นขายน้ำ ขายส้มตำ-ไก่ย่าง ให้บริการนวด ฯลฯ และบางส่วนทำงานในที่ที่มีการจ้างงาน เช่น ในร้านอาหาร ในบาร์ ในโรงแรม ทั้งสองกลุ่มเริ่มจากจุดเดียวกันคือไม่มีฐานของภาษา และขาดความรู้ทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับการโศภาปราศรัย แต่ทั้งสองกลุ่มนี้จะมีพัฒนาการในการสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ บางส่วนของกลุ่มนี้ยุ่งอยู่กับการทำมาหากิน คนกลุ่มนี้มักจะไม่ค่อยมีการพูดคุยอะไรกับนักท่องเที่ยว เช่น เจ้าของรถเข็นขายน้ำแห่งหนึ่งที่หาดป่าตอง เมื่อผู้วิจัยเดินเข้าไป ไม่มีกรทักทาย ไม่ยิ้มแย้ม แต่สังเกตว่าน่าจะมีประสบการณ์ในการฟังนักท่องเที่ยว หรือไม่เช่นนั้นก็อาจจะเดาจากบริบทและภาษาท่าทาง เมื่อผู้วิจัยถามว่า “what drink do you have?” เขาก็ชี้ไปที่ขวดน้ำอัดลมต่าง ๆ ที่วางเรียงรายอยู่ เมื่อผู้วิจัยถามว่าราคาเท่าไร เขาก็ตอบว่า “20 baht” จากนั้นก็ไม่พูดอะไรอีก

คนไทยอีกส่วนหนึ่งในกลุ่มนี้ซึ่งก็ได้เรียนมามากมายเช่นเดียวกัน แต่มีลักษณะของผู้ที่ใฝ่รู้ใฝ่เรียน (self-nature) มีความใส่ใจที่จะพัฒนาตนเอง คนกลุ่มนี้จะพยายามพูดคุยโศภาปราศรัยกับนักท่องเที่ยวในทุกโอกาสที่ทำได้ เช่น คนเลิฟที่บาร์แห่งหนึ่งแถวป่าตองขณะที่เขาผ่านมาที่เคาน์เตอร์ซึ่งขณะผู้วิจัยนั่งอยู่เพื่อรับเครื่องดื่มก็พยายามทักทายโศภาปราศรัยกับผู้วิจัย พยายามชวนคุยโดยเล่าว่าตัวเองมาจากจังหวัดพัทลุง มาอยู่ที่ภูเก็ตแล้วชอบภูเก็ตมากจนไม่อยากกลับไปพัทลุง มีเวลาว่างเมื่อไรจะพยายามศึกษาหาความรู้ พยายามดูภาพยนตร์ที่ช่วยในการเรียนรู้ภาษา เป็นต้น พนักงานบริการผู้นี้ใช้ภาษาสื่อสารได้ใจความดี เป็นคนที่ดูคล่องแคล่ว มีมิตรไมตรียิ้มแย้มตลอดเวลา และสุภาพ

ในการสัมภาษณ์คนไทยเกือบทุกคนบอกว่าถ้าได้พบหรือได้พูดคุยกันมาบ้างแล้วก็จะ “พูดถามโน่นถามนี่” เรื่องที่พูดสรุปได้ คือ

- ♣ เรื่องอาหารไทย เป็นอย่างไร ขอให้แนะนำว่าอะไรอร่อย ที่ไหน ฯลฯ
- ♣ เรื่องเกี่ยวกับดินฟ้าอากาศ คนไทยที่ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งเล่าว่า “ในฤดูมรสุมที่มักจะบอกนักท่องเที่ยวว่า “You can swimming but not too long บางครั้งเราต้องคอยดูด้วยว่านักท่องเที่ยวอยู่ในเขตอันตรายไหมและบอกเขา”
- ♣ เรื่องปกติในชีวิตประจำวัน เช่น มาจากที่ไหน Where from? เทียบที่ไหนมาบ้าง ชอบภูเก็ตไหม เคยมาภูเก็ตไหม ระยะเวลาที่มาที่ภูเก็ต จะเที่ยวที่ภูเก็ตอีกนานไหมพนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งแถวป่าตองบอกว่าเธอจะยิ้มและพูดโศภาปราศรัยกับแขกก่อนเสมอ เช่นถามว่า How was your flight? แต่จะดูท่าที่แขกก่อน ถึงจะชวนคุย จะพยายามแสดงให้เห็นว่าเราต้อนรับ และเป็นมิตรกับแขก บ่อยครั้งเหมือนกันที่นักท่องเที่ยวชวนคุย เรื่องส่วนตัว เช่น เรื่องครอบครัว มีลูกกี่คน มาจากไหน ทำไมมาทำงานอย่างนี้ ในการพูดจากัน ถ้าไม่เข้าใจ ก็จะถามเพื่อน ให้เพื่อนแปลให้ ถ้าไม่ยาก ก็จะตอบได้ คนไทยคนหนึ่งเล่าว่า “แขกมักจะแปลกใจเรื่องอายุของแตง แตงก็จะบอกว่าคนไทยก็อ่อนกว่าอายุ

แขกก็จะฟังรู้เรื่องดีเวลาแต่งอธิบายอะไร คนไทยบางคนบอกว่า “นักท่องเที่ยวบางคนที่เป็นฝ่ายชวนคุยมักจะ “ทะเล้ง” พุดจาในเรื่องที่ไม่สุภาพ” แต่คนที่มาเป็นครอบครัวจะสุภาพ ชวนคุยเกี่ยวกับดินฟ้าอากาศ เช่นที่ภูเก็ตอุณหภูมิก็องศา ถ้าถูกอภัยด้วยกันนักท่องเที่ยวก็จะแนะนำตัวว่าชื่ออะไร มาจากประเทศไหน” (คนที่ให้สัมภาษณ์บอกว่า นักท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเป็นคนรวย) ต่อคำถามที่ว่าคนไทยเองถามอะไรนักท่องเที่ยวบ้างในการพุดจาแบบโอภาปราศรัย ส่วนมากบอกว่า ถามว่า แต่งงานแล้วยัง มีแฟนแล้วยัง ชายคนหนึ่งประกอบธุรกิจในการให้นักท่องเที่ยวเช่ารถ paracells อยู่ทีหาดกะตะบอกว่า ถ้านักท่องเที่ยวเป็นผู้หญิงก็จะถามว่า You have boyfriend? เมื่อถามว่านักท่องเที่ยวไม่โกรธหรือมีท่าทีไม่พอใจหรือที่ถามเขาไปแบบนี้ คนไทยเหล่านั้นยืนยันว่า ไม่โกรธเพราะไม่คิดว่าเป็นเรื่องส่วนตัว หลายคนบอกว่า “เป็นเรื่องที่ ใครใคร่ถามกัน”

❖ เรื่องเกี่ยวกับบ้านเมือง และผู้คน เช่น เมืองไทยเป็นเมืองยิ้ม คนไทยชอบยิ้ม ยิ้มไว้ก่อน ส่วนที่เกี่ยวกับบ้านเมือง คนไทยเล่าว่า นักท่องเที่ยว บางคนบอกว่าหาดเมืองไทยเมื่อก่อนสวยมาก แต่เดี๋ยวนี้ไม่ค่อยสวย ภูเก็ตไม่ค่อยดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหา น้ำที่ป่าตองสกปรก เศษไม้ตามชายหาด เป็นต้น ขณะที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์คนไทยที่ให้เช่ารถที่หาดกะรนอยู่ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเช่าร่วมและสังเกตว่าทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวยืนคุยกันอยู่นานพอควร เมื่อเขากลับมา ให้สัมภาษณ์ต่อผู้วิจัยได้ถามว่าคุณเรื่องอะไรกัน เขาบอกว่า “นักท่องเที่ยวคนนั้นพักอยู่ที่ป่าตองแต่น้ำที่นั่นสกปรกจึงมาหาดกะรนแทน เขาถามว่าแถวนี้มีเศษไม้ตามชายหาด ทำไมไม่กวาด จึงบอกเขาไปว่า Cleaning today, tomorrow coming again.” (มันมากับน้ำทะเลทำอะไร ก็ไม่หมด)

❖ เรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจ เช่น ช่วงฟุตบอลโลก คุยเรื่องฟุตบอล เช่นตัวอย่างที่คนให้เช่ารถคนเดิมเล่าให้ฟังหลังจากขอตัวไปคุยกับนักท่องเที่ยวคนหนึ่งระหว่างการสัมภาษณ์ว่า “นักท่องเที่ยวเพิ่งตื่นนอนตอนบ่าย ที่ได้ไปพักทาย เขาว่า Good morning เพื่อหยอกล้อและพุดคุยด้วย เขาบอกว่าเพิ่งตื่นเพราะเมื่อคืนดื่มจัดไปหน่อย พี่ถามเขาว่าไม่ดูบอลหรือ เขาบอก ดู เขามาจากไอร์แลนด์ แต่เมื่อคืนอังกฤษแข่งเขาเชียร์อังกฤษ พี่พุดค่างาย ๆ ก็เข้าใจกัน ถ้าใช้ภาษาทางการตามที่เรียนมาก็ไม่ค่อยเข้าใจ เขาหยอกว่า Today free because no sun. เราก็คุยกันสนุกดี”

❖ เรื่องที่กำลังเกี่ยวกับการให้บริการอยู่ เช่น คนที่ให้บริการนวดบอกว่า จะชวนนักท่องเที่ยวคุยบ้างตอนที่นักท่องเที่ยวมานวด เช่น You feel massage? คนไทยบางคนบอกว่าการพุดคุยทำให้ได้เรียนรู้เรื่องต่าง ๆ จากนักท่องเที่ยว เช่น คนให้บริการนวดคนหนึ่งบอกว่า “เวลาเราพุดแทงกั้ว เขาก็จะบอกว่าไม่ต้องแทงกั้วเขา เขาควรจะแทงกั้วเรา” ในการพุดจាក็นทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวคนไหนเป็นอย่างไร ได้เรียนรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวบ้าง เช่น ทราบว่านักท่องเที่ยวบางคนไม่ชอบไปป่าตอง เพราะคนเยอะ ฯลฯ เป็นต้น คนให้บริการนวดอีกคนหนึ่งทีหาดกมลาเล่าว่า “ในระหว่างนวดก็พุดคุยบ้าง เช่น ตอนที่แขกลืมตาเพื่อมิให้บรรยากาศเงียบ น่อง(ชื่อคนให้บริการนวด) พยายามถามแขกว่า What do you like, medium or strong? พอนวดไปจะบอกว่า If I make no good tell me. บางทีแขกเดินเข้ามาแล้วมองมาต้องพุดอะไรไปไม่เช่นนั้นจะเงียบกันไป และก็บ่อยๆที่แขกพุดมา เราเข้าใจ แต่ตอบกลับไปแล้วไม่ถูก อึดอัดอยากเรียนอยากรู้”

ข้อสังเกตอื่น ๆ ที่คนไทยพุดถึงเกี่ยวกับการโอภาปราศรัย

❖ นักท่องเที่ยวต่างชาติจะไม่โอภาปราศรัยเมื่อมาถึงใหม่ ๆ แต่หลังจากได้ที่พักเรียบร้อยแล้วและคุ้นเคยกับสถานที่พุดแล้วจึงจะพุดจาโอภาปราศรัย ทั้งนี้คนไทยที่ให้สัมภาษณ์บอกว่าอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลัวถูกหลอก (ดู ช่องแรกที่นักท่องเที่ยวคู่สามี ภรรยาชาวอังกฤษให้สัมภาษณ์ ซึ่งพ้องกัน)

❖ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นผู้ดีค่อนข้างจะวางตัว ไม่โอภาปราศรัย

### การโอภาปราศรัย (small talks) ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

คนไทยบางคนไม่มีการโอภาปราศรัย เจ็บเฉยและพูดเฉพาะที่จำเป็น บางคนเป็นมิตรไม่ตรีมาก พยายามชวนพูดโน่นพูดนี่บางทีก็เกินเส้นของความสุภาพและความเป็นส่วนตัว ดังนั้นจึงอยากให้ออกใจคิดว่าการโอภาปราศรัยควรคำนึงถึง ความสุภาพและความเหมาะสมของเรื่องที่ถามนักท่องเที่ยวด้วย มิเช่นนั้นแล้วก็จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกขุ่นเคืองใจและอาจถึงกับโกรธ เช่น การถามว่า อายุเท่าไร แต่งงานหรือยัง เป็นสามีภรรยากันหรือเปล่า ทำงานได้เงินเดือนเท่าไร เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองเห็นตรงกันว่าคำถามเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอึดอัดใจที่จะตอบ และสถานการณ์สนทนาบางทีก็รู้สึกไม่พอใจจึงพยายามเลี่ยงทุกครั้งที่มีการโอภาปราศรัยเดินไปถึงจุดนั้นเพราะเห็นว่าเป็นเรื่องส่วนตัวที่ไม่ควรถามกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็นคนแปลกหน้าซึ่งกันและกัน หนึ่งในจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองนี้ แม้จะพอรับได้กับคำถามเหล่านี้ แต่ก็ไม่ต้องการตอบ หัวข้อที่ควรพูดถึงใน การโอภาปราศรัย (small talk) น่าจะเป็นการทักทายคุยกันเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป เช่นอากาศ อาหาร การเดินทาง และน่าจะพูดด้วยความจริงใจเป็นธรรมชาติ (genuine) แต่จากประสบการณ์คนไทยบางคนพูดเหมือนท่องมา (scripted) แต่ก็ยังดีกว่าการทำนิ่งเฉยเหมือนไม่แยแส

### การถาม การบอก หรือขอให้นักท่องเที่ยวทำอะไรหรือปฏิบัติตนอย่างไร (Asking/telling tourists to do something) ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวดูถึงแยกได้เป็นสองประเด็นคือ

- ก. คนไทยไม่ค่อยมีการสื่อสารในเรื่องเหล่านี้ มักใช้การกระทำไปเลย เช่น เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองบางคนต้องการให้นักท่องเที่ยวส่งหนังสือเดินทางให้จะไม่มีการพูดจาใด ๆ ยื่นมือออกมาเฉย ๆ แม้บริบทค่อนข้างจะเป็นที่ทราบกันว่านักท่องเที่ยวดูต้องยื่นหนังสือเดินทางให้ แต่ก็ทำให้บรรยากาศของการสื่อสารมีความเย็นชา
- ข. มีการใช้คำพูดแต่เป็นวัจนกรรมของอำนาจ เช่น เมื่อขอให้นักท่องเที่ยวไปทางนี้จะพูดว่า This way. ไม่มี 'please' หรืออวัจนกรรมใด ๆ ของการสื่อสารที่เป็นความสุภาพ เช่น ผายมือ หรือ ค้อมศีรษะ นักท่องเที่ยวคนหนึ่งถึงกับพูดเป็นข้อสังเกตด้วยความเข้าใจผิดว่าวัฒนธรรมของไทยในเรื่องนี้คงต่างจากหลาย ๆ ประเทศ

### การถาม การบอก หรือขอให้นักท่องเที่ยวทำอะไรหรือปฏิบัติตนอย่างไร (Asking/telling tourists to do something) ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

ข้อมูลที่พบในส่วนนี้แยกได้เป็นสามประเด็นคือ

- ก. ถามหรือบอกด้วยความสุภาพอ่อนน้อมทั้งวัจนกรรมและอวัจนกรรม กลุ่มคนไทยสามกลุ่มที่นักท่องเที่ยวส่วนมากบอกว่าภาษาค่อนข้างดี จะมีวิธีการถามด้วยน้ำเสียงและท่าทีที่สุภาพแม้บางครั้งจะไม่มีส่วนของภาษาที่แสดงความสุภาพ เช่น please หรือ Would you ...? พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดราไวย์ถามคณะวิจัยเมื่อลงทะเบียนเข้าพักในการเก็บข้อมูลแบบสังเกตโดยมีส่วนร่วมว่า "How many nights?" หลังจากกรอกแบบฟอร์มแล้วเขาก็ขอให้คณะวิจัยทำอะไรด้วยถ้อยคำสำนวนที่สุภาพ คือ "Sign here, please." ถามวิธีการจ่ายเงิน (Do you pay by cash or card?) ถามตอนจ่ายเงินก่อนจะออกจากที่พัก (You like to have a receipt?) และถามเพื่อเสนอให้ความช่วยเหลือ เช่น You like a taxi? พนักงานคนเดียวที่ได้ออกกระเป๋าและพาคณะวิจัยไปยังห้องพัก เมื่อถึงแล้วขณะที่ยื่นกุญแจให้ ได้ใช้ภาษาประกอบไปด้วยคือ Here's your key, madam. ในกรณีของการเสนอให้ความช่วยเหลือตอนจะออกจากโรงแรมบางคนก็พูดว่า Taxi? เฉย ๆ โดยใช้น้ำเสียงสุภาพและหน้าตาแสดงความเป็นมิตรแม้จะเป็นการพูดสั้น ๆ แต่ก็รับได้ ในกลุ่มพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมเช่นกันและในบริบทของการ check out เช่นกัน คณะวิจัยคณะหนึ่งกลับ

พบว่าพนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งที่ป่าตองถามว่า “Where you go?” (จะไปไหนต่อ) ซึ่งนับว่าเป็นคำถามที่ไม่ควรจะใช้ในบริบทนี้

โดยรวมแล้วพบว่ากลุ่มที่ทำงานกับผู้จ้างงานมักจะมีลักษณะการขอร้องอย่างสุภาพ เช่น พนักงานเทศบาลป่าตองที่มีหน้าที่ดูแลการจอดรถ (พนักงานคนนี้จัดอยู่ในกลุ่มพนักงานโรงแรมได้ด้วยเพราะกลางวันเขาทำงานอยู่ที่โรงแรมแห่งหนึ่งแถวป่าตอง) จะให้นักท่องเที่ยวที่ย้ายที่จอดรถก็จะเริ่มต้นด้วยสำนวนสุภาพคือ “Excuse me...” แล้วอธิบายเหตุผลว่าทำไมจึงขอให้ทำเช่นนั้น พนักงานร้านอาหารระดับบนส่วนมากก่อนนำแขกไปนั่งมักจะพูดว่าพูดว่า “Follow me please.”

อย่างไรก็ตามในระดับบุคคลได้พบว่ามีคนไทยที่ใช้ภาษาสุภาพและสื่อได้ดีในทุกกลุ่มอาชีพ เช่น คนให้บริการนวดเท้าที่ป่าตองคนหนึ่ง ใช้ภาษาสุภาพมาก เมื่อขอให้ยืนขึ้นเธอบอกว่า Could you please stand up? ขอให้หมุนตัวเธอบอกว่า Excuse me. Turn around, please. คนในกลุ่มที่ประกอบอาชีพอิสระเช่นนี้และใช้ภาษาได้ดีไม่ได้พบมากนัก เมื่อสอบถามว่าเรียนรู้มาจากไหนได้ความว่าได้สังเกตวิธีการที่นักท่องเที่ยว และบางทีนักท่องเที่ยวบางคนก็สอนว่าควรจะทำอย่างไร

ส่วนที่แตกต่างจากข้อมูลที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พูดถึงในการสัมภาษณ์คือ ได้พบว่าเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองบางคนมีอัธยาศัยดีมากในการบอกกล่าวให้นักท่องเที่ยวทำ หรือไม่ทำอะไร ภาษาก็เหมาะสม เช่นเจ้าหน้าที่คนหนึ่งเมื่อขอให้นักท่องเที่ยวกรอกใบผ่านเข้าราชอาณาจักร (Immigration Card) ก็จะบอกว่า “Please complete this form.” เมื่อมีคนเข้าแถวหลายคนก็ให้นักท่องเที่ยวเดินไปที่ริมเคาน์เตอร์เพื่อกรอกข้อมูลรอไว้ก่อนจะเรียกโดยพูดว่า “Excuse me, please go there.” เมื่อต้องการขอเอกสารเพิ่มเติมก็พูดจาอย่างสุภาพเช่น “Boarding Pass, please.”

ข. บอกด้วยท่าทาง ถ้อยคำ สำนวน น้ำเสียง ที่ตรงไปตรงมา และบางครั้งด้วย ท่าทางที่ไม่ค่อยแสดงการต้อนรับ หรือเป็นมิตร การสื่อสารเช่นนี้ส่วนมากพบในกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ได้แก่ คนทำเล็บ ช่างถักผม คนให้บริการนวด เช่นที่หาดกะตะ เมื่อคนให้บริการนวดขอให้ผู้วิจัยทำอะไร จะพูดเป็นคำ ๆ ไม่มี please เช่น “Sit up.” “Relax.” Take my hand.” “Turn back.” จึงดูเหมือนออกคำสั่ง แต่ในกรณีหนึ่งเมื่อผู้วิจัยเกร็งกับบางท่าที่เขาบอกให้ทำ เช่นท่าบิดตัว เขาก็มีศัพท์ที่จะถามว่า “Scared?”

คนขับเรือรับจ้างเมื่อต้องการบอกนักท่องเที่ยวให้ย้ายที่เพื่อที่เรือจะไม่เอียง เขาจะใช้ภาษามือ บางครั้งก็ภาษาไทยซึ่งเขาบอกว่าสื่อสารกันได้ เมื่อบอกว่าจะให้ขึ้นเรือที่ไหนไม่ทราบว่าจะพูดภาษาอังกฤษว่าอย่างไรก็คิดเอาเองว่าควรบอกว่า “I stay here on boat.” เมื่อจะต้องกลับก็บอกว่า “Come back. Come back now.” พูดสองครั้ง ครั้งที่สองถามค่าบอกเวลา คือ ‘now’ เข้าไปอีกคำหนึ่ง

ตัวอย่างอื่น ๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการสื่อสารในช่วงนี้ คือ พนักงานรักษาความปลอดภัยของโรงแรมแห่งหนึ่งบอกให้นักท่องเที่ยวจอดรถด้วยวิธีการพูดที่ตรงไปตรงมาและด้วยหน้าตาชื่อ ๆ ว่า “Park here.” เมื่อบอกให้นักท่องเที่ยวไปทางนั้นทางนี้ก็พูดว่า “You past ...” เมื่อต้องการบอกนักท่องเที่ยวว่าไม่ควรทำเช่นนั้น เช่นนี้จากการสัมภาษณ์ได้พบว่าคนพูดไม่ได้ตั้งใจที่จะแสดงความไม่สุภาพแต่วิธีการสื่อสารสื่อความหมายเช่นนั้น เช่นที่เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองคนหนึ่งเล่าว่า “เมื่อนักท่องเที่ยวยื่นเข้าแถวเพื่อรอตรวจหนังสือ เขายืนกินไอศกรีม มันเป็นภาพที่ไม่น่าดู ดูเป็นการเสียมารยาท เราก็บอกเขาว่า “Don't eat in the line, please. Wait a moment. Finish check the passport and then eat inside. เขาก็เข้าใจและปฏิบัติตาม บางคนก็ตอบว่า Very good. จริงๆ ไม่มีกฎว่าห้ามกินตรงนี้แต่เรารู้สึกว่าการยืนกินไปด้วย เดินไปด้วยโดยเฉพาะในแถวแบบนี้มันไม่ถูกที่และเป็นภาพที่ไม่น่าดู” และอีกคนหนึ่งก็เช่นกันจบปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของประเทศไทย มีทัศนคติที่ดีมากต่องานในหน้าที่ แต่ยอมรับ

ว่ารู้สึกไม่มั่นใจในการใช้ภาษา เมื่อขอให้เขาพูดให้ฟังว่าถ้าจะขอตรวจกระเป๋าหนักท่องเที่ยวเขาจะพูดอย่างไร เขาบอกว่า "ส่วนมากจะไม่ต้องตรวจเพราะผ่านเครื่อง scan มาแล้ว แต่ถ้าต้องตรวจก็จะบอกเขาว่า ' I want to see your suitcase.' ถ้าเขาดูไม่พอใจก็จะบอกว่า 'for your security.'

ค. ไม่บอกแต่เริ่มด้วยการกระทำเลย เช่น ส่งแบบฟอร์มให้กรอกโดยไม่มีคำพูด หรือ พักหน้าเพื่อสื่อว่าไปได้แล้ว ดำเนินการเสร็จแล้วโดยไม่พูดอะไร บางครั้งก็ใช้อวัจนกรรมที่ไม่เหมาะสมเช่น ตีขานักท่องเที่ยวเพื่อที่จะบอกว่าอย่ายกเท้าพาดโต๊ะ เป็นต้น (ดู อวัจนกรรม) มีบางคนที่ไม่ใช่อวัจนกรรมในการสื่อสารแต่มีสีหน้ายิ้มแย้มแสดงความมีมิตรไมตรีและสุภาพ เช่น ที่ได้สังเกตคือ กลุ่มพนักงานโรงแรม พนักงานชายของที่ระลึก และพนักงานของบริษัทท่องเที่ยว ได้พบว่าวิธีการขอให้นักท่องเที่ยวทำอะไรที่ไม่มีภาษาและท่าทางประกอบเช่นกัน เพียงแต่ว่าลักษณะการสื่อสารของคนกลุ่มนี้ไม่ได้ดู "ขึงขัง" เช่นกลุ่มแรก สิ่งที่จะช่วยให้การสื่อสารดูอ่อนโยนและเป็นมิตรมากกว่ากลุ่มแรกคือ มิตรไมตรี รอยยิ้ม และความสุภาพ เช่น พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมเกือบทุกแห่งที่คณะผู้วิจัยและผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติสังเกตพบขณะลงทะเลเบียนเข้าพัก เมื่อส่งแบบฟอร์มให้ผู้วิจัยกรอกก็เพียงแต่ยื่นแบบฟอร์มให้ ไม่มีกรอกพูดว่า "Would you fill in this form please?" แต่ตลอดเวลาของการลงทะเลเบียนพนักงานโรงแรมที่พบอ่อนโยน ยิ้มแย้ม และเป็นมิตร จึงไม่รู้สึกลึกลับถึงความเย็นชาในการสื่อสาร

พนักงานในร้านขายของที่ระลึกก็เช่นกัน เมื่อขอให้ผู้วิจัยเดินไปดูของตาม ฝ่ายต่าง ๆ ก็เพียงแต่เดินนำไปด้วยการโน้มตัวเฉย ๆ ไม่มีกรอกพูดว่า "This way please." ลักษณะเช่นเดียวกันนี้ได้พบบนเรือท่องเที่ยวเมื่อขอให้คณะผู้วิจัยเดินไปยังโต๊ะตัวใหม่ที่สามารรถดูการแสดงได้ก็เพียงแต่เดินนำไปอย่างสุภาพโดยไม่พูดอะไร

### **การถาม การบอก หรือขอให้นักท่องเที่ยวทำอะไรหรือปฏิบัติตนอย่างไร (Asking/telling tourists to do something) ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ**

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการขอให้นักท่องเที่ยวทำอะไรสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่า พวกเขาสื่อสารได้แต่ยังมีข้อบกพร่องอยู่ กล่าวคือการขอให้ทำอะไรจะมีลักษณะเป็นคำสั่งและแสดงออกถึงอำนาจมากกว่าขอร้อง โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือข้าราชการ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งให้ความคิดเห็นว่า ความบกพร่องในส่วนนี้น่าจะมีที่มาจาก การไม่มีคำศัพท์ ควบคู่กับ มารยาทในการสื่อสาร (mannerism) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ได้เล่า ประสบการณ์ของเธอว่า ในการเดินทางครั้งหนึ่งอยู่ๆ ก็มีตำรวจขึ้นมาบนรถโดยสารตอนตี 5 ขณะที่ทุกคนกำลังหลับอยู่และตะโกนผ่านไมโครโฟนว่า "You... check...you belonging... you." ภาษาพอเข้าใจได้เพราะมีบริบทช่วยอยู่ ความตั้งใจที่จะดูแลคนเดินทางก็น่าจะดีเพราะคงเป็นการเตือนให้ทุกคนระวังเข้าของ หากแต่ความตั้งใจดังกล่าวเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องเดาเอาจากสถานการณ์ว่าน่าจะเป็นเช่นนั้น ที่ต้องเดาเพราะไม่มีกรอกพูดเกริ่นนำหรือชี้แจงใดๆ เธอบอกว่าถ้าตำรวจได้เรียนรู้มารยาทของการสื่อสารในสถานการณ์เช่นนั้น และเลือกใช้ภาษาที่สุภาพ มีคำอธิบายที่ชัดเจนกว่านั้นก็น่าจะยอมรับได้ แม้จะเป็นเวลา ตีห้า (5.00 น.) ก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ยังบอกด้วยว่าจากประสบการณ์มักจะพบการสื่อสารลักษณะนี้ในกลุ่ม "people in brown uniform" ซึ่งหมายถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือ ข้าราชการ ซึ่งมีการแสดงออกค่อนข้างชัดถึงความรู้สึกที่พวกเขาเป็น "upper-handed" คือทำตัวเหนือกว่าผู้ที่สื่อสารด้วย นอกจากนั้นยังได้ให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมในเรื่องนี้อีกด้วยว่า คนไทยมักจะทำอะไรให้ด้วยการดึงไปจากมือเฉย ๆ เช่นจะช่วยถือของให้ก็ดึงของไปจากมือเฉยๆ ทำให้การสื่อสารเสียจังหวะ (disruptive) บางครั้งก็ใช้เพียงท่าทางและไม่พูดอะไรเลยซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควร อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวส่วนมากพยายามรับความหมายจากเจตนาและพยายามคิดว่าเป็นอวัจนกรรมที่พอรับได้หรือเปล่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกคนหนึ่งก็กล่าวในทำนองเดียวกันว่า การที่คนไทยยื่นแบบฟอร์มให้กรอกโดยไม่มีพูดอะไรนั้นดูเย็นชา หากใช้คำพูดนำสักนิด เช่น Could you fill in this , please ? ก็จะสุภาพมากกว่า ได้บรรยากาศที่ดีกว่าหรือการที่คนไทย

รับของจากมือนักท่องเที่ยว เช่น ตั๋ว พาสปอร์ต โดยไม่พูดอะไรนั้น เธอ บอกว่าเคยเกิดขึ้นเช่นกันซึ่งค่อนข้างไม่สุภาพ แต่ก็พยายามคิดว่าเขาอาจกำลังยุ่ง

**การตอบรับต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดมา เช่น คำขอร้อง คำเชื้อเชิญ ฯลฯ และการสอบถาม (Responding to what was said, requests/invitations, checking back) ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ**

ในประเด็นนี้นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ข้อมูลใดเป็นพิเศษนอกจากบอกว่าคนไทยไม่ค่อยรับคำ (respond) ทำให้ไม่ทราบว่สิ่งทีขอไปได้อหรือไม่ หรือไม่เช่นนั้นก็มักจะบอกว่า Yes...yes แต่ดูจากสีหน้าซึ่งเรียบเฉยมากจนไม่ทราบว่เข้าใจหรือไม่ นอกจากนี้ยังไม่มีกรสอบถาม กรสื่อสารที่ไม่มีกรตอบกลับจากคู่อสื่อสารโดยเฉพาะคู่อสื่อสารที่มาจากต่างวัฒนธรรมเป็นการสื่อสารที่เดาความหมายได้ยากมากที่สุด

**การตอบรับต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดมา เช่น คำขอร้อง คำเชื้อเชิญ ฯลฯ และการสอบถาม (Responding to what was said, requests/invitations, checking back) ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว**

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเจียหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

การตอบรับต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดมา เช่น คำขอร้อง คำเชื้อเชิญ ฯลฯ ข้อมูลของการตอบรับส่วนใหญ่พอจะแบ่งออกเป็นลักษณะใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

- ก. สามารถตอบคำถามในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานและเรื่องง่าย ๆ ที่เกี่ยวกับตัวเองในระดับที่สื่อสารได้ ถ้าคำถามนั้นเป็นคำถามปกติ
- ข. เงียบ ไม่ตอบ หรือทำหน้าง ๆ หรือเดินจากไปเฉย ๆ
- ค. หันไปถามคนอื่นที่อยู่ใกล้ หรือ หาวิธีสื่อสารให้เข้าใจได้ว่าขอให้ไปถามคนอื่น
- ง. ตอบตามความเข้าใจโดยไม่สอบถามคำถาม
- จ. ตอบแบบ Script-wright คือตอบตามที่คิดว่าจะถูกถาม
- ฉ. ตอบตามความเชื่อของ
- ช. ตอบโดยตีความจากความคุ้นเคยในวัฒนธรรมของตน
- ก. สามารถตอบคำถามในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานและเรื่องง่าย ๆ ที่เกี่ยวกับตัวเองในระดับที่สื่อสารได้ ถ้าคำถามนั้นเป็นคำถามปกติ เช่น

♣ ในร้านอาหารถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับรสชาติ เช่น Is it spicy? What is spicy prawn soup? คนไทยส่วนมากที่พบจะบอกลักษณะพื้นฐานของต้มยำกุ้งได้

♣ คนขับรถสองแถวระหว่างอ่าวฉลองกับหาดราไวย์ตอบคำถามได้เร็ว และฉลาดาน แม้จะมีลักษณะการพูดเป็นคำๆ เช่น "Rawai... where?" เมื่อบอกชื่อโรงแรมที่พัก เขาถามว่า "Tใน?" (หมายถึง 2 คน) เมื่อผู้วิจัยพยักหน้า เขาก็พูดว่า "One hundred" ผู้วิจัยบอก "No...no yesterday to Chalong 45 baht." พร้อมกับทำนิ้วให้ดู เขาบอกว่า "50 บาท O.K?" นอกเหนือจากการตอบคำถามแล้วคนขับรถคนนี้ยังมีความสามารถในการใช้กรสื่อสารแบบโอภาปราศรัยเพื่อช่วยในการประกอบอาชีพด้วย เช่น ถามว่า "Where you go today?... Promthep?" ผู้วิจัยบอกว่าจะไปในเมือง เขาก็บอกว่า "I can go 300 Baht นะ" ผู้วิจัยต่อราคาเป็น 250 เขาบอก "NO...Check hotel นะ three hundred fifty"



เข้าใจว่าเขามีประสบการณ์ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พูดภาษาไม่ติดขัดแต่บ่อยครั้งที่มีคำไทยว่า “นะ”แทรกเข้าไปในระหว่างการพูด แต่โดยรวมแล้วสามารถตอบคำถามในลักษณะของการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอาชีพได้ดี

♣ ผู้หญิงสาวคนหนึ่งซึ่งทำงานอยู่ที่บังกะโลเล็ก ๆ แถวหาดราไวย์ สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับราคาห้อง และ คำถามอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวทั่วไปมักจะถาม เช่น ในห้องมีอะไรบ้าง บังกะโลให้บริการอะไรบ้าง เธอตอบทุกอย่างที่ถามได้ ระหว่างที่ผู้วิจัยถามเธอตั้งใจฟังและตอบคำถามได้ตรงประเด็น และยังสามารถตอบเรื่องง่าย ๆ ที่นอกเหนือจากงานที่ทำอยู่ได้ด้วย เช่นตอบคำถามว่ามาจากไหนได้ อยู่ที่ภูเก็ตมากี่ปีแล้วได้ [เธอมาจากจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ภูเก็ต 7 – 8 ปีแล้ว] ตอบคำถามเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับดินฟ้าอากาศ และ เรื่องที่เกี่ยวกับตัวเอง เช่น การเรียนภาษาอังกฤษก็ได้เช่นกัน

♣ สาวประเภทสองบนเรือท่องเที่ยว สามารถตอบคำถามว่า ต้องจ่ายเงินเท่าไรในการถ่ายรูปกับเธอได้ ว่า “Tip, no charge.”

สำหรับคำถามที่แปลกกว่าปกติแม้เพียงเล็กน้อยก็ตอบไม่ได้หรือ ตอบเป็นอย่างอื่น บางตัวอย่างที่พบเช่น

♣ Is there any good shop near here? หรือ “How could I go to town from here?” จะตอบไม่ได้ ตัวอย่างเช่นในการสังเกตพบว่าผู้หญิงที่ร้านนวดแห่งหนึ่งที่อำเภอคลองสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับวิธีนวดได้ว่ามีอะไรบ้างเช่น oil massage/ body massage/ foot massage ฯลฯ ตอบคำถามเกี่ยวกับราคาได้ แต่เมื่อถามว่าทำไมราคานวดเท้าจึงแพงกว่านวดตัวก็แสดงสีหน้าว่าเข้าใจที่ถาม แต่ตอบไม่ได้ และไม่แสดงความกระตือรือร้นที่จะพยายามตอบ

ข. เงียบ ไม่ตอบ หรือทำหน้างงๆ หรือเดินจากไปเฉย ๆ

คนไทยหลายคนเงียบ หรือทำหน้างง ๆ เมื่อถูกถาม หรือขอร้องให้ทำอะไรให้ ตัวอย่างที่พบเช่น

♣ พนักงานของร้านอาหารแห่งหนึ่งที่หาดกะตะ ทำหน้างง ๆ และตกใจเมื่อชาวต่างชาติที่ร่วมสังเกตการณ์ขอให้ช่วยอธิบายว่า shark steak ปูร่อยอย่างไร นอกจากไม่ตอบแล้วยังเดินหายไปแล้ว

♣ ที่ห้องอาหารของโรงแรมชั้นหนึ่งที่หาดราไวย์พนักงานไม่สามารถตอบคำถามได้ถามอะไรไปก็เงียบและทำหน้างง ๆ เมื่อผู้วิจัย ขอช้อน ขอเนยแข็งป่น ฯลฯ ก็เดินหายไปแล้ว ๆ แต่ไปบอกให้กัปตันมาฟังคำถามแทนโดยไม่ได้บอกว่าขอโทษจะไปเรียกคนอื่นมาช่วย

♣ คนขับรถที่สนามบินซึ่งปล่อยให้คณะผู้วิจัยรอรถ micro-bus ซึ่งใช้เป็นรถ limousine ระหว่างสนามบินและตัวเมืองภูเก็ต 30 นาที เมื่อผู้วิจัยถาม เขาเพียงพูดว่า “Wait here.” เมื่อถามคนขับรถอีกคนหนึ่งที่เดินผ่านมาว่า “How long do we still have to wait?” เขาตอบไม่ได้และก็เดินจากไปเฉย ๆ

♣ คนรถรับจ้างที่หาดกะตะ เมื่อชาวต่างชาติที่ร่วมสังเกตการณ์ ถามว่าก่อนขับรถทำอะไรมาก่อน เขาตอบ “Yes” เมื่อชาวต่างชาติถามคำถามเดิมซ้ำอีกเขาก็เงียบไปเฉย ๆ

♣ ที่ป่าตอง เมื่อคนให้บริการ ถามผู้วิจัยด้วยประโยคที่ไม่มีวรรคตอนว่า “You want sailing chair?” และยังคงถามย้ำว่า “You want sailing chair?” (คำว่า sailing chair ถ้าพูดติดกัน หมายถึง ‘เก้าอี้สำหรับการเล่นเรือ’ ซึ่งไม่มีสิ่งนี้) ผู้วิจัยได้ล้อเลียนกลับไปว่า “Are you selling chair?” แต่เขาก็ไม่เข้าใจ และไม่ตอบกลับนอนหลับไปเฉย ๆ

ค. หันไปถามคนอื่นที่อยู่ใกล้ หรือ หาวิธีตอบให้เข้าใจได้ว่าขอให้ไปถามคนอื่น

คนไทยส่วนหนึ่งเมื่อตอบไม่ได้จะหันไปถามเพื่อน หรือคนที่อยู่ใกล้ ๆ ถ้าไม่มีใครแถวนั้นก็ส่งสัญญาณ หรือพูดสั้น ๆ ให้ทราบว่าจะไปถามใครถึงจะได้เรื่องราว ตัวอย่างที่พบ เช่น

♣ พนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งที่ป่าตองที่มีหน้าที่พาแขกไปดูห้อง เมื่อผู้วิจัยถามอะไร เขาก็จะตอบว่า “reception ... reception” เป็นการบอกให้ทราบว่าเป็นไปถามพนักงานต้อนรับ

♣ ที่บาร์แห่งหนึ่งที่ปาดตองเมื่อผู้วิจัยถามว่า “Do you often talk to your guest?” เขาหันไปถามเพื่อน ว่า “talk” แปลว่าอะไรก่อนที่จะตอบ

♣ ที่ร้านอาหารที่สนามบินภูเก็ตผู้วิจัยชี้ไปที่แกงซี่เหล็กและถามว่านี่คืออะไร พนักงานที่ตักอาหารไม่ตอบแต่ตะโกนเรียกพนักงานเก็บเงินให้ช่วยตอบ

♣ พนักงานต้อนรับที่โรงแรมชั้นดีแห่งหนึ่งบริเวณหาดในยางเมื่อผู้วิจัยเดินเข้าไปสอบถามราคาห้อง เขาบอก “sorry.” แล้วก็เดินเข้าไปขอให้คนอื่นหนึ่งเข้ามาตอบแทน ซึ่งดูเหมือนจะเป็น หัวหน้าของเขา โดยไม่พูดอะไรเพื่อจะบอกว่าจะไปบอกให้คนอื่นมาช่วยตอบแทน

วิธีการนี้ได้รับการยืนยันจากคนไทยส่วนมากในการสัมภาษณ์ว่าเป็นสิ่งที่เขาทำเสมอคือเมื่อไม่มั่นใจว่าจะตอบอย่างไรจะหันไปถามคนที่ “เชื่อว่าเก่งกว่า” หรือขอให้คนอื่นนั้นตอบแทนไปเลย เช่นคนที่เคาน์เตอร์ให้บริการรถที่สนามบินเมื่อไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวถามก็จะไปเรียก “หัวหน้าแคชเชียร์” (ซึ่งที่จริงคือหัวหน้างานปกติของพวกเขา) พนักงานของบริษัทรถเช่าซึ่งมีเคาน์เตอร์อยู่ที่โรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในหาน ก็บอกเช่นกันว่า เมื่อเธอติดขัดอะไรในการตอบคำถามนักท่องเที่ยวเธอจะถาม “พี่ ๆ reception” ของโรงแรม ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นคนขับรถรับจ้างในจังหวัดภูเก็ตบอกว่าเมื่อไรที่ตอบนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ได้ก็จะถามคนที่เขาทำงานมาก่อน “เขาเก่งพูดได้หมด” หรือไม่เช่นนั้นก็จะขอให้คนที่ขายของอยู่ที่ร้านใกล้ ๆ ตอบแทน เมื่อผู้วิจัยได้ลองตามไปสังเกตการใช้ภาษาของคนที่อ้างถึงก็เป็นจริงตามนั้น คือ สามารถตอบคำถามหรือข้อสงสัยได้เกือบทั้งหมด เพียงแต่เป็นภาษาที่อยู่ในระดับสื่อสารได้ ไม่ค่อยถูกต้อง และไม่มีวลีที่สุภาพยกเว้น “พี่ ๆ reception” ที่พนักงานของบริษัทรถเช่าอ้างถึงข้างต้น ที่ภาษาดี สุภาพ และใช้ภาษาทำทางเหมาะสมในการสื่อสาร

#### ง. ตอบตามความเข้าใจโดยไม่สอบสวนคำถาม

คนไทยส่วนหนึ่งจะตอบคำถามทันทีตามความเข้าใจโดยไม่มีการสอบสวนเพราะเราไม่ค่อยมีวัฒนธรรมในการ “ตรวจสอบสิ่งที่ไม่แน่ใจ” และไม่ค่อยเคยชินกับการพูดย้อนกลับแม้สิ่งที่ถามจะเป็นสำนวนหรือคำที่ไม่ค่อยได้พบในชีวิตประจำวันก็ตาม ทำให้การตอบกลับบางครั้งผิดความหมาย (ซึ่งตรงกับที่นักท่องเที่ยวให้ข้อสังเกต) ตัวอย่างของการตอบแบบนี้ที่พบคือ

♣ พนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดกะตะเมื่อชาวต่างชาติที่ร่วมสังเกตการณ์ถามว่าโรงแรมนี้มีพนักงานกี่คน เขาตอบว่า 45 ชาวต่างชาติคนนี้พูดกลับไปเพื่อสอบถามรถหนาวว่า “big staff” โดยที่ไม่ได้ยกระดับเสียงที่เป็นการส่งสัญญาณใด ๆ ว่าเป็นการถามกลับ พนักงานคนเดียวกันั้นนั้นตอบกลับว่า “seven” ชาวต่างชาติตั้งมากกว่าทำไมตัวเลขทั้งสองครั้งจึงต่างกันมากมาย เมื่อถามกลับไปอีกทีว่าเขาหมายความว่าอย่างไร จึงได้ทราบที่พนักงานเข้าใจว่าเขาถามต่อว่า “แล้วผู้บริหารล่ะมีกี่คน” โดยคิดว่า ‘big staff’ หมายถึง ‘ผู้บริหาร’

อีกเรื่องหนึ่งซึ่งอยู่ในประเด็นนี้แม้จะมีลักษณะที่ซับซ้อนกว่าบ้าง คือการไม่รับรู้ต่ออารมณ์ขัน (sense of humour) เช่น ในการสอบถามเรื่องห้องที่ counter ซึ่งให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่สนามบิน (Counter Excursion Service) พนักงานพยายามจะแนะนำห้องที่ดีและมีราคาแพงแก่คณะวิจัย ชาวต่างชาติที่ร่วมสังเกตการณ์พูดใส่อารมณ์ขันไปว่า “Will you pay for me?” เขาไม่ได้ฟัง หรืออาจไม่สามารถรับอารมณ์ขันได้ จึงตอบกลับมามีว่า “Yes, yes.” ชาวต่างชาติถามกลับไปอีกว่า “Are you sure?” เขาก็ตอบว่า “Sure!” ผู้วิจัยคิดว่าคนไทยคนนั้นคงไม่ทราบหรือไม่ใส่ใจว่าตอบอะไรไป [เท่าที่สังเกตคนไทยมักจะตอบว่า Yes เสมอ เมื่อฟังไม่ชัด หรือไม่แน่ใจ เพราะไม่ค่อยคุ้นเคยกับการถามกลับ (Checkback) เพื่อสอบสวนให้แน่ใจก่อนตอบ]

จ. ตอบแบบ Script-wright คือ ตอบตามที่คิดว่าจะถูกถาม วิธีการตอบเช่นนี้คือตอบตามที่คิดคาดการณ์ไว้ว่านักท่องเที่ยวจะถาม โดยไม่ฟังคำถาม ตัวอย่างที่พบ คือ

♣ คนขายเครื่องดื่มที่ร้านเล็ก ๆ ที่อ่าวฉลอง เมื่อชาวต่างชาติในคณะวิจัยหยิบเครื่องดื่มออกจากตู้แช่ แทนที่ชาวต่างชาติจะถามคำถามปกติที่นักท่องเที่ยวทั่วไปมักจะถามว่าเท่าไร เขาได้ลองถามอย่างอื่น เช่น มีแต่ Coca-cola หรือกลับได้รับคำตอบเป็นราคา คือ 15 baht เมื่อลองถามซ้ำอีกทีก็ได้คำตอบว่า cold คือเย็น เพราะคำถามว่า ราคาเท่าไร หรือ เย็นหรือไม่เป็นคำถามปกติที่นักท่องเที่ยวมักจะถาม

♣ คนขายผลไม้ริมหาดราไวย์ เมื่อถามว่าสับประสนี่ปลูกที่ภูเก็ตหรือ ได้รับคำตอบว่า 15 บาท

♣ บนเรือท่องเที่ยว เมื่อพนักงานนำเบียร์มาเสิร์ฟคณะวิจัยไม่แน่ใจว่าจะต้องจ่ายเงินหรือรวมอยู่แล้วในค่าตัว ก็ถามไปง่าย ๆ ว่าต้องจ่ายเงินหรือไม่ได้รับคำตอบว่า “cold”

♣ ที่ร้านขายของพื้นเมืองที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งที่ป่าตอง เมื่อผู้วิจัยถามว่า “Is this traditional Thai dessert?” เธอกลับตอบว่า “ Yes sweet and sour.”

♣ พนักงานหญิงที่มีหน้าที่เชิญชวนแขกให้เข้าร้านของภัตตาคารแห่งหนึ่งที่บริเวณหาดกะรนเมื่อชาวต่างชาติที่ร่วมสังเกตการณ์ถามว่า ร้านเปิด และ ปิด ก็โมง เธอตอบว่า ไม่มี และยิ้ม เมื่อถูกถามอีกว่า ชอบทำงานที่นั่นไหม เธอก็เปิดไปที่รายการอาหารที่วางไว้บนขาตั้งหน้าร้านแล้วบอกว่า “Tomyamkung, spicy soup and chicken, cashew nut. Delicious.” โดยใช้วิธีพูดแบบท่องจำข้อมูลไว้ เข้าใจว่านักท่องเที่ยวที่ผ่านไปมาคงถามคำถามอะไรที่จะต้องตอบว่าไม่มี บ่อย ๆ อาจจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับbung หรือสิ่งรบกวนอื่น ๆ ส่วนอีกหนึ่งคำตอบเกี่ยวกับต้มยำกุ้งค่อนข้างจะเป็นไปได้มากว่านักท่องเที่ยวมักจะขอให้แนะนำอาหาร คำตอบเหล่านี้จึงถูกเตรียมพร้อมไว้ในลักษณะของ script-write

#### ฉ. ตอบตามความเชื่อของตน

การตอบแบบนี้ต่างจากการตอบแบบ ‘script-write’ คือ ในการตอบแบบ ‘script-write’ ผู้ฟังมักไม่สนใจที่จะฟังคำถามเพราะมีคำตอบอยู่ในใจแล้ว แต่การตอบตามความเชื่อของตนเป็นการตอบที่ผู้ฟังฟังคำถามและเข้าใจคำถามได้ดีแต่ไม่สนใจที่จะสนองตอบตามที่ขอเพราะเชื่อว่าสิ่งที่จะตอบหรือจะทำให้ดีกว่า ที่พบคือแม่ค้าริมหาดราไวย์ที่ทำส้มตำรสไม่เผ็ดให้แกคณะวิจัยแม้จะบอกไปว่า “Spicy, please” [ทราบว่ามีแม่ค้าคนนี้เข้าใจโดยฟังจากภาษาไทยที่พูดกับลูกสาวว่าไม่ต้องไปฟังหรือเขาไม่รู้ว่ามีพริกเผ็ดแค่นั้น] หลังจากได้จานไม่เผ็ดเข้ามาผู้วิจัยได้ทำท่าทางและพูดไปด้วยว่า “not spicy ... more spicy, please” และยกนิ้ว 3 นิ้วบอกว่า “3 chillies.” คนที่เป็นแม่ก็ยกย้ากับลูกว่า “เผ็ดเดียวก็พอไม่ต้องไปซื้อหรืออกเดียวก็เผ็ดตาย”

ที่ป่าตองก็ได้พบลักษณะการสื่อสารแบบนี้เช่นกัน เมื่อผู้วิจัยได้ไปสอบถามเรื่อง space rider ว่า ใช้เวลาอยู่บนอากาศยานเท่าไร ได้รับคำตอบว่า “one minute” ซึ่งจริง ๆ แล้วคือ 3 นาที (three minutes) เวลาสามนาทีในความคิดความเชื่อของคนไทยมักจะไม่มี ความแตกต่างอะไรกับหนึ่งนาที แต่ในความเป็นจริงการขึ้นไปอยู่บนอากาศ หนึ่งนาทีและสามนาทีที่ต่างกันโดยเฉพาะคนที่มีความรู้ด้านสุขภาพ

#### ช. ตีความจากความคุ้นเคยในวัฒนธรรมของตน

ตัวอย่างที่พบว่ามีกรตอบแบบนี้คือคนขับรถตู้ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวแบบเหมาคันที่อ่าวฉลอง ผู้วิจัยพยายามต่อรอรราคาจาก อ่าวฉลอง ไป หาดราไวย์ ตอนแรกคิดว่าเขาเข้าใจเพราะได้พยายามพูดซ้ำเมื่อเห็นว่าเขามีปัญหา พร้อมกับชี้ไปทางราไวย์ เขาใช้วิธีตอบโดยชี้ไปยังกระดานที่ผนังซึ่งติดราคามาตรฐานไว้เพื่อให้ผู้วิจัยดูว่าเขาไปที่ต่าง ๆ ราคาเท่าไร คณะวิจัยพยายามต่อราคาลงจากราคาที่ติดไว้โดยใช้มือประกอบ เขาเข้าใจและสั่นหน้า และพยายามสื่อสารจนพอจะจับความได้ว่าเราควรจะเช่าในราคานี้เพราะรถเขาจะเป็นคันสุดท้ายที่จะออกจากอ่าวฉลองใน

คือนั้น คณะวิจัยก็บอกว่าตกลงตามราคาที่ตั้งไว้ แต่ขอให้รอสักพักอยากจะไปดูบรรยากาศของคืนวันฝนตกตามบาร์ แถบนั่นก่อน พอพูดแล้วคณะวิจัยก็คิดว่าเขาเข้าใจจึงจะออกเดินไป ปรากฏว่าเขาไม่เข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยพูดไป แต่กลับเข้าใจไปว่าการพูดแล้วเดินจากไปคือไม่ตกลง เขาจึงเดินมาแตะตัวผู้สังเกตการณ์ชาวต่างชาติในคณะแล้วบอกว่า “O.K.O.K.” และเอ่ยจำนวนเงินที่ได้ต่อราคาไว้ จึงทราบว่าเขาเข้าใจผิด ความเข้าใจผิดดังกล่าวน่าจะเป็นเพราะเขาใช้บริบทไทยในการรับความหมาย ทั้งนี้เพราะคนไทยมักจะเดินจากไปถ้าตกลงราคากันไม่ได้

ส่วนการตอบทั่วไปที่พบคือ สามารถตอบคำถามที่ง่าย ๆ และใช้ข้อมูลพื้นฐาน ๆ ได้ เช่นราคาเท่าไร ว่าจะออกเมื่อไร สำหรับการตอบรับในการสื่อสารทั่ว ๆ ไป เช่น การตอบรับคำขอบคุณส่วนมากมักพบการยิ้ม หรือ เจียบเพราะไม่ทราบจะพูดว่าอย่างไรมากกว่าที่จะเจียบเพราะไม่สนใจ แต่หลาย ๆ คนก็ใช้วัจนกรรม เช่น ตอบว่า Never mind ซึ่งแปลไปจากภาษาไทยว่า “ไม่เป็นไร” อย่างไรก็ตามคนไทยหลายคนที่ผ่านการศึกษาระบบมาใช้ในการตอบรับได้ถูกต้องคือ You're welcome. และบางคนก็ตอบว่า OK

ส่วนการตอบรับคำชม คนไทยส่วนมากโดยเฉพาะกลุ่มที่ประกอบอาชีพอิสระก็ยังคงมีท่าทีเคอะเขินโดยไม่มีวัจนกรรมใด ๆ แต่กลุ่มพนักงานโรงแรม และกลุ่มมัคคุเทศก์ มักจะตอบรับว่า Thank you. ซึ่งเป็นการตอบที่เหมาะสม

ในกรณีของการเชื้อเชิญจากนักท่องเที่ยว เช่นขอให้ออกไปรับประทานอาหาร หรือ ออกไปเที่ยวด้วย หรือ “off” ในการสัมภาษณ์ไม่พบคนที่ตอบรับ (แม้ในวิถีชีวิตจริงจะมีก็ตาม) ส่วนการปฏิเสธไม่พบว่ามีการตอบสั้น ๆ ว่า “No, thank you” ตามที่ควรจะเป็น คนที่ปฏิเสธมักจะอธิบายว่าแม่ห้ามไว้ว่าไม่ให้ออกไปกับผู้ชาย หรือจะต้องกลับบ้านเร็ว หรือบอกว่าผู้หญิงไทยไม่ทำตัวแบบนั้น เป็นต้น

### **การตอบรับต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดมา เช่น คำขอร้อง คำเชื้อเชิญ ฯลฯ และการสอบถาม (Responding to what was said, requests/invitations, checking back) ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ**

ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญสรุปได้ดังนี้

ก. การตอบกลับตามความคิดของตนเองที่เตรียมไว้โดยไม่ฟังคำถาม (script-write) การตอบกลับของคนไทยในลักษณะนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งคิดว่าน่าจะเป็นเนื่องมาจากการที่คนตอบไม่มีความตั้งใจและไม่มีความสามารถที่จะตอบคำถาม หรือ อาจเป็นเพราะคิดว่าไม่จำเป็นต้องฟัง หรือฟังแล้วจับใจความไม่ได้และไม่รู้ด้วยว่าตัวเองไม่เข้าใจเรียกว่าเป็น “stock replies” ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งให้มุมมองในเรื่องนี้ว่า การที่มีการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นจำนวนมากพอสมควรในการสื่อสารของคนไทย ทำให้คิดว่าควรจะมองไปที่การสอนภาษาซึ่งน่าจะใช้วิธีการสอนที่ผสมผสานทุกส่วนของการใช้ภาษาไปพร้อม ๆ กัน สอนให้คนรู้จักนำไปใช้ ไม่ใช่การท่องจำและใช้เป็นหุ่นยนต์ (robot) ตัวผู้ให้ข้อมูลสำคัญเองก็มีประสบการณ์ทำนองนี้ โดยเล่าว่าครั้งหนึ่งเธอไม่พอใจในการให้บริการและขอพบผู้จัดการโดยพูดว่า “ I really upset about this and I want to speak to the Manager.” พนักงานตอบกลับมาอย่างนอบน้อมว่า “Thank you very much.” สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สอง เขากล่าวว่าถ้าคนไทยไม่ฟังคำถามก่อนตอบและตอบตามความคิดของตนเองที่เตรียมไว้ ก็จะไม่โกรธแต่จะพยายามถามเขาซ้ำๆ อีกครั้ง หรือสองครั้ง หลังจากถามซ้ำหลายครั้งแล้วเขายังตอบเหมือนเดิมเรื่อย ๆ ก็หมายความว่า เขาไม่ฟังที่เราพูด จะรู้สึกรำคาญ และเดินไปหาร้านอื่นหรือคนอื่นแทน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า คนไทยส่วนใหญ่จะฟังเข้าใจเพียงแต่พูดจาตอบกลับไม่ได้เท่านั้นเอง ด้วยเหตุที่คนไทยมีข้อจำกัดด้านภาษาจึงมักจะพูดคุ้ยได้เฉพาะเรื่องงานประจำวันเท่านั้น ถ้าเป็นเรื่องอื่นจะสื่อสารไม่ได้ เช่น คนขับรถ เข้ามาทักทาย ต่อรองราคากันได้แต่ถ้าถามเกี่ยวกับสิ่งรอบตัว หรือแม้แต่เรื่องใกล้ตัว เช่นว่า คุณชอบอะไร ไม่ชอบอะไร เขาจะงง สับสนทันที

ข. การตอบว่า “ Yes.” ทั้ง ๆ ที่ไม่เข้าใจ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่หนึ่งซึ่งเป็นผู้บริหารโรงแรมคนหนึ่งได้สังเกตเห็นพนักงานตอบ “Yes, yes” ทั้ง ๆ ที่ไม่เข้าใจ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองคนหนึ่งบอกว่าการตอบ “Yes” ด้วยท่าทีที่ไม่เข้าใจคำถามหรือไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด สามารถนำไปสู่ปัญหาใหญ่ ๆ ได้ เพราะอาจทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจผิดในเรื่องที่สื่อสารมากเกินไปที่จะคาดคิด ภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยว ดังนั้นมาตรฐานการตอบของคนควรจะดีกว่านี้ ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกสองคนก็พบทำนองเดียวกัน เขากล่าวว่าบางคนก็ตอบ Yes เพื่อให้ผู้ถาม feel comfortable หรือเป็นการแสดงความสุภาพ แต่ทว่าภายหลังว่าจริง ๆ แล้วคนตอบไม่เข้าใจสิ่งที่ถูกถามเลย สถานการณ์เช่นนี้ได้พบบ่อย ๆ ในห้องเรียนเช่นกัน สาเหตุของการตอบแบบนี้อาจเป็นเพราะคนไทยสุภาพเกินไป แม้ไม่เข้าใจ ก็ตอบ yes, yes ที่จริงแล้วควรจะถามกลับ หรือบอกให้ชัดเจนไปเลยว่า I don't understand.

ค. ความเหมาะสมของวลีที่ใช้ตอบกลับว่าเข้าใจ นอกจากจะตอบว่า Yes แล้ว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งกล่าวว่า วลีที่ใช้ตอบรับ เช่น All right , I see, I understand แทบไม่พบ มีบ้างถ้าเข้าใจจะพูดว่า OK. ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกคนหนึ่งได้ยินคนไทยตอบกลับว่า I see กับ Alright บ้าง แต่ส่วนมากได้ยินว่า I know ซึ่งความหมายค่อนข้างจะไม่ดีและไม่เข้ากับความต้องการบอกว่า I understand. หรือ I see. แต่จะหมายความว่า “ฉันรู้แล้ว ฉันรู้ทุกอย่าง ไม่ต้องพูดก็ได้”

ง. การตอบกลับด้วยความเงี่ย (ดู อวัจนกรรมในการตอบรับ เพิ่มเติม)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งกล่าวว่านักท่องเที่ยวมักจะประเมินว่าคนไทยมีความสามารถในการฟังและการได้ตอบค่อนข้างจะต่ำ ที่พูดอย่างนี้เพราะคนไทยไม่มีการแสดงออก หรือ พูดออกมาให้ชัดเจนว่าเข้าใจหรือไม่เข้าใจ ชาวต่างชาติ ค่อนข้างจะหงุดหงิดและอึดอัดกับการที่คนไทยมักจะเงี่ยเมื่อพูดอะไรไป ที่ยิ่งไปกว่านั้นคือทำไปตามที่ตัวคิดเมื่อไม่เข้าใจ ผู้ให้ข้อมูลคนที่สามกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า หลายครั้งที่คนไทยไม่รู้ก็ไม่มีการถามกลับ ตาวางเปล่า ไม่พูดอะไร เงี่ยเฉย แต่ก็รับรู้ได้ว่าเขาไม่เข้าใจ และบางคนไม่มีภาษาท่าทางเพื่อแสดงให้รู้เลยว่าไม่เข้าใจ ทำให้เธอไม่แน่ใจเหมือนกันว่าเขาเข้าใจหรือไม่ ต้องถามซ้ำ หลาย ๆ ครั้ง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองกล่าวถึงประเด็นการตอบกลับของคนไทยว่าถ้าเปรียบเทียบระหว่างการพูดกับการฟัง เขาเห็นว่าการฟังของคนไทยจะดีกว่าการพูด กล่าวคือฟังเข้าใจ แต่พูดได้ตอบไม่ค่อยได้ อย่างไรก็ตามการตอบกลับด้วยความเงี่ยนั้นไม่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหงุดหงิดได้ น่าจะพูดอะไรสักอย่าง เช่น ถ้าไม่เข้าใจแล้วหันไปถามคนอื่นที่อยู่ใกล้ ๆ ก็เป็นเรื่องธรรมดา ที่ใคร ๆ ก็น่าจะรับได้ ซึ่งตรงกับความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สามเช่นกันซึ่งเธอกล่าวว่าถ้าบอกนักท่องเที่ยวสักนิดว่า “Moment, please.” แล้วค่อยเดินไปถามคนอื่นจะดีกว่า

จ. การสอบถาม คนไทยมักไม่มีการสอบถาม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่หนึ่งซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารบอกว่า พบบ่อยมากที่คนไทยไม่สอบถามในการสื่อสาร เขายกตัวอย่างให้ฟังว่า พนักงานของร้านไม่มีการทวนสิ่งที่ลูกค้าผู้ใช้บริการสั่ง ประกอบกับภาษาไม่ค่อยดีด้วยจึงทำให้เข้าใจไม่ตรงกัน เช่น ลูกค้าผู้ใช้บริการสั่งว่า One sparerib and salad too. พนักงานเข้าใจผิดและไม่มีการสอบถามรายการอาหารของลูกค้าผู้ใช้บริการ หรือถามกลับให้แน่ใจ (checking back) จึงนำสลัดมาให้สองที่เป็นต้น

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองกล่าวว่า ตามสถานที่ใหญ่ ๆ ก็พอจะพบการสอบถามเมื่อไม่เข้าใจอยู่บ้าง ซึ่งเท่าที่พบจะเป็นคนไทยที่คุ้นเคยในการพูดจาสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่มีจะทวนถามเมื่อไม่แน่ใจ หรือ ถามกลับว่า O. K. หรือ พูดซ้ำในสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด (Echoing) แต่ส่วนมากจะไม่ทวนถามกลับ ดังนั้นเธอจะมีความรู้สึกกังวลโดยเฉพาะเมื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม เพราะไม่สามารถจะมั่นใจได้เลยว่าจะได้เครื่องดื่มหรืออาหารตามที่สั่งไปหรือไม่ จากประสบการณ์พบว่า ส่วนมากจะไม่ได้ตามสั่งเพราะพนักงานจะทำไปตามที่เขาเข้าใจ (They take what they think you said.)

เมื่อถามว่าเธอสามารถจะบอกจากหน้าตาได้หรือไม่ว่าพนักงานเข้าใจหรือไม่ ได้รับคำตอบว่าไม่มีการสื่อสารเกิดขึ้นเลย (No, they are pretty expressionless and very little verbal feedback ) บ่อยครั้งที่อาจพูดได้ว่า “ They don't communicate at all. ” ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองก็กล่าวเช่นกันว่าการไม่สบทวนของคนไทยเป็นปัญหาอย่างหนึ่ง เขากล่าวว่า เคยได้ยินคนไทยถามกลับบ้างเมื่อไม่เข้าใจหรือไม่แน่ใจ แต่ส่วนมากแล้วจะไม่ถามทันทีที่ไม่แน่ใจ แต่จะถามหลังจากที่ได้ทำอะไรไปแล้วและเกิดความผิดพลาดหรือไม่ค่อยแน่ใจในสิ่งที่กำลังทำอยู่ เช่น คนขับรถ ทำท่าเข้าใจว่า เขาต้องการไปที่ไหนโดยขับพาไปเรื่อย ๆ สักพัก พอเริ่มไม่แน่ใจว่าใช่เส้นทางนี้หรือสถานที่นี้หรือไม่ ก็จะถามกลับตอนที่อยู่ในรถและไปจนถึงไหนต่อไหนแล้ว เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ก็กล่าวด้วยความสงสัยว่า ทำไมจึงไม่ถามกันให้แน่ใจก่อนที่ผู้โดยสารจะขึ้นรถ หรืออีกตัวอย่างหนึ่งคือพนักงานร้านอาหารคิดว่าลูกค้าผู้ใช้บริการสั่งเครื่องดื่มนี้และไม่ค่อยแน่ใจเท่าไร แต่ก็มักนำมาให้ก่อน ถ้าไม่ใช่สิ่งที่ลูกค้าผู้ใช้บริการสั่งค่อยนำมาให้ใหม่ แทนที่จะตรวจสอบให้แน่ใจตอนที่ลูกค้าผู้ใช้บริการสั่งจะได้นำมาให้ถูกต้องตั้งแต่แรก เขาคิดว่าการที่คนไทยทำเช่นนี้ ไม่ได้ทำด้วยความตั้งใจแต่เป็นเพราะว่าพวกเขาอายุที่จะบอกว่า “I'm sorry I don't understand that.” “Could you repeat that?” “Can you say it again?” คาง่าย ๆ เช่น What ? หรือ I don't understand. คนไทยกว่า 90 % รู้จักประโยคนี้แต่ที่ไม่พูดเพราะกลัวหรืออายมากกว่า

**การให้ข้อมูล การบอกทิศทาง การอธิบาย การเตือน การแนะนำ การจัดการกับปัญหา การพูดและแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว เช่นเรื่องเกี่ยวกับบ้านเมือง วิถีชีวิต การสังเกตลักษณะนิสัย ความชอบหรือไม่ชอบของนักท่องเที่ยว (Giving information, direction, explanation, warnings, suggestions, dealing with problems & exchanging information)**

### **ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ**

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากบอกว่าคนไทยให้ข้อมูลไม่ชัดเจน ไม่อธิบาย หรือบอกรายละเอียดที่จำเป็น หรือบางทีก็ไม่มีการสื่อสารเลย เช่น 140: Drivers didn't talk. They should explain something along the way. เมื่อเกิดปัญหา ก็เช่นกัน มักจะไม่มีคำอธิบายสาเหตุ หรือบอกว่ากำลังแก้ปัญหาอย่างไร จะใช้เวลาในการรออีกนานเท่าไร บางทีก็พยายามพูดบอกในสิ่งที่ไม่ตรงกับความจริง เช่น ตำรวจเห็นนักท่องเที่ยวไม่ใส่หมวกกันน็อคจับแต่คนไทยไม่จับเมื่อ นักท่องเที่ยวถามก็จะบอกว่า same... same หรือมีการเปลี่ยนรายการท่องเที่ยวโดยไม่มีคำอธิบายเช่นกันทั้ง ๆ ที่นักท่องเที่ยวบางคนได้จ่ายเงินสำหรับรายการที่ถูกเปลี่ยนไปแล้ว (ดูบันทึก 009 029 037 147 ในผนวก ข)

คนไทยไม่ค่อยถามกลับเมื่อไม่เข้าใจ มักจะใช้การยิ้มหรือเจิบแทน คนถามไม่แน่ใจว่ารอยยิ้มหรือ ความเจิบสื่อว่าเข้าใจหรือไม่ ตัวอย่างที่นักท่องเที่ยวหลายคนพูดตรงกันคือพนักงานร้านอาหารบางแห่งที่ไม่มีคำอธิบายที่ชัดเจนกับลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะประเด็นที่ไม่มีการสบทวน รายการอาหารที่สั่งบางครั้งไม่เข้าใจแต่เดาเอาเอง บางครั้งคิดว่าเข้าใจแต่ไม่ตรงตามที่สั่ง ผลคือบางครั้งนำอาหารที่ผิด หรือไม่ได้สั่งมาให้ (ตรงกับที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองชุดที่บอกถึงการไม่สบทวน)

นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่เมื่อต้องสื่อสารกับคนไทยที่ภาษาอ่อนมาก ๆ ต่างฝ่ายต่างก็ไม่เข้าใจกันเพราะคนไทยที่อ่อนภาษามักจะยิ้มหรือเจิบ ตัวนักท่องเที่ยวเองก็ไม่แน่ใจว่าเป็นเพราะตัวเองสื่อด้วยภาษาอังกฤษที่ไม่ถูกต้องหรือไม่ (คนไทยที่ภาษาไม่ดีนักส่วนมากบอกว่าสะดวกใจที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่ไม่พูดภาษาอังกฤษเพราะว่าไม่เครียด ต่างคนต่างไม่รู้ ไม่เหมือนพูดกับเจ้าของภาษาโดยเฉพาะคนอังกฤษ serious มากใช้ศัพท์ยากและพูดในคอกฟังไม่ค่อยออก)

การให้ข้อมูลอีกประเด็นหนึ่งคือการพูดถึงเรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมือง นักท่องเที่ยวให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับคนไทยที่มีโอกาสได้สื่อสารด้วยในประเด็นนี้ สรุปได้ว่า

♣ ในแต่ละกลุ่มคนไทยที่ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวจะมีทั้งที่รู้เรื่องบ้านเมืองของตนและไม่รู้ หรือ พูดไม่ได้เลย อาจเป็นเพราะมีภาษาไม่พอที่จะพูดเรื่องที่ยากเกินกว่าการสนทนาเรื่องพื้นฐาน หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของตน กลุ่มที่มีทั้งพยายามและไม่พยายามสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมืองของตน ได้แก่ กลุ่มคนขับรถ กลุ่มที่ทำมาหากินด้วยการค้าขายอาหาร และเครื่องดื่มเล็ก ๆ น้อย ๆ ตามชายหาด กลุ่มให้บริการนวด เป็นต้น อย่างไรก็ตามในบรรดาคนไทยกลุ่มนี้มีข้อยกเว้นที่น่าสนใจ คือ คนขับรถที่นักท่องเที่ยวต่างชาติบางคนพูดถึงด้วยความชื่นชม เขาบอกว่าคนขับรถที่เขาใช้บริการมีความรู้เกี่ยวกับบ้านเมืองของตน และสามารถใช้ ภาษา อังกฤษ อธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมืองของตนเองได้ บางคนถึงกับบอกว่าดีกว่าพนักงานโรงแรมเสียอีก ในขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนมากบอกว่าคนขับรถใช้ภาษาอังกฤษได้น้อยมากจนแทบจะสื่อสารกันไม่ได้เลย ตลอดทางมีแต่ความเงียบ เขาบอกว่าคนไทยโดยทั่ว ๆ ไป ไม่ค่อยชวนนักท่องเที่ยวพูดคุย เช่น คนขับรถที่เขาเข้าไปจากสนามบินคนหนึ่งเพียงแต่ชี้ทางให้เขาขึ้นรถและหลังจากนั้นไม่พูดอะไรเลยจนถึงที่พัก

นักท่องเที่ยวยุคใหม่เป็นหญิงสูงอายุดวงสองคนซึ่งมาเที่ยวภูเก็ตด้วยกันพูดเกี่ยวกับการที่คนไทยไม่รู้เรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมืองของตนว่าตั้งแต่มาเที่ยวภูเก็ตเป็นเวลา 7 วัน จนจะขึ้นเครื่องบินกลับแล้วยังไม่ได้รู้สึกว่าได้มาเรียนรู้อะไรเกี่ยวกับประเทศไทยเลย เพราะไม่ว่าจะพูดคุยกับใครแม้แต่กับพนักงานโรงแรมก็ไม่สามารถอธิบายหรือตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของตัวเองได้ ก็เลยปลื้มตัวเดียวกันตามลำพังกับเพื่อนที่มาด้วย นักท่องเที่ยวสองคนนี้ได้เคยผ่านสุสานคนจีนและกุโบะของคนมุสลิมแต่ไม่แน่ใจว่าคืออะไรจึงถือโอกาสสอบถามผู้วิจัย เมื่อผู้วิจัยอธิบายว่าเป็นที่ฝังศพของคนจีนและคนมุสลิม เขาสนใจถามต่อเรื่องพิธีกรรมศพของคนไทยว่าเป็นอย่างไร เมื่ออธิบายให้ฟังจบแล้วเขาถึงกับยื่นมือมาให้ผู้วิจัยจับและกล่าวว่าเขามาเมืองไทย 7 วันไม่สามารถเรียนรู้เรื่องเมืองไทยจากใครๆ ได้เลยจนกระทั่งมาพบผู้วิจัยก่อนขึ้นเครื่อง ก็นับว่ายังดีที่มีโอกาสได้เรียนรู้บางสิ่งบางอย่างของเมืองไทยบ้าง

\* (จริง ๆ แล้วตอนแรกทั้งสองคนทำท่าไม่ยอมให้สัมภาษณ์ แต่เมื่อเขาเห็นว่าผู้วิจัยพร้อมที่จะรับฟังปัญหาในการสื่อสารของเขา เขาก็ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เขาบอกด้วยว่าที่ไม่ยอมให้ความร่วมมือในตอนแรกนั้นเพราะคนไทยที่เขาได้พบมานั้นไม่ค่อยสุภาพ ไม่มีใจบริการและสื่อสารไม่ได้เขาขออะไรก็ Yes...yes แต่ไม่ทำตามที่รับปากจึงไม่มีความประทับใจ)

ข้อมูลอีกด้านหนึ่ง นักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่บอกว่าคนไทยมีความพยายามที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวแม้ภาษาจะไม่ดีก็ตาม นักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าเขาได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตไทยจากพนักงานโรงแรม การได้รับรู้รับฟังทำให้เขาชอบวัฒนธรรมของไทย เช่น การเลี้ยงดูพ่อแม่เมื่อแก่เฒ่า นอกจากนี้คนไทยยังพยายาม เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากนักท่องเที่ยว เช่นนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียคนหนึ่งบอกว่าเกือบทุกคนที่พูดคุยกับเขาจะพยายามถามเรื่องจิตใจในออสเตรเลีย เป็นต้น อย่างไรก็ตามบางคนแม้จะมีความพยายามก็จริงแต่สื่อสารผิดกาลเทศะ ถามเรื่องที่ไม่ควรถาม ทำให้นักท่องเที่ยวรำคาญ เช่น นักท่องเที่ยวเชื้อชาติจีนคนหนึ่งมีสัญชาติออสเตรเลีย เกิดและเติบโตในประเทศออสเตรเลีย แต่หน้าตาเป็นคนจีน เมื่อถูกถามบ่อย ๆ ว่าเป็นคนออสเตรเลียจริง ๆ หรือเขารู้สึกหงุดหงิดมากและเห็นว่า คนไทยไม่มีความรู้เรื่องประเทศอื่นมากพอจึงตั้งคำถามเช่นนั้น ไม่ทราบหรือไม่แม้แต่คิดว่าแต่ละสัญชาติอาจจะมีความหลายเชื้อชาติและไม่ทราบข้อจำกัดของการถาม เกี่ยวกับเรื่องบางเรื่อง

นักท่องเที่ยวยุคใหม่หลายคนให้ความเห็นว่ากรที่คนไทยส่วนมากขาดการสื่อสารเรื่องนี้เนื่องจากอุปสรรคทางภาษานักท่องเที่ยวที่ให้ความเห็นเช่นนี้ บอกว่าภาษาของคนไทยมีเพียงแคให้บริการได้ในระดับพื้นฐานเท่านั้น การ

พูดเรื่องบ้านเมืองของตนเป็นสิ่งที่เกิดความคาดหมาย

**การสื่อสารทางเดียว** เป็นข้อมูลที่ได้รับมาจากการสอบถามนักท่องเที่ยวในประเด็นที่เกี่ยวกับการสังเกตลักษณะนิสัย ความชอบ หรือ ไม่ชอบของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเน้นกลุ่มชายของ กลุ่มคนเรียกแขกของร้านตัดเสื้อ และกลุ่มคนขับรถตุ๊กตุ๊กมากเป็นพิเศษในแง่ที่ไม่จับสังเกตเลยว่านักท่องเที่ยวต้องการความเป็นส่วนตัว ไม่ต้องการที่จะถูกรบกวน ไม่ว่าจะพูดอย่างไรก็ดูเหมือนจะไม่รับรู้รับฟังพูดอยู่ฝ่ายเดียว คนขับรถบางคนพยายามให้ขึ้นรถทั้ง ๆ ที่เขาต้องการจะเดิน บางครั้งเมื่อขึ้นรถก็พยายามบังคับทางอ้อมให้เขาไปที่ไหนที่นี้ทั้ง ๆ ที่เขาไม่ต้องการจะไป เขาบอกว่าทุกครั้งที่ได้ยินอุริมถนรู้สึกเหมือนอยู่ในคุก รู้สึกสูญเสียอิสรภาพ นอกจากนี้บางคนยังใช้ภาษาไม่สุภาพ ตลอดจนแสดงความไม่เป็นมิตรเมื่อนักท่องเที่ยวไม่ซื้อของของตน

คนไทยที่มีธุรกิจให้บริการต่าง ๆ ตามชายหาดก็ถูกกล่าวถึงในแง่ที่ไม่ค่อยสังเกตลักษณะนิสัย ความชอบ/ไม่ชอบของนักท่องเที่ยว มีการสื่อสารทางเดียว คือ ไม่ดู ไม่ฟัง นักท่องเที่ยวบอกว่า เขาหงุดหงิดรำคาญกับกลุ่มคนเหล่านี้ที่ไม่สังเกตว่าเขาต้องการพักผ่อน ต้องการอาบน้ำแดด หรือ อ่านหนังสือ มักจะเข้าซื้อคอกยได้ตามว่าต้องการบริการเรื่องนั้นเรื่องนี้หรือไม่ เขาอยากให้คนเหล่านี้ทราบว่าจะบอกขอให้มีการสังเกตและรับรู้กันบ้าง

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เขียนเพิ่มเติมให้ในท้ายแบบสัมภาษณ์ในเรื่องนี้ มีจำนวนมากอย่างน่าสังเกตโดยเฉพาะที่หมายเลขต่อไปนี้ (ดู 028 032 250 067 071 073 074 083 084 086 089 092 103 104 114 119 122 126 133 134 135 139 140 150 156 158 162 163 165 166 ดู ผนวก ช)

**การให้ข้อมูล การบอกทิศทาง การอธิบาย การเตือน การแนะนำ การจัดการกับปัญหา การพูดและแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว เช่นเรื่องเกี่ยวกับบ้านเมือง วิถีชีวิต การสังเกตลักษณะนิสัย ความชอบหรือไม่ชอบของนักท่องเที่ยว (Giving information, direction, explanation, warnings, suggestions, dealing with problems & exchanging information)**

### ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

ในส่วนนี้ได้พบการสื่อสารที่พอจะแยกได้เป็นสามกลุ่มคือ

1. กลุ่มที่เต็มใจและกระตือรือร้นที่จะสื่อสาร หรือมียุทธวิธีในการสื่อสาร
2. กลุ่มที่เต็มใจแต่ขาดภาษาและยุทธวิธีที่จะสื่อสาร
3. กลุ่มที่สื่อสารทางเดียว

#### กลุ่มที่ 1 - เต็มใจและกระตือรือร้นที่จะสื่อสาร หรือมียุทธวิธีในการสื่อสาร

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่สื่อสารเป็นระบบ ชัดเจน เข้าใจง่าย คำศัพท์หรือเรื่องที่ไม่ทราบก็พยายามหายุทธวิธีที่จะสื่อสารข้อมูลที่พบสามารถแจ่มแจ้งได้ดังนี้

♣ มัคคุเทศก์ ได้พบการสื่อสารที่เป็นระบบมากที่สุดในกลุ่มนี้ สิ่งที่พบคือหลังจากเปิดการสื่อสารดังที่ได้บันทึกไว้ข้างต้น มัคคุเทศก์จะต่อด้วยการบอกโปรแกรมการท่องเที่ยวในวันนั้น อธิบายสถานที่ที่จะไป หรือที่กำลังผ่าน เช่น ผ่านอนุสาวรีย์ท้าวเทพกระษัตรีย์ ท้าวศรีสุนทร จะบอกว่าเป็นอะไรพร้อมกับเล่าประวัติสั้น ๆ เช่น This is monument of two heroines. They are very important for Phuket Island. They protected Phuket from Burmese Army เป็นต้น



ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้ซื้อทัวร์ไปเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้พบเช่นกันว่ามัคคุเทศก์สื่อสารได้ดี เป็นระบบ ใช้ภาษาได้ดี กล่าวคือหลังจากการทักทายและเข้าสู่ช่วงการสื่อสาร ก็เริ่มด้วยการบอกระยะเวลา คือ It'll take two hours from here to the pier. ตามด้วยการบอกจุดสำคัญ ๆ ที่คณะจะหยุดพัก On the way, we'll stop at ... for ...” (บอกที่ที่จะหยุด และบอกด้วยว่าหยุดเพื่อชมอะไร) ให้ข้อมูลสำคัญ ๆ ของสถานที่ที่จะไปเป็นการปูพื้น โดยมีประโยคเกริ่นนำชัดเจน เช่น I share with you some useful things about the Monkey Cape Temple. ... อธิบายสิ่งที่ทำได้ คือ It's O.K. to take pictures of monkeys. มีการเตือนในสิ่งที่จะเป็นอันตรายคือ But you need to know how to avoid monkeys on you ... นอกจากนี้เป็นการให้ข้อมูลอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรทราบในการท่องเที่ยวที่นั่น ๆ เช่นไม่ต้องจ่ายเงินในการเข้าชมอุทยาน โบสถ์วัด ราคาเท่าไร เป็นต้น ก่อนจบคำอธิบายก็บอกแขกว่า Thank you และบอกว่าภาษาไทยพูดว่าอย่างไร มีอวัจนกรรม คือ การไหว้ประกอบให้นักท่องเที่ยวดูว่าคนไทยใช้วัจนและอวัจนภาษาคู่เคียงกันอย่างไร

ในส่วนของตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวก็มีการสื่อสารตามสถานการณ์ที่ควรจะเป็น เช่น เมื่อพบว่านักท่องเที่ยวมีปัญหา อย่างเช่น กระเป๋าหาย ก็จะมีการพูดให้นักท่องเที่ยวอุ่นใจ เช่น Did you report anyone at the airport? I will contact the airline to ask for their responsibility for your case. แต่ก็มีบางกรณีที่คนไทยต้องใช้จุดเด่นในวัฒนธรรมไทย เช่น ความอดทนไม่ทำให้แขกรู้สึกถึงความยุ่งยากใจ ใช้ความเอื้ออาทรเข้าไปช่วยในการสื่อสารที่ค่อนข้างจะเครียด เช่น ที่ตัวแทนท่องเที่ยวคนหนึ่งเล่าให้ผู้วิจัยฟังในการสัมภาษณ์ว่า “ในส่วนของสื่อสารที่ผมยึดอัดมากที่สุดคือในการอธิบายถึงสาเหตุของปัญหาต่าง ๆ หรือทางแก้เมื่อเจอกับลูกค้าผู้ใช้บริการที่ไม่ยอมเข้าใจ เหมือนเจอทางตัน ไม่รู้จะอธิบายให้เขาเข้าใจอย่างไร นึกคำไม่ออก งานของผมเหมือนหนังสือไฟ ที่คอยแก้ปัญหาที่คนอื่นก่อกวนขึ้นมา อย่างกรณีที่เอเยนต์ชายโรงแรมที่อยู่บนเขาสูงให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีปัญหาเรื่องหัวเขาเจ็บและสูงอายุ โดยที่เอเยนต์เองไม่รู้ว่าจะโรงแรมอยู่บนเขาสูง ดูจากโบรชัวร์และที่กักเขาเองว่า A little hill ลูกค้าผู้ใช้บริการก็เดินไปไหนมาไหนลำบากจึงต้องอยู่แต่บริเวณห้องของเขาเท่านั้น ผมก็จะหาโรงแรมอื่นที่ดีและสะดวกกว่าให้เขา ผมจะต้องให้ลูกค้าผู้ใช้บริการรู้สึกว่าเขาไม่ได้อยู่อย่างเดียวดาย เขายังมีเราเพื่อคอยช่วยเหลือเขา”

♣ พนักงานโรงแรม โดยเฉพาะโรงแรมระดับบนพนักงานสื่อสารได้ดี เช่น

- พนักงานฝ่ายอาคารต้นตู่กะสัมพันธ์ของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดกะรน ให้ข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก และได้พาดูห้องพัก อธิบายเครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในห้อง อธิบายบริการต่าง ๆ ในโรงแรมพร้อมทั้งบอกเวลาเปิด-ปิด ส่วนไหนที่ไม่ทราบก็จะบอกว่า “I don't know but I will ask someone to explain.” หลังจากพามาแล้ว ยังมีน้ำใจเชิญให้นั่งหาผ้าเย็นและเครื่องดื่มมาให้ พร้อมการพูดประกอบ คือ “Could you please sit down? I will give you a complimentary drink and towel.”
- ตัวแทนของโรงแรม ที่ไปรับนักท่องเที่ยวที่สนามบิน ก็มีวิธีการที่ดีในการให้ข้อมูลระหว่างการสื่อสาร เช่น From here to the hotel about forty-five minutes.
- พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมส่วนมากที่พบก็ให้ข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ได้ดี เช่น การบอกราคาค่าห้องและบริการต่าง ๆ ของโรงแรม (it's ... baht per night. We have restaurant and bar and swimming pool. – ส่วนมากจะไม่มีการเติม s ท้ายคำนามเพื่อสื่อความหมายว่ามีมากกว่าหนึ่ง) อธิบายเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวต่าง ๆ (We have many package.) พร้อมทั้งนำเสนอโปรแกรมต่าง ๆ มาให้ดู เสนอที่จะติดต่อบริษัททัวร์ให้ถ้าเราสนใจ (I call the agent for you.)

พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในยางสามารถบอกข้อมูลเกี่ยวกับราคาห้องได้ชัดเจน ว่าราคาที่บอกขณะนั้นเป็นราคานอกฤดูท่องเที่ยว (low season) ต่างกับราคาในฤดูการท่องเที่ยว (high season) [หัวหน้างานที่นั่นมีอัธยาศัยไมตรีต้อนรับคณะวิจัยทั้ง 3 คนโดยไม่ได้มีท่าทีใด ๆ ที่เป็นลบแม้ผู้วิจัยและผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติแต่งตัวไม่ค่อยดีนักค่อนข้างจะเป็นแบบ backpackers ซึ่งดูเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีเงินแตกต่างจากลักษณะปกติของแขกที่เข้าพักที่นั่น] เมื่อคณะวิจัยขอข้อมูลห้องพักเธอก็รู้สึกจอบตรวจสอบห้องว่างและมอบหมายให้พนักงานอีกคนหนึ่งพาไปดูห้อง พนักงานที่พาไปดูห้องก็มีอัธยาศัยดีเช่นกัน สามารถให้ข้อมูลทุกอย่างได้ดี เช่นแขกส่วนมากมาจากไหน ตอนนี้โรงแรมมีแขกพักสักกี่เปอร์เซ็นต์ โรงแรมอยู่ไกลจากชายหาดมากไหม เดินไปได้หรือเปล่า ใช้เวลาสักเท่าไร อาบน้ำได้ไหม ปลอดภัยหรือเปล่า ฯลฯ เขาตอบคำถามด้วยภาษาปกติไม่ถึงกับคล่องมาก แต่ก็ไม่ได้ติดขัดจนรู้สึกเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร รวม ๆ แล้วนับว่าคนไทยคนนี้ได้มีภาษาดีมาก แต่มีลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี ไม่มีท่าทีที่สื่อความได้ว่า “พวกเธอจะมีเงินพักหรือ” เช่นที่พบได้ในบางแห่งเมื่อต้องต้อนรับแขกที่เป็นลักษณะ “แบกเป้” (backpackers)

- พนักงานอำนวยการต้อนรับของโรงแรมชั้นหนึ่งที่หาดกะตะซึ่งเพิ่งทำงานที่นั่นได้เพียง 2 เดือน (แต่ทำที่อื่นมาก่อนจบจากราชภัฏอุดรดิตต์) อธิบายทุกสิ่งทุกอย่างของโรงแรมด้วยภาษา ท่าทาง และการปฏิบัติตนต่อแขกได้ดีมาก แม้ภาษาที่ใช้จะเป็นภาษาธรรมดา ตรงไหนที่ไม่สามารถอธิบายได้ก็จะบอกว่า “I don't know, but I will ask someone to explain.” ประโยคนี้เป็นการแสดงการสื่อสารที่ดีแต่ไม่ค่อยพบในการเก็บข้อมูล ส่วนมากถ้าไม่อธิบายไปผิด ๆ ก็มักจะเงยบ หรือเดินจากไปเฉย ๆ

- พนักงานประจำ Massage Centre ของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดกะตะสามารถอธิบายสิ่งต่าง ๆ ในความรับผิดชอบได้ดี ใช้ภาษาดีชัดเจน และมีอัธยาศัยไมตรีที่งดงามเช่นเดียวกัน

- พนักงานดูแลความปลอดภัยชายหาดของโรงแรมแห่งหนึ่งก็มีวิธีการให้ข้อมูลที่ดีเช่นกัน (แต่พนักงานส่วนนี้จากการเก็บข้อมูลพบว่ามีเพียงคนเดียวที่สามารถสื่อสารได้ดีในทุกช่วงของการสื่อสาร) เช่นบอกกล่าวนักท่องเที่ยวว่าบริเวณไหนปลอดภัยในการว่ายน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถทราบได้อย่างไร (This flag means you can swim, safety area. I can take care of you. Overthere, there are rocks.) เป็นต้น

♣ พนักงานบริการในร้านอาหาร ที่พบส่วนมากสามารถอธิบายอาหารและแนะนำอาหารได้ถ้าถาม แต่ไม่ถึงกับลึกซึ้งมากนัก ยกเว้นในร้านอาหารที่ค่อนข้างแพง ในร้านเช่นนั้นพนักงานพอจะแนะนำอาหารจานเด่น ๆ ได้ และสามารถบอกลักษณะ เด่น ๆ ของอาหารเหล่านั้นได้ บอกรสชาติพื้นฐานได้ เช่น เผ็ดหรือไม่ นอกเหนือจากนี้ได้พบว่าพนักงานบริการในร้านอาหารของห้องอาหารในโรงแรมที่คณะวิจัยเข้าพักที่หาดกะตะสามารถพูดเรื่องอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันได้ เช่น อธิบายเกี่ยวกับดินฟ้าอากาศได้ เช่น ช่วงเดือนใด ถึง เดือนใดดินฟ้าอากาศเป็นอย่างไร ช่วงไหนลมแรง เป็นต้น

ในระดับบุคคลได้พบการสื่อสารที่ดีจากคนเหล่านี้คือ

♣ พนักงานชายของตามร้านเครื่องประดับและของที่ระลึกในระดับ “ตลาดบน” ให้ข้อมูลได้ครบถ้วนกล่าวคือ สามารถให้ข้อมูลพื้นฐานทั่ว ๆ ไป เช่น ราคา คุณภาพ พนักงานชายของที่ระลึกแห่งหนึ่งที่หาดกะตะ สามารถอธิบายและเปรียบเทียบขนาดของแหวนตามมาตรฐานของไทยกับสากลได้ รู้จักใช้ภาษาที่บอกวิธีการแนะนำและชักชวนให้ลองใส่ บอกได้ว่ามุมแต่ละชนิดต่างกันอย่างไร พนักงานที่พิพิธภัณฑสถาน (Seashell Museum) ที่ตำบลราไวย์ ก็เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียด เช่น ถามว่า “Where are you from?” เมื่อผู้วิจัยทำที่ว่าสนใจที่จะซื้อคอมพิวเตอร์ โดยบอกว่า “Electricity is different, sir. Thailand is 220 volt.” คำอธิบายเช่นนี้ทำให้มีความชัดเจน ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกว่ามีอะไรปิดบัง ซ่อนเร้น ในการซื้อขาย

♣ พนักงานที่เคาน์เตอร์ทัวร์บริเวณห้องโดยสารขาเข้าของท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดภูเก็ต ให้ข้อมูลชัดเจน เช่น

บอกว่ารถมีกี่ประเภท ราคาเท่าไรต่อคน ใช้เวลาในการเดินทางจากสนามบินไปหาดกะตะเท่าไร นอกจากนี้ให้ข้อมูลดีแล้วยังมีอัยาศัย ยิ้มแย้ม ช่วยเหลือพาไปที่เคาน์เตอร์ทัวร์เพื่อให้สอบถามเรื่องโรงแรมมีอะไรน่าสนใจบ้างในการท่องเที่ยวแต่ละรายการ ใช้เวลาเท่าไร

❖ คนดูแลช่างสำหรับกิจกรรมโชว์ช่างและช่างที่หาดกะตะให้ข้อมูลชัดเจน สามารถคุยเกี่ยวกับช่างได้ดี เช่นช่างแต่ละตัวที่เห็นอยู่อายุเท่าไร เพศอะไร กินอะไรเป็นอาหาร เป็นต้น เป็นคนมีอัยาศัย ชวนคุย ชวนดื่มกาแฟ ยกเว้นเมื่อตอนที่อธิบายเรื่องการส่งซะนี่เข้าป่าเท่านั้นที่เขาติดขัดเรื่องภาษา

❖ เจ้าของร้านอาหารแห่งหนึ่งในตัวเมืองภูเก็ต เขาบอกว่า “การอธิบายอาหารไม่เป็นปัญหาสำหรับพี่ แยกถามว่า นี่อะไร ใส่อะไรบ้าง พี่สามารถบอกได้เพราะเรียนมาด้านนี้ อย่างต้มยำกุ้ง จะบอกว่ามี lemongrass, galangal, coriander, spicy soup. ถ้าเขากินเผ็ดไม่ได้ เขาก็แนะนำได้ว่า medium. ทำให้เขาพิเศษได้ นักท่องเที่ยวหลายคนไม่รู้จักอาหารไทย เราต้องอธิบายให้เขารู้ว่าอาหารนี้ชื่ออะไร ทำด้วยอะไร พอเขาสั่งเสร็จแล้วพี่จะทวนรายการที่เขาสั่งก่อนเข้าไปทำให้ในครัว พี่จะจดโน้ต ของพี่เองว่าคนใส่เสื้อสีนี้สั่งอะไรและเสิร์ฟให้ถูกต้อง”

❖ เจ้าของร้านอาหารแห่งหนึ่งที่หาดกะตะ นอกเหนือจากความ สุภาพ มีวิธีการเรียกแขกแบบสากล (address โดยใช้ “sir/madam) มีความเป็นมิตรแล้ว ยังมีวิธีการอธิบายที่เป็นสากลเช่นกัน ตัวอย่าง คือ เมื่ออาหารจานใดที่ส่งไปถ้าจะต้องใช้เวลา เขาจะอธิบายว่า “The next dish will take about 10 minutes, I will serve you extra bowl of rice first.” การสื่อสารเช่นนี้ไม่ค่อยพบในการเก็บข้อมูล ที่พบคือถ้าสิ่งที่ส่งไปต้องใช้เวลาก็จะรอให้แขกถามเสียก่อนที่จะอธิบาย บางคนถูก ถามแล้วก็ยังยิ้มเฉย ๆ เงียบไม่อธิบาย (เช่นที่ห้องอาหารริมหาดของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดราไวย์) บางคนก็จะพูดขอภัย แต่ส่วนมากจะเฉย ๆ เพราะคงเข้าใจว่าการเลือกสั่งอาหารที่ต้องใช้เวลาปรุงไม่ใช่ความผิดของทางร้านไม่มีความจำเป็นที่จะขอโทษ

ในการเก็บข้อมูลและจากประสบการณ์การสื่อสารไม่ค่อยพบการที่เจ้าของร้านจะเสนออะไรเล็ก ๆ น้อย เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีซดเซอร์วิสที่ต้องรอนาน ทั้ง ๆ ที่เรื่องนี้เป็นสิ่งที่อยู่ในระบบของ Hospitality ของห้องอาหารถ้าได้รับการอบรมมาอย่างถูกต้อง

❖ คนขับรถตุ๊กตุ๊ก ที่นักท่องเที่ยวหลายคนแสดงความไม่พอใจ คนจะวิจัยก็ได้พบคนที่ดี ไม่หยาบคาย ช่วยเหลือพาไปส่งและรอรับ แต่ด้วยความที่เป็นคนชื่อคนขับรถส่วนมากจึงได้มีการขออนุญาตขอผ่านไปยังร้านขายของที่ระลึกเพื่อที่ร้านจะได้ประทับตราเป็น “ค่าน้ำ” (เงินพิเศษที่ร้านขายเพชรพลอยหรือของที่ระลึกให้แก่ลูกค้าหรือคนขับรถที่พานักท่องเที่ยวไปที่ร้าน) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองคนหนึ่งบอกว่าชอบที่จะให้บอกตรง ๆ อย่างนี้มากกว่าที่จะมาหลอกกันว่าจะช่วยหรือยินดีพาไปโน่นมานี้ทั้ง ๆ ที่ทำไปเพื่อเงิน

❖ หญิงสาวของบังกะโลแห่งหนึ่งที่หาดราไวย์ เป็นญาติกับเจ้าของร้านอาหารแถวนั้น และร้านรับทำ visa ที่อยู่ใกล้กัน เป็นบังกะโลที่ดูสะอาด เป็นธรรมชาติ หญิงสาวผู้นี้พูดภาษาอังกฤษได้ค่อนข้างดี มีจิตใจในการให้บริการ (sense of service) พูดคุยเรื่องทีนอกเหนือจากการบอกราคาห้องพักและดินฟ้าอากาศ ได้ เช่น เมื่อถูกถามว่าเรียนภาษาอังกฤษจากที่ไหน ก็บอกว่าเรียนจากแขก ผู้ร่วมสังเกตุการณ์ชาวต่างชาติถามว่าไม่ได้เข้าโรงเรียนหรือ เธอตอบว่าเรียนที่โรงเรียนในภูเก็ต ภาษาอังกฤษที่เรียนมักจะเรียน “This is a book.” (พยายามถามว่าเธอตั้งใจจะบอกอะไร – เธอตอบว่าเป็นการเรียนไปตามแบบแผน ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่นำมาใช้จริง) เธอบอกว่าภาษาที่เธอได้จากแขกเป็นภาษาที่ใช้ได้จริง ถ้าออกเสียงผิด เขาก็จะบอกว่าที่ถูกคืออะไร เขาก็มาพักส่วนมากเป็นชาวเยอรมันและสวิสเธอบอกว่าในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวแขกจะเต็ม เมื่อถามว่าทำไมแขกจึงเลือกมาพักที่นี่ทั้ง ๆ ที่ราไวย์ไม่มีที่ที่ทำการกิจกรรมหรือสถานบันเทิงนอกจากนั่งเรือออกไปตกปลาหรือไปตามเกาะต่าง ๆ เธอสามารถตอบได้ในเชิงวิเคราะห์ว่าแขกที่มาพักที่นี่เป็นแขกที่มักจะมาเพราะ

ได้รับการบอกกล่าวจากเพื่อนๆ และมาพักเพราะเจียบสงบ เข้าพักแล้วก็ไปเที่ยวที่โน่นที่นี่ มาใช้ห้องพักเพื่อการนอนอย่างเดียว พวกที่ชอบสูบบุหรี่ก็จะไปแถวหาดโน้นหาดนู่น เธออธิบายด้วยความเต็มอกเต็มใจและสนุกสนานเกี่ยวกับหาดที่นักท่องเที่ยวนิยมในภูเก็ตว่า “Surin famous, Rawai second” แยกบางคนมาที่นี่เป็นประจำเป็น 10 – 20 ปี

คนไทยบางคนที่มีความจริงจังและตั้งใจในการสื่อสารมาก แม้จะติดขัดด้วยภาษา ปัญหาของภาษาโดยทั่วไปที่พบ มักจะเกี่ยวกับคำศัพท์ แต่คนเหล่านั้นก็ได้พยายามหาหนทางอธิบาย และใช้ยุทธวิธีต่าง ๆ ในการสื่อสาร เช่น

♣ พนักงานบริการคนหนึ่งในเมืองภูเก็ตเล่าให้ฟังว่า อาหารชนิดหนึ่งใส่น้ำปลา พยายามอธิบายโดยใช้คำว่า water fish แต่นักท่องเที่ยวไม่เข้าใจต้องไปเอาน้ำปลามาให้ดู เขาจึงสอนว่า สิ่งที่กำลังอธิบายอยู่ คือ fish sauce

♣ พนักงานบริการที่ร้านอาหารที่เกาะพร้าวของภูเก็ต เมื่อพยายามจะให้คำแนะนำต่อนักท่องเที่ยวว่าปลาที่เขาสั่งควรจะทำเป็นอาหารอะไรได้บ้าง เช่นทอดมัน พนักงานบริการก็มีความจริงจังมากจนถึงกับวิ่งเข้าไปในครัวเอาอาหารจริง ๆ มาให้นักท่องเที่ยวดู เมื่อต้องอธิบายอาหารจานที่เป็นกุ้งผัดมะขามก็เอามะขามเปียกมาให้ให้นักท่องเที่ยวชิมเพราะไม่ทราบจะอธิบายรสชาติของน้ำมะขามอย่างไร อย่างไรก็ตามได้พบว่าแม้การสื่อสารในร้านอาหารจะเป็นเรื่องที่ยากแต่พนักงานส่วนมากมักมียุทธวิธีในการสื่อสาร สามารถหาวิธีการต่าง ๆ โดยเฉพาะการนำของจริงจากในครัวมาให้นักท่องเที่ยวดูได้ ซึ่งถ้าเป็นคนใฝ่เรียนก็สามารถเรียนรู้คำศัพท์ต่าง ๆ จากนักท่องเที่ยว

♣ กลุ่มพนักงานนวดก็เช่นกันแต่ได้ใช้ยุทธวิธีของท่าทางมากกว่าอย่างอื่น เช่นหญิงกลางคนที่ให้บริการนวดแผนไทยที่สถานือนามัย ตำบลกมลา แม้ภาษาจะน้อยก็ยังพยายามโอภาปราศรัยโดยพูดคุยเกี่ยวกับดินฟ้าอากาศและครอบครัวด้วยภาษาที่ไม่ดีนักแต่ด้วยท่าทางที่เป็นมิตรและจริงใจ พยายามอธิบายเรื่องงานของศูนย์ และ เรื่องที่เกี่ยวกับการนวดซึ่งค่อนข้างจะยาก จนคณะวิจัยพอจะรับความหมายได้ โดยใช้ตัวช่วยและท่าทางต่าง ๆ เช่น ชี้ไปที่รูปถ่ายกิจกรรมของกลุ่ม และพยายามบอกว่าผลิตภัณฑ์ทำมาจากอะไร ทำที่ไหน ใครเป็นคนทำ เช่น Oil cook here. People cook it. เป็นความพยายามที่จะบอกว่า น้ำมันที่ใช้ขวดคนที่ตำบลทำกันเอง อธิบายผลิตภัณฑ์ เช่น This is ... ต่อด้วยการทำท่าลูบแขน ซึ่งคณะวิจัยเข้าใจว่าเป็นครีมทาผิวเมื่อใช้ทั้งอวัยวะและวัจนะคือคำว่า lotion ถ้ามกลับไปคนให้บริการนวดคนนั้นก็สามรถเข้าใจได้และตอบกลับมาว่า “No. You use when you ... (ทำท่าอาบน้ำ) ทำให้สามารถเข้าใจได้ว่าเป็นครีมอาบน้ำ นอกจากนี้ได้พบความพยายามในการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ใกล้ตัวมาอธิบายด้วยการสาธิตให้ดู เช่น If you “ฟลอมแพลม” you ... (เหยียบบนกะลามะพร้าว สักพักหนึ่งก็นำไปนวดที่คอ) เข้าใจว่าน่าจะเป็นการสื่อสารว่าสามารถใช้กะลามะพร้าวที่กำลังสาธิตให้ดูนวดส่วนใด ๆ ของร่างกายก็ได้เมื่อ you “ฟลอมแพลม” ซึ่งในบริบทนี้น่าจะหมายถึงการปวดเมื่อย เมื่อต้องการบอกว่าน้ำมันมีกลิ่นหอมก็เอาน้ำมันทาที่หลังมือทำท่าสูดดมแล้วบอกว่า good

♣ คนขับรถเช่าจากสนามบิน ในระหว่างทางผู้วิจัยสอบถามเรื่องยางพาราที่เห็นอยู่สองข้างทาง เขาไม่มีศัพท์ที่จะใช้ก็พยายาม ใช้คำว่า “yang-para” โดยออกเสียงให้เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ทราบภาษาไทยคงไม่เข้าใจประเด็นนี้แต่คงได้ความหมายโดยรวมเพราะเขาพยายามบอกว่าเป็น Tree here of Phuket คือเป็นต้นไม้ที่ภูเก็ต แต่เรื่องอื่น ๆ คนไทยผู้นี้ก็พยายามอธิบายและนับว่าเป็นผู้ที่มียุทธวิธีทางการสื่อสาร

♣ ผู้หญิงที่บาร์คนหนึ่งเมื่อต้องการเล่าว่าเธอต้องจ้างให้เพื่อนอ่านและตอบจดหมายของเพื่อนชายให้เพราะอ่านไม่ออกและพิมพ์ไม่เป็น เมื่อนึกคำว่า read ไม่ได้ก็ทำท่าอ่าน ไม่รู้จักคำว่า type ก็ทำท่าพิมพ์ ซึ่งสามารถสื่อสารได้เรื่องได้ราวแม้ภาษาจะน้อย

ข้อที่น่าสังเกตคือคนไทยที่สื่อสารดี (ซึ่งรวมทั้งผู้ที่ภาษาดีและผู้ทีภาษาน้อยมาก) นอกเหนือจากให้ข้อมูลดีแล้วส่วนมากยังมี อธิษาศัยไมตรี อื้อเฟื้อ ยกเว้นคนที่เอเยนต์ชายทัวร์ แห่งหนึ่งที่ราไวซึ่งพนักงานแม้จะใช้ภาษาได้ดีมากให้ข้อมูลดีตอบคำถามทุกอย่างได้หมด แต่ไม่ยิ้มแย้ม ไม่ได้แสดงความเป็นมิตร ไม่มีการแนะนำใด ๆ ต่างจาก

พนักงานของโรงแรมที่หาดราไวย์ที่ตีทั้งการให้ข้อมูล และอัธยาศัยไมตรี ช่วยเหลือ โดยรับอาสาจะโทรศัพท์ตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมให้ในทุกรายการที่คณะวิจัยอยากทราบ

ลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลเช่นนี้พบในอีกหลายแห่ง ซึ่งส่วนมากเป็นข้อมูลที่เด่น ๆ ซึ่งคนทั่วไปทราบ เช่นเรื่องราวเกี่ยวกับรัชกาลที่ 5 เรื่องเกี่ยวกับประเพณีกินเจ แต่ถ้าเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะลึกซึ้ง เช่นพระพุทธรูปประจำวันเกิด หรือ เรื่องราวของตุ๊กตารามเกียรติ์ซึ่งทำเป็นของที่ระลึกจะไม่ทราบ เพราะไม่รู้เรื่องแม้แต่ในภาษาไทยจึงอธิบายไม่ได้

♣ ตำรวจท่องเที่ยว เมื่อจะต้องอธิบายหรือกล่าวเตือนนักท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นเรื่องหลัก ๆ ตรงไปตรงมาจะอธิบายได้ค่อนข้างดี เช่นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการขับขี่ยานพาหนะเขาพูดให้ผู้วิจัยฟังว่าปกติเขาจะบอกนักท่องเที่ยวว่า “In you country you drive on the right side. Here we ride on the left. You should wear a helmet.” แต่ถ้าซับซ้อนกว่านั้นเช่นเรื่องการบังคับใช้กฎหมายที่มีความแตกต่างกันระหว่างคนไทยกับนักท่องเที่ยวตำรวจท่องเที่ยวพบว่ายากเกินไปที่จะอธิบาย (ความยากน่าจะอยู่ที่วิธีการมากกว่าภาษาเพราะไม่ว่าจะมีภาษาเพียงใดถ้าต้องอธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบว่าเขาได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างก็น่าจะเป็นเรื่องยากสำหรับทุกคนแม้ว่าจะมีภาษาดีเพียงใด – ผู้วิจัย) ในการสื่อสารเรื่องอื่นๆ ตำรวจผู้ที่มีภาษาพอในการสื่อสารเรื่องที่ซับซ้อนเพราะเขาได้บอกให้ผู้วิจัยทราบเกี่ยวกับความสามารถของเขาในด้านนี้ว่า “ถ้านักท่องเที่ยวถามหรือพูดคุยเรื่องทีนอกเหนือจากงานที่ทำก็พูดคุยได้เพราะผมชอบเรียนภาษาด้วยตัวเองด้วยจึงมีภาษาพอคุยได้โดยที่ไม่มีปัญหาอะไร มีความมั่นใจพอที่จะเข้าไปทักและเริ่มต้นคุยกับชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งเข้าไปเสนอความช่วยเหลือแม้ในขณะที่ไม่อยู่ในหน้าที่ก็ตาม” ในการอธิบายเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อนในเชิงกฎหมายตำรวจนายนี้ก็มีเรื่องน่าสนใจที่เล่าว่า “(นักท่องเที่ยว) บางคนมาแจ้งเราว่าเขาถูกตำรวจจับเพราะไม่ใส่หมวกกันน็อค ผมก็จะถามเขาก่อนว่า เจ้าของรถเช่าไม่ให้หมวกคุณมาหรือ ส่วนใหญ่เขาบอกว่าไม่มี ไม่ได้ให้ แต่ทำไมคนไทยไม่ใส่ไม่ถูกจับ อันนี้ผมก็ไม่รู้จะตอบอย่างไรเหมือนกัน เพราะมันอยู่ในหน่วยงานที่ต่างกัน เขาอาจจะบอกว่าเขาไม่ผิดและไม่ควรถูกปรับเพราะเจ้าของร้านรถเช่าไม่ให้เขามา ผมก็ชี้แจงให้ฟังว่าการไม่ใส่หมวกกันน็อคในเมืองไทยคือการทำผิดกฎหมายเขาจะไม่เสียค่าปรับ หรือผมจะช่วยให้เขาไม่ผิดไม่ได้เพราะได้กระทำไปแล้ว แต่อาจช่วยพูดกับตำรวจภรรยาให้เพื่อขอลดหย่อนโทษในฐานะที่เขาไม่ทราบกฎหมาย และขอลดค่าปรับลงแต่ผมไม่สามารถให้สัญญากับคุณได้นะว่าทางตำรวจเขาจะยอมเพราะคุณได้ทำผิดกฎหมายไปแล้ว เขาก็เข้าใจ หรือบางครั้งก็ไม่มีใบขับขี่ ผมก็บอกว่า You drive without driving license.. It is illegal. You must be fined. ถ้าไม่ให้ปรับเลย หรือยกเว้นความผิดไปเลย เป็นไปไม่ได้ ผมก็อธิบายกฎหมายให้เขาทราบ เช่นถ้าคุณทำผิดเรื่องนี้ ค่าปรับเท่านี้บาท หรือ The penalty is ... ที่ผมทำได้คือให้ความเห็นใจว่าคุณไม่ได้ตั้งใจ I will talk to the officer on duty for you. เขาก็เข้าใจ”

นอกเหนือจากการอธิบายสิ่งที่เป็นปัญหาของแขกแล้ว ได้พบด้วยว่าในส่วนของคนไทยที่ต้องให้บริการบางครั้งก็มีความจำเป็นที่จะต้องสื่อความให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงความคับข้องใจของตัวเองด้วย เช่น บางคนเจอการกระทำบางอย่างที่ไม่สมควรของนักท่องเที่ยวต้องหาหนทางอธิบายให้ทราบว่าเหตุใดเขาจึงไม่ควรทำเช่นนั้น เช่นพนักงานบริการที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งใกล้กับหาดในหาน เธอเล่าถึงสิ่งที่เกิดขึ้นและวิธีการสื่อสารว่า “ในส่วนของวัฒนธรรมที่บางครั้งสร้างความไม่พอใจให้ก็มี เช่น แขกจับมือถือแขนเรา เราไม่พอใจก็จะบอกเขาตรงๆว่า I am sorry. You can't touch me. My country cannot take like that. หรือบางครั้งแขกชวนไปทานอาหารหรือไปเที่ยวด้วยเราจะบอกปฏิเสธว่า I am sorry, I can't go with you. My mom teach me that when I go with guy, it's no good for me.” แม้จะเป็นวิธีการอธิบายโดยใช้เหตุผลจากฐานความคิดแบบไทยคืออ้างถึงคำสอนของแม่แต่ก็นับว่าเป็นคำอธิบายที่น่าจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจเหตุผลได้

กรณีที่ได้ใกล้เคียงกันนี้ได้แก่งานที่พนักงานทำเล็บและให้บริการนวดที่หาดกะรนคนหนึ่งได้พบคือ “บางที่เรานวดผู้ชาย เขาจะเข้ามาถอดแสดงความขอบคุณ เราก็จะเอามือป้องกันไว้เขาก็เข้าใจว่าเราไม่ยอมให้เขาถอดเรา มีผู้ชายบางคนขอให้เราทำอย่างอื่นให้เราไม่ทำเพราะร้านเราไม่มีบริการแบบนั้น เราจะบอกเขาว่า I am sorry. I no lady bar. If you want sex you go to lady bar. I am good massage, Thai massage. เขาเข้าใจตอบว่า Yes, okay..” ตัวอย่างนี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อมีความเข้าใจไม่ตรงกันในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การพยายามอธิบายจะสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันได้

## กลุ่มที่ 2 เต็มใจแต่ขาดภาษาและยุทธวิธีที่จะสื่อสาร

ได้พบว่าคนไทยหลายคนมีความเต็มใจที่จะอธิบายหรือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้ดีที่สุดเท่าที่สามารถทำได้ แต่ก็ไม่สามารถทำให้คู่สื่อสารพอใจหรือรับสารได้ตามความตั้งใจของผู้สื่อความเพราะขาดยุทธวิธีที่จะสื่อสารเรื่องนั้น ๆ เช่น

♣ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่สนามบินภูเก็ต ซึ่งเธอบอกว่า “มีฝรั่งมาขอให้ที่นี้เช็คชื่อผู้โดยสารที่เรามารับบ่อย แต่เราไม่มีข้อมูลของสายการบินตรงนี้และมันอยู่เหนืออำนาจหน้าที่ของเรา เราก็บอกให้เขาติดต่อที่เคาน์เตอร์สายการบินโดยตรง Please contact the airline on the second floor. You can check names of the passengers at the airways counter on the second floor. เราไม่สามารถช่วยเช็คให้ได้ บางคนเขาก็ไม่ค่อยพอใจที่เราไม่สามารถเช็คให้เขาได้ เพราะเขาคาดหวังว่าเราต้องสามารถให้ข้อมูลได้ทุกอย่างเพราะเราเป็นประชาสัมพันธ์ “ (สิ่งที่ขาดไปในการสื่อสารข้างต้นคือการบอกเหตุผลว่าทำไมจึงทำไม่ได้ การสื่อสารในตัวอย่างที่พูดให้ฟังเป็นการพูดเฉพาะส่วนของการกระทำซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คู่สื่อสารเข้าใจผิดได้ว่าผู้พูดไม่เต็มใจที่จะช่วยโดยปิดหน้าทีไปให้คนอื่น)

♣ กลุ่มคนขับรถตุ๊กตุ๊ก ซึ่งส่วนมากเป็นกลุ่มที่ไม่ได้เรียนภาษามาเลย ใช้ภาษาได้เพราะ “ครูพักลักจำ” จากการประกอบอาชีพบ้าง ตามจากคนที่เชื่อว่า “เก่งภาษา” บ้าง กลุ่มคนเหล่านี้มีโอกาสสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือนักท่องเที่ยวประเภทสะพายเป้ ก่อนข้างที่จะมากกว่าคนไทยกลุ่มอื่นดังนั้นจึงต้องอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ของท้องถิ่นตนเพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะสนใจเรียนรู้เรื่องราวของท้องถิ่น ดังประสบการณ์ที่คนขับรถตุ๊กตุ๊กคนหนึ่งเล่าให้ฟังดังนี้ “มีบ้างที่นักท่องเที่ยวเช่ารถผมทั้งวันไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ เช่นไปเที่ยววัด ไปเขารัง ดูถนนกลางเมืองเก่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวไม่ค่อยถาม ผมจะเข้าไปอธิบายให้เขาฟังเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ แต่ก็พูดไม่ค่อยถูกภาษา ผิด ๆ ถูก ๆ ถ้าเขาถามอะไรที่ผมฟังไม่เข้าใจก็จะบอกให้เขาช่วยอธิบาย หรือถามใหม่ได้ไหม พอเราฟังแล้วยังไม่เข้าใจอีกเขาก็จะบอกว่า Okay, no problem. Forget it. ถ้ามีภาษาอังกฤษที่เป็นพื้นฐานพอพูดจากับนักท่องเที่ยวได้ก็จะดี เพื่อนคนขับรถของผมบางคนไม่มีพื้นฐานเลย เขาก็สื่อสารกันด้วยภาษามือเป็นส่วนใหญ่ พอไม่เข้าใจกัน นักท่องเที่ยวก็รำคาญเหมือนกัน บางคนเดินหนีไปเลย”

อย่างไรก็ตามการขาดภาษาและยุทธวิธีสื่อสารบางครั้งมิได้นำไปสู่ความไม่เข้าใจต่อกันเท่านั้นแต่ยังเป็นเหตุให้การสื่อสารจบลงด้วยความรุนแรงด้วย เช่น เจ้าของกิจการให้เช่าเรือ เช่าร่มและเก้าอี้ชายหาดบริเวณหาดกะรนบอกว่า “บางที่พูดกันไม่รู้เรื่องเขาก็ดำเรา เขาก็ดำเขาเช่นตกลงราคาเรือกันแล้วว่า พันบาทแต่ว่าพอล้อมมาแล้วให้แค่ 500 บาท เราพยายามอธิบายว่า 1000 บาท Cannot five hundred. คุณกันไม่รู้เรื่องก็ต้องเรียกตำรวจ อีกตัวอย่างหนึ่งเช่นเก้าอี้ เขามานั่งคนเดียวเขาก็เก็บ 50 บาท เขาไม่ยอมให้ เขาก็ขอเบา เขาก็ไม่ยอมให้ เขาก็โกง บางที่เขาโยนเบาเลย เราพูดกับเขาว่าเราต้องเก็บเงินและยื่นตัวเก็บเงินให้ดู This Karon Umbrella Group Service for two chair one hundred baht, same same everywhere. เขาจะไม่ยอมจ่ายบอก No no no ทำเดียว บางคนคิดว่าร่มนี้เป็นของโรงแรม เราบอกเขาว่าไม่ใช่ของโรงแรม Not same, not same. Hotel no have umbrella. This only Karon Umbrella

Service group, same same everywhere. No have umbrella for hotel. บางที่เขาาก็เข้าใจและจ่ายเงิน “ไม่เรื่องมาก” ตัวอย่างนี้ชี้ให้เห็นว่าทั้งวิธีการอธิบายและภาษาเป็นสาเหตุของความไม่เข้าใจได้ นอกจากนี้ตัวเงินที่เก็บอาจเป็นส่วนหนึ่งของปัญหา เช่น ค่าเช่าเรือ 1000 บาทซึ่งนักท่องเที่ยวอาจไปรับทราบจากเพื่อนนักท่องเที่ยวด้วยกันในตอนหลังและเห็นว่าแพงเกินไปก็เป็นได้ ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวมีการสอบถามระหว่างกันเสมอ ดังนั้นการสื่อสารที่ไม่ลงตัวในตัวอย่างนี้อาจเนื่องมาจากสาเหตุของการเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยวก็เป็นได้

### กลุ่มที่ 3 สื่อสารทางเดียว

การสื่อสารแบบนี้พบในลักษณะหลากหลาย เช่น

- ก. ไม่จริงจัง อธิบายหรือให้ข้อมูลไปเรื่อย ๆ โดยไม่กังวลกับความถูกต้องและไม่รับฟังคู่สื่อสาร
- ข. โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการโดยไม่รับฟังความต้องการของคู่สื่อสาร
- ค. สื่อสาร “แบบหุ่นยนต์” คือพูดตามที่เขียนไว้โดยไม่ปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ (script-write)
- ง. พูดตามความคิดหรือความเชื่อของตนโดยไม่ฟังว่าคู่สื่อสารคิดหรือต้องการอย่างไร

ก. ไม่จริงจัง อธิบายหรือให้ข้อมูลไปเรื่อย ๆ โดยไม่กังวลกับความถูกต้องและไม่รับฟังคู่สื่อสาร พบการสื่อสารในลักษณะนี้ค่อนข้างจะมาก คือพูดไปเรื่อย ๆ โดยไม่ใส่ใจว่าจะถูกต้องหรือไม่ ในขณะที่สื่อสารสามารถสังเกตได้ว่าไม่มีเจตนาที่จะหลอกลวงแต่เป็นลักษณะสบายๆ แบบคนไทย นักท่องเที่ยวจะพยายามบอกอะไรกลับมาก็เพียงแค่ Yes...yes โดยไม่รับสิ่งที่สื่อมาเป็นเรื่องจริงจัง ตัวอย่าง เช่น

♣ ผู้ชายที่ทำงานที่บาร์แห่งหนึ่ง ที่ป่าตอง ตอบคำถามผู้วิจัยที่ถามว่า อุบลราชธานี และ อุตรดิตถ์ ที่เดียวกันหรือเปล่า เขาบอกว่า “Ubonrajchathani and Udonthani same same” ซึ่งจับความได้ว่าเขาน่าจะบอกว่าที่เดียวกัน หรือไม่เช่นนั้นก็อาจเข้าใจคำถามผิดโดยตั้งใจที่จะบอกว่าสองจังหวัดนี้เหมือน ๆ กันก็ได้โดยไม่ใส่ใจว่าผู้ถามถามอะไร แต่ไม่ว่าจะตอบเพราะเหตุผลใดสิ่งที่เกิดขึ้นก็คือไม่ทำที่จริงจังกับคำตอบและไม่มีการถามกลับเพื่อให้แน่ใจ

♣ คนขายยาในร้านขายยาแห่งหนึ่งที่ป่าตองซึ่งตอบคำถามผู้วิจัยที่ถามเกี่ยวกับยาแก้ปวดศีรษะ ว่า ควรจะรับประทานหลังอาหารหรือไม่ (Do we have to take this after the meal?) เขาตอบว่ายังงี้ก็ได้ (Before or after the meal is OK.)

♣ พนักงานคนไทยที่ counter ซึ่งให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่สนามบิน ซึ่งพูดภาษาอังกฤษในระดับที่สื่อสารได้ดี แต่เมื่อถูกถามเกี่ยวกับอะไรที่มากกว่าเรื่องราวปกติที่ทำอยู่ เช่น ทำไมโรงแรมจึงเต็มทั้ง ๆ ที่มีไรต์ดูท่องเที่ยว เขาก็สื่อสารในลักษณะที่พูดไปเรื่อย ๆ โดยบอกว่าเป็น long weekend เมื่อถามว่าเป็น long weekend ในโอกาสอะไรเขาก็บอกว่าเป็น Ploughdation ซึ่งเขาคงหมายถึงว่าเป็นช่วงของพระราชพิธีพืชมงคล แม้จะใช้ศัพท์ผิด แต่ก็ถือว่าใกล้เคียงถ้าถามไปถามมาก็น่าจะพอได้ความ แต่ในความเป็นจริงโรงแรมในภูเก็ตจะไม่เต็มในช่วงเทศกาลนี้ เพราะเป็นเดือนพฤษภาคมซึ่งไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว ทำให้รู้สึกที่พูดไปเรื่อย ๆ คิดอะไรได้ก็พูด

ข้อที่สังเกตพบอีกประการหนึ่งคือคนไทยไม่สนใจต่อการให้ความสำคัญกับการอธิบาย หรือ ให้เหตุผล เช่น ผู้หญิงที่ให้บริการนวดที่สถานือนามัยที่กมลลาบอกให้คณะวิจัยรอห้านาที โดยไม่บอกว่ารอทำไม แต่ได้ทราบตอนหลังว่าที่ต้องรอเพราะต้องไปตามอีกคนหนึ่งมานวดทั้งนี้เพราะคณะวิจัยไปกันสองคน คนให้บริการนวดในตอนนั้น มีเพียงคนเดียว แม้ว่าจะมีข้อจำกัดทางภาษา แต่ก็น่าจะหาทางพยายามบอกได้เช่นที่บอกเรื่องอื่น ๆ การไม่บอกน่าจะมาจาก การที่ไม่ได้สังเกตสีหน้านักท่องเที่ยวว่าต้องการทราบเหตุผล และการให้เหตุผลไม่ได้อยู่ในนิสัยการสื่อสารอยู่แล้วตามปกติ แต่ก็มีบางคนเหมือนกันที่ให้เหตุผลเพียงแต่สั้น ห้วน และมีน้ำเสียงซึ่งขึงขังจริงจังจนออกมาเป็นลักษณะที่ไม่สุภาพในการสื่อสาร เช่น ยามที่โรงแรมแห่งหนึ่งแถวกมลลาออกมาห้ามไม่ให้คณะวิจัยจอดรถบริเวณหน้าโรงแรม โดยพูดว่า

“Go now.. No stop.” “No stop” น่าจะเป็นเหตุผลที่ยามผู้นั้นพยายามบอกโดยที่ไม่ได้สังเกตหลังจากที่พูดออกไปว่า นักท่องเที่ยวมีสีหน้า หรือมีปฏิกิริยาอย่างไร

♣ ไม่พยายามหาความต่อเนื่องของข้อความที่สื่อสารเพื่อที่จะจับสังเกตว่านักท่องเที่ยวชอบหรือไม่ชอบอะไร เช่น ผู้หญิงที่ให้บริการนวดที่สถานือนามัยกมลลาที่แม้จะมีจุดเด่นมากในการพยายามอธิบายสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในการนวด แต่ไม่ได้สังเกตว่าในระหว่างที่อธิบาย คณะวิจัยได้แสดงออกอย่างชัดเจนว่าสนใจน้ำมันนวดที่เป็นสมุนไพร กลับนำน้ำมัน Johnson มาใช้นวดให้ อีกประเด็นหนึ่งที่พบว่าคนไทยผู้นั้นไม่สังเกตนักท่องเที่ยว คือ ระหว่างนวด ผู้วิจัยแสดงท่าทางอยากจะทำอะไรโดยการนอนเฉยๆ ไม่ถามหรือชวนพูดคุยอะไรอีกต่อไป แต่เธอและเพื่อนกลับพูดคุยกันด้วยภาษาท้องถิ่นเสียงดัง

♣ ที่ร้านนวดร้านเล็ก ๆ อีกร้านหนึ่งที่ตำบลกมลลาเช่นกัน เมื่อคณะวิจัยเดินผ่านร้านได้เข้าไปสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ใช้นวด เขาก็บอกว่ามี oil massage และ herbs เมื่อผู้วิจัยถามว่า What kind of herbs? เขาก็บอกเพียง mixed herb โดยไม่ได้สังเกตสีหน้าว่าผู้สื่อสารยังคงสนใจใคร่รู้ว่า mixed herb เป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง น่าจะเป็นโอกาสอันดีที่จะได้นำเสนอของดีของไทยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รู้ได้เห็น

#### ข. โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวใช้บริการโดยไม่รับฟังความต้องการของผู้สื่อสาร

ในการสังเกตได้พบการสื่อสารที่ผู้สื่อสารพยายามทุกวิถีทางที่จะให้คณะวิจัยใช้บริการโดยละเลยกับความถูกต้องของข้อมูลและไม่รับฟังความต้องการของผู้สื่อสาร เช่น

♣ พนักงานที่เคาน์เตอร์ทัวร์ที่ท่าอากาศยานภูเก็ตคนที่กล่าวถึงข้างต้นซึ่งพยายามเสนอขายคณะวิจัยทุกอย่าง ไม่ว่าจะ เป็นห้องพัก รถเช่าไปกรุงเทพฯ โปรแกรมเที่ยว (tour packages) พยายามพูดทุกวิถีทางที่จะโน้มน้าวให้คณะวิจัยจองโรงแรมและโปรแกรมทัวร์จากเขา เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวกับวันหยุดยาว (long weekend) และราคาห้องซึ่งเขาให้ข้อมูลว่า ถ้าไม่จองจากเขาและ เดินไปที่โรงแรมเพื่อติดต่อห้องพักเอง (walk in) ราคาจะอยู่ที่ 2000 – 3000 บาท ทุกอย่างที่พูดกับคณะวิจัยตัวเองก็ไม่แน่ใจเพราะได้เห็นไปถามผู้ชายคนหนึ่งที่อยู่ข้าง ๆ เป็นภาษาไทยว่า “ใช่หรือเปล่าวะ” แต่เมื่อหันมาพูดกับคณะวิจัยกลับมีสีหน้าท่าทางมั่นใจมากโดยที่ไม่พูดแม้แต่คำว่า “I'm not sure.” เพื่อสื่อว่าไม่แน่ใจในสิ่งที่บอก

♣ พนักงานเคาน์เตอร์ทัวร์ที่สนามบินภูเก็ตเช่นกัน (แต่คนละที่กับที่กล่าวถึงข้างต้น) พยายามให้คณะวิจัยพักที่โรงแรมหนึ่ง ซึ่งค่อนข้างชัดเจนว่าเขาได้ commission ในการขาย โดยพยายามโน้มน้าวว่าให้คณะวิจัยเปลี่ยนจากโรงแรมที่จองไว้โดยบอกว่าอยู่ไกลจากหาดต้องใช้เวลาเดิน 15 – 20 นาที แต่จริง ๆ แล้วชาวต่างชาติผู้ร่วมสังเกตการณ์ซึ่งเคยไปพักที่โรงแรมนั้นแล้ว บอกว่าโรงแรมอยู่ใกล้กับหาดมาก ใช้เวลาเดินไม่ถึง 5 นาที และหลังจากเข้าพักที่โรงแรมซึ่งได้จองไว้คณะวิจัยได้ไปสำรวจดูโรงแรมที่พนักงานประจำเคาน์เตอร์ทัวร์เสนอขายปรากฏว่ามีได้อยู่ใกล้หาดดังที่พนักงานให้ข้อมูลไว้

♣ พนักงานของบริษัทรถเช่า ซึ่งบอกว่า จากสนามบินถ้าเช่ารถไปทั้งคันจะจ่ายเพียง 480 บาทและเร็วกว่าไม่ต้องรอผู้โดยสารคนอื่นอีกตั้ง 7 คน ซึ่งแม้จะมี ส่วนจริง แต่ชาวต่างชาติผู้ร่วมสังเกตการณ์ให้ข้อคิดเห็นที่น่าจะให้ข้อมูลทั้งสอง ส่วนในลักษณะที่ไม่มีโน้มน้าวผู้ฟังไปยังรถเช่า (prejudice) และให้โอกาสผู้ให้บริการเป็นผู้ตัดสินใจ นอกจากนี้การให้เช่ารถ คนไทยทั่วไปมักจะสนใจเฉพาะราคา แต่สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนที่มาจากสังคมที่มีระบบระเบียบ เช่น นักท่องเที่ยวชาติตะวันตก ชาติญี่ปุ่น จะเป็นห่วงเรื่องความปลอดภัยจึงมักต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการประกันภัย ต้องการทราบว่าจะต้องเติมน้ำมันอะไร ต้องการทราบเวลาคืนรถ (เรื่องของเวลามีได้อยู่ในความคิดของคนไทยโดยทั่วไป จึงพบว่าคุณให้เช่ามอเตอร์ไซด์ไม่ได้รวมอยู่ในการให้ข้อมูลทั้งที่เป็นสาระสำคัญซึ่งควรบอกให้นักท่องเที่ยวทราบ) มี



ข้อบังคับที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับกฎหมายการขับขี่หรือไม่ เช่นการที่ต้องสวมหมวกกันน็อค การที่บ้านเราขับขี่ทางด้ายซ้ายของถนน เป็นต้น

♣ คนขับรถแท็กซี่คนหนึ่งซึ่งเดินมาที่รถเข็นขายน้ำที่คณะวิจัยยื่นช้อน้ำอยู่ที่หาดป่าตอง และได้พยายามขาย Island Tour โดย อธิบายว่าจะพาคณะวิจัยไปดู “Cobra show, Promthep Cape , Phuket Zoo, Orchid Garden, Temples และ shopping” ในระหว่างที่คุย เขาก็ ขอแผนที่จากผู้วิจัยเพื่อชี้ให้ดูสถานที่ต่าง ๆ ที่เขาต้องการให้ผู้วิจัยไป โดยไม่ดูสีหน้า หรือหยุดพูดเพื่อสังเกตปฏิกิริยาของคณะวิจัยเลยหลังจากชี้ ๆ ว่าจะไปที่ไหนบ้างแล้วเขาก็บอกว่า จะ หยุดทีละ 10 นาที โดยทั้งหมดจะคิดราคา 600 บาท ใช้เวลาทั้งสิ้น 2 ชั่วโมง เมื่อคณะวิจัยมีโอกาสพูด ก็ได้บอกว่าการไปดูพระอาทิตย์ตกดินด้วย ซึ่งคนขับแท็กซี่คนนั้นบอกว่า “3 hours and a half , 700 Bath” ผู้วิจัยจึงบอกว่า “We will think about it.” เขาก็ยังไม่หยุดและยังพูดสวนมาว่า “Come on, man!” ซึ่งชาวต่างชาติที่ร่วมสังเกตการณ์ไม่ค่อยชอบใจนัก เขาบอกว่า “It’s not very appropriate.” เหตุการณ์ทำนองนี้พบได้เกือบทุกที่ที่คณะวิจัยผ่านไปเก็บข้อมูล คือพยายามขายโดยการยึดเย็ดข้อมูล และไม่สังเกตว่านักท่องเที่ยวมีปฏิกิริยาอย่างไร หรือไม่ฟังว่าเขาถามอะไร สนใจในข้อมูลที่กำลังเสนอให้หรือไม่ และที่สุดหลังจากที่พูดจบแล้วถ้านักท่องเที่ยวไม่สนใจที่จะซื้อบริการนั้นคนไทยหลายคนก็จะจบด้วยการพูดจาและแสดงท่าทีไม่สุภาพ เช่นตัวอย่างข้างต้น

ค. สื่อสาร “แบบหุ่นยนต์” คือพูดตามที่เขียนไว้โดยไม่ปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ (script-write)

การให้ข้อมูลในลักษณะนี้คือให้ไปตามตัวหนังสือ หรือเพราะจำเป็นต้องให้ หรือ เป็นเพราะมีข้อกำหนดระหว่างประเทศว่าต้องมีข้อมูล ก ข ค ... จึงจะยอมรับว่าเป็นสากล เช่น

♣ การแสดงสัญลักษณ์ของระดับอันตรายสำหรับการว่ายน้ำด้วยธงสี เป็นการกำหนดที่เป็นสากล ในการเก็บข้อมูลได้พบว่า club house ของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดกมลา มีสัญลักษณ์ สีเหลือง แดง และเขียว ที่บอกเขตอันตรายของการเล่นน้ำอยู่บนแผ่นไม้ที่โฆษณาเกี่ยวกับ water sport โดยบอกว่า สีแดง คือ อันตราย สีเหลืองคือการเตือนภัย สีเขียวคือความปลอดภัย แต่สิ่งสำคัญที่จะต้องสื่อให้นักท่องเที่ยวทราบคือการใช้ธงสีกับขอระดับความปลอดภัยขณะนั้นกลับไม่มี ชาวต่างชาติผู้ร่วมสังเกตการณ์ถามผู้ดูแลว่า What colour now? Red? Dangerous? เขาตอบด้วยความสุภาพว่า “No, sir. You can play swimming, play water.” ซึ่งก็น่าจะถือได้ว่าไม่อันตรายตามที่เขาบอก แต่ในความเป็นจริงแล้วค่อนข้างจะเชื่อได้ว่าไม่มีการตรวจสอบสภาพอากาศในขณะนั้น เพราะแท้จริงช่วงที่เก็บข้อมูลเป็นช่วงฤดูฝน ทะเลมักจะไม่ค่อยสงบ ดังนั้นคำตอบดังกล่าวจึงน่าจะเป็นเพียงการคาดคะเนของผู้ตอบ [การที่นักท่องเที่ยวและคนทั่วไปเสียชีวิตเนื่องจากลงไปเล่นน้ำในเวลาที่สภาพอากาศไม่อำนวยด้วยเกิดขึ้นบ่อยมากในภูเก็ต จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ตำรวจประจำสถานีตำรวจภูธรอำเภอในเขตชายหาด ปรากฏว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจมน้ำตาย ประมาณ 13 – 18 คน ต่อ ปี โดยแยกเป็นเขตป่าตอง กะหลิม กมลา ประมาณ 7 – 10 คน เขตบางเทา สุรินทร์ ลากูนา ประมาณ 3 คน เขตราไวย์ ไนหาน กระรน ประมาณ 3 – 5 คน ด้วยข้อมูลเหล่านี้ น่าจะอนุมานได้ว่าสาเหตุหนึ่งมาจากการละเลยในการตรวจสอบข้อมูลของสภาพอากาศ]

♣ บนเรือท่องเที่ยวที่ผ่านทางทะเลซึ่งได้จัดไว้ล่วงหน้า และคงจะใช้ประจำทุกเที่ยวเรือ บอกโปรแกรมเป็นภาษาอังกฤษว่าเรือกำลังไปที่ไหนผ่านอะไรบ้าง คนที่เปิดเตปอาจไม่ได้ฟัง หรือไม่ก็ไม่เข้าใจว่าเตปพูดว่าอย่างไร เพราะสิ่งที่ได้ยินผ่านลำโพงว่าเรือกำลังแล่นผ่านอะไร เห็นอะไรบ้างไม่ตรงกับของจริง วันที่ผู้วิจัยไปเก็บข้อมูลเป็นวันที่ฝนตกหนักมาก เรือจึงไม่ได้แล่นตามเส้นทางปกติที่บอกไว้ในรายการ ดังนั้นเมื่อเตปพูดว่า “You can see the beautiful sunset at Promthep.” เรือยังคงอยู่ห่างจากอ่าวฉลองนิดเดียวและฝนกำลังตก อย่างไรก็ตามผู้คนบนเรือที่ดูเหมือนจะเป็นนักท่องเที่ยวจากไต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์ ต่างก็ไม่ได้สนใจฟังเพราะทุกคนพยายามวางท่าถ่ายรูปกันอยู่ (อาจารย์ที่สอน

การท่องเที่ยวจากมหาวิทยาลัย Houston ประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวถึงวิธีการท่องเที่ยวของคนตะวันตกและตะวันออก ว่าต่างกันเพราะ คนตะวันตก “travel to see and explore...” แต่คนตะวันออก “travel to witness...” คือเที่ยวไปถ่ายรูปไปเพื่อให้มีประจักษ์พยานว่าได้ไปที่ไหนมาแล้วบ้าง)

♣ ที่โต๊ะประชาสัมพันธ์ของการทำอากาศยาน พนักงานคนหนึ่งยื่นตารางเดินรถระหว่างจังหวัดให้โดยที่ผู้วิจัยได้ขอตารางเดินรถจากสนามบินเข้าไปยังตัวเมืองภูเก็ต เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากมักจะขอตารางเดินรถระหว่างจังหวัดมากกว่าจากสนามบินไปตัวเมือง อีกประการหนึ่งตารางจากสนามบินไปยังตัวเมืองเป็นตารางที่ไม่ค่อยตรงกับความเป็นจริง ในความเป็นจริงรถจะออกเมื่อมีผู้โดยสารเต็มคันคือ 7-8 คน ดังนั้นตารางเดินรถประเภทนี้จึงไม่ค่อยมีใครมาขอก็อาจเป็นได้

### ง. สื่อสารตามความคิดหรือความเชื่อของตนโดยไม่ฟังว่าคู่สื่อสารคิดหรือต้องการอย่างไร

พนักงานเสิร์ฟที่ห้องอาหารของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดกมลาเริ่มต้นด้วยการสื่อสารแบบ “หุ่นยนต์” คือไม่มีการพูดหรือแสดงท่าทางใด ๆ เพียงแค่เอาเมนูมาวางให้ พร้อมกับแบบฟอร์มการสั่ง หลังจากนั้นจึงถามว่าจะรับชา หรือกาแฟ โดยเปิดหน้าไว้ให้เรียบร้อยคือผู้ร่วมสังสรรค์ชาวต่างชาติที่ไปกับผู้วิจัยได้หน้าที่เป็น American breakfast ในขณะที่ผู้วิจัยซึ่งหน้าตาเป็นเอเชีย ได้ด้านของเมนูที่เป็น Asian breakfast เป็นการตัดสินใจจากความคิดของเขาเองว่าคนตะวันตกต้องสั่ง American breakfast และคนเอเชียก็ควรสั่ง Asian breakfast

ในหัวข้อนี้ได้พบสิ่งที่น่าสนใจคืออิทธิพลของความคุ้นเคยในการรับและส่งความหมาย ได้พบช่องว่างของการอธิบายบางสิ่งบางอย่างอันเนื่องมาจากความคุ้นเคยที่ต่างกัน เช่น อาหารที่เป็น soup ในความคิดของคนไทยและชาวตะวันตกจะต่างกัน soup ของคนไทย คือ แกงจืด ดังนั้นเมื่อ ชาวต่างชาติที่ร่วมสังสรรค์ถามคนไทยคนหนึ่งว่า “What’s yellow curry with chicken? Is it a soup? พนักงานจึงตอบในลักษณะของ script-write ว่า “No.” สิ่งที่ชาวต่างชาติผู้นั้นต้องการทราบในขณะนั้นคือ แกงดังกล่าวมีลักษณะแห้ง หรือเป็นน้ำ แต่เมื่อนำมาเสิร์ฟปรากฏว่าเป็นน้ำ ดังนั้นคำตอบน่าจะเป็น “Yes.” แต่ที่คนไทยตอบเช่นนั้นเป็นการตอบตามความคิดและความเชื่อของตนที่ไม่คุ้นเคยกับการเชื่อมโยงความคิดของแกงกับซุ๊ป แกงคือแกง ซุ๊ปคือแกงจืด อะไรที่เผ็ดไม่นับเป็นซุ๊ป หรืออะไรที่เป็นผัด ๆ แม้จะมีน้ำขลุกขลิกก็ไม่นับเป็นซุ๊ป

เหตุการณ์นี้พ้องกับข้อมูลที่คณะวิจัยอีกคณะหนึ่งพบที่ร้านขายราดหน้า และ ผัดซีอิ๊ว ในตัวเมืองภูเก็ตซึ่งคนขายคุ้นเคยกับคำว่า soup ในความหมายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติโดยทั่วๆ ไปเข้าใจกัน เมื่อผู้วิจัยสั่งราดหน้าและพยายามที่จะสื่อกับเขาราดหน้านะไม่ใช่ผัดซีอิ๊ว คนขายเองเป็นคนถามว่า “Noodle soup?” ผู้วิจัยซึ่งเป็นคนไทยกลับมีปัญหาเพราะคุ้นเคยกับความหมายของ noodle soup ว่าเป็นก๋วยเตี๋ยวน้ำ ทั้ง ๆ ที่ในร้านนั้นมีได้ขายก๋วยเตี๋ยวน้ำ เมื่อมีอุปสรรคในความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน ผู้ร่วมสังสรรค์ชาวต่างชาติในคณะจึงช่วยอธิบายว่า soup ที่คนขายพูดถึงคือราดหน้า เพราะสิ่งที่ราดมาเหลว ๆ ข้างหน้ามีลักษณะเป็น soup โดยเฉพาะเมื่อต้องการจะแยกแยะให้เห็นความแตกต่างของราดหน้ากับ ผัดซีอิ๊ว ซึ่งมีลักษณะแห้ง ตัวอย่างนี้เห็นได้ชัดเจนว่าภาษาเท่านั้นไม่เพียงพอที่จะช่วยให้การสื่อสารราบรื่น ถ้าไม่เข้าใจวัฒนธรรมการให้ความหมายของ “สาร” ที่กำลังสื่อในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

**การบอกทิศทาง** นับเป็นการสื่อสารที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งในการหาข้อมูลได้พบว่าคนไทยมีทั้งที่สามารถบอกทิศทางได้ชัดเจนโดยใช้วิธีการบอกที่ค่อนข้างเป็นสากล กลุ่มที่บอกค่อนข้างจะสั้นไม่มีความชัดเจน หรือ บอกสับสนและกลุ่มที่หาหนทางหลีกเลี่ยงในการบอกทิศทาง

ในระดับกลุ่มคนไทยที่สามารถบอกทิศทางได้ชัดเจนโดยใช้วิธีการบอกที่ค่อนข้างเป็นสากล ได้แก่ พนักงานส่วนหน้าของโรงแรม พนักงานในร้านอาหารใหญ่ ๆ และกลุ่มมัคคุเทศก์ ในระดับบุคคลได้พบคนที่มีความสามารถใน

การบอกทิศทางชัดเจนหลากหลาย มีทั้งที่ทำงานให้บริษัทที่ทำธุรกิจการท่องเที่ยว คนที่ทำงานให้กับที่พักแรมที่ไม่ใหญ่โตมากนัก คนในร้านอาหารเล็ก ๆ คนที่ร้านซึ่งรับทำวีซ่าให้นักท่องเที่ยว ร้านให้เช่ารถ คนขับรถรับจ้าง แม้บางคนในกลุ่มนี้จะยังคงใช้ภาษาไม่ถูกต้องมากนักแต่เมื่อขอให้พูดถึงการบอกทิศทางก็พูดได้ชัดเจนดีโดยพูดถึงการใช้แผนที่ส่วนมากบอกว่าถ้านักท่องเที่ยวไม่ถือติดมือมาเขาก็ใช้แผนที่ที่เตรียมไว้ บางคนเช่นคนขายของที่หาดกะตะถึงกับบอกว่าถ้าคุณถามไม่มีแผนที่และที่ที่จะไปอยู่ไกลเกินสายตาก็จะวาดแผนที่คร่าว ๆ ให้ แต่ถ้าอยู่ในที่ที่มองเห็นได้จะใช้วิธีชี้แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาพร้อมแผนที่ เขาบอกว่าเท่าที่บอก ๆ ไปนักท่องเที่ยวก็ดูจะเข้าใจดี ตัวอย่างข้อมูลอื่น ๆ ที่พบ เช่น

♣ พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งที่ป่าตองอธิบายสถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้โรงแรมพร้อมกับทำท่าทางประกอบหลังจากที่คณะผู้วิจัยลงชื่อเข้าพักเรียบร้อยแล้วว่า “You can walk 2 minutes to the beach. Turn left. Have many banks in front hotel, have many bars at the hotel, good food.” ได้สังเกตว่าการรวมเรื่องอาหาร หรือร้านอาหารเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของการบอกทิศทาง หรือใช้ร้านอาหารเป็นจุดสังเกตเป็นสิ่งที่ไม่พบได้บ่อยในการบอกทิศทางของคนไทย สิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปากท้องในวัฒนธรรมไทย

♣ พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งบริเวณหาดในยางเริ่มต้นโดยการหยิบแผนที่ของโรงแรมมาวางและเริ่มต้นว่าขณะนี้เราอยู่ตรงไหน นับเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางที่เป็นสากล จากนั้นจึงอธิบายไปตามที่ถาม โรงแรมเดียวกันนี้แต่เป็นสาขาในเมืองพนักงานก็คุ้นเคยกับการใช้แผนที่ในการบอกทาง ปรากฏว่าคนเหล่านี้ได้รับการอบรมการใช้ภาษาอังกฤษมา และบอกทิศทางเป็นระบบ

♣ คนเสิร์ฟของห้องอาหารแห่งหนึ่งที่หาดกะตะเมื่อถูกถามว่าตำรวจท่องเที่ยว มีไหม อยู่ที่ไหน เขาบอกว่า ที่แถว ๆ โรงแรมไม่มี แต่สามารถจะพบได้ที่ ‘the police box’ และบอกทางได้อย่างละเอียด เช่น เลี้ยวซ้าย เลี้ยวขวา มีการบอกจุดสังเกต (landmark) ซึ่งคนไทยทั่ว ๆ ไปมักจะไม่ค่อยให้จุดสังเกตที่เด่น ๆ ในการบอกทาง ถ้าจะใช้ก็มักจะใช้จุดสังเกตที่ตัวเองคุ้นเคยเช่นร้านอาหาร ร้านขายของ มากกว่าจุดที่นักท่องเที่ยวจะสังเกต เช่น หอนาฬิกา วงเวียน (อาจจะเป็นเพราะไม่รู้ศัพท์ก็เป็นได้)

♣ สำหรับมัคคุเทศก์ เป็นคนที่จบจากมหาวิทยาลัย มีภาษาดี ฐานความรู้ส่วนนี้อาจเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้การบอกทิศทางชัดเจน เช่นตอนที่คณะท่องเที่ยวแวะชมถ้ำลิง (Monkey Cave) ที่พังงาผู้วิจัยถามว่ามีที่ขายกล้วยทอด (Can I find fried banana anywhere?) มัคคุเทศก์สามารถบอกได้ชัดเจนว่าให้เดินไปทางซ้ายมือประมาณ 500 เมตรจะพบกลุ่มร้านค้ามีกล้วยทอดอร่อยมากอยู่เจ้าหนึ่งเป็นต้น ในการทดลองสอบถามทิศทางอื่นๆ มัคคุเทศก์ผู้นี้ก็ทำได้ดี ชัดเจน ผู้วิจัยสามารถเดินทางสถานที่ที่ต้องการได้ทันที ไม่ต้องไปถามคนอื่นต่ออย่างที่มีมักจะพบในการบอกทิศทางของคนไทยโดยทั่ว ๆ ไป

มัคคุเทศก์อีกคนหนึ่งให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการบอกทิศทางบอกว่าประเด็นสำคัญที่ต้องมีเสมอในการบอกทิศทางของเขา คือ การให้จุดสังเกตว่าอยู่ใกล้อะไร ใช้เวลาในการเดินทางไปที่นั่น

♣ พนักงานของบริษัทแห่งหนึ่งในตัวเมืองภูเก็ตบอกว่า เมื่อลูกค้าผู้ใช้บริการ หรือนักท่องเที่ยวถามเกี่ยวกับทิศทาง ถ้ารู้จักก็บอกไปเลยว่าไปอย่างไร แต่ถ้าไม่ทราบชื่อของสถานที่นั้น ๆ ก็จะถามกลับว่าสถานที่ที่ต้องการจะไปอยู่ที่ถนนหรือบริเวณใด สอบถามให้ชัดเจนว่าได้ข้อมูลมานั้นอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ใหญ่ ๆ อะไรบ้าง แล้วถึงจะเริ่มบอกทิศทางโดยการเอาแผนที่มาวาง และเริ่มชี้ว่าตอนนี้นักท่องเที่ยวอยู่ตรงจุดไหนในแผนที่ ชี้ตามถนนที่เขาจะต้องเลี้ยว ต้องเดินผ่านถนนเป็นบริเวณกี่บล็อก ถ้าธนาคารอยู่ใกล้ก็ได้บอกนักท่องเที่ยวให้ใช้ธนาคารเป็นจุดสังเกต และบอกด้วยว่าถ้าเดินไป

เองใช้เวลาที่นานที่ ถ้านั่งตุ๊กตุ๊กไปจะใช้เวลานานที่ แต่ไม่ได้พูดถึงการบอกราคาตุ๊กตุ๊กที่จะต้องจ่าย พนักงานคนนั้นบอก ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาถามเกี่ยวกับทิศทางมักจะมาพร้อมแผนที่

♣ คนขับรถรับจ้างส่วนมากบอกว่ามักจะมีแผนที่ไว้ในรถให้นักท่องเที่ยว เมื่อเขามาถามทาง เช่น คนขับรถตุ๊กตุ๊กคนหนึ่งเล่าให้ฟังว่า “นักท่องเที่ยวมาถามทางผมจากโรบินสันไปราไว ผมกางแผนที่ให้เขาดูแล้วบอกว่า Now we stay Robinson. If you want to go to Rawai, you take Chaofah Road. From here you take Rasada Road. Then you find the circle, Ranong Road. Then you take Ranong Road and to go Chaofah Road. This road you go straight then you go straight to Rawai. Take it easy.” ถ้าเขาถามว่าขึ้นรถได้ที่ไหนก็บอกว่า “At local market. You can take the bus”.

คนขับรถคนนี้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “ถ้านักท่องเที่ยวขออธิบายและคำแนะนำให้เข้าตุ๊กตุ๊กเพื่อไปส่งที่ขึ้นรถแต่ส่วนมากจะเดินไปเองไม่ว่าเราจะบอกราคาอย่างไรเขาก็จะเดิน” (ส่วนนี้คนไทยอาจจะไม่คุ้นเคยกับนิสัยของคนต่างชาติโดยเฉพาะคนตะวันตกซึ่งเขามักจะคุ้นเคยกับการเดินมากกว่าคนไทยซึ่งไม่ค่อยชอบเดิน เช่นเจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์ที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในอังกฤษเล่าให้ผู้วิจัยฟังเมื่อตอนไปศึกษาดูงานที่ประเทศอังกฤษในปี พ.ศ. 2540 ว่า มหาวิทยาลัยจะมีรถโดยสารไว้บริการนักศึกษาาระหว่างตึกเรียนต่าง ๆ แต่รถจะออกเป็นเวลากว่าถ้าใครไปถึงที่จอดไม่ตรงตามกำหนดเวลารถออกก็ต้องรอ ปรากฏว่านักศึกษาตะวันตกมักไม่รอและจะใช้การเดินไปยังตึกต่าง ๆ แต่นักศึกษาไทยที่ไปเรียนที่นั่นชอบที่จะใช้รถที่มหาวิทยาลัยจัดไว้ให้และไม่ว่าอะไรที่จะต้องรอ)

♣ ตำรวจ ในการสังเกตได้พบว่าตำรวจ (ซึ่งส่วนมากมักเป็นตำรวจท่องเที่ยว) จัดอยู่ในกลุ่มที่ไม่มี ความพยายามที่จะสื่อสารในการบอกทิศทาง แต่บางคนได้แสดงน้ำใจโดยการขับรถไปส่งให้ยังที่ที่ต้องการไปแทนการอธิบาย แต่จากการสัมภาษณ์กลับพบว่าตำรวจมีความพร้อมในการบอกทิศทางมาก ตำรวจที่ให้สัมภาษณ์บอกว่าเขาตีแผนที่ไว้บนโต๊ะพร้อมที่จะชี้ไปที่ไหนอย่างไร ตัวอย่างที่พูดให้ฟังคือ “We are here now. There is a little lane here. There is a little shop here. You walk straight. It's near ...”

ส่วนคนที่บอกทิศทางค่อนข้างจะสันไม่มี ความชัดเจน หรือ บอกสับสน มักจะเป็นกลุ่มคนที่แทบจะไม่มีพื้นฐานภาษาอังกฤษเลยแต่ด้วยอาชีพทำให้ไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงการพบกับชาวต่างชาติได้ เช่น พนักงานทำความสะอาดที่สนามบิน เมื่อถูกถามถึงทางไปห้องน้ำ เขาเข้าใจคำว่า ‘toilet’ ที่ทราบว่าเขาเข้าใจเพราะหันไปพูดกับเพื่อนว่า “อ้อ ห้องน้ำ” (ได้สังเกตว่าคนไทยส่วนมากจะไม่ตรวจสอบความเข้าใจกับผู้ถาม ชอบที่จะถามคนข้าง ๆ มากกว่า และเกือบทุกคนมีความเคยชินที่จะต้องแปลสิ่งที่ได้รับฟังเป็นภาษาไทยเสียก่อนจึงจะตอบ) แต่บอกทางไม่ได้ แล้วก็ชี้มือไปข้างหน้าโดยไม่มีรายละเอียด ขณะที่กำลังจะเดินไปเผชิญเหลือบไปเห็นป้ายบอกทางว่า “POLICE” ผู้วิจัยจึงถามคนทำความสะอาดด้วยการใช้ทั้งวัจนและอวัจนภาษาว่ามีสำนักงานตำรวจด้วยหรือ แต่ย้ำคำว่า “Police” พนักงานเข้าใจและหันไปพูดกับเพื่อนอีกเช่นเคยว่า “สงสัยตัวหาย” แล้วหันกลับมาถามว่า “ticket lost?” ผู้วิจัยตอบว่า “no..no” เขาก็พูดกับเพื่อนอีกว่า “ตัวไม่หายแล้วถามหาตำรวจทำไม” และหันกลับมาพูดว่า No ticket lost? พร้อมกับทำหน้างง ๆ (เป็นการยืนยันว่าคนไทยมีทักษะการฟังมากกว่าพูด) หลังจากเห็นป้ายว่ามีที่ทำงานของตำรวจที่ชั้นนั้นคณะวิจัยก็พยายามเดินไปตามลูกศรที่ชี้ข้าง ถามคนที่เจอข้าง ปรากฏว่าหาอยู่นานพอสมควรทั้ง ๆ ที่มีลูกศรชี้บอกทางในที่สุดก็พบห้องเล็ก ๆ ซึ่งเป็นสำนักงานของตำรวจที่นับได้ว่าซุกซ่อนอยู่ในมุมของชั้นสาม ของอาคารสนามบิน ได้สังเกตว่าการบอกทิศทางที่พบในภูเก็ต (และเกือบทุกที่ในเมืองไทย) ค่อนข้างจะมีปัญหา ถ้าเดินหาเองตามลูกศร หรือที่ป้ายชี้บอกทางบางที่ก็ไม่พบ หลังจากใช้เวลาพอสมควรในที่สุดก็เจอห้องที่ใช้เป็นสำนักงานตำรวจอยู่ในที่ที่ซึ่งชวนให้สงสัยว่านักท่องเที่ยวจะมีความอดทนในการหาสำนักงานนี้หรือไม่

ในการสัมภาษณ์คนไทยส่วนใหญ่บอกว่าไม่มีปัญหาในการบอกทิศทาง แต่วิเคราะห์จากภาษาที่พูดให้ฟังคิดว่า นักท่องเที่ยวไม่น่าจะฟังสิ่งที่คนไทยบางคนพูดรู้เรื่อง เช่น คนให้บริการนวดคนหนึ่งชี้หายาหัดกะรบนบอกผู้วิจัยว่า “เมื่อมีคนมาถามทางเราตอบได้” เมื่อผู้วิจัยขอให้ยกตัวอย่างให้ฟังเธอพูดว่า “You have motorbike? If you have no motorbike you can go took-took, taxi. When you have motorbike no good have many hill and gas on the road.” เธอเล่าเพิ่มเติมว่า เมื่อนักท่องเที่ยวขี่มอเตอร์ไซค์มาแวะถามทาง เธอมักจะพูดว่า “When you ride motorbike... you slowly... you no quickly motorbike. Now have gasoline on the road... not good for you. You have accident. Dangerous.” จากตัวอย่างของภาษาที่พูดให้ฟังนอกจากจะเป็นลักษณะของภาษาที่เข้าใจยากแล้วยังบ่งว่าผู้พูดไม่ได้ตอบคำถามเกี่ยวกับทิศทางแต่เป็นการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยานพาหนะ ที่พูดถึง “gasoline on the road” เพราะที่ภูเขตรถชนน้ำมันมักจะมีน้ำมันหยดอยู่บนพื้นถนนโดยเฉพาะทางขึ้นหรือลงเขาซึ่งมีอุบัติเหตุเกิดขึ้นบ่อย ๆ อาจจะเป็นสิ่งที่เขาทราบเกี่ยวกับการเดินทางจึงนำมาผูกโยงกับการอธิบายเรื่องทิศทาง นับเป็นการสื่อสารทางเดียวที่วางอยู่บนความคิดของตัวเองได้อีกตัวอย่างหนึ่ง คือตอบไปตามความคิดความเชื่อของเขาเกี่ยวกับอันตรายบนท้องถนน อย่างไรก็ตามจุดเด่นของตัวอย่างที่พบนี้คือการให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ซึ่งไม่ได้พบมากนักในการสื่อสารของคนไทยที่เกี่ยวกับการให้ข้อมูล และเป็นจุดที่ชาวต่างชาติให้ข้อสังเกตไว้มากกว่าคนไทยไม่ค่อยบอกเกี่ยวกับความปลอดภัย แต่คนให้บริการนวดคนนี้ก็กลับพูดถึงความปลอดภัยตลอดเวลา

ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งไม่มีความพยายามที่จะสื่อสาร พยายามหาหนทางหลีกเลี่ยงในการบอกทิศทางถ้าทำได้แต่ส่วนมากมักพยายามที่จะช่วยเหลือด้วยวิธีอื่น ตัวอย่างที่พบและได้กล่าวถึงโดยสังเขปข้างต้น คือ ตำรวจ ในการเก็บข้อมูลได้หาโอกาสถามทิศทางกับตำรวจสองครั้ง ครั้งแรกคือที่สนามบิน และครั้งที่สองที่ตำบลราไวย์

ที่สนามบินคือตอนที่พบตำรวจหน้าลิฟท์หลังจากที่กลับมาจากสำนักงานตำรวจที่ชั้นสามของอาคารท่าอากาศยาน คณะวิจัยแสร้งบอกตำรวจผู้หนึ่งที่ของของเราหายต้องการความช่วยเหลือ ตำรวจนายนั้นได้อธิบายด้วยภาษาที่พอจะเข้าใจได้ว่าตำรวจที่นั่นเป็นตำรวจของการท่าอากาศยานรับแจ้งเฉพาะเรื่องตัวหายเท่านั้น ถ้าเป็นเรื่องอื่นต้องไปที่ police station ซึ่งเขาไม่ได้บอกทิศทางว่าอยู่ที่ไหน แต่บอกว่า อยู่ไกลจากสนามบินประมาณ 20 นาที สามารถจะเช่ารถแท็กซี่จากชั้นล่างไปได้ เมื่อขอให้เขาอธิบายทิศทางเพื่อจะเดินไปตำรวจนายนั้นบอกว่า “No...no... taxi better ... down” พร้อมกับชี้ไปชั้นล่าง การบอกให้หารถรับจ้างไปนับเป็นการใช้หนทางอื่นแทนการบอกทิศทางและเป็นการตัดสินใจแทนผู้ถาม

ตำรวจอีกกลุ่มหนึ่งที่พบเป็นตำรวจท่องเที่ยวซึ่งขับรถมาจอดอยู่หน้าจุดตรวจที่ราไวย์ คณะวิจัยได้เดินเข้าไปถามทางไปโรงแรมแห่งหนึ่งที่บริเวณนั้น เขาบอกว่าอยู่ไม่ไกลจากที่ยืนอยู่ แต่ก็ไม่ได้บอกเส้นทาง เมื่อถามว่าเดินไปถึงหรือไม่ เขาบอกว่าถึงแต่นั่งรถไปดีกว่า เมื่อถามต่อว่ารถสองแถวเข้าไปส่งถึงที่ไหม ตำรวจตอบว่าไม่ขอให้ลงที่ปากทางแล้วเดินเข้าไป ได้ถามอีกว่าเราควรมีจุดสังเกตอะไร เพื่อทราบว่ามีอะไรที่ควรระวังจากรถ ตำรวจหันไปถามกันเองอยู่ครู่หนึ่ง คนที่ดูเหมือนเป็นหัวหน้าก็บอกลูกน้องว่าเอารถไปส่งเขาดีกว่า ตลอดเวลาที่นั่งมาในรถผู้วิจัยพยายามถามโน่นถามนี่แต่ได้พบว่าตำรวจท่องเที่ยวทั้งสองคนที่พาคณะวิจัยไปส่งที่โรงแรมภาษาอังกฤษไม่พอที่จะพูด ในกรณีนี้พบว่ามีไม่ตรึงตั้งใจที่จะสื่อสารแต่ขาดภาษา (ก่อนทำวิจัยเรื่องนี้ตำรวจท่องเที่ยวหลายนายเคยเล่าให้ฟังว่าการใช้วิธีพาขึ้นรถไปส่งง่ายกว่าการพยายามในการบอกทิศทางมาก)

ส่วนคนอื่น ๆ ที่ใช้วัจนกรรมในการสื่อสารเกี่ยวกับทิศทางแทนการใช้วัจนกรรมอธิบาย ที่พบ คือ

❖ พนักงานยกกระเป๋าของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในยางบอกว่าเมื่อแขกถามทางไปยังที่ต่าง ๆ ในบริเวณโรงแรม เขามักจะเดินพาแขกไปเองเพราะง่ายกว่าการที่จะอธิบาย แต่พนักงานคนนี้มีลักษณะของผู้สื่อสารที่ดีคือจะทวนถามที่แขกต้องการไปให้ชัดเจนเสียก่อน แล้วจึงพูดว่า “Follow me, please.” และเดินนำแขกไป

❖ คนขายของที่ร้านขายของที่ระลึกสองสามร้านที่หาดราไวย์เมื่อคณะวิจัยถามว่าที่จระรอดไปอ่าวฉลองอยู่ที่ไหน เขาบอกทิศทางด้วยการชี้ไปทางมินิมาร์ทใกล้ ๆ ตรงนั้นแล้วหันไปคุยกับเพื่อนต่อไม่แสดงความเอือมอาทว่าผู้ถามจะไปถูกหรือไม่

**การจัดการกับปัญหาหรือความไม่พอใจ** ได้พบว่าคนไทยไม่ให้ความสำคัญกับการที่จะต้องอธิบายให้ทราบที่กำลังจะแก้ปัญหาได้อย่างไร เพราะรู้สึกว่าจะต้อง “ช่วยอยู่แล้วไม่เห็นจะต้องบอก” สำหรับวิธีการแก้ปัญหาที่พบพอจะสรุปวิธีการจัดการของคนไทยต่อความไม่พอใจของนักท่องเที่ยวดังนี้

1. จัดการแก้ปัญหาอย่างเต็มกำลังความสามารถแต่ไม่อธิบายให้ผู้สื่อสารทราบ
2. อุตุนต่อความไม่พอใจ
3. ใช้ความสามารถจัดการกับความไม่พอใจได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอนและมีประสิทธิภาพ
4. ใช้อารมณ์เผชิญหน้ากับคนที่ไม่พอใจโดยตอบกลับค่อนข้างรุนแรง
5. ใช้วิธีการหลีกเลี่ยงปัญหา

#### วิธีที่ 1 จัดการแก้ปัญหาอย่างเต็มกำลังความสามารถแต่ไม่อธิบายให้ผู้สื่อสารทราบ

จากการสังเกตได้พบข้อมูลที่ตรงกับการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ในการจัดการกับปัญหาคนไทยไม่มีการสื่อสารด้วยวัจนภาษาโดยบอกให้ทราบว่ากำลังดำเนินการให้อย่างไร จะต้องใช้เวลาประมาณเท่าไร แต่จะใช้วัจนกรรมแบบไทยที่ให้ความหมายของการบอกให้รอเมื่อมีปัญหา แต่เป็นวัจนกรรมที่ไม่เด่นชัดและส่วนมากเป็น วัจนกรรมที่สื่อสารต่างวัฒนธรรมไม่สามารถเข้าใจได้หรือบางทีก็ไม่พอใจ เช่นยิ้มในขณะที่นักท่องเที่ยวมีปัญหา

ในวิธีนี้ได้ข้อมูลจากเรื่องท่องเที่ยวซึ่งเริ่มต้นด้วยการที่คณะวิจัยต้องซื้อตั๋วแพงกว่าที่ได้ยินโฆษณาจากวิทยุ เมื่อพูดถึงเรื่องนี้กับผู้หญิงที่นั่งขายตั๋วอยู่ทั้งสองคนดูจะเข้าใจดีแต่ก็ยิ้มเฉย ๆ โดยไม่มีคำอธิบาย ในขณะที่อยู่บนเรือคณะวิจัยได้สร้างสถานการณ์ที่แสดงความไม่พอใจเพื่อดูว่าพนักงานจะจัดการอย่างไรกับปัญหาของนักท่องเที่ยว สิ่งแรกคือบอกพนักงานบริการว่าเบียร์ไม่เย็น พนักงานบริการอาหารไม่ขอโทษไม่ว่าจะเป็นในรูปของวัจนภาษา หรือ วัจนภาษา คือไม่พูดอะไร หน้าตาสงบนิ่ง ไม่มี สีหน้าใด ๆ ที่แสดงการขอโทษ แต่แสดงความเข้าใจและสนองตอบโดยการกระทำคือไปเอาเบียร์ขวดใหม่มาให้ หลังจากนั้นผู้วิจัยก็แสดงความไม่พอใจ (complain) อีก โดยบอกคนที่ทำหน้าที่กับต้นว่าตัวที่ผู้วิจัยถืออยู่คือหมายเลข 13 ซึ่งควรจะอยู่บนเวที แต่ทำไมจึงจัดให้อยู่ที่โต๊ะ 48 ซึ่งอยู่ท้ายเรือคนละฟากกับเวทีกับต้นรับฟังปัญหาด้วยความสุภาพ ดูจากสีหน้าเดาว่าเขาคงเข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยบ่นแต่ไม่มีวัจนหรือวัจนกรรมใด ๆ หลุดรอดออกมาเพื่อแสดงการรับรู้ หลังจากนั้นอีกสักประมาณ 15 นาทีเมื่อไม่มีสิ่งใดเกิดขึ้น ผู้วิจัยก็บอกกับคนเสิร์ฟที่เดินผ่านมาให้ไปตามเรื่องนี้กับกับต้น สักครู่หนึ่งกับต้นเดินมาที่โต๊ะและพยายามสื่อสารด้วยภาษาที่จำกัดว่าจะจัดโต๊ะพิเศษให้ ที่จริงช่วงที่รออยู่ผู้วิจัยได้สังเกตและพยายามทำที่เป็นเดินไปตักอาหารเพื่อฟังดูว่าทีมงานจะจัดการกับปัญหานี้อย่างไร ปรากฏว่าเขาไปปรึกษากันว่าจะทำอย่างไร อีกคนหนึ่งเสนอว่าให้จัดโต๊ะเล็ก ๆ เสริมขึ้นมาโต๊ะหนึ่งวางไว้ใกล้ ๆ ทางเดินด้านที่มีการแสดงทั้งนี้เพราะตัวหมายเลข 13 ที่ควรเป็นของคณะวิจัยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นนั่งอยู่แล้ว การตกลงแก้ปัญหาสำเร็จสิ้นไปสักประมาณ ไม่เกิน 5 นาทีหลังจากที่ได้รับฟังปัญหาจากผู้วิจัย เมื่อแก้ปัญหาได้แล้วก็นั่งเฉย ๆ

โดยไม่กลับมามาก เข้าใจว่าคงรอให้ใกล้ ๆ เวลาที่จะมีการแสดงคงเดินมามาก ข้อสังเกตนี้ตรงกับที่นักท่องเที่ยวบอกว่า “They left me in the dark.” อย่างไรก็ตามเมื่อใกล้เวลาพนักงานก็จัดโต๊ะให้เสร็จและกับตันก็เดินนำพวกเขาไปที่โต๊ะ เมื่อถึงโต๊ะก็เชิญให้นั่งด้วยท่าที่สุภาพ วิธีการที่กับตันปฏิบัติต่อผู้วิจัยมีท่าทีของการขอโทษในแบบไทยที่ต้องใช้การสังเกต และต้องมีความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยจึงจะรู้สึกได้ ทั้งนี้เพราะได้สอบถามผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติว่าเขารู้สึกได้หรือไม่ว่าท่าทีที่กับตันแสดงออกเป็นการขอโทษ ปรากฏว่าเขาไม่รู้สึก (คนไทยโดยทั่ว ๆ ไปจะไม่ค่อยใช้วัจนภาษาในการขอโทษ แต่มักใช้อากัปกิริยาที่บางครั้งก็ยากที่จะเข้าใจ ถ้ามาจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน)

### วิธีที่ 2 อดทนต่อความไม่พอใจ

ตัวอย่างของผู้ที่ใช้วิธีนี้ที่พบจากการเก็บข้อมูลคือ

♣ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองที่สนามบินซึ่งเล่าให้ฟังถึงความไม่พอใจต่อนักท่องเที่ยว คือ การที่นักท่องเที่ยวบางคนไม่ใส่ใจในวัฒนธรรมของไทย เช่น บางคู่มายืนกดดูกันตรงหน้าเคาน์เตอร์ เขารู้สึกอึดอัด ไม่พอใจที่นักท่องเที่ยวไม่เคารพต่อวัฒนธรรมของเรา อีกเรื่องหนึ่งคือ การที่นักท่องเที่ยวบางคนโยนหนังสือเดินทางให้ ซึ่งน่าแปลกใจว่าทำไมจึงไม่ยื่นให้ดี ๆ ตำรวจนายนั้นบอกว่าด้วยความที่ไม่แน่ใจในวัฒนธรรมของผู้ที่มีกิริยาเช่นนั้นจึงพยายามไม่ถือ แต่ก็บอกว่า “ผมยอมรับว่าวินาทีที่เขาโยนมานั้นผมรู้สึกไม่พอใจทันที ต้องพยายามคิดว่าเขาไม่ถือกัน เราก็ควรปล่อยๆไปเพราะเขาก็ไม่รู้ว่าคนไทยถือว่าการทำเช่นนั้นไม่สุภาพ เขาเองเป็นนักท่องเที่ยวอยากให้เรากลับไปด้วยความรู้สึกดีก็ไม่อยากมีเรื่องกับเขา มีบ้างที่ผมชักสีหน้าไม่พอใจแต่ก็ไม่พูดว่าอะไร การปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวต่อเรามีผลอย่างมากที่เราจะพูดคุยด้วยหรือไม่ ถ้าเขามาดี ท่าทางเป็นมิตรเราก็ทักทาย สวัสดี ถ้าเขามาไม่ดีเราก็ชักสีหน้า”

เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองในเมืองภูเก็ตก็มีแนวปฏิบัติต่อการจัดการกับปัญหาล้ำคล้ายคลึงกัน ได้บอกกล่าวความรู้สึกเดียวกันนี้ให้ผู้วิจัยทราบคืออายุเมื่อนักท่องเที่ยวโยนเอกสารแสดงความโกรธพุดเสียงดังแต่ต้องอดทน พยายามคิดว่าจะอธิบายอย่างไรเมื่ออธิบายไม่ได้ก็เงียบเฉยเสีย

♣ ตัวแทนของบริษัทท่องเที่ยวหลาย ๆ แห่งมักจะพบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน คือ บางครั้งเจอนักท่องเที่ยวที่จัดการยากมาก มีความคาดหวังสูง ไม่พอใจห้อง ไม่พอใจทุกอย่าง ก็พยายามอดทน ตัวแทนท่องเที่ยวคนหนึ่งบอกว่าถ้าความไม่พอใจมีที่มากที่อธิบายได้ก็จะอธิบาย แต่ถ้าอธิบายไม่ได้ก็จะอดทน เขาบอกว่า “บางครั้งอึดอัด วัฒนธรรมต่างกัน บางครั้งอธิบาย พยายามดูแลอย่างดี เขาก็ยังไม่เข้าใจ expect สูง” กรณีที่ใกล้เคียงกันนี้ตัวแทนท่องเที่ยวอีกบริษัทหนึ่งก็บอกคล้าย ๆ กันว่า “มีบ้างที่เจอลูกค้าผู้ใช้บริการที่จัดการยากมาก ๆ ผมก็จะรู้สึกอึดอัดและโกรธเหมือนกันอารมณ์โกรธอาจออกทางสีหน้าของผมนิดหน่อยแต่ผมจะพยายามเก็บอารมณ์ พยายามเข้าใจเขาเพราะหลายครั้งเป็นความผิดของเอเยนต์ที่ต่างประเทศที่ให้ข้อมูลลูกค้าผู้ใช้บริการมาอย่างนั้น เอเยนต์เห็นแคโบรชัวร์แล้วก็ให้ข้อมูลตามที่เขาเข้าใจหรือตามข้อมูลที่โบรชัวร์พยายามจะโฆษณาโรงแรมของตัวเอง ผมจะพยายามไม่โกรธลูกค้าผู้ใช้บริการ บางคนเขาแค่อยากระบายความไม่พอใจของเขาให้เราฟังแค่นั้น ถ้าเราช่วยได้ก็ดีไป”

♣ พนักงานที่เคาน์เตอร์ให้เขารถที่สนามบินเล่าให้ฟังว่า เมื่อนักท่องเที่ยวแสดงความโกรธพุดเสียงดังและตบที่เคาน์เตอร์อย่างแรง เธอทั้งโกรธและอายจนทำอะไรไม่ถูกแต่ก็ต้องอดทนเพราะไม่ทราบจะทำอะไรให้ดีกว่านั้น

♣ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของการท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ตบอกว่า นักท่องเที่ยวบางคนหงุดหงิดที่เจ้าหน้าที่ไม่มีภาษามากพอที่จะตอบคำถามของเขาโดยเฉพาะเมื่อเขาต้องการข้อมูลด่วนและเกิดอาการหงุดหงิด โมโหถึงกับสบถคำหยาบออกมาต่อหน้า เจ้าหน้าที่คนนั้นบอกว่าต้องระงับอารมณ์ไม่ให้โกรธตอบเพราะคิดว่าถ้ายิ่งโกรธและแสดงอาการไม่พอใจกลับไปก็จะทำให้เพิ่มความโมโหให้กับนักท่องเที่ยวอีก เขาอาจจะได้ตอบกลับมารุนแรงกว่าเดิมได้ซึ่งจะทำให้เรื่องยุ่งยากขึ้นไปอีก

♣ เจ้าของร้านขายของที่ระลึกแห่งหนึ่งบอกว่าการท่องเที่ยวชาวอิตาลีอารมณ์ร้อนมาก เมื่อไม่พอใจบางที่ถึงกับปาของใส่คนไทย แต่ไม่ได้คิดจะจัดการอย่างไรส่วนมากก็จะเฉย ๆ บางครั้งเขาหายโกรธแล้วเขาเป็นฝ่ายกลับมาขอโทษ

♣ มัคคุเทศก์บางคนเคยมีประสบการณ์ที่ถูกนักท่องเที่ยวบ่นเรื่องสภาพอากาศ ไม่ได้อธิบายอะไรพยายามอดทนเข้าไว้ก่อน แต่เมื่อมีโอกาสก็จะไปหาข้อมูลเพื่อว่าเมื่อนำเที่ยวในคราวต่อไปจะได้มีข้อมูลมาบอกให้นักท่องเที่ยวทราบก่อน มัคคุเทศก์คนหนึ่งบอกว่าบางที่ถึงกับลงทุนไปเที่ยวทดลองด้วยตัวเองเพื่อจะได้แนะนำนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องยิ่งขึ้นว่า tour ไหนควรไป หรือ ไม่ควรไปเพราะสภาพอากาศไม่ดี หรือเพราะ เหตุอื่น

วิธีที่ 3 ใช้ความสามารถจัดการกับความไม่พอใจได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอนและมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างที่พบ คือ

♣ พนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งที่ป่าตองซึ่งบอกว่า “หากแขกบ่นการบริการ แดงจะฟังจนแขกพูดจบก่อน แล้วขอโทษและถามแขกว่า ถ้าทำแบบนี้ OK ไหม เพราะบางครั้งแขก request ในสิ่งที่ขัดกับ policy ของโรงแรม ถ้าแขกไม่ OK จะไปบอก supervisor ให้มา clear ให้ว่าไม่สามารถทำตามต้องการของแขกได้เพราะ ขัด Policy โรงแรม แต่ก็ให้นำเข้า morning brief แขกก็จะพอใจ” นับว่าพนักงานผู้นี้มีแนวคิดและการจัดการกับปัญหาเป็นขั้นเป็นตอน

♣ คนไทยที่ทำงานอยู่ที่โรงแรมแห่งหนึ่งแถวป่าตองเล่าว่าในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติบางคนไม่เข้าใจกฎระเบียบของโรงแรม แสดงความไม่พอใจที่ไม่สามารถทำตามที่ต้องการได้ เขาจะพยายามอธิบาย ถ้าสถานการณ์เอื้ออำนวยก็ยอมที่จะยืดหยุ่นให้ ถ้าไม่เอื้ออำนวยก็จะให้พบกับผู้จัดการ

♣ ตัวแทนนักท่องเที่ยวคนหนึ่งบอกว่า “นักท่องเที่ยวบางคนไม่ไว้ใจ check ทุกอย่างเลย กลัวถูกหลอก ขอ voucher ยังไม่ยอมให้ดูเลยต้องไปถึงโรงแรมก่อน คนพวกนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่อธิบายให้เข้าใจอะไรได้ยาก ต้องใจเย็นให้เขาดูชื่อเขาในใบงาน ชื่อบริษัท แต่ระหว่างทางก็จะชวนคุยน้อยลง และสังเกตดูท่าทางเขาไปด้วย”

♣ ตัวแทนท่องเที่ยวของบริษัทแห่งหนึ่งบอกว่า บางเรื่องนักท่องเที่ยวได้ข้อมูลมาอย่างหนึ่ง แต่พอนคนไทยบอกอีกอย่าง นักท่องเที่ยวก็จะเถียง ไม่พอใจโดยบอกว่าที่เขารู้มาเป็นอีกอย่างหนึ่ง ก็ต้องอธิบายว่าไม่ใช่ จริง ๆ แล้วเป็นแบบนี้ Tour representative คนหนึ่งบอกวิธีการแก้ปัญหาของเขาว่า “ปัญหาหนึ่งที่พบบ่อยคือลูกค้าผู้ใช้บริการไม่พอใจห้องที่โรงแรมอาจจะสกปรกบ้าง ไม่สวยหรือไม่ได้ห้องที่มีวิวทะเลตามที่ตัวแทนขายทัวร์บอกมา อาหารไม่ดี เราต้องรับผิดชอบทั้งหมด การจัดการปัญหาแบบนี้แต่ละครั้งผมจะดูก่อนว่าผิดที่ เอเยนต์ของเราเองหรือไม่ หรือผิดที่โรงแรม หรือลูกค้าผู้ใช้บริการเข้าใจผิดเอง ลูกค้าผู้ใช้บริการบางคนมีความคาดหวังสูงพอมาเจอแบบนี้เขาก็ไม่พอใจ หน้าที่ของผมคือผมจะติดต่อกับคนของโรงแรมเพื่อดูว่าเรื่องราวเป็นอย่างไร เช่น แขกจองห้อง Ocean View มาแต่เขาบอกว่าโรงแรมไม่ได้ให้ห้องนี้แก่เขา เมื่อผมสอบถามทางโรงแรมเขาก็บอกว่า นี่แหละคือห้อง Ocean View ของเขา ซึ่งพอเปิดประตูหรือหน้าต่างออกไปก็จะเห็นทะเลอยู่ไกลๆ ห้องที่จะเปิดประตูออกมาแล้วเจอทะเลอยู่ตรงหน้านั้นจะต้องเป็นห้อง Suite แต่ความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการเมื่อเขาจองห้องกับเอเยนต์คือห้องที่ติดกับทะเล เปิดมาก็เจอทะเลเลยไม่ใช่เห็นไกล ๆ อย่างนี้ ผมต้องทำหน้าที่อธิบายให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเข้าใจความแตกต่างตรงนี้ การจัดการกับปัญหาของผมเกี่ยวกับเรื่องแบบนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการด้วยว่า เขาคาดหวังสูงแค่ไหน ถ้าลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นคนเข้าใจง่ายหน่อย และความคาดหวังไม่สูงนัก แค่อธิบายว่า This room is the ocean view but not one hundred percent to see the ocean. If you want to see the ocean view, that has to be the suite room. เขาก็จะเข้าใจ แต่ถ้าแขกที่มีความคาดหวังสูงและยังไม่พอใจอยู่ไม่ว่าผมเสนอทางเลือกไหนเขาก็ไม่รับ ผมก็จะติดต่อเอเยนต์ที่ต่างประเทศโดยให้เขาเขียนฟอร์ม Complain ไป ประมาณ 2-3 วันทางเอเยนต์เขาจะจัดการจ่ายค่า Claim คืนให้เองโดยที่ผมไม่ต้องจัดการปัญหาซ้ำอีก ลูกค้าผู้ใช้บริการบางคนก็รับข้อเสนอของผม เช่น เปลี่ยนห้อง และจ่ายเงินเพิ่ม หรือย้ายโรงแรมตามความ



ชอบของเขา”

♣ เรื่องราคาก็เป็นปัญหาใหญ่ที่นักท่องเที่ยวบ่นมาก เจ้าของร้านขายของที่ระลึกแห่งหนึ่งแถวโรบินสันกล่าวว่า “คนไทยด้วยกันเองที่โกงราคาสินค้ากันเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเข้าใจว่าเมื่อซื้อสินค้าในเมืองไทยต้องต่อเยอะๆ เข้าไว้ ทั้ง ๆ ที่บางร้านไม่ได้ตั้งราคาสูงไว้ให้ต่อ” เธอได้อธิบายให้นักท่องเที่ยวฟังว่าไม่ใช่คนไทยทุกคนหรือร้านทุกร้านตั้งราคาสูง ร้านของเธอไม่ได้ตั้งราคาสูงเพื่อให้ต่อ

♣ ผู้หญิงที่ทำงานที่เคาน์เตอร์ทัวร์ที่หาดกะตะคนหนึ่งเล่าว่านักท่องเที่ยวบ่นเรื่องราคาค่ารถที่แตกต่างกันระหว่างคนไทยและนักท่องเที่ยว บางทีก็เป็นความเข้าใจผิดเรื่องราคาค่ารถที่มาจากสนามบิน และที่กลับไปสนามบินซึ่งไม่เท่ากัน นักท่องเที่ยวมักแสดงความไม่พอใจในแง่ที่รู้สึกแฉะว่าถูกเอาเปรียบ เช่นค่ารถตู้ที่นั่งกันมาหลายคนจากสนามบินไปหาดกะตะราคาเพียง 120 บาท แต่ตอนขากลับแพงกว่า ต้องอธิบายว่าที่สนามบินการท่าฯ สามารถควบคุมราคาได้ แต่ตอนขากลับไปสนามบินเป็นของเอกชนจึงต้องแพงกว่า นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าใจได้ เขาโกรธเลยไปยังรัฐบาลและบอกว่า “Your government is very bad. Everything in Phuket is very expensive.” แม้จะพยายามอธิบายเท่าไรบางคนก็ไม่ยอมรับฟัง ปัญหาเรื่องรถเป็นปัญหาที่สร้างความไม่พอใจให้นักท่องเที่ยวค่อนข้างบ่อย ไม่เพียงแต่เรื่องการเดินทางไป – มาระหว่างสนามบินและที่พัก แม้แต่ปัญหาเรื่องรถประจำทางในเมืองภูเก็ต ก็ทำให้นักท่องเที่ยวบ่นอยู่บ่อย ๆ ว่าน่าจะจัดได้โดยเฉพาะสายนอกๆ ซึ่งจะลดอุบัติเหตุจากการที่นักท่องเที่ยวต้องขับรถมอเตอร์ไซด์ ค่าบ่นได้กินความไปถึงการขอให้แก้ไข ปัญหาที่ต้นเหตุ ไม่ใช่แก้ที่ปลายเหตุ พนักงานผู้นี้บอกว่าเธอจะอดทนและพยายามอธิบายเท่าที่จะทำได้ว่าสาเหตุที่ภูเก็ตไม่สามารถจัดเรื่องรถประจำทางได้เพราะมีปัญหาที่เกี่ยวระหว่างรถตุ๊กตุ๊กและรถประจำทางเป็นเรื่องของสัมปทาน แต่สิ่งเหล่านี้ยากที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเข้าใจได้ โดยเฉพาะชาวสแกนดิเนเวียที่มาจากสังคมที่รัฐจัดความสะดวกสบายทุกอย่างให้แก่ประชาชนของเขา เขาบอกว่าไม่น่าจะเป็นเรื่องที่แก้ไม่ได้

♣ ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวคนหนึ่งบอกว่า ความไม่พอใจของนักท่องเที่ยวบางครั้งเกี่ยวกับคนไทยที่ทำงานร่วมกัน เช่นนักท่องเที่ยวบ่นบอกว่า คนขับรถขับเร็วเกินไป ซึ่งตัวเองไม่สามารถแก้ปัญหาได้เพราะไม่ทราบว่าจะบอกคนขับรถอย่างไรเนื่องจาก “คนขับรถอวดูโสกว่าและไม่เชื่อฟัง” เขาได้อธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบและได้แนะนำให้นักท่องเที่ยวบอกกับบริษัทโดยตรง โดยพูดว่า “I am sorry about the driver. I know you're upset about the thing he did. Please complain to the company directly.” (จากตัวอย่างจะเห็นว่าตัวแทนท่องเที่ยวผู้นี้ไม่ได้บอกเหตุผลที่แท้จริง)

♣ พนักงานบริการที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งที่หาดกะรนบอกว่านักท่องเที่ยวไม่สามารถรับประทานอาหารที่สั่งมาได้และต้องการคืน เธอรู้สึกไม่พอใจแต่ต้องพยายามหาวิธีอธิบายเพื่อไม่ให้เขาโกรธ เธอบอกว่าการหาหนทางและพยายามเผชิญหน้ากับปัญหาด้วยความสงบ เหตุการณ์ก็ผ่านไปด้วยดี

♣ คนที่เป็นผู้ฝึกสอนการนวดแผนไทยที่สถานีอนามัยตำบลมลาบอกว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจคือ การฉีดนัต เขาบอกว่า เมื่อตัวเขาฉีดนัตเขาจะไปหานักท่องเที่ยว หรือแขกเพื่อขอโทษยอมให้เขาว่า แต่หลังจากนั้น เขาก็มาทุกวัน ในทางกลับกัน นัตแล้วนักท่องเที่ยวไม่มาก็มี โดยที่ไม่บอกอะไร เราเสียเวลาแต่ก็ไม่ได้โกรธ บางคนมาไม่ได้ โทรศัพท์มาบอกก็มี

♣ พนักงานเก็บเงิน (Cashier) ผู้หนึ่งบอกว่าปัญหากับนักท่องเที่ยวมีน้อย ที่มีมักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการคิดราคาผิดเมื่อแขกมาถามก็จะตรวจสอบให้ใหม่ ถ้าผิด ก็ขอโทษ โดยพูดว่า “I'm very sorry, sir/madam. It's my mistake.” ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะไม่ถือ แต่ถ้าไม่ผิด ก็จะยืนยันว่าเป็นราคานี้ ๆ จริงๆ ถ้านักท่องเที่ยวยังไม่ยอมจะขอให้ผู้จัดการมาคุยด้วย ถ้าเป็นปัญหาปกติจะพยายามอธิบายและจัดการกับปัญหาด้วยตนเอง

วิธีที่ 4 ใช้อารมณ์เผชิญหน้ากับคนที่ไม่พอใจโดยตอบกลับค่อนข้างรุนแรง ตัวอย่างที่พบ คือ

♣ เจ้าหน้าที่ตำรวจกองตรวจคนเข้าเมืองนายหนึ่งซึ่งสำนักงานกองตรวจคนเข้าเมืองภูเก็ตบอกว่าถ้านักท่องเที่ยวที่วอยวายและพูดอะไรที่ไม่ดีเกี่ยวกับเมืองไทยออกมาซึ่งพอจะจับความได้ว่านักท่องเที่ยวกำลังดูถูกเรา เช่น พูดว่าเราด้อยพัฒนา และข่มเรา ในกรณีเช่นนี้ตำรวจนายนั้นบอกว่าเขาจะไม่ทนและชี้หน้าไปเลยว่า “You, bad man.” แต่ถ้านักท่องเที่ยวบ่นไม่พอใจเฉย ๆ จ้าก็เพียงแต่บอกว่า “Take it easy” เพราะไม่มีภาษาพอที่จะอธิบายอะไรได้มากไปกว่านั้น

♣ คนให้บริการที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งที่กะจนแล้วว่าปัญหาที่พบแขกไม่พอใจที่อาหารมาช้า เขาไม่ต้องการจะรอ และจะจ่ายเฉพาะที่รับประทานไปแล้ว (ซึ่งบางแห่งในประเทศตะวันตกทำได้เพราะถือว่าการให้บริการไม่มีประสิทธิภาพ) ร้านอาหารไม่ยอมบอกว่า เขาจะไปเรียกตำรวจ ซึ่งในที่สุดแล้วนักท่องเที่ยวต่างชาติก็ยอมจ่ายให้

♣ เจ้าของกิจการให้เข้าร่วมและเก้าอี้บริเวณหาดกะรนบอกว่า “บางทีพูดกันกับนักท่องเที่ยวไม่รู้เรื่องเขาก็ด่าเรา เราก็ด่าเขา เช่น ขอเก็บค่าเข้าร่วมเขาไม่ให้ คุณกันไม่รู้เรื่องก็ต้องเรียกตำรวจ”

♣ คนไทยบางคนให้ข้อสังเกตว่านักท่องเที่ยวต่างชาติอยากได้ความจริงใจจากคนไทย ไม่อยากให้คนไทยเอาเปรียบแต่ที่จริงแล้วนักท่องเที่ยวต่างชาติก็มีหลายรูปแบบจะเอาแต่ได้อย่างเดียว หรือมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องและมีความหวาดระแวงว่าจะถูกเอาเปรียบก็มีไม่น้อย เช่นประสบการณ์ที่เจ้าของร้านซักรีดที่หาดกมลา เล่าให้ฟังคือ “ลูกค้าผู้ใช้บริการต่อราคาถามมาก หลังจากนั้นก็ให้ดูตารางค่าบริการและอธิบายให้ฟังแล้วก็ต่อราคา บอกเคยซักที่อื่น เช่นที่กาญจนบุรีคิดเป็นกิโล ๆ ละ 13 บาท ญาก็อธิบายว่า Here is Phuket, never in Kanjanaburi, no kilo ถ้าลูกค้าผู้ใช้บริการต่อมาก ๆ ไม่พอใจ ญาก็จะบอกว่า OK up to you, you can go and check other shops. บางครั้งเคยทะเลาะด่ากันเลย เช่น ลูกค้าผู้ใช้บริการมาทางกางเกงยีนส์ ญ่าบอกไม่ได้ส่งที่ร้าน I write every time, when you came, I have list, how many pieces. When you send your jeans? ลูกค้าผู้ใช้บริการบอกว่า On Friday. ญ่าบอก I close on Friday, you know? เขาบอก I throw it in front at the shop. ญ่าบอกว่า No body here, you know, it's Friday, holiday, everybody close. ฝรั่งไม่พอใจด่าคำหยาบ ญ่าก็ด่ากลับคำเดียวกัน แล้วบอก You go away. แต่บางคนด่ากันแล้ว หลังจากนั้นก็ยังกลับมาให้บริการอีก บางครั้งถึงขนาดปาผ้าใส่กันเลย เขามาว่าคนไทยไม่ดีอย่างนั้นอย่างนี้ “No Good” ญ่าจะโกรธถามว่า Why you come to Thailand, why don't you live in your country? I don't like what you say. I'm Thai.” แต่ถ้าเป็นความไม่พอใจกันเฉย ๆ อันเนื่องมาจากลูกค้าผู้ใช้บริการจุกจิก เช่น รีดปกเสื้อย่นนิดหน่อยก็ไม่ได้ เธอจะพยายามประนีประนอมโดยการถามว่า Are you OK? ซึ่งเธอหมายความว่าพอรับงานแบบนี้ได้ไหม แต่ก็มักจะบอกเขาเสมอว่าถ้าเขาไม่พอใจจริง ๆ ก็จะทำให้ใหม่ (If you don't like, tell me, I try again but tomorrow you come back to take it.)

วิธีที่ 5 ใช้วิธีการหลีกเลี่ยงปัญหา ตัวอย่างที่พบ คือ

♣ คนบริการที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งแถวหาดกะตะบอกว่าถ้า นักท่องเที่ยวไม่ยอมจ่ายเงิน ก็จะไม่คุยด้วย แต่เรียกเพื่อนให้มาจัดการแทน หรือ ถ้ามีนักท่องเที่ยวมาทำไม่สุภาพเพราะเข้าใจผิดว่าคนบริการเป็นเหมือนผู้หญิงบาร์ก็จะเรียกเจ้าของร้านมาจัดการ

♣ พนักงานที่คานันเตอร์ให้เช่ารถของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในหานเล่าว่า บางครั้งปัญหาจะมาจากเรื่องส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเองแต่เมื่อเขาวอยวายทำเสียงดังคนไทยหลายคนจะไม่คุ้นเคย มักจะตกใจ หรืออาย เธอเล่าว่า “วันหนึ่งแขกมีปัญหารื่องการเช่ารถ ที่จริงเป็นปัญหาส่วนตัวของเขากับแฟนที่ต้องตีสรถออกไป 2 ครั้ง เมื่อต้องจ่ายเงินมี bill 2 ใบ เขากววยววยไม่ยอมจ่าย ในตอนนั้นรู้สึกเครียดและสับสน คิดว่าตัวเองคงมีปัญหาเรื่องภาษา จึงทำให้แขกเข้าใจไม่ได้ ประกอบกับ ไม่คุ้นเคยกับการวอยวายและภาษาที่แขกใช้เมื่อโกรธ” จึงตัดสินใจแจ้งให้ผู้จัดการทราบเพื่อขอให้เขาช่วย

แก้ปัญหาให้

เรื่องอื่น ๆ ที่สร้างความไม่พอใจให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ได้บอกได้ว่าอธิบายหรือทำอะไร เช่น

♣ การที่คนไทยต้องการหา commission .ในการขายบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประเด็นที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติน่าจะมากเพราะการที่มีคคเทศก์ หรือ คนขับรถตุ๊กตุ๊ก พาเขาแะในที่เขาไม่ต้องการ เช่น เขาต้องการไปห้างสรรพสินค้า แต่ขอให้เขาแะร้านขายเพชร เพราะมีคคเทศก์ หรือ คนขับรถตุ๊กตุ๊ก เหล่านั้นต้องการได้“ค่าน้ำ” (commission) จากร้านขายเพชร

♣ พนักงานบริการในร้านอาหารแห่งหนึ่งที่หาดกะตะ บอกว่าถ้านักท่องเที่ยวต่างชาติพูดไม่รู้เรื่องก็หยิบเมนูให้เลย และถ้าเจอนักท่องเที่ยวที่มีปัญหา ก็จะปรึกษากับเพื่อนร่วมงานเสียก่อนว่าจะจัดการกันอย่างไร

♣ พนักงานของบริษัททัวร์แห่งหนึ่งบอกว่า มีบางครั้งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติบ่นว่ามีของหายระหว่างไปทัวร์ พนักงานบอกว่าได้พยายามช่วยเต็มที่ แต่ถ้าหาไม่เจอก็ต้องขอโทษ แต่บางทีนักท่องเที่ยวก็ลืมไว้ที่โรงแรมบ้าง ลืมไว้ที่อื่นบ้าง ดังนั้นจะไม่ขอคืนเงินให้นักท่องเที่ยวเพราะเหตุนี้ เพราะบริษัทเองก็ไม่อยากเสียเปรียบถ้านักท่องเที่ยวพูดไม่จริง

♣ คนไทยคนหนึ่งซึ่งเคยเป็นพนักงานของโรงแรมชั้นดีแห่งหนึ่งแถวหาดกมลา(แต่ตอนนี้ออกมาประกอบอาชีพอิสระคือมาดูแล mini-mart เล็ก ๆ ของครอบครัว) เล่าว่าพนักงานทุกคนได้รับการบอกกล่าวจากผู้จัดการให้อดทนต่อความไม่พอใจ (complaint) ของแขก ถึงจะโกรธอย่างไรก็ต้องยิ้ม ถึงแม้พนักงานจะไม่ผิดก็ต้องขอโทษแขก และ บริการแขก ให้ดีที่สุดตลอดเวลา แต่ ผู้หญิงคนนี้บอกว่า เธอไม่เห็นด้วยที่หัวหน้าของเธอบอกให้อดทนดังกล่าว เธอให้ความเห็นว่าต้องดูก่อนว่าปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นความผิดของโรงแรม หรือของพนักงาน ถ้าไม่ใช่ความผิดของพนักงาน เธอเห็นว่าไม่ควรอดทนแต่ควรอธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบ เธอยกตัวอย่างจากประสบการณ์ให้ฟังว่า มีอยู่ครั้งหนึ่งแขกของโรงแรมบ่นว่า เขาได้รับเสื้อที่ส่งซักช้า ได้อธิบายให้ผู้จัดการทราบว่าเป็นเพราะแขกติดป้ายห้ามรบกวนไว้หน้าห้อง และเธอไม่สามารถรับผ้าไปซักได้เพราะต้องรอจนแขกออกจากห้อง ทำให้ไม่สามารถส่งให้ทันเวลาซึ่งไม่ได้เป็นความผิดของเธอ แต่ผู้จัดการก็ขอให้เธอขอโทษแขกเธอบอกว่าความจริงถ้าแขกไม่ถูกฝ่ายที่ให้บริการก็ควรมีสิทธิอธิบาย แต่เธอก็เห็นด้วยที่ต้องพูดดี ๆ ใช้ภาษาสุภาพในการอธิบาย

#### การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับบ้านเมืองของคนไทยและนักท่องเที่ยว

ไม่ค่อยได้พบคนไทยที่สามารถสื่อสารเรื่องราว วิถีชีวิตของตัวเองให้นักท่องเที่ยวทราบได้มากนัก ส่วนที่เจอบ้างก็พบว่าพูดได้ค่อนข้าง “กระต่อนกระแต่น” โดยไม่ลงลึกถึงสาระสำคัญ ข้อมูลที่ได้มาเป็นเพราะผู้วิจัยพยายามซักไซ้ไล่เลียงมากกว่าที่จะอธิบายออกมาอย่างเป็นธรรมชาติ ซึ่งในความเป็นจริงคิดว่านักท่องเที่ยวอาจจะไม่พยายามซักไซ้ไล่เลียงดังเช่นที่ผู้วิจัยทำ มีกรณียกเว้น คือ มีคคเทศก์ ที่สามารถอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของไทยได้ดีทั้งภาษาเรื่องราว และความเหมาะสม การบันทึกข้อมูลในประเด็นนี้ได้จัดกลุ่มการให้ข้อมูลของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มมีคคเทศก์และตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มพนักงานโรงแรมทั้งที่กำลังทำงานอยู่ในโรงแรมโดยตรงและงานที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม เช่น พนักงานเคาน์เตอร์รถเช่าที่ให้บริการอยู่ที่โรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง ตลอดจนพนักงานที่ดูแลความปลอดภัยชายหาดของโรงแรม

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้ประกอบอาชีพอิสระ

กลุ่มที่ 4 คือ กลุ่มที่แสดงความเป็นไทยด้วยการกระทำ

กลุ่มที่ 5 คือ กลุ่มที่ไม่สามารถพูดถึงเรื่องราวความเป็นไทย

### กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มมัคคุเทศก์และตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว

มัคคุเทศก์โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ที่ใส่ใจในการเรียนรู้งานของตนจะให้ข้อมูลได้ลึกซึ้ง และได้พบว่าพยายามเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา เช่น

♣ มัคคุเทศก์ที่นำเที่ยวในรายการที่ผู้วิจัยซื้อทัวร์ไปกับนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ผู้นี้ได้แทรกความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมเข้าไปในการนำเที่ยวเมื่อโอกาสเหมาะ เช่น เมื่อกล่าวทักทายนักท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษแล้วก็ตามด้วยการบอกแก่นักท่องเที่ยวว่าในเมืองไทยเราจะทักทายกันด้วยคำว่าสวัสดิ์ พร้อม ๆ กับการไหว้ ได้แสดงวิธีไหว้ให้นักท่องเที่ยวในรถดูพร้อมกับบอกเรื่องสำคัญ ๆ เกี่ยวกับการไหว้ แต่ก็ไม่ได้เป็นการบรรยายเกี่ยวกับการไหว้เพราะเป็นรายการท่องเที่ยว นอกเหนือจากนั้นมัคคุเทศก์ผู้นี้ก็ได้แทรกเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย เข้าไปในการนำเที่ยวตลอดเส้นทางในโอกาสที่เหมาะสม เช่นการกล่าวขอบคุณ เรื่องเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนา เป็นต้น จากการพูดคุยได้ทราบว่ามัคคุเทศก์ผู้นี้จบการศึกษาจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เอกอังกฤษ

♣ มัคคุเทศก์อีกคนหนึ่งจบการศึกษาจากคณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ในการสัมภาษณ์เขาได้บอกกับผู้วิจัยว่า “เรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ของบ้านเรานั้นผมได้มาจากการอบรมทัวร์ไกด์ที่มหาวิทยาลัยจัด และอ่านหนังสือเอาเอง เรารู้ว่าในงานของเราเราต้องใช้ข้อมูลเหล่านี้เราจึงต้องหามาอ่านให้ได้มากที่สุด อย่างเมื่อก่อนผมไม่รู้ว่าเจ้าอาวาสเรียกว่าอะไร ผมก็ใช้ทักษะที่เรียนวิชาภาษาอังกฤษมาใช้คำอื่นง่าย ๆ ที่เรารู้จักมาอธิบาย ผมบอกว่า The chairman of the temple. พอตอนหลังเรียนรู้คำศัพท์ที่ว่า Abbot ผมก็ใช้คำนั้นตลอดมา” ด้วยเหตุนี้มัคคุเทศก์ผู้นี้ จึงสามารถบอกเล่าถึงเรื่องราวของบ้านเมืองและท้องถิ่นของตนได้ดี อย่างเช่นที่มัคคุเทศก์ผู้นี้บอกอีกตอนหนึ่งว่า “การให้ข้อมูลผมจะไม่ให้เฉพาะข้อมูลส่วนที่เป็นทางด้านกายภาพอย่างเดียว แต่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเชื่อของคนไทยที่แฝงอยู่ด้วย เช่น ที่วัดฉลองแขกจะชอบมากเป็นพิเศษเพราะที่บ้านเขาไม่มีแบบนั้น ที่วัดจะมีบานประตูแกะสลัก หรือภาพวาดแสดงเรื่องราวในพระเวทสันดรชาดก ผมก็เล่าให้เขาฟังถึงการทำทานที่ยิ่งใหญ่ คือการบริจาคลูกของตัวเอง ประวัติศาสตร์ของศาสนาพุทธ และความเชื่อของคนไทยเกี่ยวกับการกลับชาติมาเกิด การทำความดีเป็นต้น ผมรู้เนื้อหาเรื่องราวพวกนี้พอสมควร ส่วนเรื่องคำศัพท์ผมก็ให้คำที่เข้าใจง่าย คำสั้น ๆ ถ้าไม่รู้จักคำศัพท์เฉพาะก็จะอธิบายอ้อม ๆ แขกก็เข้าใจ”

นอกเหนือจากประเพณีต่าง ๆ แล้ว มัคคุเทศก์ผู้นี้ยังพยายามหาโอกาสที่เหมาะสมบอกเล่าให้นักท่องเที่ยวทราบถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน เช่น “... เห็นยางพาราก็บอกว่าเป็นพืชเศรษฐกิจของที่นี่ ปลูกที่ไหนบ้าง เก็บยางตอนไหน อย่างไร เป็นต้น”

ในการบอกเล่าเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมัคคุเทศก์ผู้นี้บอกว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดคือต้องเข้าใจว่านักท่องเที่ยวไม่รู้อะไร พยายามสื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจโดยเทียบกับสิ่งที่ใกล้เคียงกันในวัฒนธรรมของเขา เขาได้เล่าประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่เป็นความไม่เข้าใจระหว่างตัวเขาเองและนักท่องเที่ยวว่า “ในส่วนของวัฒนธรรมมีบ้างที่นักท่องเที่ยวถามคำถามที่ไม่ควรถามเกี่ยวพระมหากษัตริย์ของเรา เราก็จะรู้สึกไม่พอใจ และอธิบายให้เขาทราบว่าเขามีควรพูดถึงเรื่องนี้เพราะสถาบันพระมหากษัตริย์ของเราเรารักและเทิดทูนของเรา พระมหากษัตริย์เป็นเสมือนพ่อของเรา ถ้าคุณพูดแบบนี้ หรือถามคำถามเช่นนี้อาจต้องติดคุกนะ เขาก็เข้าใจ ตอนที่เขาถามตอนแรกผมก็ไม่ชอบนะ แต่เราก็จะไปโกรธเขาไม่ได้เพราะเราเข้าใจว่าในประเทศของเขาถึงแม้จะมีสถาบันพระมหากษัตริย์ก็ตาม ประชาชนของเขาก็สามารถวิจารณ์ หรือ พูดถึงอย่างไรก็ได้ เขาถือเป็นเรื่องปกติ ผมว่าเราเองที่ต้องทำหน้าที่อธิบายให้เขาเข้าใจว่าบ้านเราเป็นอย่างไร แขกก็ถามนะว่าพระมหากษัตริย์สำคัญกับคนไทยอย่างไร ผมก็อธิบายถึงระบบพระมหากษัตริย์และการปกครองของไทยตั้งแต่เก่าก่อนเช่น สมัยสุโขทัย จนถึงปัจจุบัน” มัคคุเทศก์คนเดียวกันนี้ให้ข้อสังเกตว่านักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพก่อน

มาเมืองไทยเขามักจะอ่านเรื่องบ้านเมืองของเรามาบ้างแล้ว แต่อาจจะไม่ทราบชัดเจนทั้งหมด บางครั้งจึงต้องสอบถามจากภาคคุเทศก์ เช่นมีนักท่องเที่ยวถามว่า “ที่ฉันรู้มาคือ คนไทยไม่ชอบให้ใครเอามือมาแตะที่หัว เป็นเพราะอะไรหรือ ผมก็อธิบายให้ฟังว่าคนไทยถือว่าศีรษะเป็นส่วนที่สูงที่สุดในร่างกาย เป็นศูนย์รวมของทุกอย่าง เป็นส่วนที่ให้ความเคารพ จะทำเล่นอย่างนั้นไม่ได้ จะเอาทำซึ่งเป็นส่วนที่ต่ำและสกปรกตามความเชื่อของคนไทยมาแตะมาเทียบไม่ได้ หรือการไหว้แต่ละแบบของไทยผมก็มีเนื้อหาที่อธิบายได้”

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มพนักงานโรงแรมทั้งที่กำลังทำงานอยู่ในโรงแรมโดยตรงและงานที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม เช่น พนักงานเคาน์เตอร์รถเช่าที่ให้บริการอยู่ที่โรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง ตลอดจนพนักงานที่ดูแลความปลอดภัยชายหาดของโรงแรม

❖ หัวหน้าพนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งบริเวณหาดป่าตองที่มีหน้าที่ดูแลห้องอาหารอิตาเลียนบอกว่า “แขกก็สนใจถามเรื่องครอบครัว เรื่องวิถีชีวิต เช่น ถามเรื่องชาวนา local people ผมก็อธิบายไปว่าชาวไทยมีประเภทใดบ้าง ร้องเพลงนกเอี้ยงเลี้ยงควายเผ่าให้แขกฟังแล้วอธิบาย แขกสนใจ จดและถามความหมาย” แต่เขาบอกว่า “จะพยายามเลี่ยงไม่คุยบาง topic เช่น เรื่องศาสนา การเมือง กีฬา และมักจะบอกพนักงานให้เลี่ยงเสมอ เพราะคนเราจะมีความคิดเห็นหลากหลายอาจขัดแย้งกันได้”

❖ พนักงานส่วนหน้าที่โรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในยางซึ่งจบปริญญาตรี เอกอังกฤษ ผู้วิจัยได้ขอให้ทดลองอธิบายภาพหลังเคาน์เตอร์ต้อนรับซึ่งเป็นภาพประวัติศาสตร์ของภูเก็ต คือ ภาพท้าวเทพกษัตรี และท้าวศรีสุนทร ต่อสู้กับพม่า ภาพร่อนแร่ และภาพการกรีดยาง ปรากฏว่าพนักงานทั้งสองคนที่สัมภาษณ์ขาดความรู้ในเรื่องที่ท้าวเทพกษัตรี และท้าวศรีสุนทร ต่อสู้กับพม่า ภาพร่อนแร่เกี่ยวกับเรื่องราวแต่ขาดภาษา ส่วนอีกภาพหนึ่งเป็นเรื่องการกรีดยาง ทั้งสองคนอธิบายได้ค่อนข้างดีเพราะครอบครัวของทั้งสองคนมีส่วนยางพารา สามารถใช้ภาษาในระดับที่สื่อสารได้

❖ พนักงานที่เคาน์เตอร์รถเช่าของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในหานเล่าว่าถ้าแขกมีเวลาบางทีก็มักจะชวนคุยโดยถามเรื่องเกี่ยวกับเมืองไทย หรือเกี่ยวกับภูเก็ต เรื่องที่แขกมักจะถามและชวนคุย เช่น ที่นี้มีที่เที่ยวที่ไหนบ้าง บ้านเมืองเป็นอย่างไร และเขามักจะถามว่าทำไมแถวป่าตองจึงมีแต่ผู้หญิงอาชีพพิเศษ พนักงานผู้นี้บอกว่าเธอพยายามอธิบายให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ไม่แน่ใจว่าเขาเข้าใจที่เธอพูดหรือเปล่าเธอพยายามบอกว่าสมัยก่อนภูเก็ตไม่ได้เป็นอย่างนี้ และที่เห็นมาไม่ใช่ทั้งหมดของประเทศไทย

❖ พนักงานรักษาความปลอดภัยชายหาดของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในหานบอกว่า “แขกก็ถามเกี่ยวกับบ้านเราเหมือนกัน สิ่งที่เราพอมีความรู้จะคุยได้เราก็คุยกับเขาไป เรื่องเกี่ยวกับบ้านเราบางเรื่องนักท่องเที่ยวจะรู้มากกว่าคนไทยเองด้วยซ้ำไป ที่พบส่วนมากเขามักถามเรื่องมะม่วงหิมพานต์ เขาอยากรู้ว่าบนต้นมีลักษณะอย่างไร มีวิธีการเก็บเกี่ยวอย่างไร ปลูกที่ไหน เราก็พออธิบายได้บ้างแต่ยังไม่ค่อยคล่องเท่าไรนัก ดิดที่คำศัพท์”

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้ประกอบการอาชีพอิสระ

ในส่วนนี้ได้พบการสะท้อนข้อมูลที่หลากหลาย กล่าวคือคนไทยที่ทำงานบริเวณชายหาดมักจะบอกว่า นักท่องเที่ยวไม่ถามเรื่องประเพณีไทย แต่จะถามเรื่องสถานที่เที่ยว เรื่องที่ถามส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการพักผ่อนแถวชายหาด เช่นเรือขั้วโม่งละเท่าไร พนักงานที่ตั้งโต๊ะขายบริการท่องเที่ยวที่ชายหาดคนหนึ่งกับบอกในทำนองเดียวกันนี้ว่าไม่ค่อยมีความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารเรื่องท้องถิ่น หรือบ้านเมืองของตัวเองมากเพราะมีเอกสารแจกอยู่แล้ว บางคนถึงกับบอกว่าการนักท่องเที่ยวน้อยคนที่ถามเรื่องราวต่าง ๆ ของท้องถิ่นเพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะอ่านมาแล้ว รู้เรื่องเมืองไทยมากอยู่แล้วจนสามารถวางแผนมาเที่ยวเมืองไทยได้ว่าควรมาหรือไม่มาช่วงไหน เพราะไม่ว่าจะเป็นโรงแรม หรือ บังกะโลก็จะมีหนังสือที่แนะนำภูเก็ตวางไว้ให้หยิบไปอ่าน คนไทยเหล่านี้ให้ความเห็นว่าสื่อที่ภูเก็ตค่อนข้างดีทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักภูเก็ตและประเทศไทยดี ในทางตรงกันข้ามคนไทยหลายกลุ่มกลับบอกว่านักท่องเที่ยวถามเรื่องท้องถิ่น เรื่องที่เกี่ยว

กับความเป็นไทย ในกลุ่มนี้ที่พบจากการสัมภาษณ์ ได้แก่ พนักงานที่ทำอากาศยานภูเก็ต พนักงานบริการในร้านอาหาร ตลอดจนคนที่มีธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในตัวเมืองภูเก็ต ซึ่งบอกว่า นักท่องเที่ยวมักจะถามเรื่องประเพณีท้องถิ่น หรือ ประเพณีไทย เช่น ช่วงเทศกาลกินเจ ซึ่งมีการจุดประทัด เขาก็จะถามว่าจุดทำไม หรือ ช่วงสงกรานต์ นักท่องเที่ยวจะถามว่า มีที่นี้แล้วมีที่ไหนอีกบ้าง ถ้าเป็นคนไทยที่ทำธุรกิจทั่ว ๆ ไปก็จะออกไปเท่าที่ทราบแต่ก็ไม่ลึกซึ้งมากนัก เช่นบอกว่า ที่ภูเก็ตก็มีเล่นสงกรานต์กันแต่ถ้าจะให้สนุก ก็ต้องไปเชียงใหม่ หรือวันสงกรานต์เขาควรจะร่วมสนุกอย่างไร ก็จะแนะนำไปซื้อปืนฉีดน้ำ เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลปกติธรรมดาที่เป็นลักษณะของการตอบคำถามนักท่องเที่ยวมากกว่า จะมีประเด็นลึกซึ้ง ตัวอย่างที่พบ เช่น

♣ ตำรวจท่องเที่ยวคนหนึ่งพูดถึงประเด็นที่เขาจะต้องทราบวิธีการอธิบายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทยว่า “ผมไม่เคยเจอนักท่องเที่ยวทำอะไรที่ขัดกับวัฒนธรรมบ้านเราเพราะนักท่องเที่ยวมักจะศึกษาคู่่มือการท่องเที่ยวมาก่อนแล้ว มีบ้างที่ผมเตือนนักท่องเที่ยวบางคนที่ขับรถมอเตอร์ไซด์อยู่ในเมืองหรือตามถนนที่ไม่อยู่ใกล้หาดและไม่ใส่เสื้อ ผมก็จะเตือน เช่นถ้าเขาไม่ใส่เสื้อเข้ามาที่สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวก็จะพูดกับเขาว่า *This is the government office. You should dress properly. Would you mind to wear the shirt.* เขาก็จะบอกว่า *I'm sorry.* และจะรีบใส่เสื้อทันที ถ้าเป็นตามถนนชายหาดก็ยอมรับได้ แต่ต้องไม่ใช่สถานที่แบบสาธารณะแบบนี้”

♣ คนที่ฝึกอบรมผู้ให้บริการนวดแผนไทยที่สถานอนามัยหาดกมลาพูดถึงเรื่องเกี่ยวกับคุณค่าและวัฒนธรรมไทยว่า ได้เน้นวัฒนธรรมไทย เช่น นวดเสร็จควรไหว้ สังเกตว่านักท่องเที่ยวชอบเพราะส่วนมากจะไหว้ตอบกลับมา ที่คิดว่าเขาชอบเพราะเขา “ ‘ขอ’ กลับมาเลย (‘ขอ’ เป็นภาษาท้องถิ่นภาคใต้ในบริบทนี้หมายถึง ‘ชม’) ในฤดูท่องเที่ยวจะมีคนมาประมาณวันละ 4-5 คน ส่วนมากมาเพราะติดใจในความเป็นไทย” คนที่มาบ่อยๆ ผู้อบรมการนวดแผนไทยผู้นี้บอกว่า จะซื้อของให้เขาเพื่อเป็นการสื่อว่า คนไทยเป็นแบบนี้ถ้ารู้สึกดีก็จะให้ อีกเรื่องหนึ่งที่คนไทยผู้นี้เห็นว่าเป็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมคือ “นักท่องเที่ยวต่างชาติมาถึงก็ถอดเสื้อผ้าเลย ซึ่งเราตกใจว่าเป็นเรื่องโป๊ ทางผู้นวดก็จะรีบเอาผ้าปิด ให้”

♣ คนที่เป็นเจ้าของร้านซักรีดที่ตำบลกมลา เล่าว่า บางครั้งนักท่องเที่ยวถามว่า เธออยู่กับใคร เธอก็บอกว่าบ้านนี้เป็นของพ่อแม่สามีอยู่ด้วยกัน และอธิบายให้นักท่องเที่ยวฟังว่า “คนไทยต้องดูแลคนแก่ ฝรั่งเศสประทับใจว่าคนไทยดูแลพ่อแม่ดี”

♣ คนให้บริการในร้านอาหารแห่งหนึ่งแถวหาดกะรนเล่าว่าบางครั้งในวันหยุดต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมักจะถามว่าทำไมวันนี้จึงไม่ทำงาน บางคนก็ถามเรื่องอาหารไทย คนทำงานร้านอาหารคนอื่น ๆ ที่ให้สัมภาษณ์ก็บอกตรงกันว่ามีคำถามถึงเรื่องไทย ๆ บ่อยเหมือนกัน เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ บางคนก็ขอให้อธิบาย เกี่ยวกับการไหว้ การทักทาย มีการถามเกี่ยวกับประเพณีไทยบ้าง เช่นคนไทยทำอะไรบ้างในวันสงกรานต์

♣ ชาวไทยมุสลิมที่เป็นเจ้าของ mini-mart แห่งหนึ่งที่ตำบลกมลาและมีห้องให้นักท่องเที่ยวเช่าด้วย คนไทยผู้นี้ไม่เคยเรียนหนังสือแต่พยายามศึกษาด้วยตนเองโดยการจดจำคำศัพท์และสำนวนจากลูกหลานบ้าง จากนักท่องเที่ยวบ้าง เธอพูดเกี่ยวกับวัฒนธรรมในแง่ของความเชื่อทางศาสนาผ่านทางการตอบคำถามของนักท่องเที่ยว เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาถามหา beer หรือ whiskey ในร้าน เธอก็จะบอกว่า “No beer, No whiskey Muslim shop.” นักท่องเที่ยวก็เข้าใจบอกว่า OK

♣ เจ้าของร้านนวดและให้เช่ามอเตอร์ไซด์คนหนึ่งทำกมลากล่าวว่าในการพูดถึงเรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมือง วิถีชีวิตของเรา บางทีคนไทยก็เป็นคนเริ่มต้นพูดเองโดยการถามนักท่องเที่ยวว่ามองเมืองไทยอย่างไร ถามถึงความคิดเห็นที่เขา มีต่อประเทศเราเช่น คิดว่าคนไทยเป็นอย่างไร เป็นต้น แต่ในเรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่นไม่สามารถคุยได้เพราะไม่มีความ

รู้มากนัก ภาษาก็ไม่พอที่จะพูด

♣ คนขับรถตุ๊กตุ๊ก คนหนึ่ง สามารถพูดเรื่องเกี่ยวกับชุมชนของตัวที่ไม่ซับซ้อนมากนักได้ เช่น ตอนที่ขับรถพานักท่องเที่ยว ผ่านไปที่ที่มีงานวัด เมื่อนักท่องเที่ยวถามว่ามีงานอะไร เขาก็จะบอกได้ว่า temple fair, sir ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลพื้นฐานที่สั้นแต่ได้ความและสุภาพ มีการใช้คำเรียกนักท่องเที่ยวว่า “sir.” นอกจากนี้คนขับรถตุ๊ก ตุ๊ก ยังบอกอีกว่ามี การถามเกี่ยวกับภูเก็ท เช่น มีที่ไหนเจียบ ๆ ที่ไหนน่าเที่ยว เป็นต้น คนขับรถตุ๊กตุ๊ก อีกคนหนึ่ง ที่บอกเกี่ยวกับกับการ พูดถึงความ เป็นไทย กับนักท่องเที่ยว ว่า ในการพา “ฝรั่ง” เที่ยว เขามักจะเล่าถึงเรื่องราวต่าง ๆ ของไทยให้ “ฝรั่ง” ฟัง เช่น บอกว่า “คนไทยเป็นมิตร ยิ้มเก่ง คนไทยมีหลายศาสนา แต่อยู่กันได้ดี ไม่มีปัญหา” และบอกเพิ่มเติมว่าเขาต้องการ ให้นักท่องเที่ยวที่มาจากเมืองไทยเห็นสิ่งดีๆ ไม่อยากให้เห็นแต่ผู้หญิงหากิน เขาเล่าว่าประโยคที่ใช้อธิบายนักท่องเที่ยว คือ “everywhere every people bad and good people.” เขามีความภูมิใจในสิ่งที่เขาสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ โดยเล่าถึงความภูมิใจส่วนนี้ว่า “ฝรั่งบางคนคุยจนเป็นเพื่อน บางคนขอเบอร์โทรศัพท์ไว้ กลับมาเที่ยวทุกครั้งก็จะโทรมา ให้ไปบริการ เมื่อรับนักท่องเที่ยวขึ้นรถแล้วเราจะ เป็นฝ่ายเริ่มชวนสนทนาก่อน โดยพูดว่า Where are you from? Which your country? First time? First time in Thailand? How long? ฝรั่งก็จะชมว่า You good English.”

ก่อนจะส่งแขกเขาบอกว่า “เวลาส่งแขกจะลงรถไปยืนที่ ประตูทางลงแล้วบอก ‘ขอบคุณครับ’ และยกมือไหว้ถามนักท่องเที่ยวว่า You can say? นักท่องเที่ยวจะถามกลับมาว่า What? เขาบอกว่า “Thank you” for Thailand.” และสอนให้ฝรั่งพูด “ขอบคุณครับ” for you (ผู้ชาย) “ขอบคุณคะ” for madam ถ้าไปส่งสนามบินก็จะบอกว่า “Have a good trip.” “Good luck”

อีกสิ่งหนึ่งที่เขามีใจมากคือการที่ได้บอกสิ่งดีๆ ในวิถีชีวิตของภูเก็ทให้นักท่องเที่ยวทราบ เช่น ชุมเหมือง นักท่องเที่ยวจะแสดงความสนใจ แต่ถ้าลึกซึ้งมากก็ไม่รู้จะอธิบายอย่างไร นอกจากนี้เคยพานักท่องเที่ยวไปดูคนกรีดยาง เขาก็พยายามอธิบายให้ฟังเท่าที่ทำได้

♣ เจ้าของร้านอาหารในเมืองภูเก็ทที่ลูกค้าผู้ใช้บริการส่วนมากจะเป็นแบบ “สะพายเป้” (backpackers) ผู้ให้สัมภาษณ์ คนนี้มีความรู้สึกในความเป็นไทยสูงมาก และมีภาษาพอที่จะอธิบายเรื่องของวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างดี เขาบอกว่า “ในเรื่องของวัฒนธรรม พี่ว่าเราควรมีความเป็นไทยในตัวเองเพราะนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพื่อได้รู้ได้เห็น วัฒนธรรมของเรา ตอนที่พี่ทำงานในร้านอาหารในอเมริกา พอพี่ไหว้และยิ้มให้แขก แขกรู้ทันทีว่า Thailand เขาชอบมากและทำให้เขาอยากมาเที่ยวเมืองไทย ในร้านพี่ที่นี้การบริการแบบไทย ๆ คือบริการด้วยใจและ รอยยิ้ม ทำอาหารให้แขกเสร็จถามเขาว่าคุณทานได้ไหม เผ็ดไปไหม รสชาติใช้ได้ไหม จะให้เราเปลี่ยนแปลงแก้ไขอะไรไหม ถ้าเขาบอก Okay. Good. เราก็สอผ่าน ถ้าเขาบอกว่าเผ็ดไป เราก็ทำให้ใหม่และนำผลไม้มาให้เขาทานแก้เผ็ดด้วย แค่นี้เขาก็ประทับใจแล้ว พี่ทำงานที่นี้มานาน ไม่เคยโกงแขก เช่นถ้าแขกลืมกระเป๋าเราก็เก็บไว้ให้ ไม่รื้อค้นของเขาและจะบอกให้ผู้ช่วยในร้านทำเช่นเดียวกัน เราเก็บความดีไว้กินนานๆ เขาประทับใจเดี๋ยวกเขาก็กลับมาอีก บางคนพักที่ป่าตอง เขามาทานอาหารที่ร้านพี่ทุกวัน คนไทยทุกวันนี้ไม่ค่อยเหลือวัฒนธรรมไทยแล้ว เจอกันไม่ยกมือไหว้แล้ว นักท่องเที่ยวเขาต้องการ วัฒนธรรมแบบไทยๆ มีครั้งหนึ่งพี่กลับมาจากอเมริกาใหม่ ๆ เผลอไปจับมือทักทายกับฝรั่ง เขาถามว่าทำไมคุณไม่ไหว้ พี่อายมากและจำจนตายเลย ในเรื่องของวัฒนธรรมของชาติที่เราไม่รู้ เช่น การทบหัว พี่จะไม่ทบเพราะเขาไม่รู้ มันไม่ใช่ วัฒนธรรมของเขา พี่จะอธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบเพราะพี่อยากให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับบ้านเมืองเรา ถ้าเราไม่อธิบายให้เขาทราบ เขาก็จะไปทำกับคนอื่นอีกด้วยความไม่รู้ มันก็จะไม่เป็นการ ดีทั้งต่อตัวนักท่องเที่ยวเองและ ต่อความรู้สึกของคนไทยคนอื่น ๆ นักท่องเที่ยวเขาควรให้เกียรติเจ้าของประเทศ ทั้งการแสดงออก มารยาท เคารพบุคคล เคารพสถานที่ แต่ก่อนเขาจะทำเช่นนั้นได้เราต้องให้ข้อมูลเขา เราจะไปว่าเขาไม่ได้ว่าเขาไม่ดี เราต้องอธิบาย ให้ข้อมูล

เขา มีคฤหาสน์ที่นำทัวร์เป็นคณะมาจากต่างประเทศ ควรให้ข้อมูลเขาตั้งแต่อยู่ในเครื่องบินด้วยซ้ำไป”

นอกจากนี้เขาได้ชี้ให้เห็นจุดอ่อนบางประการในกฎเกณฑ์ขณะนี้ คือ “กลุ่มคนขับรถตุ๊กตุ๊ก เพราะคนกลุ่มนี้ชอบโกงราคานักท่องเที่ยว และโกงเขา เช่น ตกลงราคากัน 300 แต่พอถึงที่หมายขึ้นราคาเขาเป็น 500 พอนักท่องเที่ยวบอกว่านี่ไม่ใช่ที่ตกลงกันไว้ ก็ข่มขู่เขา นักท่องเที่ยวกลัวก็ต้องให้ราคาที่สูงไป ทำให้เขาเสียความรู้สึก แค่เงิน 200 บาท ทำไมต้องเอาประเทศทั้งประเทศไปแลก ได้ไม่เท่าเสีย เราต้องนึกถึงลูกหลานเราด้วย คนชายเพชร พลอย ก็ชอบหลอกเขา ประเทศไทยเสียหายไปตั้งเท่าไรเพราะคนกลุ่มนี้ และมีอีกกลุ่มหนึ่งคือคนขายของ คนตัดผ้าชอบดึงแข้งดึงขานักท่องเที่ยว ก็ควรได้รับการจัดการที่ดี จาก ททท เช่นต้องมีการเก็บระเบียบประวัติธุรกิจเหล่านี้เข้าคอมพิวเตอร์ ต้องมีการ อบรมทั้งภาษา วัฒนธรรม การมีใจบริการเป็นต้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนเดียวกันนี้ ได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับความแตกต่างของคนไทยด้วยกันเองว่า “ผมว่านักท่องเที่ยวไม่รู้ข้อมูลว่าคนแต่ละจังหวัดพูดจาไม่เหมือนกัน เช่นคนใต้จะพูดห้วน เสียงดัง รุนแรง ฟังดูเหมือนไม่ต้อนรับและไม่สุภาพ บางคนมีโอกาสไปทางเหนือ ทางอีสานซึ่งคนพูดจาเบากว่า อ่อนหวานกว่า ฟังดูไพเราะกว่า เขาก็เปรียบเทียบและคิดว่าคนทางใต้ไม่เป็นมิตร ทาง ททท ควรมีการอธิบาย ให้ข้อมูลให้นักท่องเที่ยวให้เขาเข้าใจด้วย หรือสนับสนุนให้มัคคุเทศก์ให้ข้อมูลนี้แก่นักท่องเที่ยว”

❖ คนไทยคนหนึ่งซึ่งเป็นเจ้าของร้านขายของที่ระลึกที่ป่าตองไม่ได้พูดเกี่ยวกับการที่ตนเองถูกถาม หรือตัวเองจะต้องอธิบายอะไรเกี่ยวกับเรื่องราวของตัวแต่ก็ให้ความสนใจกับเรื่องนี้โดยเล่าว่านักท่องเที่ยวบางคนรู้เรื่องศาสนาพุทธลึกซึ้ง ทั้ง ๆ ที่ตอนเริ่มต้นกลับไม่ชอบศาสนาพุทธ แต่เมื่อเกิดอุบัติเหตุไปนอนที่โรงพยาบาลนานแล้วก็ไม่หายเมื่อรอน้ำมนต์กลับหาย จึงกลายมาเป็นคนชื่นชมศาสนาพุทธ แขนงพระ และ ตักบาตร

❖ คนไทยที่มีธุรกิจเล็ก ๆ เป็นของตัวเอง เป็นคู่สามีภรรยาซึ่งเปิดบ้านเป็นบาร์เล็ก ๆ แห่งหนึ่งที่ตำบลกมลาโดยมีบริการนวดและเสริมสวยด้วย เป็นธุรกิจแบบครอบครัว มีหญิงที่ช่วยงานอีกสองคน เจ้าของร้านน่าจะเรียกได้ว่าเป็น “ทูตวัฒนธรรมของประเทศ” แม้จะพูดภาษาอังกฤษได้เพียงเล็กน้อย ทั้งนี้เพราะทั้งคู่มีรอยยิ้มที่จริงใจ มีการทักทายที่อบอุ่นทุกครั้งทีคนจะวิจัยเดินผ่านร้าน แม้ไม่ได้มีท่าทีว่าจะแหวะที่ร้านเขาเลย แต่ในที่สุดเมื่อคนจะวิจัยตัดสินใจแหวะเข้าไปเก็บข้อมูล โดยการถามโนนถามนี้ที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ เขาก็พยายามอธิบายด้วยภาษาที่กระต่อนกระแท่น แต่ด้วยท่าทาง และด้วยความตั้งใจเป็นอย่างยิ่ง ปรากฏว่าสื่อความหมายกันได้พอประมาณ ตัวอย่างที่พูดถึง เช่น เมื่อถามถึงผลปาล์มชนิดหนึ่งซึ่งอยู่แถว ๆ นั้น เขาก็อธิบายว่า “He’s palm... like coconut... cannot eat... make oil for cooking” (เขาอ้างถึง ‘palm’ ว่า ‘he’) ต่อจากนั้นผู้วิจัยได้ถามถึง ผ้าสีแดงที่แขวนไว้ที่ประตูบ้านว่าคืออะไร เขาบอกว่า Vegetarian Festival... people eat vegetable...no eat meat... wear white. เมื่อถามว่ามี การตัดลิ้นจริงไหม เขาชี้ไปที่ลิ้นและบอกว่าจริง และทำท่าตัดลิ้นพร้อมกับอธิบายว่า If fresh... back... same same. If not fresh, not same same เมื่อผู้วิจัยถามต่อว่ามีจัดที่ไหนบ้างเพราะที่กมลาเป็นชุมชนมุสลิมไม่น่าจะมี เขาบอกว่าส่วนใหญ่จัดในเมือง เมื่อถามต่อว่าที่ป่าตองและกะทู้มีไหม เขาบอกไม่มี (ที่จริงแล้วกะทู้เป็นจุดเริ่มต้นของประเพณีกินเจ คนไทยคู่นี้อาจไม่ทราบ หรืออาจไม่มีความรู้ทางภูมิศาสตร์ของภูเก็ตดีพอที่จะกะทู้ไม่นับเป็นส่วนหนึ่งของ “ในเมือง”- ผู้วิจัย)

❖ พนักงานที่เคาน์เตอร์ของ Dino park ที่กะตะ สามารถตอบคำถามผู้วิจัยได้ว่า ภาพที่ติดอยู่โดยมีดอกไม้และมาลัยบูชาคือใคร เขาบอกว่า เป็น King Rama V และเมื่อผู้วิจัยถามว่า “Why is he famous?” เขาก็พยายามอธิบายว่า “He made train, post office, many schools. He is the best King.” นับว่าเป็นการสื่อเรื่องบ้านเมืองของตัวเองได้ดีพอประมาณ

❖ ลูกสาวเจ้าของบังกะโลที่เกาะพร้าวบอกว่าต้องให้ข้อมูลในเรื่องที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนภูเก็ตแก่นักท่องเที่ยวที่มาที่นี่



บ่อย ๆ เพราะนักท่องเที่ยวที่ไปที่นั่นเป็นกลุ่มที่สนใจเรื่องวัฒนธรรม สนใจวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น ชอบไปตามเกาะต่าง ๆ ที่อยู่แถบนั้น ไปอยู่กับชาวบ้าน นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะถามเรื่องต้นไม้ ดอกไม้บนเกาะ ถามเกี่ยวกับการปรุงอาหารพื้นเมือง เช่น แกงส้มทำอย่างไร เครื่องแกงใส่อะไรบ้าง ที่บังกะโลเองก็จะทำอาหารพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวทาน เช่น แกงส้ม ยำปลีกกล้วย โดยใช้อาหารทะเลสด ๆ ที่หามาได้ เพื่อให้ได้บรรยากาศของ Agro-tourism นักท่องเที่ยวบางคนตื่นตี 4 ไปหาปลากับชาวบ้าน แล้วเอาปลามาให้ทำอาหารให้ ผู้ให้สัมภาษณ์จึงต้องเรียนรู้ที่จะอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับท้องถิ่นเพื่อที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยว นอกเหนือจากเรื่องอาหารการกินแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้ ไต่ถามถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ เช่น ถามว่า ชาวบ้านนับถือศาสนาอะไร ส่วนมากประกอบอาชีพอะไรกัน

กลุ่มที่ 4 คือ กลุ่มที่แสดงความเป็นไทยด้วยการกระทำ

ส่วนหนึ่งที่นับว่าเป็นการสื่อสารเรื่องวัฒนธรรมของไทยไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติดีมากคือ การสื่อสารด้วยการกระทำ แม้ผู้กระทำมิได้กระทำไปเพราะต้องการจะสื่อสารความเป็นไทยแต่ ‘สาร’ (Message) ที่ส่งออกไปเป็น ‘สาร’ ที่ชัดเจน และเป็นภาพจริงมากกว่าการตั้งใจทำเพื่อชนะใจนักท่องเที่ยว หรือเพื่อผลทางการท่องเที่ยว ตัวอย่างที่พบหลาย ๆ ตัวอย่างในประเด็นนี้ที่ทับซ้อนกับส่วนที่นำเสนอในน้ำใจไมตรี เช่น การชวนนักท่องเที่ยวรับประทานอาหารด้วยกัน การขับรถไปส่งสนามบินเมื่อนักท่องเที่ยวตกรถ การใช้พลังจักรวาลรักษาให้โดยไม่คิดเงินเมื่อนักท่องเที่ยวปวดเท้า ฯลฯ ในตอนนี้จะบันทึกเพิ่มเติมอีกสองตัวอย่าง ที่ได้พบจากการสัมภาษณ์ คือ

♣ การแสดงความขอบคุณของพนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในยาง หัวหน้าแม่บ้านของโรงแรมแห่งนี้เล่าว่า “ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและแขกมีมาก เช่น เมื่อแขกชอบใจให้ tip พนักงานก็จะพยายามหาโอกาสไปซื้อผลไม้ เช่น เงาะ มะม่วง ใส้ตะกั่วไปวางไว้ให้แขก ในกรณีดังกล่าว จะเกิดความผูกพัน ก่อนกลับพนักงานจะไปยื่นเข้าแถวส่งแขกถึงที่รถ จะรำลាក់เหมือนกับเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน”

การแสดงออกถึงความขอบคุณของพนักงานเหล่านี้ แม้จะไม่ใช่ลักษณะสากล เช่น เขียน card ขอบคุณ แต่เป็นการแสดงออกที่มีลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมไทย มีความจริงใจ เป็นที่ประทับใจแก่ผู้มาพักเป็นอย่างมาก เกิดความผูกพันเหมือนเป็นคนครอบครัวเดียวกันมากกว่าที่จะเป็นความสัมพันธ์แบบแขก ผู้บริหารท่านนั้นบอกว่าสิ่งที่ยืนยันว่าแขกเหล่านั้นประทับใจมากคือ เขาจะกลับมาพักที่โรงแรมเสมอทุกครั้งที่มาภูเก็ตเพราะเขาบอกว่าเหมือนกลับมาบ้านมากกว่ามาพักที่โรงแรม

♣ การทำงานแบบสบาย ๆ มีความสุข ที่ได้จากการพูดถึงของคนขับเรือบริการนักท่องเที่ยวที่หาดราไวย์ นับเป็นการสื่อถึงวิถีชีวิตไทยด้วยการกระทำ คนเรือผู้นี้บอกว่าเขาชอบที่จะ ทำงานด้วยความสนุกสนานแบบไทย มีความสุข ไม่เครียด เขาเชื่อว่าการทำตัวเช่นนี้ ทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวดี แม้จะใช้ภาษาผิดก็ไม่สำคัญ นักท่องเที่ยวพอนคลาย เขายังบอกอีกว่าเมื่อเขาหยอกล้อกับนักท่องเที่ยวเขาทำให้นักท่องเที่ยวยิ้มได้เสมอ เช่นเมื่อนักท่องเที่ยวจ่ายเงินค่าเรือ เขาจะตอบขอบคุณเป็นเชิงหยอกล้อว่า “Thank you very big.” นักท่องเที่ยวก็จะหัวเราะทุกครั้งจนกลายเป็นประโยคหา กินไปแล้ว

♣ พนักงานบริการในร้านอาหาร หรือพนักงานนวด มีหลายรายที่พบว่าคนไทยกลุ่มนี้ได้มีการสื่อความคิดความเชื่อ ในวัฒนธรรมไทยไปยังนักท่องเที่ยวโดยไม่ได้ตั้งใจหรือไม่รู้ตัวจากการพยายามอธิบายเมื่อนักท่องเที่ยวจับมือถือแขน หรือ ชวนออกไปข้างนอก เช่น ผู้หญิงไทยดี ๆ เขาไม่ทำกัน หรือแม่บอกว่าไม่ให้ออกไปกับผู้ชาย เป็นต้น (ดู การอธิบาย ประกอบ)

กลุ่มที่ 5 คือ กลุ่มที่ไม่สามารถพูดถึงเรื่องราวความเป็นไทย

คนไทยกลุ่มนี้ไม่สามารถสื่อเรื่องของบ้านเมือง วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น เจ้าหน้าที่

การเงิน (cashiers) ของโรงแรม เจ้าของร้านขายของที่ระลึก ด้วยเหตุผลใหญ่ ๆ คือ 'ไม่มั่นใจทั้งภาษาและเรื่องราวที่จะสื่อ' ในการสัมภาษณ์พนักงานเก็บเงินของโรงแรมสองแห่ง หนึ่งในสองคนภาษาไม่พอ แต่อีกคนหนึ่งภาษาค่อนข้างดี แต่บอกว่า "ไม่รู้จะถามหรือพูดอะไร เขามาจ่ายเงิน ดูแลเรื่องการเงินแล้วก็แล้วกันไป" ได้สังเกตจากการทำงานของเธอก็ดูยิ้มแย้มแจ่มใสได้มีท่าทีเป็นลบต่อนักท่องเที่ยว เจ้าของร้านขายของที่ระลึกหน้าห้างสรรพสินค้าใหญ่แห่งหนึ่งในเมืองภูเก็ตให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องว่า "ไม่มีความรู้เรื่องคำศัพท์เพียงพอ จึงไม่เคยเปิดการสนทนาเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทยกับนักท่องเที่ยว สิ่งที่สนทนาได้มักจะเป็นเรื่องง่าย ๆ เช่นดินฟ้า อากาศ" ถ้านักท่องเที่ยวถามว่าหัวข้อคืออะไร ตึกตาดานงา หรือหน้าพรหม คืออะไร มีความหมายอย่างไร จะอธิบายไม่ได้ ผู้วิจัยถามต่อว่าสามารถอธิบายเกี่ยวกับวิถีไทย ความเชื่อ หรือความเป็นมาของของที่ระลึกหลาย ๆ อย่างที่วางขายในร้านได้หรือไม่ ก่อนขายได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยที่แฝงมาของเหล่านั้นหรือไม่ เขาตอบว่าไม่ได้ให้ข้อมูลเพราะประการแรกไม่รู้คำศัพท์ที่ซับซ้อนไปกว่าการบอกว่าสิ่งนั้นคืออะไร ทำจากอะไร เก็บรักษาอย่างไร ประการที่สองคือไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ เช่น พระพุทธรูปไม้แกะสลักปางวันเกิดต่างๆ เธอไม่สามารถเรียกแต่ละปางเป็นภาษาอังกฤษได้ ที่จริงแล้วไม่ทราบเรื่องราวเหล่านี้ เช่น ว่าพระพุทธรูปปางใดประจำวันเกิดวันไหน ได้แต่หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะมีความรู้เรื่องนี้และมีแหล่งความรู้เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้เป็นภาษาอังกฤษสั้น ๆ หรือมีคำศัพท์ให้ศึกษาเพื่อจะได้นำมาใช้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตไทยและวัฒนธรรมไทยได้

**การเรียนรู้เรื่องบ้านเมืองและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว** ในการเก็บข้อมูลทั้งจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ไม่ได้พบประเด็นนี้มากนัก แต่ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ก็ได้พบว่ามีความสนใจหลายประการ เช่น คนไทยส่วนมากยอมรับและอดทนต่อความแตกต่าง (toleration) ของวัฒนธรรมผู้อื่นที่ส่งผ่านจากการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว นอกจากความแตกต่างเหล่านั้นจะมากจนเกินไป (เช่น การที่นักท่องเที่ยวบางคนมาเยือนกอดจูบกันตรงหน้าเคาน์เตอร์เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง) คนไทยที่ตอบคำถามนี้ชัดเจนมักจะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในภาคเอกชนคนที่ตอบเรื่องนี้ชัดเจนมักจะเป็นผู้ที่ทำงานในระดับบริหาร และในการพูดถึงก็ได้ย้ำว่าการรู้เรื่องบ้านเมืองและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญ ส่วนคนในระดับทำงานมักจะไม่พูดถึงเรื่องนี้ในการตอบคำถามค่อนข้างจะผิวเผินทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากข้อสังเกตที่ว่าคนไทยมีลักษณะของการยอมรับความแตกต่างได้มาก ในส่วนที่เป็นข้อดีของความเป็นคน 'tolerate' คือไม่อึดอัดหรือหงุดหงิดคับข้องใจที่เห็นพฤติกรรมที่แตกต่างจากคนไทยในบางอย่าง แต่ข้อด้อยที่คนไทยมีลักษณะนี้มากเกินไปคือเป็นสาเหตุหนึ่งของการละเลยไม่เกิดความสนใจใคร่รู้ และสังเกตความแตกต่าง ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้ สรุปได้ดังนี้

♣ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองในตัวเมืองภูเก็ตให้ความเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการ รับรู้วัฒนธรรมสากลว่า " ความสุภาพและการรู้ขนบธรรมเนียมของชาวต่างชาติ เป็นสิ่งที่ผมคิดว่าสำคัญ ผมพยายามปฏิบัติเสมอตามที่ได้รับทราบมาจากวิทยากรที่หน่วยงานจัดให้ เช่น เมื่อคนมาติดต่อคู่มืออาวุธมากกว่าเราผมจะยื่นมือให้จับ ตอนเรียนวิทยากรบอกว่าผู้หญิงต้องเป็นฝ่ายยื่นมือมาก่อนผู้ชายจึงจะ shake hand ได้ ในการอบรมผมได้เรียนรู้การใช้คำที่สุภาพ เช่น Madam, Miss, Sir" เขาได้ให้ตัวอย่างภาษาที่ใช้เมื่อคนจะมาติดต่อเรื่อง visa ว่า "You would like to extensive your visa." เขาบอกว่า "ถ้ามาบ่อย ๆ หรือคู่มืออาวุธเท่าเทียมกัน ก็จะไม่ มี Madam หรือ Miss หรือ Sir ต่อท้าย เมื่อขอให้เซ็นชื่อก็จะพูดว่า Signature here, please."

แม้ภาษาที่เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองผู้นี้ใช้จะไม่ถูกต้อง แต่ด้วยความที่เขาเป็นคนให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมสากล ส่วนที่เป็นความสุภาพทั้งในการเรียกขาน และการพูด จึงปรากฏชัดเจนจากตัวอย่างที่พูดให้ฟัง ในการเรียกขานเขาได้พูดถึงการใช้ Madam, Miss, Sir เพียงแต่ได้ใช้แนวคิดแบบไทยเข้าไปผนวกกับการใช้ แต่บังเอิญว่าเป็นการ

ผนวกที่ไม่ถูกต้องที่เดียนักในวัฒนธรรมตะวันตกที่เขาคิดว่า “ถ้ามาบ่อย ๆ หรือดูอาวุโสเท่าเทียมกัน ก็จะไม่ มี Madam หรือ Miss หรือ Sir ต่อท้าย” ทั้งนี้เพราะการพูดกับผู้มาติดต่อในสถานการณ์เช่นนี้จะต้องยังคงความสุภาพในการเรียกไว้เสมอและแนวคิดเรื่อง ความอาวุโส ที่เขาพูดถึงก็เป็นแนวคิดในวัฒนธรรมไทย สำหรับการใช้วลีสุภาพ (polite particles) ในทั้งสองตัวอย่างคือ ‘Would you like ...?’ และ ‘please’ เป็นการใช้อย่างเหมาะสมและสะท้อนให้เห็นว่าเขาเป็นคนให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวโดยผ่านทางการใช้ภาษา

♣ เจ้าหน้าที่ด้านบุคลากรที่ท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ตก็พูดถึงเรื่องนี้ไว้คล้ายคลึงกันคือ ในส่วนที่เป็นวัฒนธรรม เขามองว่า “โลกเปลี่ยนไปแล้ว เราเห็นความเป็นไปวิถีชีวิตของคนชาติอื่นได้จากทีวี ดังนั้นเมื่อเขามาบ้านเรา เขาจะแต่งตัวอย่างไร เราก็รับได้ ปฏิบัติตนอย่างไรก็รับได้ แต่ บางคนเข้ามาด้วยทัศนคติที่ไม่ดีไม่ทำตามกฎหมายของเราก็จะไม่ค่อยชอบ ไม่อยากเป็นมิตรกับเขา”

♣ เจ้าหน้าที่ระดับบริหารผู้หนึ่งของโรงแรมที่หาดในหาน ผู้บริหารท่านนั้นได้สะท้อนให้เห็นความสำคัญของการรับรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนไทย เขาเห็นว่า การทำ Cross-Cultural Training เป็นสิ่งจำเป็นเพราะ Cross-Cultural Training ทำให้พนักงานได้เรียนรู้สิ่งที่ชาวต่างชาติชอบหรือไม่ชอบ และปรับสิ่งที่เขาไม่คุ้นเคยให้เข้ากับชาวต่างชาติได้ ตัวอย่างที่เขาพูดถึงในการให้สัมภาษณ์คือ แยกส่วนมากซึ่งเป็นชาวตะวันตกจะพูดตรงๆ แต่พนักงานจะไม่ค่อยเคยชิน เขายกตัวอย่างว่า “ฝรั่งชอบความเปิดเผย จริงใจและไม่ชอบการซุบซิบนินทา พนักงานควรทราบในส่วนนี้ ผมว่า Cross-Cultural Training มีประโยชน์มากเพราะทำให้เรารู้ว่าแตกต่างกับเราอย่างไร แล้วยังส่งเสริมบุคลิกภาพของพนักงานให้มีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้นด้วยนะผมเชื่ออย่างนั้น” ผู้สัมภาษณ์ได้ขอให้เขาอธิบายเพิ่มเติมว่าการซุบซิบนินทาที่เขาพูดถึงเข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการแขกอย่างไร เขาอธิบายว่าพนักงานมักจะใช้ความเป็นไทยๆ พูดถึงแขกว่าอย่างนั้นอย่างนี้เพราะคิดว่าแขกไม่เข้าใจ เขายกตัวอย่างว่าแม้แขกจะไม่เข้าใจแต่ท่าทาง และบางทีสีหน้าด้วยก็บอกว่าเรากำลังพูดถึงเขาอยู่ ไม่ว่าจะพูดถึงในแง่ไหนมันก็ไม่ดีที่จะทำให้เรารู้สึกว่าเขาถูกพูดถึง ในประเด็นนี้เขาพูดย้ำอีกครั้งหนึ่งว่า “เราย้ำพนักงานของเรามากในส่วนนี้” และไม่ให้ยื่นพูดกันเองด้วยภาษาไทยต่อหน้าแขก

♣ คนทำและขายผ้าบาติกที่หาดกมลาซึ่งเป็นไทยมุสลิมบอกว่า “ในส่วนของท่าทางวัฒนธรรม ไม่มีอะไรเป็นอุปสรรคปัญหา ไม่ว่าจะเขา (นักท่องเที่ยว) จะแต่งตัวอย่างไร ทำท่าทางอย่างไร ก็รับได้”

♣ พนักงานรักษาความปลอดภัยชายหาดของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในหานซึ่งเป็นผู้ที่สนใจ สังเกตและพยายามเรียนรู้วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ให้สัมภาษณ์ว่า “มีบ้างที่ได้เรียนรู้เรื่องบ้านเมืองของแขกเมื่อเราเริ่มสนิทกันมากขึ้น เช่นแขกเยอรมันจะคุยกันเรื่องประเพณีตีมีเบียร์ ได้เรียนรู้เกี่ยวกับเทศกาลสำคัญ ๆ ของประเทศต่าง ๆ ฟิช ผลไม้หลักของชาตินั้น ๆ เป็นต้น”

♣ หญิงไทยที่ให้บริการนวดที่หาดป่าตองคนหนึ่งได้เรียนรู้จากนักท่องเที่ยวว่าเขาพูดคำว่า “ขอบคุณ” บ่อยมาก เธอเล่าว่า เวลาเราพูด แทงกิว (Thank you) นักท่องเที่ยวก็จะบอกว่าไม่ต้องแทงกิวเขาควรจะแทงกิวเรา” เธอไม่เข้าใจว่าทำไมนักท่องเที่ยวจึงพูดอย่างนั้นทั้ง ๆ ที่เขาเป็นคนเอาเงินมาให้เธอจึงค่อนข้างจะงง แต่ก็คิดว่าได้รู้ในสิ่งที่นักท่องเที่ยวทำ

♣ พนักงานบริการในร้านอาหารแห่งหนึ่งที่ป่าตองเล่าว่า บางครั้งแขกไม่พอใจในการออกอาหารว่าไม่เป็นไปตามลำดับที่สั่ง ทั้ง ๆ ที่คนเสิร์ฟมีความตั้งใจดีไม่อยากให้นักท่องเที่ยวรอนาน อะไรที่เสร็จก่อนก็นำไปเสิร์ฟให้ก่อน แต่ก็ยอมรับว่า “บางครั้งแขกมากด้วย เราจะ ‘มั่ว’” ในกรณีนี้สิ่งที่พนักงานไม่เข้าใจเป็นเพราะไม่ทราบวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวตะวันตกที่สะท้อนความเป็นระบบในทุกเรื่องรวมทั้งเรื่องของวัฒนธรรมในการรับประทานอาหาร ซึ่งชาวตะวันตกจะรับประทานอาหารเป็น course มีระบบค่อนข้างจะเคร่งครัดว่าอาหารประเภทไหนต้องรับประทานในลำดับไหน การไม่ทราบวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างจากคนไทยจึงให้บริการแบบไทย ๆ คือใช้ความรู้สึกของตัวเองเป็นตัว

นำ บวกกับความตั้งใจดีอยากให้แขกได้รับประทานเร็ว ๆ อะไรที่เสร็จก่อนจึงเสิร์ฟเสียก่อน

**การสังเกตนักท่องเที่ยว** จากการสัมภาษณ์พบว่าคนไทยหลายคนไม่ได้ทำงานไปเรื่อย ๆ โดย “ไม่รู้เขารู้เรา” เหมือนที่พบจากการสังเกต ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนได้ให้ข้อมูลในการสังเกตลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยวซึ่งสามารถสรุปภาพรวมจากข้อสังเกตของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ดังนี้ (แต่มิได้หมายความว่าทุกคนในชาตินั้นๆ จะเป็นตามข้อสรุปนี้ ดู generalisation Vs Stereotype)

♣ การสังเกตฐานะของแขก คนไทยหลายคน สรุปแบบ เหมารวมโดยการสังเกตจากคนที่พบเห็น หรือมีโอกาสสื่อสารด้วย (stereotype) ว่าชาวเยอรมันและญี่ปุ่นส่วนใหญ่รวย แต่ชาวอิตาลีไม่รวย (น่าจะสันนิษฐานจากการใช้เงิน และการให้ทิป) นอกจากนี้ยังตั้งข้อสังเกตอีกว่าคนที่แต่งตัวดีเป็นผู้ดี เป็นคน “รวย”

♣ ความจุกจิกจู้จี้ มักคุเทศก์คนหนึ่งเล่าเกี่ยวกับข้อสังเกตจากประสบการณ์ว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมันดี ไม่จุกจิกจู้จี้ แม้แต่การพูดจาสื่อสารคนเยอรมันก็บอกว่าไม่ต้องใช้ภาษาดีมากเขามาท่องเที่ยวพูดกันพอรู้เรื่องก็ดีแล้ว นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมันชอบสมมุติสมบัน ผิดกับชาวฝรั่งเศสที่ค่อนข้างจะจุกจิกและชาตินิยม ในการนำเที่ยวแต่ละครั้งถ้ามีคนฝรั่งเศสพอประมาณในกลุ่ม เขาจะอธิบายสิ่งสำคัญ ๆ เป็นภาษาฝรั่งเศสด้วยหลังจากพูดภาษาอังกฤษจบแล้ว คนฝรั่งเศสจะบอกว่าทำไมตอนพูดเป็นภาษาอังกฤษพูดยาว แต่พออธิบายเป็นภาษาฝรั่งเศสทำไมสั้น เธอต้องชี้แจงให้เข้าใจว่า Tour นี้จริง ๆ แล้วใช้ภาษาอังกฤษไม่ใช่ฝรั่งเศส การพูดฝรั่งเศสเป็นการแถมให้

\* มักคุเทศก์คนนี้ไม่ได้มีลักษณะเป็นไทยแท้ ๆ มากนัก กล่าวคือเธอไม่เป็นคนอ่อนหวาน แต่จริงจังกับงานที่ทำ ที่พบเพิ่มเติมในส่วนนี้คือเธอไม่ค่อยยอมที่ใครจะมากล่าวหาอย่างไม่ต้องและจะอธิบายสิ่งที่นักท่องเที่ยวเข้าใจผิดและต้องการจะทราบทุกอย่าง เช่นที่บอกนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสไป เธอเล่าให้ผู้วิจัยฟังเพิ่มเติมว่าถ้าปล่อยให้นักท่องเที่ยวฝรั่งเศสเข้าใจตามที่เขากล่าวคือพอถึงภาคฝรั่งเศสทำไม่พูดน้อย นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสคนนั้นก็เข้าใจผิดว่ามักคุเทศก์ไม่ทำหน้าที่ครบถ้วน นับเป็นแนวคิดที่น่ารับฟัง เพราะคนไทยโดยปกติถ้าเจอสถานการณ์เช่นนี้มักจะเงิบเฉยเพราะคิดว่า “ไม่อยากต่อความ” ทำให้เกิดช่องว่างทางการสื่อสารโดยไม่จำเป็น

มักคุเทศก์ผู้นี้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่าในการนำเที่ยวต้องอาศัยการสังเกตมาก ต้องดูว่าสิ่งที่พูดหรือกระทำลงไปสิ่งไหนที่เขาจับได้ หรือจับไม่ได้บางทีเมื่อแนะนำสถานที่ที่น่าสนใจแล้ว เผลอถามนักท่องเที่ยวว่าไม่ถ่ายรูปหรือ เขาบอกว่า “I know how I am.” [น่าจะหมายความว่า ‘ฉันรู้ว่าฉันจะทำอะไร’ ซึ่งควรพูดว่า “I know what I should do.” มากกว่า - ผู้วิจัย] เธอบอกอีกว่าสิ่งที่ได้จากการเป็นมักคุเทศก์คือ ได้มีโอกาสเรียนรู้คนชาติต่างๆ ได้พบว่าแต่ละชาติมีความแตกต่างกัน น่าสนใจมาก เธอได้เรียนรู้และได้สิ่งใหม่ๆจากการทำงานทุกครั้ง

♣ Tour representative คนหนึ่งที่ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาติอังกฤษมากเป็นพิเศษโดยบอกว่า ชาวอังกฤษจะชอบธรรมชาติ ชอบภูเขา ชอบเกาะ และจะมีลักษณะเฉพาะบางประการจากข้อสังเกตของเขา คือ “ชาวอังกฤษ เขาจะมีลักษณะผู้ดีอังกฤษและยึดถือความถูกต้อง ไม่ว่าจะอะไรที่เอเยนต์บอกเขา เขาต้องได้ เป็นสิทธิของเขา ซึ่งผมว่ามันก็ถูกที่ว่าเป็นสิทธิของเขาเขาต้องได้เพราะเอเยนต์บอกมาอย่างนั้น เช่นในกรณีที่เกิดการสื่อสารกันผิดเข้าใจกันผิดๆ มาตั้งแต่สื่อสารกันกับเอเยนต์ คือเอเยนต์บอกว่า ถ้าคุณพัก 10 คืน คุณจะได้ เลื่อนไปพักห้องที่ดีและพิเศษกว่าห้องเดิม เขาก็จะมาเกินสิบคืนเพื่อจะได้เลื่อนระดับห้อง แต่พอมาพักจริงๆ กลับไม่ได้เพราะกลายเป็นว่าถ้าพักในช่วงที่มีโปรโมชั่นพิเศษไม่ใช่ว่าราคาห้องเต็มก็จะได้สิทธินั้น ลูกค้าผู้ให้บริการก็จะไม่พอใจมาก และบอกเลยว่าทำไมตอนที่ฉันจองจากเอเยนต์เขาไม่บอกฉันอย่างนี้ ผมว่าการสื่อสารที่ไม่ถูกต้องมันเกิดขึ้นจากทั้งทางโรงแรมกับเอเยนต์ หรือระหว่างเอเยนต์กับลูกค้าผู้ให้บริการ” คนไทยคนนี้ยังได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาติอังกฤษเพิ่มเติมว่า “ลักษณะของการสื่อสารกับลูกค้าผู้ให้บริการชาวอังกฤษที่ผมชอบมากคือเขาจะถามกลับเมื่อเขาไม่แน่ใจ เช่นผม

พูดหรืออธิบายอะไรไป และอาจพูดจาวกวน เขาก็จะ ทวนซ้ำและถามเราว่าเธอหมายความว่าอย่างไรหรือไม่ ส่วนนี้ทำให้ การสื่อสารระหว่างผมกับลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นไปอย่างราบรื่น ตัวผมเองก็นำวิธีนี้มาช่วยในการสื่อสารด้วยเช่นกัน”

ความคิดเห็นจาก Tour representative อีกคนหนึ่งเกี่ยวกับการสังเกตนักท่องเที่ยวคือ “สิ่งสำคัญในการทำงาน ด้านนี้คือเราต้องรู้จักที่จะรับฟังลูกค้าผู้ใช้บริการก่อน หลังจากนั้นเราต้องพยายามทำให้เขาไว้ใจเรา ให้เขารู้สึกว่าเรา เป็นตัวแทนของเขาและเป็นเพื่อนของเขา และจะต้องคำนึงถึงเรื่องที่เขาทำให้เขาไม่พอใจด้วยเช่นถ้าลูกค้าผู้ใช้บริการ อ้วนมากต้องการจองที่นั่งพิเศษที่ใหญ่หน่อยจะได้นั่งสบาย ผมจะไม่เอ่ยคำว่า Fat ให้เขาได้ยินเลยเพราะรู้ว่าเขาถือ หรือ ลูกค้าผู้ใช้บริการพิการที่ต้องการบริการพิเศษ ผมจะไม่เอ่ยสิ่งที่คิดว่าจะทำให้เขารู้สึกไม่พอใจ จะเลี่ยงไปใช้คำอื่นแทนถ้า ต้องสอบถามข้อมูลจากเขาจริงๆ อีกอย่างหนึ่งคือเราต้องรู้จักสังเกตนิสัยและความชอบของลูกค้าผู้ใช้บริการ เช่น บางครั้งลูกค้าผู้ใช้บริการอาจขอให้เราแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว หรือพาหนะในการเดินทางให้เขา เราก็ต้องฟังและสังเกต ว่าลูกค้าผู้ใช้บริการสนใจเรื่องราคาถูก ราคาแพงหรือไม่ ถ้าเขาเอ่ยคำว่า ‘แพง’ แสดงว่าเขาต้องการไปที่ที่ถูกกว่านั้น เรื่องเงินทองอาจจะเป็นปัญหาสำหรับเขา เราก็แนะนำที่ที่เขาน่าจะจ่ายได้ ลูกค้าผู้ใช้บริการบางคนไม่สนใจเรื่องราคา แต่ห่วงความปลอดภัยมากกว่าอาจจะจ่ายแพงขึ้นอีกนิด เช่นลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีเงินพอจะจ่ายค่าเรือเร็วได้แต่เขากลัว ความเร็ว เราก็จะแนะนำวิธีที่เขาจะรู้สึกปลอดภัย หรือถ้าเขาไม่สนใจเรื่องราคา เราก็จะแนะนำ แท็กซี่ ถึงแม้ว่าราคาแพง กว่าตุ๊ก ๆ แต่ปลอดภัยกว่า เป็นต้น. Tour Rep คนนี้สังเกตว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตกบางคนเมื่อมาเที่ยวจะทำตัว ตามสบายมากไม่ให้ความใส่ใจกับเวลา ตัวแทนท่องเที่ยวคนนี้เล่าให้ฟังว่า “นำแปลกที่จากประสบการณ์ของผมคนไม่ ตรงต่อเวลากลับเป็นนักท่องเที่ยว เช่น ถึงเวลาแล้วยังไม่ลงมา อาจเป็นเพราะเขาคิดว่าเขากำลังพักผ่อน วันนี้เป็นวัน ของเขา เวลาเป็นของเขา เขาไม่ต้องเครียดกับเวลา บ่อยครั้งที่นัด 9 โมง ปรากฏว่า 9 โมงแล้วยังไม่ตื่น เมื่อลงมาแล้ว บางคนยังไม่ขอโทษด้วยซ้ำ บางคนบอกว่าเขาไม่ชินกับเวลาเมืองไทย” ตัวแทนท่องเที่ยวที่ให้สัมภาษณ์ให้ข้อสังเกตว่า ว่านักท่องเที่ยวบริหารเวลาไม่เป็น เช่น เขาทราบอยู่ว่าพุงนี้ทัวร์ออก 9 โมงเช้า แต่คืนนั้นนักท่องเที่ยวเที่ยวอยู่จนถึงตีสี่ และก็ไม่บอก Reception ให้ปลูก ตัวแทนท่องเที่ยวเองเป็นคนเคร่งครัด เรื่องเวลา ถ้านัดแล้วเกิดมีเหตุขัดข้องจะโทรไป บอกหรือขอให้ฝ่ายต้อนรับบอกให้ เมื่อไปถึงแล้วก็พูดขอโทษ แต่กรณีนี้กลับตรงกันข้ามระหว่างตะวันตกและไทย (เป็นข้อมูลที่ตรงกับคนที่ให้การอบรมเรื่องนัดที่สถานีอนามัยยามลาที่บอกว่านักท่องเที่ยวบางคนนัดแล้วไม่มาและไม่ บอก ตัวเขาเองถ้าทำตามนัดไม่ได้จะพยายามไปหานักท่องเที่ยวเพื่อบอก)

อีกประเด็นหนึ่งซึ่งตัวแทนท่องเที่ยวคนนี้พูดถึงคือการพูดตรงไปตรงมาของนักท่องเที่ยวซึ่งจริงๆ แล้ว ถือเป็น เรื่องปกติของชาวตะวันตก แต่เขาบอกว่าบางครั้งนักท่องเที่ยวตะวันตกก็พูดตรงมากและตรงเกินไปจนบางครั้งก็ทำ ให้รู้สึกแสบเหมือนกันแม้จะได้ยินบ่อยและเข้าใจว่าคนตะวันตกมีลักษณะตรงไปตรงมาอย่างนี้แต่ก็ยังไม่ชิน

❖ คนทำงานร้านอาหารแห่งหนึ่งที่หาดกะรนมีคนชาวเดนมาร์คเป็นเจ้าของจะถามหรือสังเกตว่านักท่องเที่ยวเป็นคน ชาติไหนก็จะหยิบเมนูภาษานั้นมาให้แขก เธอบอกว่าในร้านมีเมนูหลายภาษา แต่แขกของร้านส่วนมากเป็นชาว สแกนดิ เนเวีย

❖ คนขับรถ ตุ๊กตุ๊ก คนหนึ่งบอกว่าอาชีพของเขา ไม่จำเป็นต้องสังเกตนิสัยของนักท่องเที่ยว เขาบอกว่านักท่องเที่ยว จะบอกเขาเองว่าชอบหรือไม่ชอบอะไร จะให้พาไปที่ไหน

❖ ผู้หญิงที่ให้บริการนวดคนหนึ่งเล่าว่าเธอได้สะท้อนความละเอียดละออของเธอในการสังเกตนักท่องเที่ยวดังนี้ “เรา รอให้เขา(นักท่องเที่ยว – ผู้วิจัย) ถามก่อน เราไม่เสนอให้บริการก่อน ระหว่างนวดเราต้องเข้าใจแขก ถ้าเขาอยากนอนเราก็ ไม่คุยเยอะ ถ้าเขาอยากคุยกับเราเขาจะถามเราเอง แต่ถ้าเขาไม่อยากคุยเขาจะหลับไปเลย” ซึ่งต่างกับคนที่ให้บริการนวด ที่พบจากการสังเกต

ส่วนคนให้บริการนวดอีกคนหนึ่งบอกว่าเธอมักจะเดินไปตามชายหาดเพื่อหาลูกค้าผู้ใช้บริการโดยเริ่มต้นทักทาย ก่อนที่จะถามว่าเขาต้องการนวดหรือไม่ เธอได้สังเกตพร้อมกับบอกถึงความรู้สึกที่ “สิ่งที่เราไม่ชอบคือเราทักทายเขา Hello, Good morning. You like foot massage? เขาไม่ตอบกลับ บางคนแกล้งหลับ อิตาลีจะเป็นอย่างนี้บ่อยมาก ซาติอื่นเขามองและทักกลับ เขาคงคิดว่าเราต้องการให้เขานวด แต่เราก็แค่ทักทายตามปกติ แล้วแต่ความสมัครใจของเขา ไม่นานเราก็ไม่ว่ากัน เขามาเที่ยวเราก็ต้องเข้าใจเขาด้วย “ (ในตอนนี้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวส่วนมากบอกว่าการเดินไปถามเช่นนี้ถือเป็นการรบกวน และไม่สังเกตว่าเขาต้องการพักผ่อน) ข้อมูลเพิ่มเติมจากคนให้บริการนวดคนเดียวก็คือ “ถ้าเรารู้ว่าฝรั่งเขาถือเรื่องอะไร เราก็อย่าไปพูดหรือทำอย่างนั้น เราก็ต้องเข้าใจเขาด้วย เช่น คนอิตาลีเขาไม่ชอบให้ใครมาแตะกัน เราก็อย่าไปนวดตรงกันเขาเป็นต้น คนญี่ปุ่นด้วย ทั้งสองชาตินี้จะไม่ชอบให้ใครมาจับกัน เราจะหยอกเขาโดยการตักันเบาๆไม่ได้เลย เขาจะโกรธมาก”

♣ พนักงานดูแลความปลอดภัยให้แก่คนที่มาเล่นน้ำบริเวณหาดโนหาน ซึ่งมีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวมานานมาก ดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ได้พูดถึงความสำคัญของการรู้จักสังเกตนักท่องเที่ยวไว้ดีมากเช่นกัน เขาบอกว่า “การรู้จักสังเกตแขกเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการทำงานแบบนี้ ถ้าเราเข้าไปทักทาย พูดคุยกับเขาแล้วเขาดูท่าทางไม่ค่อยอยากพูดตอบ เราก็จะไม่ไปรบกวนเขา จะคอยดูอยู่ห่างๆ ถ้าเขาต้องการความช่วยเหลือเราก็จะเข้าไป แต่ถ้าคนไหนชอบพูดชอบถามเราก็จะเข้าไปนั่งคุยบ้าง แนะนำกิจกรรมต่างๆให้เขาได้เล่นสนุก เอาเครื่องมือให้เขา ถ้าเขาอยากให้เราสอนเล่นอะไร เราก็สอนให้ อีกประการหนึ่งเราต้องจำให้ได้ว่าแขกคนไหนมาพักที่โรงแรมกี่วันถ้ามาพัก 3-4 วันเราก็จะให้บริการ เอาใจเขาเต็มที่ให้เราประทับใจ แต่ถ้ามาพัก หลายวัน เช่น 10 วันขึ้นไป ในช่วงวันแรก ๆ เราจะคอยสังเกตเขาอยู่ห่างๆ พูดคุยนิดหน่อย พอเหลืออีก 3-4 วัน เราก็จะเริ่มให้บริการแบบประทับใจ คอยช่วยเหลือเขาทุกอย่าง ดูแลเขาเต็มที่ ที่ทำเช่นนี้เพราะถ้าเราเริ่มทำแบบนี้ตั้งแต่วันแรกทุก ๆ วัน แขกจะเกิดอาการเบื่อได้ มันเลี่ยน อันที่จริงเราก็บริการทุกคนอย่างเต็มที่และจริงใจเหมือนกันแต่คนที่มานานๆ หน่อยเราจะปล่อยให้เขาเฟลิดเฟลิมส่วนตัวเขาก่อน เราคิดว่าเป็นเทคนิคที่ดีอันหนึ่งและก็ได้ผล คือก่อนแขกกลับ แขกจะประทับใจมาก”

♣ ส่วนหนึ่งซึ่งสังเกตได้จากกรเก็บข้อมูลคือคนไทยตามบาร์เบียร์แม่โดยภาพพจน์ทั่ว ๆ ไปจะดูเหมือนกับว่าคนกลุ่มนี้จะไม่ค่อยมีความละเอียดละออ หรือมีความประณีตในการสื่อสาร แต่ที่มีโอกาสได้สัมภาษณ์ทั้งเจ้าของและพนักงานในร้าน bar beer แห่งหนึ่งที่หาดกมลาพบว่า คนไทยในกลุ่มนี้ก็จะสังเกตนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในร้านเหมือนกัน ถ้านักท่องเที่ยวมี ลักษณะง่าย ๆ ดูท่าซี้เล่นถึงจะเล่นด้วย ถ้าเขาเฉย ๆ ดูหึง ๆ ก็เพียงแต่ถามว่าเขาต้องการดื่มอะไรจะไม่ได้ไปตอแยเขา แต่ถ้าเห็นนักท่องเที่ยวเจ็บป่วยมากก็ช่วยเหลือเอายาให้ ถ้าคนไหนเมาอาละวาด ก็จะพูดที่เล่นที่จริงว่า boxing ผู้วิจัยถามว่า ‘boxing’ ที่เขาพูดคืออะไร เขาบอกว่า หมายความว่าไปตอแยกับใครมาหรือ

สำหรับข้อสังเกตอื่น ๆ ที่คนไทยในหลากหลายอาชีพให้ข้อสังเกตที่พ้องกัน ได้แก่

- ♣ คนรวยหน่อยจะชอบความสงบ
- ♣ นักท่องเที่ยวเวลามาใหม่ ๆ จะถือตัว เพราะเขาคิดว่าเขาจะไปหลอกเขา แต่เมื่อนาน ๆ เข้า ถึงจะมาสนิทด้วย
- ♣ นักท่องเที่ยวที่กะตะ กะรน โนหาน โนยาง และบางเทา และ กมลา ส่วนใหญ่มาเป็นครอบครัว
- ♣ นักท่องเที่ยวที่มีอายุหน่อยจะช่างคุยคนหนุ่ม ๆ จะพูดเท่าที่จำเป็น เช่น ถามทาง
- ♣ คนยุโรปเมื่อเข้ามา เขาจะไม่นั่งทันที ต้องเชิญเขาถึงจะนั่ง
- ♣ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ค่อนข้างสูงอายุไม่ชอบไปปาดตอง เพราะคนเยอะ แต่วัยรุ่นมักจะชอบ นอกจากนี้นักท่องเที่ยววัยรุ่นมักจะชอบเที่ยวแบบลุย ๆ เช่นเล่นน้ำในที่ที่มีคลื่นลมแรง ๆ เป็นต้น ส่วนคนมีอายุมักจะชอบ City Tour ชอบไป Phuket Fantasy หรือไปดูวัฒนธรรมของภูเก็ต เป็นต้น หรือไม่เช่นนั้นก็นั่งกิน ๆ นอน ๆ อยู่แถวชายหาด

- ♣ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์ไม่ค่อยไปเที่ยวที่ไหน มักจะอยู่แถว ๆ ที่พัก และไม่ชอบให้ใครรบกวน
  - ♣ นักท่องเที่ยวต่างชาติบางคนไม่ชอบคุย แต่บางคนทะเล้ง (หมายถึงการเข้ามาถูกเนื้อต้องตัว ซึ่งหญิงไทยจำนวนไม่น้อยแม้จะทำงานในภาคการท่องเที่ยวก็ไม่คุ้นเคยกับวัฒนธรรมเช่นนี้ และไม่ชอบที่จะให้ผู้ชายมาถูกเนื้อต้องตัว )
  - ♣ หลายคนทำให้สัมผัสภาษณ์พูดถึงการแตะตัว การหอมแก้มทั้งที่ยังคงอยู่ในฐานะ “ผู้ให้บริการ” และ “ลูกค้าผู้ใช้บริการ” และได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าบางคนผู้ชายไทยก็เข้าไปโอบกอดหรือจูบแก้มได้ แต่บางคนบางคนก็ไม่ชอบ โดยที่ไม่รู้สาเหตุว่าเป็นเพราะอะไร (ที่จริงแล้วเรื่องนี้ เกี่ยวกับ spacing ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมซึ่งคนไทยหลายคน ไม่ได้ตระหนักว่าแต่ละชาติจะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในการรักษาระยะห่างเมื่อมีการสื่อสารกับคนที่ไม่คุ้นเคย ระยะห่างดังกล่าวนี้ได้ับรวมเรื่อง touching เช่นการโอบกอด การหอมแก้ม ฯลฯ เข้าไว้ในส่วนนี้ด้วย)
  - ♣ นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกไม่ค่อยมาเป็นกลุ่ม และมักจะชอบความสงบ อยู่เงียบ ๆ อ่านหนังสือ
  - ♣ คนยุโรปชอบความสงบเมื่อเดินดูของ บางคนที่รู้จักสังเกตจึงไม่เข้าไปรบกวน แต่จะคอยดูอยู่ห่าง ๆ
  - ♣ ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเด็ก ๆ น้อยก็จะคล้ายคนไทยคือเฮฮา สนุกสนาน
  - ♣ นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย และชาวยุโรปทั่ว ๆ ไปจะชอบเที่ยวเกาะ ดำน้ำ และชอบที่จะซื้อทัวร์ที่มีการบอกราคาไว้เรียบร้อยเสร็จสรรพ
  - ♣ บางคนสังเกตแม้กระทั่งธรรมเนียมในการเลือกพาหนะ เช่น คนให้เช่าเรือบอกว่า ถ้าคนมีอายุหน่อย หรือมีครอบครัว ก็ชอบเรือใหญ่ เพราะไม่กระแทก แต่เรือสปีดโบท จะกระแทก เป็นต้น
  - ♣ พวกยุโรป ชอบเที่ยวดูสถานที่ ดูวัด ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวจีนชอบให้พาไปซื้อของ
  - ♣ นักท่องเที่ยวชาวอิตาลีจะชอบของถูก ชอบเข้าเมืองเพื่อซื้อของตามห้างสรรพสินค้า
  - ♣ นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีชอบต่อรองราคา ในขณะที่ ฝรั่งเศสไม่ต่อ
  - ♣ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสจะขี้เหนียว คิดแล้วคิดอีกว่าจะซื้ออะไร
- \* ที่จริงแล้วผู้คนในวัฒนธรรมตะวันตกมักจะรู้คุณค่าของเงินและไตร่ตรองก่อนที่จะซื้ออะไร คนไทยหลายคนจะมองสิ่งเหล่านี้ว่าเป็น “การขี้เหนียว”
- ♣ นักท่องเที่ยวชาวจีน จะชอบซื้อของ ซื้อปั้ง และจะชอบพักอยู่ในโรงแรมในเมือง ชายหาดจะไม่จำเป็นสำหรับคนจีน

การให้ข้อมูล การบอกทิศทาง การอธิบาย การเตือน การแนะนำ การจัดการกับปัญหา การพูด และแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว เช่นเรื่องเกี่ยวกับบ้านเมือง วิถีชีวิต การสังเกตลักษณะนิสัย ความชอบหรือไม่ชอบของนักท่องเที่ยว (Giving information, direction, explanation, warnings, suggestions, dealing with problems & exchanging information)

### ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

**การให้ข้อมูล** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคน ต่างก็มีประสบการณ์เกี่ยวกับข้อบกพร่องในการให้ข้อมูลของคนไทยซึ่งมีลักษณะต่อไปนี้

- ♣ **การให้ข้อมูลไม่ครบ** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า การดูแลเรื่องต่าง ๆ เช่น การออกตั๋วรถทัวร์เรือ พนักงานทำได้ดี อย่างไรก็ตาม ได้พบว่าคนไทยมักจะให้ข้อมูลไม่ครบ ตัวอย่างหนึ่งที่คนให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งพูดถึงคือ เธอต้องรอรถอยู่สองชั่วโมงโดยที่ผู้รับผิดชอบไม่ชี้แจงให้ทราบว่าจะต้องรอนานขนาดนั้น เวลาตั้งสองชั่วโมงคนคน

หนึ่งสามารถทำอะไรได้มากมาย แต่คนที่รับผิดชอบทำให้ทุกคนที่รออยู่เข้าใจว่ารถจะออกในเวลาที่ใดนาทีหนึ่ง ไม่ต้องไปไหน เธอบอกว่าการให้ข้อมูลแบบนี้ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหงุดหงิด (frustrated) จนมีสำนวนที่รู้จักกันไปเกี่ยวกับ “Thai time” ถ้าเป็นที่ยุโรปทุกอย่างต้องชัดเจน เช่นถ้ารถจะออกหกโมงก็ต้องบอกว่า “We'll be leaving at six o'clock.” ระหว่างนั้นคนเขาจะได้ใช้เวลาของเขาถูกว่าจะไปเดินเล่น หรืออ่านหนังสือ หรือทำอะไรที่เขาควรจะทำ

❖ **การให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและไม่ตรงกับความเป็นจริง** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนมองว่า การให้ข้อมูลไม่ถูกต้องในลักษณะนี้ไม่ได้มีสาเหตุมาจากภาษา แต่เป็นเพราะความตั้งใจที่จะหลอกลักนักท่องเที่ยว (ตรงกับที่นักท่องเที่ยวหลายคนบอก) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งบอกว่ามีบ่อยครั้งที่การให้ข้อมูลของคนไทยทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจคลาดเคลื่อน (misleading) และเกิดขึ้นกับตัวเธอบ่อยมาก ตัวอย่างหนึ่งที่พบคือเรื่องที่เกิดขึ้นที่สถานีหัวลำโพงซึ่งชัดเจนว่าคนที่สื่อสารด้วยทุกคนไม่มีปัญหาเรื่องภาษาตรงกันข้ามสามารถใช้ภาษาในการ “ทำมาหากิน” ได้ดีทีเดียว นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการแยกแยะนักท่องเที่ยวได้ว่าเป็นใครที่เป็นหน้าใหม่ ก็จะเข้ามาหาทันทีและยกเรื่องต่าง ๆ มาบอกเพื่อให้นักท่องเที่ยวเชื่อและใช้บริการของเขาคนเหล่านั้นได้พยายามที่จะเอาเปรียบโดยการขายตัวโดยสารเกินราคา อีกตัวอย่างที่พบคือ คนขับรถตุ๊กตุ๊กที่กรุงเทพฯ จะรีบรี่เข้าไปหาคนที่ดูไม่คุ้นเคยกับเมืองไทยและบอกว่า “Today is a very special Buddha Day , I'll take you where you want to go. But first if you want to visit a temple, I can take you to a gem store or a cloth store because it's Buddha Day I will get extra money , but I need a stamp.” สิ่งที่ทำให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ไม่พอใจมากคือการที่คนขับรถตุ๊กตุ๊กพยายามแม้กระทั่งเอาศาสนามาอ้างเพื่อจะหาเงิน แต่ที่ถูกต้องถ้าคนขับรถอยากได้ตราประทับจากร้านค้าในการพานักท่องเที่ยวไป เขาก็จะบอกตรง ๆ ซึ่งดีกว่า นอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลที่เบี่ยงเบนลักษณะของการชวนให้เชื่อ (misleading) คือ พูดยั่วเข้ามาเกี่ยวกับเรื่องนั้นเรื่องนี้ และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใหม่ ๆ มักจะเชื่อ แต่ก็มักจะทราบดีหลังจากตัวเองได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงไปตรงมา

ผู้ให้ข้อมูลคนที่สองกล่าวว่า การให้ข้อมูลของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมักไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น ครั้งหนึ่งคนขับรถสามล้อบอกราคาว่า 25 บาทสำหรับผู้โดยสารสองคน แต่ตอนเก็บค่าโดยสารกลับเรียกเก็บ 50 บาท ตอนนั้นเขารู้สึกโกรธแต่ก็ให้เงินเขาไป 50 บาท รู้สึกผิดหวังมาก คิดว่าอาจจะเป็นกลลวงของคนขับรถก็ได้ที่ทำเช่นนั้นกับนักท่องเที่ยว ส่วนนี้ตรงกับข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่หนึ่งซึ่งบอกว่า ผู้ให้บริการบางคนเห็นแก่ได้ สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ดี แต่สร้างทำเป็นไม่เข้าใจ เช่น เสแสร้งว่าไม่เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แล้วหลอกให้ซื้อบริการในราคาที่แพงกว่าปกติ หรือซื้อสิ่งที่ไม่ดี หรือไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น ตกลงไปส่งป่าตอง บอกราคาแล้ว พอนักท่องเที่ยวเปลี่ยนใจจะเข้าเมืองแทนซึ่งระยะทางใกล้กว่าป่าตองมาก ก็ยังคงคิดราคาเท่าไปป่าตอง พอนักท่องเที่ยวซักถามก็แก้งัดทำเป็นสื่อสารไม่รู้เรื่อง ทั้งๆ ที่สามารถสื่อสารกันเข้าใจดี อีกตัวอย่างหนึ่งที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองพูดเรื่องนี้คือ เขาเคยบอกให้รถตุ๊กตุ๊กไปส่งที่บ้านพักซึ่งช่วงนั้นเขายัง “เป็นคนหน้าใหม่” สำหรับเส้นทางในภูเก็ต คนขับรถพาไปอีกทางหนึ่งซึ่งมาทราบตอนหลังว่าเป็นเส้นทางลัด แต่ตอนนั้นไม่รู้ก็เลยหงุดหงิด คิดว่าคนขับตุ๊กตุ๊กจะพาเขาไปที่อื่นที่ไม่อยากไปจะทำให้เสียเวลา จึงเถียงกัน คนขับรถก็ไม่ให้ด้วย บอกให้ลงจากรถและจ่ายเงิน โดยที่คนขับรถทั้งเขาไว้ตรงนั้น เขาบอกว่าถ้าคนขับรถให้ข้อมูลตั้งแต่ต้นว่าสามารถไปได้หลายทาง ก็คงไม่เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นขึ้น บ่อยครั้งที่คนไทยไม่ให้ข้อมูล ไม่ให้ทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว และตัดสินใจแทนนักท่องเที่ยว โดยไม่มีการสื่อสารที่แน่ชัด

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สามกล่าวว่าเธอก็พบกรณีทำนองเดียวกันคือได้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริง ซึ่งเกิดขึ้นบ่อยๆ คนที่ทำหน้าที่นั้นๆ ควรจะรู้ข้อมูลดีกว่าใคร ๆ แต่ถ้าปิดเขิน หรือให้ข้อมูลไม่ครบก็ถือว่าเขาควรจะรู้ว่าจะไม่ควรทำ



❖ **ไม่มีป้ายแสดงข้อมูลต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษ** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งกล่าวว่าป้ายข้อมูลที่ติดไว้ตามสถานที่ต่างๆ ควรจะมีภาษาอังกฤษคู่กับภาษาไทย และผู้ที่ทำงานเป็นด่านแรกเช่น พนักงานรักษาความปลอดภัยของสำนักงานสำคัญ ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องติดต่อกัน ควรจะต้องพอเข้าใจภาษาอังกฤษพื้นฐานได้ สองสิ่งนี้จำเป็นและเป็นเรื่องสำคัญต่อนักท่องเที่ยว เธอยกตัวอย่างตอนที่มาภูเก็ตครั้งแรก เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองย่อยที่อำเภอฉลองไม่มีภาษาเลย พอถามว่าสำนักงานเปิดเมื่อไร และชี้ไปที่ป้ายบอกเวลาเปิด - ปิด ที่เขียนเป็นภาษาไทย เขาก็ได้แต่ส่ายหน้า ไม่รู้เรื่อง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่หนึ่งอีกสองคนก็กล่าวถึงป้ายข้อมูลต่าง ๆ ว่าภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยว แต่สัญลักษณ์ ป้ายบอกทิศทาง ยังมีปัญหาในเรื่องความไม่เด่นชัด ไม่เพียงพอ และชำรุดแล้วไม่ซ่อม

**การบอกทิศทาง** จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองชุด พบว่าการบอกทิศทางของคนไทยยังมีข้อบกพร่องอยู่มาก คือมีลักษณะการบอกทางแบบลอย ๆ ไม่ชัดเจน ไม่บอกระยะเวลาหรือระยะทาง แต่คนไทยมักจะมีน้ำใจและพยายามช่วยบอกทางทั้ง ๆ ที่ไม่รู้หรือไม่แน่ใจ จึงบอกไปผิดๆ นอกจากลักษณะเหล่านี้แล้วก็พบว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นที่พึ่งได้กลับไม่มีภาษาในการสื่อสารเลย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองคนหนึ่ง กล่าวว่า การบอกทางของคนไทย ไม่เป็นไปตามที่ควรจะเป็น (not exact) มีลักษณะไม่ชัดเจนเป็น "...something very vague... not specific..." และใช้จุดสังเกต (landmark) อย่างเดียวคือไฟจราจร ไม่ค่อยบอกระยะทางและระยะเวลาเดินทาง เขาเล่าประสบการณ์ให้ทราบว่า ปอยครั้งที่เขาหลงทางเพราะถามทางจากคนไทย คนไทยจะบอกทางเขาอย่างลอย ๆ ไม่ชัดเจน พอเดินตามที่คนไทยบอกก็หาสถานที่ไม่เจอ พอถามอีกคนหนึ่งก็จะบอกให้เดินกลับทางเดิมอีก กลับไป กลับมา อยู่อย่างนั้น ถ้าถามคนไทยสองคนที่อยู่ในบริเวณเดียวกันก็มักจะไม่ได้คำตอบที่เหมือนกัน คนหนึ่งบอกทางหนึ่ง อีกคนบอกอีกทางหนึ่งซึ่งตรงกันข้าม และโดยปกติแล้วถ้าคนไทยไม่ค่อยแน่ใจก็จะไม่พูดอะไร แต่เรื่องการบอกทาง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ก็กล่าวว่าเขาไม่ทราบเพราะเหตุใดคนไทยถึงมักจะบอกทั้ง ๆ ที่ไม่รู้หรือไม่แน่ใจและได้พูดเชิงวิพากษ์ว่า "And I don't know what it is about directions that makes Thai people feel like "Oh! I'm pretty confident about this." I just have to tell them something. Don't go away from me. บางครั้งดูเหมือนคนไทยจะเข้าใจในสิ่งที่ถามว่าคนถามต้องการไปที่ไหน แต่จริง ๆ แล้วไม่เข้าใจ อาจเป็นไปได้ว่าคนไทยเกิดความกดดันจากความคิดที่ว่าถ้าชาวต่างชาติถามทางแล้วบอกเขาไม่ได้เขาก็จะไม่ยอมไปไหน (He won't go away if I don't tell him something.) หรืออาจคิดว่าเป็นการเสียมารยาทหากจะเดินหนีไปเฉย ๆ โดยไม่บอกอะไรแก่นักท่องเที่ยวบ้าง จึงต้องพูดหรือบอกอะไรเขาไปสักอย่าง แม้จะไม่รู้จริงก็ตาม มีบางคนเท่านั้นที่บอกตรง ๆ ว่าเขาไม่รู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีมากที่ไมู้ก็บอกตรง ๆ ว่าไม่รู้ เพราะนักท่องเที่ยวเดินทาง นั่งรถ นั่งเครื่องบินหลายชั่วโมง ต้องแบกกระเป๋า ข้าวของหนัก หากคนไทยบอกทางให้เขาแบบผิด ๆ ทำให้เขาต้องเหนื่อยกับการเดินกลับไปกลับมา หาโรงแรมไม่เจอ นักท่องเที่ยวจะไม่เกิดความประทับใจ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่หนึ่งซึ่งเป็นผู้บริหารระดับกลางของโรงแรมแห่งหนึ่งได้เล่าให้ฟังถึงข้อสังเกตว่าพนักงานฟังกไม่เข้าใจแต่ก็พยักหน้าทำเป็นเข้าใจ ทำให้แขกไม่พอใจ และกล่าวว่าโดยทั่วไปแล้วคนไทยมักจะทำเช่นนี้บ่อย เช่นเมื่อนักท่องเที่ยวถามทางแต่ตนเองไม่รู้ อธิบายไม่ถูกแต่อยากช่วย ก็จะพยายามบอกไปทั้ง ๆ ที่ผิด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองอีกคนหนึ่งกล่าวว่าในการบอกทาง คนไทยส่วนใหญ่มักพูดเพียง "walk that way and turn left" หรือ "walk down and turn right and then turn left." ไม่มีการบอกระยะทางไม่ว่าจะเป็นเมตร กิโลเมตร หรือถ้าบอกก็ไม่แน่นอนว่าไกลเท่าไร ก็เมตรกันแน่ ไม่มีการบอกว่าการไปจุดนั้นจุดนี้ต้องใช้เวลาเท่าไร ในการถามทางคนไทยครั้งหนึ่ง คนหนึ่งบอกว่า 500 เมตร อีกคนหนึ่งบอกว่า 2500 เมตร ทั้ง ๆ ที่บอก ณ จุดเดียวกัน (เข้าใจว่าน่าจะมีปัญหาเกี่ยวกับการพูดตัวเลข - ผู้วิจัย) ไม่บอกระยะเวลาที่นาฬิกาให้พอเดาได้ว่าอยู่ประมาณตรงไหนข้อมูลของใครน่าจะถูก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งบอกว่าสามีของ

เธอก็เคยมีประสบการณ์ทำนองเดียวกันนี้ คือคนไทยคนหนึ่งพยายามช่วยบอกทาง เป็นการบอกทางที่ไม่ดีเท่าไร เพราะในที่สุดก็ไปผิดทาง เธอคิดว่าเป็นเพราะมีปัญหาเรื่องภาษา อีกอย่างหนึ่งอาจจะเพราะบางครั้งคนไทยอาจจะช่วยมากเกินไป ถึงไม่แน่ใจก็ เคา ตอบ ๆ ไปว่า “Overthere.” ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองอีกคนหนึ่งต้องการไปที่ “pier road” บริเวณอ่าวฉลอง แล้วเกิดหลงทาง ได้เข้าไปสอบถามที่สถานีตำรวจและหยุดถามที่สถานีตำรวจ 3 แห่ง จุดให้บริการ 5 จุด (three police stations and five police stops) สิ่งที่ต้องตรวจพบเป็นภาษาอังกฤษอย่างเดียวคือ “my area” นอกนั้นพูดภาษาไทยซึ่งไม่สามารถสื่อสารกันแน่ชัด ต้องใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงจึงหาเจอ และผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้นำว่าสิ่งที่คนไทยขาดมากคือ การบอกทิศทาง (directions)

**การเตือน** เมื่อผู้ให้ข้อมูลคนที่สองให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาการสื่อสารกับคนไทยที่เขาพบ เขาได้กล่าวถึงตำรวจว่า คนไทยที่มีปัญหาในการสื่อสารมากที่สุดคือตำรวจ จากประสบการณ์ไม่เคยมีครั้งใดที่คุยกับตำรวจรู้เรื่อง ในความคิดของผู้ให้ข้อมูลตำรวจไม่มีภาษาเลย สองครั้งที่ตำรวจเรียกให้หยุดรถเพื่อจะบอกว่าไปตรงไม่ได้ หรือเลี้ยวซ้ายไม่ได้ ตำรวจคนนั้นไม่สามารถพูดให้เข้าใจได้เลย เขาบอกว่าการที่ตำรวจเรียกให้หยุดรถปกติคนที่ถูกเรียกต้องทำอะไร ผิดแน่นอน แต่กลับไม่ทราบจะทำอะไรผิด และตำรวจก็อธิบายไม่ได้ ได้แต่พูดว่า “you!” “no!” แล้วชี้ที่หัวตัวเองและถามว่า “understand?” ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนั้นไม่สามารถเข้าใจได้เลย (ที่จริงตำรวจที่พูดภาษาอังกฤษได้ดีก็ได้พบในการสัมภาษณ์ แต่อาจจะจะมีจำนวนน้อยมากจนชาวต่างชาติไม่ค่อยมีโอกาสเจอ)

**การจัดการกับปัญหา (Dealing with complaints)** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งซึ่งมีลักษณะวิพากษ์สูง ตอบคำถามเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า การที่คนไทยไม่อธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบว่าจะเกิดอะไรขึ้นและกำลังแก้ปัญหาอย่างไร เป็นเรื่องยากที่จะเข้าใจ เธอให้เหตุผลประกอบว่า ยามที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาเขาย่อมจะขาดความอดทนและพร้อมที่จะโกรธมากกว่าเดิมถ้าไม่ทราบว่าคนที่เกี่ยวข้องกำลังหาหนทางช่วยอยู่ เธอเห็นว่าโดยปกติแล้วคนไทยเป็นคนที่มีพร้อมจะช่วยเหลือแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ เพียงแต่ไม่มีการสื่อสารเท่านั้น คือไม่มีการบอกกล่าวให้ทราบว่า จะดำเนินการให้อย่างไร และบ่อยครั้งมีแต่การสั่งหรือการบอก “instructions” เช่น ให้รออยู่ หรือให้นำเอกสารมาเพิ่มเติม เป็นต้น บรรยากาศเช่นนี้ทำให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนีรู้สึกสับสน (frustrated) ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองซึ่งมีลักษณะวิพากษ์ปานกลางก็กล่าวในทำนองเดียวกันว่า การจัดการกับปัญหาของคนไทยก็เหมือนกับการอธิบายที่คนไทยไม่บอกที่มาที่ไปของปัญหา ไม่บอกว่าจะจัดการอย่างไร ต้องถามถึงจะรู้ เหตุการณ์เช่นนี้ทำให้รู้สึกไม่ดี “It’s a little bit frustrating.” ถ้าการที่คนไทยไม่บอก ไม่อธิบายสาเหตุหรือแม้แต่วิธีการจัดการกับปัญหาของนักท่องเที่ยวเพราะคนไทยมีภาษาไม่พอก็ไม่เป็นไร พอเข้าใจได้ เพราะอย่างน้อยคนไทยก็จัดการแก้ไขให้ แต่ถ้าเขาบอกว่าเป็นเพราะอะไร จะแก้ไขหรือทำอะไรต่อไป ใช้เวลานานเท่าไร ก็จะทำให้การสื่อสารราบรื่นกว่า ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สามซึ่งมีลักษณะวิพากษ์น้อยมองว่า ถ้าคนไทยพยายามจัดการกับปัญหาให้ก็ถือว่าดีแล้วแม้ไม่ได้บอกว่าจะทำอะไรก็ตาม แต่ถ้าแค่บอกว่า “sorry... sorry” แล้วไม่พยายามแก้ปัญหาเลย ก็จะรำคาญ การจัดการกับปัญหาที่ดีที่สุดควรจะต้องพูดต้องบอกด้วย

**การอธิบาย** ในประเด็นการอธิบายของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งและคนที่สองกล่าวถึงข้อสังเกตสามประการ คือ

♣ ไม่มีการอธิบาย สิ่งแรกที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งบอกเกี่ยวกับคนไทยคือ “There is NO explanation.” โดยได้ยกตัวอย่างซ้ำเรื่องที่พนักงานบริษัททัวร์แห่งหนึ่งปล่อยให้รอโดยไม่อธิบาย และมองในแง่ที่ว่าบริษัทนั้นกลัวจะเสียลูกค้าผู้ใช้บริการมากกว่าลักษณะทางวัฒนธรรม อีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งพูดเกี่ยวกับการอธิบายคือ เมื่อต้องอธิบายอะไรที่เป็นเรื่อง “serious” ต้อง “explain seriously” ไม่พูดไป หัวเราะไป หรือเล่นไป นักท่องเที่ยวต้องการ

ความจริงจังในสถานการณ์ที่จริงจัง

♣ มีคำศัพท์ไม่พอและขาดยุทธวิธีการสื่อสาร ในความเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญคิดว่าคนไทยจำนวนมากมีคำศัพท์ภาษาอังกฤษไม่พอที่จะสื่อสารและไม่พยายามที่จะอธิบายโดยใช้ยุทธวิธีการสื่อสารอื่นๆ เข้ามาช่วย ตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งเล่าว่าเธอเข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต หลังการตรวจรักษา นายแพทย์ผู้ตรวจกล่าวว่า “ I’m very sorry, I don’t know the word.” การที่หมอสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นอะไร เป็นเรื่องสำคัญมากโดยเฉพาะในทางจิตวิทยาโดยเฉพาะในบริบทเช่นนี้ เพราะทำให้เธอคิดกังวลว่าต้องเป็นเรื่องร้ายแรงมากหมอดึงหาคำไม่ได้ เธอบรรยายความรู้สึกของเธอในตอนนั้นว่า “ I really lost at this point. And I left depressed feeling that what he couldn’t tell me was terrible. It left me traumatic for the whole week.” ซึ่งเธอได้ทราบต่อมาด้วยตัวของเธอเองว่าสิ่งที่หมอบอกไม่ถูกนั้นไม่ได้เป็นเรื่องร้ายแรงอะไร แต่วิธีการที่หมอพยายามจะบอกนี่ขยของการตีความว่าเป็นเรื่องร้ายแรงจนหมอไม่ทราบจะบอกอย่างไร

♣ ไม่อธิบายในเวลาที่เหมาะสม จากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สอง พบว่าคนไทยมักอธิบายอะไรสักอย่างให้ทราบต่อเมื่อได้ทำอะไรไม่ถูกไปแล้ว หรือพลาดไปแล้ว และมักจะไม่นอกเหตุผล ที่มาที่ไป ต้องถามหลายคำถามถึงจะรู้เหตุผลและข้อมูลจริงๆ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ก็กล่าวว่า มีบางครั้งที่เขาเชื่อว่าคนไทยมีเหตุผล มีข้อมูล และสามารถอธิบายได้ แต่จะไม่บอก ไม่พูด ไม่อธิบายอะไร จนกระทั่งถูกถาม และต้องถามมากด้วยถึงจะรู้คำตอบ เขาให้ความคิดเห็นในเรื่องนี้ด้วยว่า การอธิบายและบอกเหตุผลโดยไม่ต้องรอให้เกิดปัญหาหรือโดยไม่ต้องให้ถามนั้น ไม่อยู่ในนิสัยหรือวัฒนธรรมการสื่อสารของคนไทย โดยได้ยกตัวอย่างจากประสบการณ์การสอนในห้องเรียน เช่น นักศึกษาบอกว่าวันลดยกทรงคือวันที่เอากระดองไปลอยน้ำ เพียงแค่นั้น ต้องถามต่ออีกหลายคำถามถึงจะรู้ความเป็นไปเป็นมาของเทศกาลนี้ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้วลีว่า ต้อง “dig deep to get information.”

ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สามซึ่งมีลักษณะวิพากษ์น้อย คิดว่าการอธิบายสิ่งต่าง ๆ ของคนไทยก็ค่อนข้างชัดเจน และถ้าไม่แน่ใจก็จะถามกลับ

**การแลกเปลี่ยนข้อมูลและเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับบ้านเมืองและวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยว**  
(Sharing knowledge and culture)

จากข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองชุด ในประเด็นนี้พบว่า ความรู้เกี่ยวกับชาติอื่น ๆ และชาติของตนเองเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำงานในภาคการท่องเที่ยว แต่ในสภาพความเป็นจริงแล้วคนไทยไม่ค่อยรู้เรื่องราวรอบตัวไม่ค่อยมีความรู้เกี่ยวกับชนชาติอื่น ๆ ไม่มีภาษาพอที่จะพูดคุย แลกเปลี่ยนเรื่องราวที่ลึกซึ้งหรือเรื่องราวที่จริง ๆ จัง ๆ ได้ จึงเป็นเพียงแค่การพูดคุยเรื่องทั่วไปที่ง่าย ๆ ฟุ้ง ๆ เท่านั้น หรือบางครั้งการสื่อสารจะออกมาในรูปของความไม่เหมาะสม เช่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งในช่วงที่หนึ่งซึ่งเป็นผู้บริหารระดับกลางของกองตรวจคนเข้าเมืองภูเก็ตกล่าวต่อประเด็นนี้ว่า เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองไม่สนใจที่จะเรียนรู้ทั้งภาษา วัฒนธรรมและการสื่อสาร เขาได้ยกตัวอย่างที่เห็นเจ้าหน้าที่พูดจาเล่นหัวกับนักท่องเที่ยวที่มาติดต่อจนเกินขีดโดยไม่คำนึงถึงกาลเทศะ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่สองคนหนึ่งบอกว่า การพูดแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปกับนักท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับบุคคล คนไทยที่พบส่วนมากจะพูดเรื่องราวที่เกี่ยวกับตัวเอง เช่น เรื่องครอบครัว มีลูกกี่คน ที่บ้านทำอะไร หรือเมื่อเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ๆ ก็อาจจะทักขึ้นมาว่า ในท้องถิ่นเขาก็มีทำของแบบนี้ คนไทยพูดเรื่องพวกนี้เหมือนกัน แต่เป็นในลักษณะของการโอภาปราศรัย “small talks” มากกว่าจะเป็นการสนทนากันจริงๆ จังๆ เธอใช้คำว่า “superficial: It’s superficial.” และมองว่าการที่คนไทยไม่สนทนาเรื่องเกี่ยวกับท้องถิ่น บ้านเมือง และวัฒนธรรมของตน ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นเพราะข้อจำกัดของภาษา อีกส่วนหนึ่งน่าจะเนื่องมาจากการขาดความรู้เรื่องของตนเอง แต่สิ่งที่น่าจะเป็นสาเหตุมากกว่าในความคิดเห็นของเธอคือ ขณะที่คนไทยทำงานท่องเที่ยวที่ต้องสื่อสารกับคนต่างภาษา

ลักษณะของงานจะมีความกดดัน แต่ต้องดูแลพูดจาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ก็มากพออยู่แล้ว การที่ต้องพูดอะไรที่ลึกซึ้งกว่านั้นไม่น่าจะเป็นสิ่งที่ปกตินัก อย่างไรก็ตามถ้าเป็นเรื่องเฉพาะ เช่นการไม่ใช้เก้าอี้คน หรือ ของ การไม่เหยียบบรรณิประตุ อะไรต่าง ๆ เหล่านี้คนไทยก็พูดให้นักท่องเที่ยวฟังเหมือนกัน หรือถ้าโอกาสเหมาะ เช่นปีที่แล้วในช่วงลอยกระทง เจ้าของบังกะโลที่เธอพักอยู่ ได้เล่าเกี่ยวกับประเพณีลอยกระทงให้เธอทราบมากมาย โดยสรุปแล้วถ้าโอกาสเหมาะและภาษาพอ เธอเชื่อว่าคนไทยจะสนทนาเรื่องราว ประเพณี ความเชื่อต่าง ๆ ของคนไทยเหมือนกัน เธอกำลังบอกว่าในทางตรงกันข้ามความสนใจของคนไทยในเรื่องไกลตัวออกไป เช่น เรื่องบ้านเมือง ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว มีน้อยมาก อีกอย่างหนึ่งที่เธอรู้สึกคือคนไทยไม่ค่อยมีความรู้ที่คนอื่น วัฒนธรรมอื่นเขาปฏิบัติกันอย่างไร (“lack of awareness of what other people do...”) ซึ่งเธอบอกว่าต่างจากคนยุโรปที่เรียนรู้ตลอดเวลาว่ามีคนอื่น ๆ อยู่ร่วมกับตน และทุกชาติมีความแตกต่าง ส่วนคนไทยมีความรู้สึกในความเป็นชาติค่อนข้างสูงและมักจะคาดหวังให้คนอื่นปฏิบัติตามเหมือนคนไทย เธอบอกว่าคนไทยไม่ค่อยเปิดใจสักเท่าไร มีลักษณะชาตินิยมสูง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองกล่าวว่าเขาไม่ค่อยได้เรียนรู้ วัฒนธรรมและเรื่องราวในประวัติศาสตร์จากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวเท่าไร แต่จะได้จากคนท้องถิ่นทั่วไปมากกว่า ส่วนใหญ่ที่คุยกันนั้นจะเป็นการพูดคุยเล็กๆน้อยๆมากกว่าจะคุยเรื่องราวที่ลึกซึ้ง เช่น “What’s new in sports. What food did you have today? Did you have fun today?” เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ ไม่คิดว่าคนไทยเหล่านี้จะพูดคุยเรื่องราวที่ลึกซึ้งไปกว่านี้ได้ อย่างบางคนถ้าถามว่าผลไม้ที่นี่ ใช้ทำอาหารไทยอะไร ปลูกที่นี่ไหม เขาจะตอบไม่ได้ เรื่องอื่น ๆ ที่ได้แลกเปลี่ยนกับคนไทย เช่น เรื่องราวต่าง ๆ ของจังหวัดนั้น ๆ เขากล่าวว่า คนไทยมักจะคุยเกี่ยวกับจังหวัดตัวเองและคิดว่าจังหวัดตัวเองดีที่สุด มีบ้างที่คนไทยถามเกี่ยวกับประเทศอเมริกา ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่อง มาจากรัฐใด ค่าครองชีพที่นั่นเป็นอย่างไร และเมื่อยกตัวอย่างค่าครองชีพหรือราคาของใช้ของกินให้คนไทยทราบเขาจะตกใจและตื่นเต้นมากที่ได้รู้และไม่อยากเชื่อ เพราะสำหรับคนไทยนั้นแพงมาก บางทีก็มีการถามว่าคนอเมริกามีความเป็นอยู่อย่างไร และเขาจะไม่ค่อยเชื่อว่าความเป็นอยู่ของคนอเมริกาไม่ได้ดีอย่างที่เขาคิดเสมอไป เพราะภาพที่เขาเกี่ยวข้องกับประเทศอเมริกา คือ เป็นประเทศร่ำรวย คนมีทุกอย่างพร้อม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า คนทำงานบริการไม่จำเป็นที่จะต้องเก่งภาษามากมายนัก แต่ถ้ามีภาษาดีพอสำหรับพูดคุยเรื่องอื่น ๆ รอบตัวบ้างก็น่าจะดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านั้นจะทำงานได้เงินมากกว่าคนที่พูดได้น้อยหรือไม่ได้เลย อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไปก็ไม่ได้คาดหวังว่าภาษาอังกฤษของคนไทยจะต้องถูกต้องและคล่องแคล่วเหมือนเจ้าของภาษา ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สามก็กล่าวเช่นกันว่าคนไทยมิได้ไม่ทราบเรื่องไกลตัวเท่านั้น แม้เรื่องราวใกล้ตัวก็ไม่ค่อยทราบ และได้ยกตัวอย่างสถานการณ์เมื่อเธอไปซื้อโต๊ะที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งใกล้กับมหาวิทยาลัย และขอให้ทางร้านนำมาส่งที่มหาวิทยาลัย พนักงานไม่เข้าใจว่า Prince of Songkla University คืออะไร อยู่ที่ไหน แม้แต่รถตุ๊กตุ๊ก คนที่ร้านขายของก็ไม่ทราบ ต้องมีที่อยู่เป็นภาษาไทยติดตัวไว้ให้เขาดู (ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชื่อภาษาไทยของมหาวิทยาลัยต่างกับชื่อที่ใช้ในภาษาอังกฤษ - ผู้วิจัย)

## ช่วงปิดการสื่อสาร

### การกล่าวลา การแสดงความปรารถนาดี (leave-taking & extending good wishes) ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวส่วนมากไม่มีข้อสงสัยอะไรเป็นพิเศษนอกจากย่ำว่าชื่นชมกับการที่คนไทยไหว้เมื่อลาจาก แต่บางคนชอบให้คนไทยเข้ามาออดและจูบแก้มในลักษณะที่แสดงความจริงใจ ความเป็นมิตร ความอบอุ่น เมื่อจะลาจาก

## การกล่าวลา การแสดงความปรารถนาดี (leave-taking & extending good wishes) ข้อมูลจาก กลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

ได้พบว่ามีการกล่าวลาทั้งที่เป็นระบบ ถูกต้องตามแบบแผนของการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ และลาด้วยระบบที่พยายามคิดขึ้นมาเองทั้งจากความคุ้นเคยแบบไทยและจากการสังเกตด้วยการเรียนรู้ด้วยตนเอง การลาทั้งสองแบบได้พบในระดับกลุ่มและระดับบุคคลดังนี้

ก. การกล่าวลาที่เป็นระบบ ถูกต้องตามแบบแผนของการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ได้พบในสามกลุ่มที่นักท่องเที่ยวพูดถึง เช่น พนักงานฝ่ายอำนวยการสัมพันธภาพของโรงแรมแห่งหนึ่งที่พาคณะวิจัยชมห้องและบริการของโรงแรม เมื่อ คณะจะลาจาก ก็พูดว่า “Good bye. Thank you. Have a nice day.” มีขั้นตอนครบทุกกระบวนการ

สำหรับมัคคุเทศก์ในการสัมภาษณ์ได้ขอให้พูดให้ฟังว่าเขาปิดการสื่อสารอย่างไร ตัวอย่างภาษาที่ได้คือ

- Thank you. I hope you enjoyed our trip. And I hope you will join our trip again.
- Have a good holiday. And if there is something inconvenient for you today, I do apologise for this.

Thank you again.

ส่วนข้อมูลที่ได้จากผู้ผ่านการเรียนภาษาเพื่อการทำงาน ซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทไปรับนักท่องเที่ยวที่สนามบินก่อนจะลาได้เดินไปส่งนักท่องเที่ยวขึ้นรถของโรงแรม พร้อมด้วยภาษาซึ่งแสดงมรรยาทของการส่งแขก โดยพูดว่า “I’ll take you to the car.” บอกด้วยว่าจากสนามบินไปโรงแรมใช้เวลานานเท่าไร มีการแสดงความปรารถนาดี เช่นกล่าวว่า “Have a nice day.” และไหว้ลาแบบไทยตามด้วยการจับมือแบบสากล มีการแสดงความปรารถนาดี เช่น “Enjoy your stay here in Phuket.” และบอกด้วยว่าถ้าคุณไหนมาดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์ก็จะพบกับเขาว่า “Happy Honeymoon.” ถ้านักท่องเที่ยวจะกลับประเทศก็จะพูดว่า “Have a safe trip back home.” จากนั้นก็จะไหว้ สวัสดี แล้วจับมือ

มัคคุเทศก์ที่คณะวิจัยได้ซื้อทัวร์ไปร่วมเที่ยวก็มีการกล่าวลาและปิดการสนทนาตามระบบเช่นกัน นอกจากนี้ยังมี การเชิญชวนให้กลับมาเที่ยวอีกโดยบอกว่า “I hope you will join us again.”

พนักงานร้านอาหารอิตาเลียนที่หาดต่าง ๆ ก็เช่นกันได้มายืนส่งลา พร้อมกับพูดว่า “Goodbye. Thank you.” พนักงานบางร้านจะมีประโยคเชิญชวนส่งท้ายว่า Thank you and come again.

อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งปิดการสื่อสารได้ดีโดยการกล่าวลาได้ถูกต้อง คือกลุ่มพนักงานชายของที่ระลึกในร้านที่ดีหรือค่อนข้างดี เช่นพนักงานร้านขายเครื่องประดับ และร้านขายของที่ระลึกที่ได้ไปสังเกตเมื่อจบการสนทนาจะพูดว่า Thank you very much sir/madam. พร้อมกับยิ้มให้แต่ขาดการเชิญชวนให้กลับมาใหม่

สำหรับคนไทยที่ไม่ได้เรียนภาษาอังกฤษมาในระบบและพยายามเรียนรู้จากการทำงานโดยสร้างระบบการใช้ของตัวเอง คนไทยที่ขายของตามที่ต่าง ๆ คนที่ให้บริการนวด และพนักงานของร้านอาหารเล็ก ๆ ได้พบว่ามีการกล่าวลาอยู่สองสามแบบ เช่น “Good-bye. See you tomorrow.” บางทีก็ใช้การจับมือ เมื่อถามว่าทำไมจึงใช้แตกต่างกัน หลายคนได้สะท้อนความคิดที่มีพื้นฐานของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เช่น ถ้าคุ้นเคยจะจับมือ หรือโบกมือลา ส่วน “Good-bye.” “See you tomorrow.” ใช้เมื่อรู้สึกเป็นทางการ ส่วนพนักงานห้องอาหารของโรงแรมแห่งหนึ่งใกล้หาดถามลาบอกว่าเธอชอบใช้ “Where go?” หลังจาก กล่าวลานั้นนักท่องเที่ยว เพราะรู้สึกว่าเป็นการแสดงไม่ตรีจิตต่อเขา บางคนพูดว่า “I sure you will come back.” บางคนบอกว่าชอบที่จะลาด้วยการโบกมือ และไม่ได้กล่าวอะไร เพราะเขาบอกว่าการโบกมือลาถือเป็นการเพียงพอแล้ว ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ลาแบบนี้บอกว่าการโบกมือลาจะเป็นฝ่ายโบกมือลาก่อน

## การกล่าวลา การแสดงความปรารถนาดี (leave-taking & extending good wishes) ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ได้ตรวจสอบประโยคแปลก ๆ ที่คนไทยใช้กล่าวลากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองปรากฏว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละคนมีความคิดเห็นที่ต่างกัน เช่น “I sure you will come back.” ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสองในสามคนเข้าใจว่าคนพูดต้องการแสดงไมตรีจึงถือว่าเป็นการกล่าวลาที่พอรับได้ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีกคนหนึ่งซึ่งเป็นชาวอเมริกันเห็นว่าไม่ควรกล่าวลาด้วยประโยคนี้ เพราะมีความหมายว่า คุณก็ต้องกลับมาจ้อเรา มาหาเราจนได้ เหมือนกับจะสื่อว่า “We got you” ฟังดูเป็นการจู่โจมและตรงเกินไป (too direct) ที่ควรพูดถ้าต้องการให้เขากลับมาอีกคือ Please come back. อีกประโยคหนึ่งคือ “Where you go?” ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งบอกว่า คนทางยุโรปจะมีความเป็นส่วนตัวสูงคงไม่ต้องการให้ใครกล่าวลาด้วยการถามเช่นนั้น แต่เธอก็คิดว่านักท่องเที่ยวส่วนมากน่าจะเข้าใจว่าคนถามคงไม่ตั้งใจ และเธอก็คิดว่านักท่องเที่ยวยุโรปที่เคยถูกถามเช่นนั้นอาจจะบอกไปตรง ๆ ว่าเขาไม่ชอบให้ถามแบบนี้ก็ได้ ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกคนหนึ่งเข้าใจการกล่าวลาเช่นนี้ว่าคนที่พูดต้องการจะขายทัวร์ให้นักท่องเที่ยวมากกว่า

## วิจารณ์

### วิจารณ์ในการสื่อสาร ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้เป็นสองทาง คือ การมองโดยรวมเป็นกลุ่ม ๆ และการใช้ภาษาในระดับบุคคล

ก. การมองเป็นกลุ่มๆ ในส่วนนี้นักท่องเที่ยวที่ได้สัมภาษณ์ส่วนมากบ่งว่ากลุ่มที่พูดภาษาได้ดี สื่อสารได้คล่อง ได้แก่ กลุ่มพนักงานโรงแรม กลุ่มมัคคุเทศก์ และ กลุ่มพนักงานบริการในร้านอาหารระดับดีซึ่งหมายถึงรวมถึงร้านอาหารของโรงแรมในระดับดีด้วย เช่น บันทึกของนักท่องเที่ยวที่พูดถึงพนักงานโรงแรม 020: Good language skills, generally very polite and very helpful.” ( ดู 001 067 110 134 ในผนวก ข เพิ่มเติม) พูดถึงมัคคุเทศก์ 028: [Tour guides] generally good use of English. ( ดู 001 009 011 017 047 072 110 147 160 ในผนวก ข เพิ่มเติม) และ พนักงานร้านอาหาร 029: Group 6 [พนักงานร้านอาหาร - ตามที่ระบุในแบบสัมภาษณ์] understood questions we asked them and were clearly able to explain given questions (i.e. what spice is this....)... ( ดู 001 110 ในผนวก ข เพิ่มเติม) จากการพูดคุยระหว่างการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวบอกว่ามัคคุเทศก์บางคนนอกจากจะให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแล้วยังสามารถบอกเรื่องราวเกี่ยวกับคนท้องถิ่นได้ดีมาก ทำให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนไทย

ข. ระดับบุคคล มีความกระจัดกระจายมาก เช่นนักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าพนักงานโรงแรมที่เขาพบโดยเฉพาะพนักงานส่วนหน้าสื่อสารได้น้อยมาก อธิบายอะไรก็ไม่ได้ พูดอะไรไปก็ไม่เข้าใจ ดังเช่นบันทึกของนักท่องเที่ยวคนหนึ่ง (159) ที่เขียนเพิ่มเติมจากการให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ว่า Hotel staff could answer only some questions but when asked something else, they didn't know. นักท่องเที่ยวคนหนึ่งผิดหวังกับโรงแรมที่เขาพักซึ่งขึ้นป้ายชัดเจนว่าผ่าน ISO 2001 แต่พนักงานไม่สามารถสื่อสารได้เท่าที่ควร นักท่องเที่ยวบางคนพบว่าพนักงานฝ่ายแม่บ้านซึ่งส่วนมากมองว่าภาษาอ่อนกลับพูดได้ดีกว่าพนักงานส่วนหน้า บางคนบอกว่าคนขับรถพูดได้ดีมาก อธิบายเรื่องต่าง ๆ ให้เขาเข้าใจได้ชัดเจน เช่น 064: The drivers were friendly and courteous and explained whatever we asked for ex. rubber tree plants, agriculture, types of fish, environment, Thai language.

พนักงานบริการก็เช่นกันในระดับกลุ่ม คนไทยกลุ่มนี้เป็นหนึ่งในสามกลุ่มที่นักท่องเที่ยวบ่งว่าภาษาดีหรือค่อนข้างดี แต่ในระดับบุคคลมีไม่น้อยเช่นกันที่นักท่องเที่ยวซึ่งถึงปัญหาในการสื่อสาร คือ เขา เชื่อว่าพนักงานบางคนที่เขาพบไม่เข้าใจสิ่งที่เขาพูดแต่แสร้งทำเป็นเข้าใจ เพราะนำอาหารมาให้ไม่ตรงกับที่สั่ง เช่น 056 Waitress didn't understand what I said but they pretended that they understood.

อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคลหรือกลุ่ม คนที่สามารถใช้ภาษาได้ดีมีลักษณะเด่น ๆ คือ สามารถอธิบายสิ่งต่าง ๆ ได้ชัดเจน เป็นขั้นเป็นตอน และเสนอทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวได้ในกรณีที่ต้องเลือก ู้จักใช้ภาษาสุภาพ ใช้ท่าทางประกอบขณะสนทนาได้ดีดูเป็นธรรมชาติและช่วยให้การสื่อสารระหว่างกันเป็นไปได้ดีกว่าที่ควร 003: Using gestures to help with talking. This helps to understand better.

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวบอกว่าคนไทยส่วนมากภาษาอังกฤษไม่พอ ที่จะให้ข้อมูล หรืออธิบาย เรื่องที่นอกเหนือจากงาน และแม้แต่เรื่องงานบางครั้งก็อธิบายไม่ได้ (ดูบันทึกท้ายแบบสัมภาษณ์ 004 007 011 014 027 043 045 047 061 066 072 087 091 093 094 106 109 111 116 117 118 120 129 147 159 ในผนวก ข) คนที่ภาษาไม่พอมักมีข้อจำกัดทั้งทางด้านการใช้ภาษาโดยรวม ศัพท์การออกเสียง นักท่องเที่ยวบางคนแสดงความเสียใจว่าเขาจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับคนไทยมากกว่านี้ถ้าคนไทยทั่ว ๆ ไปใช้ภาษาได้ดีกว่านี้ เช่น 013: Insufficient language, thus could not speak/communicate as much as I wished."

ข้อสังเกตของนักท่องเที่ยวที่ควรจะกล่าวถึงด้วยคือเขาได้พบว่าคนที่มีความเป็นมิตรจริง ๆ จัง ๆ กลับเป็นคนไทยทั่ว ๆ ไป และเป็นกลุ่มที่ไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ (021: The most genuine friendly Thais we met were not in the tourist business but normally only dealing with the Thais and not speak English)

นอกเหนือจากปัญหาโดยรวมที่กล่าวถึงข้างต้นแล้ว ปัญหาเฉพาะที่นักท่องเที่ยวสะท้อนออกมาในการสัมภาษณ์ คือ

- ❖ **ความไม่เหมาะสมของการใช้ภาษา** ส่วนที่นักท่องเที่ยวชี้ให้เห็นคือ การพูดสั้น ๆ ห้วน และมีลักษณะเหมือนออกคำสั่ง เช่น Come here! Passport! Buy something. Come and look! เป็นต้น
- ❖ **ไม่มีการทวนคำถามเมื่อไม่เข้าใจ หรือ ไม่มีการสอบถามสิ่งที่ไม่แน่ใจ** เช่น 003: Talked fast and ran away before communication done. Not checking back what I wanted. (ดู 087 096 108 ในผนวก ข เพิ่มเติม)
- ❖ **ไม่ใช้ภาษาประกอบท่าทาง** (ดู อวัจนกรรม)
- ❖ **ให้ข้อมูลไม่ครบกระบวนการ** เช่น บอกว่าพระมหากษัตริย์มีความสำคัญต่อประเทศไทยมาก แต่ไม่บอกต่อหรือแม้แต่เมื่อนักท่องเที่ยวถามก็ไม่สามารถบอกได้ว่าสำคัญอย่างไร ทำไมคนไทยจึงเทิดทูนพระมหากษัตริย์ของตน นักท่องเที่ยวบางคนให้ข้อสังเกตว่าคนไทยไม่ค่อยทราบเรื่องอะไรที่ลึกซึ้ง นอกเหนือจากการบอกทิศทางและอะไรง่าย ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานของตน เช่น 066: ... some problems with communicating more detailed problems, lack of understanding verbally, but was corrected with written communication."
- ❖ **ไม่สนใจต่อการอธิบายหรือให้ข้อมูลที่สำคัญ ๆ** นักท่องเที่ยวหลายคนพูดถึงความไม่ใส่ใจของคนไทยในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัย เช่น 141: No safety briefing on ferries and boats... ดู 009 051 ในบันทึกท้ายแบบสัมภาษณ์เพิ่มเติม ในเรื่องของกรอธิบาย สิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวบ่นมากคือไม่มีใครยอมอธิบายว่าทำไมจึงมีการคิดราคาที่แตกต่างกันระหว่างคนต่างชาติและคนไทย ตลอดจนการบวกราคาสินค้าเพิ่มโดยที่คนไทยซึ่งเขาสื่อสารด้วยไม่สามารถอธิบายได้ว่าบวกรไปทำไม นักท่องเที่ยวจึงมองว่าเขาถูกเอารัดเอาเปรียบ เช่น 007: ...make price too expensive for tourists (ดู 071 112 125 138 148 ในผนวก ข เพิ่มเติม)

## วัจนกรรมในการสื่อสาร ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

จากการสังเกตได้พบว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมีทั้งคนที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีไม่น่าพอใจ และที่ไม่น่าพอใจ และสามารถมองได้เป็นสองทางเช่นกัน คือ มองเป็นกลุ่ม และ มองเป็นคน ๆ หรือ ระดับบุคคล ซึ่งสรุปข้อมูลได้ดังนี้

ก. **การมองเป็นกลุ่ม ๆ** กลุ่มที่พบว่าใช้ภาษาได้ในระดับที่น่าพอใจ คือพนักงานโรงแรม มัคคุเทศก์ และ พนักงานห้องอาหาร คนที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ถูก คล่องแคล่วและเหมาะสมทั้งด้านคำศัพท์ ความหมาย และการเรียบเรียงประโยค ได้พบในสามกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ข. **ระดับบุคคล** ได้พบว่ามีความกระจัดกระจายเช่นกัน กลุ่มคนที่ใช้ภาษาได้ดี คือคนสามกลุ่มที่กล่าวถึงข้างต้น แต่ในระดับบุคคลได้พบว่าในสามกลุ่มดังกล่าวได้พบคนที่มีปัญหาในการสื่อสารผ่านภาษาอังกฤษเป็นจำนวนมากพอควรโดยเฉพาะพนักงานโรงแรม และ พนักงานบริการในร้านอาหาร คนที่มีปัญหาเหล่านี้บางคนมีภาษาน้อยมากจนแทบจะสื่อสารไม่ได้ ส่วนที่ค่อนข้างจะชัดเจนคือเกือบทุกคนที่ประกอบอาชีพอิสระเล็ก ๆ เลี้ยงตัวเอง (self-employed) ค่อนข้างจะมีปัญหาในการสื่อสารผ่านภาษาอังกฤษ แม้จะมีข้อยกเว้นบ้างแต่ก็ไม่มาก ในระดับบุคคลที่พบว่าใช้ภาษาค่อนข้างจะโดดเด่นออกมาจากกลุ่ม คือพนักงานรักษาความปลอดภัยของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดในหาน ซึ่งโดยปกติแล้วพนักงานรักษาความปลอดภัยของโรงแรมจะมีภาษาน้อยมาก แต่ด้วยเหตุที่พนักงานคนนี้เคยทำงานฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมมาก่อนแต่ต้องการให้เวลากับครอบครัว จึงเปลี่ยนมาทำหน้าที่รักษาความปลอดภัยซึ่งมีช่วงวันหยุดที่แน่นอนกว่า นอกจากนี้คนที่ใช้ภาษาอังกฤษได้ดีพอควรในกรอบการทำงาน คือคนให้บริการนวดคนหนึ่งที่พักผ่อน และคนขับรถตุ๊กตุ๊กอีกคนหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต

คนไทยที่สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีไม่ว่าจะเป็นระดับกลุ่ม หรือบุคคล มีลักษณะการสื่อสารที่เหมือน ๆ กัน คือ สามารถสื่อสารได้ราบรื่น เป็นระบบ ในการสัมภาษณ์ได้ทดลองให้แสดงการใช้ภาษาปรากฏว่าใช้ภาษาสุภาพ อธิบายพูดคุยกับนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นธรรมชาติ รู้จักใช้ภาษาเพื่อรับปากในสิ่งที่นักท่องเที่ยวขอ เช่น “A few moments, please.” มีภาษาคู่กับท่าทางเช่นรู้จักใช้ Here you are. เมื่อส่งของให้นักท่องเที่ยว น่าจะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ดี เพราะนอกจากจะระมัดระวังเรื่องภาษาแล้วท่าที และ อวัจนกรรมต่าง ๆ ก็เป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ รู้จักผสมผสานความเป็นไทยและสากลเข้าด้วยกันได้อย่างดี (ดูอวัจนกรรมด้วย)

ในกลุ่มของคนที่ใช้ภาษาไม่ดีพอ ได้พบว่ามีปัญหาทุกด้าน เช่น การสร้างประโยค การเลือกใช้คำ และสำนวนที่ส่วนมากไม่เหมาะกับเรื่องราวและโอกาส ปัญหาในการออกเสียง แต่แม้จะมีปัญหาเกี่ยวกับภาษาอย่างไรก็ตามได้พบว่าคนไทยส่วนมากที่พบจากการเก็บข้อมูลทุกวิธีมีความพยายามในการสื่อสารเพื่อให้นักท่องเที่ยวจับความได้ หลายคนมีโอกาสเรียนรู้คำศัพท์จากนักท่องเที่ยวและได้จำไว้ใช้ เช่นหมอนอิง ที่ส่วนมากรู้จักศัพท์ที่เกี่ยวกับหมอนคำเดียวคือ pillow ซึ่งนักท่องเที่ยวเข้าใจผิดเพราะ pillow คือหมอนหนุน ไม่น่าจะเชื่อมโยงกับของที่ระลึกที่คนไทยในร้านขายของที่ระลึกพยายามจะอธิบาย เมื่อได้พยายามสื่อสารจนนักท่องเที่ยวเข้าใจและบอกคำที่ถูกต้องให้ว่า cushion ก็จำไว้ใช้จนสามารถเล่าให้คณะวิจัยฟังได้ แต่บางกรณีก็ไม่สามารถหาศัพท์หรือวิธีการที่จะอธิบายเรื่องที่ยากจะสื่อสารได้ เช่น คนขายเม็ดมะม่วงหิมพานต์บอกว่าเสียใจที่ไม่สามารถอธิบายเรื่องเกี่ยวกับท้องถิ่นของตัวเองให้นักท่องเที่ยวทราบได้ หัวหน้าหน่วยรักษาความปลอดภัยที่สนามบินก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่รู้เรื่องข้อกฎหมายในภาษาไทยแต่ไม่ทราบศัพท์และวิธีการอธิบายสิ่งเหล่านั้นเป็นภาษาอังกฤษ ปัญหาที่พบโดยทั่ว ๆ ไป เช่น

♣ **ศัพท์ที่แต่ละชาติซึ่งใช้ภาษาอังกฤษด้วยกันใช้แตกต่างกัน** เช่น French fries ซึ่งคนอังกฤษเรียกว่า chips ห้อง



น้ำคนไทยจะคุ้นกับคำว่า toilet แต่ภาษาอังกฤษจะมีลักษณะห้องน้ำที่ต่างกันและมีวิธีเรียกที่ไม่เหมือนกัน บางชาติจะ  
ใช้ว่า washroom บางคนเรียกว่า Men's room, Ladies Room เป็นต้น

♣ **การใช้ศัพท์ผิด** เช่น ที่บาร์แห่งหนึ่งบอกคนจะวิจัยว่าเครื่องดื่มที่เขากำลังดื่มอยู่ คือ bikini and coke คนจะวิจัยเข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มสูตรเฉพาะของบาร์แห่งนั้น แต่ปรากฏว่าแท้ที่จริงแล้วคือ bacardi และ โค้ก

♣ **การออกเสียง** ซึ่งนับว่ายากที่จะเรียนรู้ด้วยตนเอง เพราะต้องได้ยินแบบการออกเสียงที่ถูกต้อง มีหลายคนที่ยังเรียนคำอ่านจากหนังสือภาษาอังกฤษที่เขียนเป็นภาษาไทย ซึ่งเมื่ออ่านตามนั้นก็ไม่ใช่ที่เข้าใจ เช่น Orchid ออกเสียงเป็น โอซิด Pork ออกเสียงเป็น พก Squid ออกเสียงเป็น สะกิด Problem ออกเสียงเป็น พรอมแพรม help ออกเสียงเป็น เฮล หรือ เฮว fish อ่านเป็น ฟิด เป็นต้น บางทีก็ออกเสียงพยัญชนะผิดทำให้ไม่เข้าใจ เช่น พนักงานร้านอาหารแห่งหนึ่งพยายามอธิบายว่าหมูที่จะเสิร์ฟนั้นเป็นชิ้น ๆ ซึ่งควรจะพูดว่า sheet แต่ออกเสียงเป็น cheese ทำให้ชาวต่างชาติที่ร่วมสังเฏการณ์เข้าใจว่า อาหารที่เป็นหมูชิ้นนั้นเสิร์ฟพร้อมกับ cheese เมื่ออาหารมาจึงทราบว่าเป็นหมูที่แล่เป็นชิ้น ๆ

♣ **การสร้างประโยค หรือ การเรียบเรียงถ้อยคำ** คนที่ภาษาน้อยหรือเรียนด้วยตนเองจากการทำงานมักจะใช้ฐานความคิดจากภาษาไทย เช่น พนักงานโรงแรมคนหนึ่งเมื่อต้องแนะนำแขกเกี่ยวกับการเปิด-ปิดไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศ ก็พูดว่า "Open the light here. Open the air-con here." แทนที่จะใช้ว่า Turn on หรือ Switch on เพราะแปลคำว่า "เปิด" ไปจากภาษาไทย พนักงานบริการในร้านอาหารแห่งหนึ่งต้องการแสดงความเอื้ออาทรต่อแขกในขณะที่รับประทานอาหารได้เข้ามาถามระหว่างรับประทานอาหารว่า "Eat very good?" "Finish already?" ซึ่งคนไทยจะเข้าใจว่าต้องการถามว่าอาหารอร่อยไหม งานนี้ทานเสร็จแล้วหรือ แต่ผู้ร่วมสังเฏการณ์ชาวต่างชาติบอกว่าไม่เข้าใจ พนักงานในบาร์แห่งหนึ่งที่หาดกมลาพยายามอธิบายประเพณีกินเจด้วยลักษณะประโยคที่เรียบเรียงไปจากภาษาไทย เช่นกัน เช่น vegetarian festival...people eat vegetable...no eat meat...wear white...cut (ซึ่งไปที่ลีน เพราะไม่ทราบคำศัพท์) ...if fresh back same same... if not fresh, not same same ทั้งหมดนั้นเพื่อที่จะอธิบายว่า ผู้คนทำอะไรกันบ้างในช่วงของประเพณีกินเจที่ภูเก็ต

คนขับรถรับจ้างคนหนึ่งพยายามอธิบายให้นักท่องเที่ยวฟังว่าทำไมรถรับจ้างจึงแพงกว่ารถสองแถว โดยพูดว่า Bus many people twenty baht. Tuktuk one way two way. คือรถสองแถวเก็บยี่สิบบาทเพราะมีคนนั่งทีละหลายคน แต่ รถตุ๊กตุ๊ก วิ่งไปวิ่งมาเขาหมายถึงว่าต้องตีรถเปล่ากลับมาจึงแพงกว่า ซึ่งดูจากประโยคแล้วยากที่นักท่องเที่ยวจะรับความหมายได้ตามที่ผู้พูดต้องการจะสื่อ ผู้หญิงที่ทำงานในภาคท่องเที่ยวหลายคนก็ไม่มีภาษาพอที่จะสื่อให้นักท่องเที่ยวทราบได้ว่าอึดอัดรำคาญใจที่นักท่องเที่ยวมาถูกเนื้อต้องตัว

♣ **ปัญหาด้านเนื้อหา** คนไทยหลายคนไม่ทราบเนื้อหาของประเพณี วัฒนธรรมพอที่จะอธิบาย เช่น คนขายของที่ระลึกเมื่อต้องอธิบายเกี่ยวกับตุ๊กตานางรำ หรือหัวโขน ฯลฯ ว่ามีความหมายอย่างไร เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตไทย หรือความเชื่อของไทยอย่างไร จะสื่อสารไม่ได้ เพราะขาดทั้งภาษาและเนื้อหา

ส่วนที่พบว่าเป็นจุดเด่นของคนไทยในด้านวัจนกรรมคือการพยายามเรียนรู้ด้วยตนเองทั้งจากนักท่องเที่ยว และจากหนังสือที่บอกสำนวนสำเร็จรูป เช่น ภาษาอังกฤษ 75 ชั่วโมง ที่หลายคนพูดถึง ผู้จ้างงานเกือบทุกแห่งต่างก็เห็นความสำคัญของการใช้ภาษาโดยเฉพาะภาษาสุภาพ มีการจัดอบรมเรื่องนี้ให้แก่พนักงาน ได้แนะนำให้นักท่องเที่ยวท่องจำสำนวนสุภาพ เช่น May I ... ? Could you please ...? What would you like to order sir/madam? เกือบทุกโรงแรมจะมีสำนวนสุภาพ หรือ แบบเตือนพนักงานให้หมั่นใส่ใจในความสุภาพ บางโรงแรมจัดทำ List of magic words เพื่อให้พนักงานได้จำไว้ใช้ พนักงานเองก็เห็นความสำคัญ

คนที่ประกอบอาชีพอิสระทุกคนที่สัมผัสงานก็เห็นความสำคัญของการใช้ภาษาสุภาพเช่นกัน แม้แต่ร้านอาหาร

ที่รับลูกค้าผู้ใช้บริการแบบสะพายเป้ (backpackers) ในเมืองภูเก็ตก็ยังคงกล่าวว่าเขาได้เรียนรู้ภาษาสุภาพจากแขกของร้าน เช่น คำว่า Please... Would you like... ?

ส่วนที่แตกต่างจากข้อมูลข้างต้นคือคนไทยบางคนใช้ภาษาไม่สุภาพโดยที่ไม่ทราบ เช่น พนักงานร้านอาหารหลายที่ถามแขกว่า What you want? Which one you want? เป็นต้น บางครั้งก็พูดโดยใช้วิธีแปลไปจากภาษาไทย โดยใส่คำว่า You เข้าไปหน้าประโยคที่ต้องการขอร้องหรือบอกให้ทำอะไร เมื่อบวกกับการที่ไม่มีสำนวนสุภาพจึงมีลักษณะเป็นการออกคำสั่งและไม่ให้เกียรติคนที่พูดด้วย เช่น พนักงานร้านอาหารบอกแขกว่า You look menu. คนขับเรือเข้าบอกนักท่องเที่ยวให้กลับลงไปที่เรือว่า Come back. Come back now. หรือบางครั้งนักท่องเที่ยวนั่งเรือข้างเดียวกันทำให้เรือเอียงคนขับเรือก็จะพูดว่า You come... cannot go. คนให้บริการนวดบอกคนที่มาใช้บริการว่า You clean foot. You lie down. You turn around. You take off your shirt. You wake up. เมื่อสอบถามว่าทำไมถึงเลือกใช้คำว่า You คนไทยเหล่านั้นบอกว่าเพราะ You มีความหมายว่า 'คุณ' ในทำนองเดียวกันเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองและเจ้าหน้าที่ศุลกากรที่สัมภาษณ์ก็บอกว่าด้วยข้อจำกัดของเวลาทำให้ต้องพูดสั้น ๆ เช่น passport. This way. Your name? ฯลฯ (ดู ความไม่เหมาะสมของการใช้ภาษา ในหัวข้อต่อไปเพิ่มเติม) โดยที่คนพูดไม่ได้คิดว่าการสื่อสารเช่นนั้นไม่สุภาพ

ปัญหาในการฟัง แม้ว่าคนไทยหลายคนบอกว่าการฟังง่ายกว่าพูด แต่ก็มีคนไทยบอกว่าการฟังสำเนียงที่หลากหลายเป็นเรื่องยาก อย่างไรก็ตามคนไทยหลายคนบอกว่าคนที่เป็นเจ้าของภาษาโดยเฉพาะคนอังกฤษฟังยากเพราะ "ใช้ศัพท์หรือหยาบเป็นทางการมาก" เมื่อฟังไม่ออกมักจะเกิดอาการตื่นกลัว และพยายามหาขุทวิวิธี เช่น ไปเรียกหัวหน้ามาพูด ในการทำเช่นนั้นคนไทยส่วนมากมักเดินจากไปเฉย ๆ โดยไม่บอกคู่สื่อสารว่าจะไปหาคนอื่นมาช่วยพูดแทน เช่น moment, please, I get my supervisor/ somebody to talk to you. การไม่มีวัจนกรรมในการตอบรับพบในกรณีอื่นด้วย เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวขอให้ทำอะไรสักอย่างมักจะดำเนินการให้แต่ไม่พูด เช่น ขอแก้วน้ำก็ไปหยิบมาให้แต่ไม่พูด ในเรื่องท่องเที่ยวที่คณะวิจัยเข้าไปเก็บข้อมูลเมื่อสอบถามว่าทำไมจึงจัดโต๊ะให้ไม่ตรงกับที่ปรากฏในตัวพนักงานก็เดินหายไปโดยไม่พูดอะไร เมื่อพยายามตามดูว่าเขาดำเนินการให้หรือไม่ก็ปรากฏว่าเขาเข้าไปปรึกษากันเพื่อที่จะจัดโต๊ะเพิ่มให้ เป็นต้น อย่างไรก็ตามได้พบวัจนกรรมในการตอบรับบ้างแม้จะน้อยมาก เช่น พนักงานบริการของร้านอาหารที่หาดกมลาและหาดกะรน มีการตอบรับด้วยการทวนรายการอาหารเมื่อได้รับคำสั่ง พนักงานบริการที่หาดกะรนเมื่อผู้วิจัยขอข้อมูลเพิ่มก็มีการตอบรับโดยพูดว่า "A few moment, madam."

❖ **ความไม่เหมาะสมของการใช้ภาษา** แม้คนไทยทุกกลุ่มจะเห็นความสำคัญของการใช้ภาษาที่สุภาพในงานบริการและยอมรับว่าได้รับการอบรมมามากว่าต้องใช้ภาษาสุภาพในการพูดกับคนที่มาใช้บริการ การเรียกคนว่า You...You เป็นการไม่สุภาพอย่างยิ่ง แต่ด้วยเวลาที่เร่งรีบ เช่นการที่เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองต้องตรวจเอกสาร 1 คนให้เสร็จใน 1 นาทีจึงไม่มีเวลาที่พูดอะไรให้สุภาพ จำเป็นต้องใช้ประโยคสั้น ๆ เช่น What flight number? How long you stay? Where you stay? Number flight? ช่วงที่คนเดินทางเข้ามาไม่มากจึงพอมีเวลาที่จะใช้ประโยคสุภาพ เช่น How can I help you? Sign your name, please. Fill in this form please. แต่การเรียกนักท่องเที่ยวโดยทั่ว ๆ ไปจะเรียกว่า Sir/Madam พนักงานร้านอาหารหลายคนก็ถามแขกว่า What you want? หรือ You want ...? ตามด้วยชื่ออาหารหรือเครื่องดื่ม การพูดด้วยสำนวนเช่นนี้บวกด้วยลักษณะ หรือ น้ำเสียงที่ซึ่งข้งทำให้ยังไม่สุภาพมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างอื่น ๆ ที่พบคือ

- Where you go? Where go? คนขับรถถามว่าจะให้ไปส่งที่ไหน พนักงานโรงแรมคนหนึ่งที่พักตองก็ใช้สำนวนนี้ถามคณะวิจัยหลังจาก check out
- Check out? พนักงานโรงแรมถามแขกที่ต้องการจะ check out

- Where you from? เมื่อต้องการใ้ถามประวัติ และได้พบว่าคนไทยที่ภาษาน้อยเกือบทุกกลุ่มใช้ประโยคนี้ในการใ้ถามประวัติกับนักท่องเที่ยว
- What you want? ได้จากพนักงานบริการในร้านอาหารและคนขายของที่ระลึก เมื่อต้องการจะใ้เริ่มใ้บริการลูกค้าใ้บริการ
- You want to see room? You want sailing chair? You want to order? Hello! Come and look! Hello! Have a seat. Have drink. Hello sit down. You look there. You look here. You look menu. Wait here. ได้ยินจากหลาย ๆ กลุ่มเมื่อต้องการเสนอขายบริการ หรือ สินค้า
- Go now! No stop! เป็นประโยคที่พนักงานรักษาความปลอดภัยของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดกมลาพยายามจะบอกคุณะวิจัยว่าหยุดตรงนั้นไม่ได้ทั้งที่พูดไปยิ้มไป แต่เป็นภาษาที่ “แรงมาก” จนชาวต่างชาติที่ร่วมสังเกตการณ์รับไม่ได้เลย เขาบอกว่าความหมายที่เขารับจากการพูดเช่นนั้น คือ Go away. We don't want you here.

นอกจากนี้ความไม่สุภาพของภาษาที่ใ้ยังพบในการตอบกลับ เช่น คนใ้บริการใ้เช่ารถคนหนึ่งที่พยายามชักชวนใ้คุณะวิจัยเช่ารถเขาเที่ยว เมื่อคุณะวิจัยตอบว่า We'll think about it. เขาตอบกลับมาว่า Come on, man. อีกตัวอย่างหนึ่งคือพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งที่พูดตอบกลับมาเมื่อผู้วิจัยขอใ้เขาช่วยออกใบเสร็จใ้ใ้ว่า If you want, I can do it.

❖ **การมีภาษาจำกัดวงอยู่เฉพาะงานที่ทำ** เช่น คนใ้บริการนวด มีกรอบภาษาเฉพาะเรื่อง ราคา ระยะเวลาของการนวด เจ้าของบังกะโลเล็ก ๆ และเจ้าของห้องแบ่งเช่าที่มีอยู่มากมาย โดยเฉพาะบริเวณอ่าวฉลอง ตำบลราไวย์ หาดไ้หาน และหาดกมลา มีกรอบภาษาเฉพาะเรื่อง ราคา เจ้าของรถเข็นขายน้ำ ขายไ้ย่าง ส้มตำ ฯลฯ มีกรอบภาษาเฉพาะราคา เช่นกัน เช่น Twenty Baht Ten baht นอกเหนือจากนี้พูดอะไรไ้ไม่ได้ และ ไ้ไม่มีที่พ่่าว่าอยากจะทำ เช่นเดียวกับกลุ่มคนใ้บริการถักผม นวดเท้า ที่มีกรอบภาษาเฉพาะเรื่องราคา และลักษณะที่ใ้บริการ เช่น Foot massage/ Oil massage ฯลฯ ที่มากกว่านี้คือหลายคนที่มีความตั้งใจที่จะสื่อสารแต่ไ้ไม่มีภาษาใด ๆ เลย จึงได้แต่พูดว่า “Little English.” หรือ “No English. หรือ “English no good.”

### วัจนกรรมในการสื่อสาร ข้อมูลจากผู้ใ้ข้อมูลสำคัญ

❖ **ความถูกต้องของภาษา** ผู้วิจัยได้นำตัวอย่างประโยค คำศัพท์ การออกเสียงในบริบทต่าง ๆ ที่คนไทยใ้ภาษาไ้ไม่ถูกต้องและมีลักษณะของภาษาไทยปะปนกับการสื่อสารภาษาอังกฤษซึ่งพบขณะสังเกตแบบมีส่วนร่วมและจากตัวอย่างตอนที่ใ้สัมภาษณ์ใ้ไปตรวจสอบความเข้าใจกับผู้ใ้ข้อมูลสำคัญชุดที่สอง เช่น “She have big milk” (พนักงานบาร์กล่าวประโยคนี้ในความหมายว่าผู้หญิงคนหนึ่งมีหน้าอกใหญ่) “You rent seven o'clock morning, you take back one o'clock night.” (คนใ้เช่ารถมอเตอร์ไซด์พูดในความหมายว่า เช่าเจ็ดโมงเช้า ต้องคืน เวลา เจ็ดโมงเย็นหรือหนึ่งทุ่ม) ออกเสียงคำว่า Fish ว่า “ฟิด” หรือ Bread ว่า “เบด” ผู้ใ้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนต่างก็กล่าวเหมือนกันว่า จะสามารถเดาและเข้าใจการใช้ภาษาลักษณะนี้ได้ดีขึ้นถ้ามีบริบทและวัจนกรรมช่วยไ้ไ้ว่าจะเป็นการใช้ภาษาทำทางหรือการเขียนใ้ดู หรือการพูดใ้ข้าง ตัวนักท่องเที่ยวเองก็อาจจะต้องถามกลับหลาย ๆ ครั้งเพื่อใ้แน่ใจว่าคนไทยต้องการสื่ออย่างนี้ไ้หรือไ้ อย่างไรก็ตามเมื่อถามว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมามีประสบการณ์มากขึ้นได้มองเห็นพัฒนาการใ้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารของคนไทยมากขึ้นหรือไ้ ผู้ใ้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งตอบว่า ค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะเมื่อคิดถึงความจริงที่ว่าภูเก็รับนักท่องเที่ยวทุกวัน วันละมาก ๆ การใช้ภาษาของคนน่าจะพัฒนาไปไ้มากกว่านี้ แต่ถึงทุกวันนี้ เธอยังคงพบการใช้ภาษาของคนไทยในวงการท่องเที่ยวที่ภูเก็ไ้ยังคงสื่อสารกันไ้ไม่ได้อยู่ทุกวัน

♣ **ความสามารถในการฟังและตอบกลับ** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองทั้งสามคนกล่าวตรงกันว่า ความสามารถด้านการฟังและการตอบกลับของคนไทยค่อนข้างต่ำและยังต้องพัฒนาอีกมาก (ดูรายละเอียดจาก การตอบกลับ “Responding”)

♣ **ความสุภาพและความเหมาะสม** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองชุดต่างให้ความสำคัญต่อความสุภาพและความเหมาะสมของภาษา และส่วนมากก็ย้ำว่าสองประเด็นนี้สำคัญมากกว่าความถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่หนึ่งซึ่งเป็นระดับหัวหน้าหรือผู้จัดการทั้งระดับกลางและระดับสูงต่างก็สนับสนุนให้พนักงานใช้ภาษาสุภาพ และเหมาะสม เช่น ถามลูกค้าผู้ใช้บริการว่า What would you like? หรือ Would you like...? แทนที่จะถามว่า What you want? เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลชุดที่สองก็กล่าวว่าไม่ได้คาดหวังจะให้ภาษาของคนไทยถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ทุกอย่าง เพียงแต่ขอให้พอสื่อสารได้และมีลักษณะสุภาพและเหมาะสมกับเวลาและบุคคล ทั้งในแง่ตัวภาษาและน้ำเสียงที่ใช้ การสื่อสารในลักษณะนี้น่าจะสร้างความประทับใจได้ดี

## วัฒนธรรมและอวัจนกรรมในการสื่อสาร

### วัฒนธรรม และอวัจนกรรมในการสื่อสาร ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

♣ **การไหว้** นักท่องเที่ยวทุกคนที่สัมภาษณ์บอกว่าชอบเห็นคนไทยไหว้ทั้งที่เป็นการทักทาย ลา และในโอกาสอื่น ๆ แม้ว่านักท่องเที่ยวสองคนบอกว่าเขาค่อนข้างจะรู้สึกขัดใจเพราะไม่ทราบจะตอบกลับเช่นไรแต่ก็ยังชอบที่จะเห็น โดยทุกคนบอกว่าเป็นความงดงาม อ่อนหวาน

♣ **การใช้สายตา (eye contact)** ลักษณะการสื่อสารในประเด็นนี้นักท่องเที่ยวไม่ได้พูดถึงอะไรเป็นพิเศษในการสัมภาษณ์

♣ **ความสุภาพ** นักท่องเที่ยวเกือบทุกคนพูดถึงความสุภาพอ่อนน้อม ของคนไทยโดยทั่ว ๆ ไป ซึ่งชมความยิ้มแย้มแจ่มใส และธรรมชาติที่ดีของคนไทย (ดูบันทึก 005 006 011 016 020 028 042 046 050 054 055 063 064 082 084 086 088 095 094 096 099 101 103 107 111 112 123 129 132 137 162 168 ในผนวก ข ) อย่างไรก็ตามหลายคนบอกว่าไม่พอใจในความไม่มีมารยาทและความไม่สุภาพของคนขับรถรับจ้างเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง และคนขายของ ความไม่พอใจที่มีต่อพนักงานโรงแรมก็มีการพูดถึงเช่นกันโดยเฉพาะ ในเรื่องที่มีการยื่นพูดกันเองซึ่งนักท่องเที่ยวตีความหมายว่าเป็นลักษณะของการนินทา (gossip) เช่น 030: Talk Thai gossip while there (hotel personnel). (ดู บันทึก 018 030 052 087 088 ในผนวก ข )

♣ **น้ำใจไมตรี** คนไทยส่วนใหญ่มีลักษณะชอบช่วยเหลือ มีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสในขณะที่สนทนา ทำให้รู้สึกถึงความเอื้ออารีและน้ำใจไมตรีที่นักท่องเที่ยวรู้สึกและประทับใจจนลิ้มความอ่อนน้อมด้วยเรื่องภาษา ดังตัวอย่างที่นักท่องเที่ยวหนึ่งในหลาย ๆ คนที่บันทึกไว้ทำแบบสัมภาษณ์ 067: All staff we encountered at the hotel were very friendly, polite, warm and very good at their jobs. Well presented and always willing to assist.” 110: Tour guides were great ... 071: Waiters are very polite and willing to serve. (ดู บันทึกทำแบบสัมภาษณ์ หมายเลข 009 028 029 032 047 067 071 074 075 083 103 132 133 166 147 160 166 ในผนวก ข )

ในขณะที่กลุ่มคนส่วนใหญ่มีน้ำใจ คนไทยบางส่วนก็เอาตัวเองเปรียบนักท่องเที่ยวนั้น 112: Abusing, arguing, always willing to take more because I am a foreigner. 125: Bargaining with taxi driver, they asked too much.

♣ **ความใฝ่รู้ใฝ่เรียน** ชอบเรียนรู้คำศัพท์ใหม่ ๆ และเรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมืองของนักท่องเที่ยว เช่น 129: “(Thais) Also willing to learn new things and new words from us. แสดงความพยายามและความกระตือรือร้นที่จะสื่อสารแม้ภาษาไม่ดีนักในกรณีเช่นกันนักท่องเที่ยวหลายคนบอกว่าเมื่อเห็นคนไทยมีความกระตือรือร้นเช่นนี้ทำให้ความบกพร่องของภาษามีความสำคัญรองลงไป เช่น 002: Willingness and enthusiasm to try to communicate.” 008: They are good willing but English is not very good. But positive feelings. (ดูบันทึก 003 016 030 046 057 058 067 071 074 091 093 097 119 125 128 132 133 139 143 153 155 156 160 ใน ผนวก ช )

**การรักษาระยะห่าง (spacing)** อวัจนกรรมในประเด็นนี้ของคนไทยมีทั้งส่วนที่นักท่องเที่ยวรับได้และรับไม่ได้ ส่วนที่รับได้ คือ การยืนในระยะห่างพอสมควรเพื่อแสดงความมีสัมมาคารวะ เช่น 068 People are very polite, but stay at a distance. This part of the cultural differences. People are almost always friendly.” ส่วนที่รับไม่ได้คือ คนที่คอยตามติดโดยเฉพาะ คนขับรถ คนขายของ หรือคนเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการตามร้านตัดเสื้อที่เอาแต่คะยั้นคะยอไม่รู้จบ (persistence) นักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าเป็นการจู่โจม (harrassed) รบเร้าแต่จะขายของ ตลอดเวลาของการสื่อสารคนเหล่านี้ไม่คิดอะไรนอกจากเงิน เช่น 055: Taxi driver not very polite, spoke very fast, kept offering what we did not want. Very hard to understand. Get harrassed when arriving at the airport. (ดูบันทึก 012 013 021 022 023 028 032 034 036 043 046 050 053 067 069 074 083 086 089 092 103 104 119 121 126 133 134 135 139 150 156 158 162 ใน ผนวก ช )

♣ **การใช้น้ำเสียง** นักท่องเที่ยวส่วนมากรับได้กับการใช้น้ำเสียงของคนไทย แต่ก็มีจำนวนหนึ่งแม้จะน้อยมากก็ได้แสดงความเห็นว่า คนไทยบางกลุ่มมีการใช้น้ำเสียงที่มีลักษณะสุดขั้ว คือถ้าไม่คอยเกินไปจนไม่ได้ยินก็ตะโกนไปเลย ในระหว่างทำงานคนไทยบางคน ได้แต่ตะโกนโหวกเหวก วิ่งไปวิ่งมา และยิ้ม ไม่ทราบว่าจะกำลังสื่ออะไร

♣ **อวัจนกรรมในการตอบกลับ** สิ่งที่นักท่องเที่ยวตั้งข้อสังเกตไว้มากคือ คนไทยขี้อายเมื่อไม่เข้าใจหรือสื่อสารไม่ได้ก็จะอาย พยายามหลบตา ไม่มองหน้านักท่องเที่ยว คนไทยบางคนไม่กระตือรือร้นที่จะตอบ หรือ ช่วยหาข้อมูลเพิ่มเติมให้ ไม่แนะนำ ไม่ใส่ใจ และบางครั้งก็ไม่พูดด้วย เช่น 132: If what we wanted to know was not their field, most Thais were quite rude and ignored us.

การยิ้มหรือหัวเราะที่ผิดที่ผิดทาง เช่น ยิ้ม หรือ หัวเราะเมื่อไม่เข้าใจแทนที่จะถามกลับ หรือทำอะไรที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น 068: If they cannot help you with something, they just smile and do nothing. หรือ ยิ้ม/หัวเราะในสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวกังวล เช่น เมื่อลูกของเขาถูกยุงกัดทั้ง ๆ ที่ช่วยเหลือด้วยดี คือ กูลูกจอกหายไป ทำให้ หรือหัวเราะเมื่อนักท่องเที่ยวพยายามจะพูดภาษาไทยทำให้เขารู้สึกอายว่าพูดผิด หรือหัวเราะเมื่อนักท่องเที่ยวลื่นไถล หรือ หกล้ม เป็นต้น

การสื่อสารด้วยการยิ้มในอีกสถานการณ์หนึ่งซึ่งนักท่องเที่ยวพูดถึงเกี่ยวข้องกับทำให้ความช่วยเหลือ หลายคนบอกว่าเมื่อคนไทยไม่สามารถช่วยเหลือได้ ก็ไม่คอยพยายาม ได้แต่ยิ้ม เช่น (068) “If they cannot help you with something, they just smile and do nothing.” (แต่บางทีก็แสดงชัดเจนว่าไม่ยอมช่วยเหลือทั้งที่ยิ้ม เช่น (152) “unwilling to help.”

นักท่องเที่ยวนบางคนให้ข้อสังเกตว่าคนไทยใช้แต่ท่าทางโดยไม่พูดอะไร เป็นการสื่อสารที่เย็นชา เช่น เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองที่ยื่นมือมารับหนังสือเดินทางโดยไม่พูดอะไรเลย หรือพนักงานโรงแรมบางคนที่ยื่นแบบฟอร์มหรือ รับแบบฟอร์มที่นักท่องเที่ยวกรอกเสร็จและยื่นให้โดยไม่พูดอะไร พนักงานห้องอาหารบางคนก็เช่นกันเมื่อนักท่องเที่ยวขอกระดาษเช็ดปาก หรือ มีด เข็ม พนักงานเพียงแต่พยักหน้าแล้วเดินหายไป แต่ก็ไม่นำของที่ขอมาให้ นักท่อง

เที่ยวบางคนมีประสบการณ์ในเรื่องนี้ที่มากกว่าการไม่พูด คือ ถูกคนไทยตีชาติเขนเพื่อบอกว่าสิ่งนั้นสิ่งนี้ไม่ควรทำ เช่น ตำรวจคนหนึ่งเห็นนักท่องเที่ยวพกเก้าอี้พับติดกระเป๋าถือก็ตีทำนักท่องเที่ยวแต่ไม่อธิบายว่าไปตีทำเขาทำไม เป็นต้น

อีกประเด็นหนึ่งที่นักท่องเที่ยวบางคนพูดถึงคือการใช้ความคิดและความเคยชินของคนไทยไปปฏิบัติต่อเขา เช่น นำใบเรียกเก็บเงินไปยื่นให้ฝ่ายชายแทนที่จะนำไปยื่นให้ผู้หญิงซึ่งเป็นคนขอ หรือ ตั้งคำถามในทำนองที่ดูเหมือนธรรมดาในสังคมไทยแต่ทำให้เขาอึดอัดใจ เช่น นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียคนหนึ่งที่น่าตาเป็นจีน รู้สึกอึดอัด คับข้องเมื่อถูกถามว่า เป็นคนออสเตรเลียจริง ๆ หรือ เป็นต้น

นอกเหนือจากประเด็นต่าง ๆ ข้างต้นประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมคือ คนไทยเป็นคนสนุกสนาน ร่าเริงและคนที่คบค้าด้วยรู้สึกเป็นสุขสนุกสนาน ไม่ว่าจะพบที่ไหน หรือสื่อสารกันในสถานการณ์อย่างไร เช่น 023: Thai people seem to enjoy dealing with tourists and make communication fun, e.g. bartering in shops, ordering drinks, riding in tuk-tuk, always laughing and joking so both parties are satisfied. 100: Thais are always happy and good. 109 Thais help you very well and helped me relaxed more easily. และ 154: Everybody very happy.

นักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าคนไทยบางคนเป็นคนที่ไวต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว บ่อยครั้งไม่ต้องพูดอะไรคนไทยก็ทราบว่าเขาต้องการอะไร เช่น 087...sometimes I don't need to say anything, they understand immediately.

♣ **การเงียบเฉย (Being silent)** นักท่องเที่ยวพูดถึงความเงียบของคนไทยในการสื่อสารในลักษณะที่ทำให้เขาอึดอัดไม่เข้าใจ ว่าเป็นเพราะไม่ยอมตอบ หรือไม่เข้าใจ หรืออะไรกันแน่ ต่างกับวัฒนธรรมของเขาที่ต้อง มีการถามให้แน่ใจ ถ้าไม่มีความไม่ชัดเจนในการสื่อสารกัน ในสถานการณ์เช่นนั้นนักท่องเที่ยวบางคนบอกว่างมากที่คนไทยเงียบไม่ตอบหรือไม่ถามกลับ เช่น

(043) “... drivers from hotel can't understand us, they just keep quiet, didn't ask us again what we wanted.”

(140) “... Drivers didn't talk, they should explain something along the way.”

### **วัฒนธรรม และวัจนกรรมในการสื่อสาร ข้อมูลจากกลุ่มคนไทยที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว**

(จากการสัมภาษณ์ การสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ การเงี่ยหูฟัง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม)

♣ **การไหว้** ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมพบการไหว้ในกลุ่มคนไทยน้อยมาก ยกเว้นในกลุ่มคนไทยสามกลุ่ม คือ พนักงานโรงแรม มัคคุเทศก์ และ พนักงานบริการในห้องอาหาร ได้พูดถึงการทักทายและลานักท่องเที่ยวด้วยการไหว้ แต่ผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระ เช่นคนให้บริการนวด คนขายของรถเข็น เจ้าของร้านเสริมสวย ผู้ให้บริการตามชายหาด ฯลฯ ไม่มีการพูดถึงการไหว้ในการทักทายและกล่าวลานักท่องเที่ยว คนที่ไหว้จะบอกว่าชอบใช้วัจนกรรมนี้คู่กับการยิ้ม เพราะต้องการรักษาสีหน้าที่เป็นไทยไว้ ส่วนกลุ่มคนที่ไม่ไหว้ มักเลือกใช้วัจนกรรมที่เขาคิดว่าเป็นสากล คือ โบกมือ จับมือ หรือ ยิ้ม พร้อม ๆ กับการพูดทักทายต่าง ๆ ที่บันทึกไว้ในช่วงปิดการสื่อสาร และ ช่วงที่เป็น วัจนกรรม เช่น คนชายไก่ทอดที่หาดป่าตองบอกว่าเขามักจะจับมือกับนักท่องเที่ยวที่คุ้นเคยกัน แต่นักท่องเที่ยวกลับยกมือไหว้ ส่วนคนขับเรือจ้างที่หาดราไวย์บอกว่า เขาชอบตะโกนและโบกมือทักทายนักท่องเที่ยวหรือกล่าวลา

♣ **การใช้สายตา** ได้พบว่าคนที่สามารถใช้ภาษาได้ดี หรือ ค่อนข้างดีจะมีการพูดและสบตาตามปกติ แต่คนที่ไม่มี ความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษมักจะหลบสายตาสื่อสารเมื่อถูกถาม อีกประเด็นหนึ่งที่มีการพูดถึงคือการใช้สายตาในการสื่อความต่อนักท่องเที่ยวเพื่อชวนให้เข้าร้านกรณีเช่นนี้มักเกิดทั้งกับผู้ที่ใช้ภาษาได้ และ ที่ไม่ค่อยมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ

❖ **ความสุภาพ** พนักงานบริการของร้านอาหารเกือบทุกแห่งจะพูดถึงความสุภาพและบอกว่าเป็นสิ่งที่เจ้าของร้านหรือหัวหน้างานย้ำเตือนอยู่เสมอ เช่น ต้องเรียกแขกว่า Sir/Madam ไม่ว่าจะแขกจะเป็นเช่นไร เช่นไม่มีมรรยาท จู้จี้ จุกจิก เอาใจยากเพียงใดก็ต้องรักษาความสุภาพไว้ เจ้าของร้านอาหารแห่งหนึ่งในเมืองภูเก็ตถึงกับบอกว่า การพูดผิดหรือถูกไม่สำคัญเท่ากับความสุภาพ ซึ่งหมายรวมทั้งวัจนกรรมและอวัจนกรรม บางคนบอกว่าครั้งใดที่ลิ้มเรียกนักท่องเที่ยวว่า Sir/Madam ก็จะไม่สบายใจเกรงว่าเขาจะตีความว่าไปแสดงความสนิทสนม

พนักงานบริการของโรงแรมแห่งหนึ่งที่ปาดองบอกว่าหัวหน้าของเขาให้ความสำคัญมากถึงกับมีการแจกสำนวนสุภาพให้พนักงานท่องจำไว้ใช้ เรียกว่า 'magic words' แต่ก็บอกว่ามีแขกบางกลุ่มที่ไม่ว่าจะใช้ความสุภาพอย่างไรก็ไม่ได้ผลเพราะชอบทำอะไรตามใจตัวเอง ในกรณีเช่นนั้นต้องขอให้หัวหน้ามา "จัดการ"

เจ้าของร้านอาหารแห่งหนึ่งในตัวเมืองภูเก็ตซึ่งเคยมีประสบการณ์ในการไปทำงานต่างประเทศถึงกับบอกว่า ในความเห็นของเขาการพูดผิดดูยังไม่สำคัญเท่ากับความสุภาพ ซึ่งหมายรวมถึงการพูดจา การให้บริการ และการปฏิบัติตัวต่อนักท่องเที่ยว

อีกส่วนหนึ่งเห็นว่าความสุภาพเป็นการสื่อสารสองทาง ถ้านักท่องเที่ยวไม่สุภาพก็ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องสุภาพตอบ เช่น คนที่อยู่ที่ร้านขายของที่ตำบลมลาซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นพนักงานของโรงแรมใหญ่แห่งหนึ่งบริเวณนั้นบอกว่า ทุกครั้งที่แขกไม่พอใจแม้แขกจะเป็นคนผิดหัวหน้าก็บอกให้ขอโทษ เธอบอกว่าเป็นสิ่งที่รับไม่ได้ ทางโรงแรมน่าจะอธิบายให้แขกทราบว่าเขาทำไม่ถูกต้องมากกว่าที่จะให้พนักงานขอโทษในสิ่งที่ไม่ได้ทำผิด และเธอก็ไม่ยอมขอโทษ คนให้บริการนวดที่หาดโนนหานคนหนึ่งก็บอกว่าหลังจากนวดเสร็จถ้าแขกทำท่าทางไม่พอใจและไม่พูดอะไรเมื่อจ่ายเงินให้เธอก็ไม่ขอบคุณเช่นกัน หรือในกรณีที่นักท่องเที่ยวแสดงวาทะ หรือกริยาที่ไม่สุภาพ หรือดูถูกคนไทย คนไทยหลายคนก็จะโต้ตอบกลับไป เจ้าของร้านซักรีดแห่งหนึ่งที่ตำบลมลาเล่าว่าเธอถึงกับไล่นักท่องเที่ยวที่ไม่สุภาพออกจากร้านไปเพราะเขา "ดาหยาบคายและดูถูกคนไทย" เพราะคนเหล่านี้บอกว่าไม่เชื่อในแนวคิดที่ว่าลูกค้าผู้ใช้บริการต้องเป็นคนถูกเสมอไป (Customers are always right.) เช่นเดียวกับข้อมูลที่ได้จากคนที่เคยทำงานโรงแรมที่เชื่อว่าถ้าแขกไม่ถูกต้องต้องอธิบาย และเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองที่สำนักงานในตัวเมืองจังหวัดภูเก็ตที่บอกว่า ถ้านักท่องเที่ยวคนไหนมาพูดจาหรือทำท่าทางดูถูกคนไทยหรือประเทศไทย เขาจะไม่ทน แต่จะชี้หน้า และพูด "You bad man."

โดยนัยเดียวกันนี้ข้อมูลที่พบจากพฤติกรรมของคนขายของก็สามารถคิดได้เช่นกันว่าความสุภาพเป็นการสื่อสารสองทาง คือได้พบว่าคนขายของที่หาดปาดองมักไม่ค่อยสุภาพ มีลักษณะการสื่อสารที่คะยั้นคะยอให้ซื้อของ บ่อยครั้งที่พบว่ามียุทธวิธี (harass) ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากที่ปาดองค่อนข้างจะเป็นกลุ่มที่รักสนุก พูดจาตรงไปตรงมา บรรยายกาตของหาดปาดองเป็นบรรยายกาตของการท่องเที่ยวที่มีสีสัน รื่นเริง และมีลักษณะเชิงพาณิชย์ มีการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ขายของค่อนข้างสูง ความสุภาพของการสื่อสารระหว่างคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงพบเห็นได้น้อยกว่าบริเวณอื่น ในขณะที่คนขายของบริเวณอื่นที่นักท่องเที่ยวส่วนมากมักเป็นกลุ่มที่เรียกได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือไม่ก็มาเป็นครอบครัว หรือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างจะสูงอายุ ค่อนข้างจะสงบและสุภาพมากกว่าที่พบส่วนมากที่ปาดองคนขายของในบริเวณเหล่านั้นจึงมีลักษณะแตกต่างออกไป เช่นคนเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการหน้าร้านตัดเสื้อแห่งหนึ่งที่หาดกะรนซึ่งพบในระหว่างการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สุภาพ ทักทายพูดคุยด้วยอัธยาศัยที่ดี มีการโอภาปราศรัยแลกเปลี่ยนข้อมูลโดยการถามว่าคณะวิจัยมาจากไหน เขาเองเป็นคนที่ไหน (ซึ่งปรากฏว่าไม่ใช่คนไทย) ไม่มีการคะยั้นคะยอให้ซื้อ คนขายเสื้อผ้าที่ร้านอีกแห่งหนึ่งที่เช่นกันพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคณะวิจัยได้ว่าช่วงไหนเป็นช่วงที่การท่องเที่ยวเหี่ยวแห้ง เพราะอะไร อีกสองสามคนที่พบก็มีลักษณะการสื่อสารเช่นเดียวกัน

❖ **น้ำใจไมตรี** คณะวิจัยทุกคนจะได้พบว่าคนไทยส่วนมากในทุกกลุ่มมีน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีแม้ว่าภาษาโดยรวมๆ แล้วยังไม่อยู่ในระดับที่น่าพอใจ แต่ในส่วนของน้ำใจไมตรีปรากฏว่าหลาย ๆ คน พร้อมทั้งจะสื่อสารและช่วยเหลือแม้เรื่องนั้น ๆ จะไม่ได้อยู่ในหน้าที่หรือในความรับผิดชอบโดยตรง พยายามที่จะใช้ວິຊນາພາສາช่วยในการสื่อสาร เช่น ยิ้ม หรือ หัวเราะ หรือ ใช้สายตา สื่อความหมาย นอกจากนี้ยังพยายามช่วยเหลือ ในเกือบทุกเรื่องที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น บอกทิศทาง แม้จะพูดไม่ได้ก็พยายามชี้ หรือวาดรูปหรือ ใช้แผนที่ประกอบหรือแม้แต่พาไปส่งให้จนถึงที่ที่ต้องการไป

พนักงานที่ดูแล Club House ของโรงแรมแห่งหนึ่งที่กมลลา ก็ได้แสดงน้ำใจในสิ่งที่มีได้อยู่ในความรับผิดชอบ เมื่อผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติในทีมวิจัยต้องการเช่าเก้าอี้ที่หาดและถามเขาว่า “Where do we pay?” We pay you?” เขาก็ชี้ที่ตัวเองและบอกว่า “Yes you pay here.” และชี้ไปที่ร้านอาหารใกล้ ๆ พร้อมกับบอกว่า “I pay there.” คือจ่ายที่เขาก็ได้แล้วเขาจะเอาเงินไปให้เจ้าของเอง หลังจากนั้นก็นำเงินไปส่งให้ที่ร้านอาหาร แม้จะเป็นการช่วยเหลือเล็ก ๆ น้อยๆ แต่ก็แสดงน้ำใจที่จะให้คณะวิจัยได้นั่งพักไม่ต้องเดินไปเดินมา

ผู้หญิงในบาร์ที่ขายเครื่องดื่มแห่งหนึ่งของโรงแรมที่หาดราไวย์ก็เช่นกันได้ช่วยเหลือผู้วิจัยในการหาเช่ารถกลับเข้าเมืองภูเก็ตด้วยความเต็มใจโดยการเดินไปเดินมาระหว่างบาร์และที่ให้เช่ารถหลายเที่ยวเพื่อสอบถามข้อมูลที่เขาไม่แน่ใจระหว่างคนขับรถเช่าและคณะวิจัย พร้อมกับช่วยต่อราคาให้ด้วย (คนขับรถเช่าไม่มาพูดเองเพราะพูดภาษาอังกฤษไม่ได้ หรืออาจจะไม่มีความมั่นใจที่จะพูด) ตลอดเวลาที่พนักงานและผู้วิจัยสื่อสารกันได้ใช้ภาษาท่าทาง(ວິຊນາພາສາ) มากกว่าວິຊນາພາສາ เช่นเมื่อเธอสามารถตกลงราคาค่าโดยสารได้เธอก็เดินกลับมาแล้วพยักหน้า ผู้วิจัยถามย้ำว่า 250 บาทหรือเธอก็พยักหน้าอีก พนักงานคนนี้คล้าย ๆ กับหลายคนที่พบคือเข้าใจเกือบทุกอย่างที่พูดแต่ไม่มีภาษาหรืออาจเป็นเพราะขาดความมั่นใจที่จะโต้ตอบด้วยວິຊນາພາສາ

ในการสัมภาษณ์นี้ได้ซักถามคนไทยว่ามีเหตุผลหรือแรงจูงใจอะไรที่แสดงน้ำใจต่อนักท่องเที่ยวมาก หลายคนบอกว่าเพราะเราเป็นคนไทยเขามาเที่ยวบ้านเราก็ไม่อยากให้เขาลำบากตรงไหนช่วยได้ก็อยากช่วย เช่น

- เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองที่นักท่องเที่ยวส่วนมากมีประสบการณ์ที่ไม่ค่อยดีนักในการสื่อสารบางคนก็ดีมากในการให้สัมภาษณ์เขาแล้วว่า ให้ความช่วยเหลือมากที่สุดเท่าที่งานในหน้าที่จะทำได้ และเท่าที่สถานการณ์อำนวย เช่น ระหว่างรอก็บอกให้กรอกข้อมูลไว้ก่อนเพื่อที่จะได้ไม่ต้องรอนาน เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองอีกคนหนึ่งบอกในตอนหนึ่งของคำสัมภาษณ์ว่า “เราจะดูแลให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกให้กับคนแก่กับเด็กเป็นพิเศษเพราะไม่อยากให้เขายืนนาน สงสารเขา ยิ่งถ้านั่งเครื่องบินมานานๆ เขาก็เหนื่อย เมื่อย” และอีกคนหนึ่งก็ให้ข้อมูลในทำนองนี้เช่นกันโดยบอกว่า “การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเล็กๆ น้อย ๆ เราก็มักทำ เช่น นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสกรอกข้อมูลเป็นอักษรตัวใหญ่ไม่ได้ เราก็บอกว่า I can help you. และกรอกให้เขา” เมื่อไม่มีคนเดินทางเข้ามามากนักในช่วงนั้น เจ้าหน้าที่ก็ ช่วยพาไปส่งที่เช่ารถ เป็นต้น
- คนไทยอื่น ๆ อีกหลายคนที่ให้สัมภาษณ์ ก็บอกถึงวิธีการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบเดียวกันนี้ โดยการพาไปแลกเงิน หรือพาไปยังที่ที่เขาไปไม่ถูก เป็นต้น (แทนที่จะเขียนแผนที่ให้เฉย ๆ ) หรือไม่เช่นนั้นก็ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเขามีปัญหา เช่น พนักงานของบริษัทท่องเที่ยวแห่งหนึ่งซึ่งมีเคาน์เตอร์ทัวร์อยู่ที่ริมหาดโนหาน บอกว่า “เมื่อพบนักท่องเที่ยวรถยกแบบเราก็ตามช่างให้ อยากโทรศัพท์ เราก็มักให้ยิ้ม เมื่อนักท่องเที่ยวตกใจถ้าเราไปส่งได้ก็ไปส่งให้หรือหารถอื่นฝากไป”
- เจ้าของร้านอาหารแห่งหนึ่งในตัวเมืองภูเก็ตบอกวิธีการต่าง ๆ ที่เขาพยายามช่วยเหลือไม่ให้นักท่องเที่ยวต้องถูกโกงราคา หรือได้รับความไม่สะดวกว่า “นักท่องเที่ยวถามผมบ่อยว่าไปป่าตองทำอะไร ผมก็จะถามรถที่จอดหน้าร้านผม ถ้าแขกต่อราคาเราก็ตอรองให้แขกเลย รถที่จอดหน้าร้านผมจะต้องไม่ใช่คนที่โกงแขกหรือโกงราคาแขก ถ้าทำ



อย่างนั้นผมไม่ให้มาจอดที่หน้าร้านผมอีก ส่วนมากจะคุยกันได้อีกกับคนขับรถกลุ่มนี้ เมื่อตกลงกันได้แล้วผมจะให้แขกอุ่นใจโดยการให้เบอร์โทรที่ร้านเขาไว้เผื่อมีปัญหาอะไรให้โทรกลับได้ แยกเขาก็อุ่นใจ เราไม่ใช่คนกุ๊กกิ๊ก เราอยากช่วยกุ๊กกิ๊กโดยการให้นักท่องเที่ยวประทับใจ จึงพยายามทำทุกวิธีที่จะให้เขาได้รับการต้อนรับที่ดี และอบอุ่น คดีของร้านผมคือ ยิ้มแย้มต้อนรับ ยิ้มแย้มตอนส่ง”

- คนขับรถตุ๊ก-ตุ๊กที่ได้สัมผัสภาษาก็บอกว่าแม้จะมีภาษาน้อยและสื่อสารไม่ค่อยถูกต้องนัก และต้องคิดถึงปากท้อง เช่นต้องพยายามหา “คำน้ำ” (commissison) จากที่ต่าง ๆ ที่พานักท่องเที่ยวไป แต่เขาก็มีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งจะช่วยเหลือ เช่นคนหนึ่งบอกกับผู้วิจัยว่า “เราต้องการให้นักท่องเที่ยวรู้สึกดีและปลอดภัย ให้เขาสบายใจที่มากับเรา เหมือนเราดูแลนักท่องเที่ยวไปด้วย เขามาเที่ยวภูเก็ตเราก็เริ่มต้นคุยให้เขารู้สึกสบายใจ สิ่งที่ดีๆ เกี่ยวกับเมืองไทยหรือภูเก็ตเราก็จะพูดให้เขาฟัง ตัวอย่างการเริ่มต้นเรียกนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการ เช่น Good morning, sir. Would you like to go today? I can service you. Good for shopping today. I charge you very cheap price. มีบ้างที่เขาเดินมาหาเราเอง ผมฟังพอรู้เรื่อง มีบ้างที่เราไม่ค่อยเข้าใจเขาก็ขอให้เขาพูดซ้ำๆ หรือพูดอีกรอบบอกเขาว่า Again, please. ถ้าเขาพูดซ้ำแล้วเราไม่เข้าใจจริงๆ เราก็แกล้งมั่วไป เช่น ถ้าแขกเจาะจงว่าจะไปจุดนี้ เราไม่รู้จัก หรือต้องการไปซื้อสิ่งนี้และเราไม่รู้จัก เราจะถามก่อนว่า มันใช้สำหรับอะไร พอเขาบอกมาเราไม่เข้าใจ เราจะข้อมอบแบบนั้นแบบนี้ ให้เขาพาไป เราไม่เข้าใจว่าหมอนที่เขาต้องการเป็นอย่างไร เราก็สื่อสารด้วยมือ ทำท่าไปมา เข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง ถ้าไม่เข้าใจจริงๆ เราก็มั่ว ๆ พาไปเผื่อเจอ มีนักท่องเที่ยวที่พูดภาษาอังกฤษไม่ได้เลยก็มี เราก็ใช้ท่าทางคุยกัน สำเร็จบ้างไม่สำเร็จบ้าง”
- คนไทยคนหนึ่งเป็นลูกสาวเจ้าของร้านขายอาหารซึ่งตั้งอยู่ที่ต้นทางรถเมล์จากบ้านกมลาไปในเมืองภูเก็ตจึงค่อนข้างจะเป็นที่ที่คนเดินผ่านมาถามโน่นถามนี่ ได้เล่าให้ผู้วิจัยฟังถึงการให้ความช่วยเหลือที่เธอให้กับนักท่องเที่ยวว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินเข้ามาถามเป็นประจำ เช่น ถามว่าปาดองอยู่ในไหนนักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีแผนที่ติดตัวมา ดังนั้นจึงใช้แผนที่ช่วยในการชี้ไปตามเส้นทาง (ด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมของบ้านกมลาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงมีลักษณะเดิม ๆ ของภูเก็ตอยู่มากจึงมีนักท่องเที่ยวประเภท “backpackers” มาเที่ยวค่อนข้างมาก- ผู้วิจัย) โดยที่คนไทยผู้นี้บอกว่า “เราพูดภาษาอังกฤษไม่ได้ แต่ฟังได้นิดหน่อย บางทีมีใครเดินมาถามว่า Where home for rent? เราทำท่าทางเพื่อบอกเขาว่าเราพูดไม่ได้ เขาก็เอาที่อยู่ ที่เขาต้องการไปควักจากกระเป๋ามาให้ดู ถ้าเห็นที่อยู่พอจะอ่านออก ก็ชี้ หรือโทรศัพท์ไปที่บ้านซึ่งให้เขาบอกให้เขามารับ บางทีเราก็ถามนักท่องเที่ยวว่า Where you go? ถ้าเขาบอกว่าไปที่ไหน เราก็อธิบายไม่ถูกอีก ไม่รู้จะอธิบายยังไง ก็จะให้คนขับแท็กซี่ (ซึ่งจอดอยู่แถว ๆ นั้นเพราะเป็นที่รวมรถ - ผู้วิจัย) พาไป”
- คนไทยที่มีหน้าที่โดยตรงในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งคือตำรวจท่องเที่ยวแม้ผู้วิจัยจะพบว่าวิธีการสื่อสารค่อนข้างจะไม่ดีมนวลแต่เมื่อพบว่านักท่องเที่ยวมีปัญหา ความมีน้ำใจแบบไทยก็ผลักดันให้เขาคิดเขาทำมากกว่าหน้าที่ในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เช่น ที่ตำรวจท่องเที่ยวผู้หนึ่งเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า “ส่วนที่มีปัญหาคือนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พูดภาษาอังกฤษไม่ได้เลย เราก็หาทางออกโดยการประสานงานขอความร่วมมือ ความช่วยเหลือจากชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในภูเก็ต หรือบริษัททัวร์ญี่ปุ่นให้เป็นล่ามให้ ซึ่งก็ร่วมมือกันด้วยดีมาตลอด เราเองก็ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวของเขา ความช่วยเหลือที่เราให้แก่นักท่องเที่ยวไม่มีจำกัดเวลา คุณติดต่อมาก็เียงก็ได้ บางคนโทรมาจากต่างประเทศเพื่อขอข้อมูลต่อนัก ๆ ดื่น ๆ หรือโทรมาจากสนามบินเพื่อขอเบอร์โทรของโรงแรมตามเกาะต่าง ๆ เราก็พยายามหาให้เพราะถ้าแลกกับข้อมูลที่เขาจำเป็นต้องได้ขณะนั้นสำคัญมากที่เราต้องอำนวยความสะดวก”

- อีกกลุ่มหนึ่งที่พบเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่างชาติดีมากคือกลุ่มที่ทำงานโรงแรม ส่วนที่นับว่า “ดีมาก” คือส่วนที่ให้ความช่วยเหลือเกินกว่าหน้าที่ ถ้าเป็นเรื่องปกติถือว่าเป็นงานในหน้าที่ซึ่งคนที่ทำงานโรงแรมจะต้องทำอยู่แล้วไม่นับรวมในประเด็นนี้ ส่วนที่นอกเหนือจากหน้าที่ที่กล่าวถึงนี้ เช่น หัวหน้าพนักงานของโรงแรมแห่งหนึ่งบริเวณหาดป่าตองที่มีหน้าที่ดูแลห้องอาหารอิตาเลียนบอกว่า “อยากจะให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายและรู้สึกดีต่อบ้านเมืองของเรา เราจะสังเกตและดูแลแขกว่าอาจจะมีปัญหาหรือต้องการ ควรช่วยเหลือหรือไม่ เช่น สังเกตว่าแขกกินน้อย ก็ถามว่า Did you enjoy your meal? แขกบอกปวดท้อง ก็อาสาไปเอายามาให้ ถ้าแขกถามทางนอกเหนือจากบอกเส้นทางแล้วยังให้ข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็นเพื่อช่วยให้เขาประหยัดเวลา หรือประหยัดเงินแล้วแต่กรณี เช่นบอกว่า ถ้าสะดวกให้เช่ารถ ถ้าประหยัดให้ไปรถประจำทาง เป็นต้น” ถ้าทำตามหน้าที่คือบอกเส้นทาง และช่วยเรียกรถให้ แต่ถ้าช่วยคิดให้ถึงเรื่องการประหยัดเงินถือว่าเป็นการแสดงน้ำใจที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
- อีกคนหนึ่งคือพนักงานรักษาความปลอดภัยริมหาดของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดโนนหาน ซึ่งมีได้ทำงานเฉพาะหน้าที่ แต่ได้แสดงน้ำใจต่อนักท่องเที่ยวในทุกโอกาสที่ทำได้ เช่นที่เขาได้บอกแก่ผู้สัมภาษณ์ว่า “ถ้าเขาอยากให้เราสอนเล่นอะไร เราก็สอนให้ คอยช่วยเหลือเขาทุกอย่างดูแลเขาเต็มที่”
- ผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระของตนเอง เช่น เจ้าของร้านซักรีดที่กมลาเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเยือนรอรถหน้าร้านก็จะไปเอาก้าวมาให้หนึ่ง เจ้าของบังกะไลที่เกาะพร้าวเมื่อนักท่องเที่ยวไม่มีเรือกลับไปภูเก็ต ก็จะจัดการช่วยเหลือให้ คนขับรถตุ๊กตุ๊กในตัวเมืองภูเก็ตก็ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ เขาเล่าว่า “นักท่องเที่ยวคนหนึ่งจากป่าตองจะให้ไปสงขล. จะไปกรุงเทพฯ บอกว่า “Go to bus station I'm going to Bangkok”. แต่ไม่มีเงินจะให้ มีอยู่ 100 บาท (ค่ารถจากป่าตองไปที่บขสในภูเก็ตคือ 200 – 300 บาท – ผู้วิจัย) แต่ให้แวะ Lotus ก่อน เราก็ไปส่ง เมื่อส่งแล้วนอกจากจะให้เงิน 100 บาทแล้วฝรั่งยังให้เสื้อแจ็คเก็ตด้วย” คนขับรถตุ๊กตุ๊ก อีกคนหนึ่ง บอกว่าเขาจะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส เช่น “เมื่อขับรถผ่านพบฝรั่งขี่มอเตอร์ไซด์ชน เกิดอุบัติเหตุก็จะหยุดช่วย” (ซึ่งพ้องกับข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่สองคนหนึ่ง) และบ่อยครั้งมีโอกาสพานักท่องเที่ยวไปเที่ยวที่โนนหานนี้ เลยมองว่าตัวเองก็เหมือนเป็น “ไกด์” ไปในตัว ตอนที่พานักท่องเที่ยวไปจะแนะนำอธิบายสถานที่ต่างๆ ไปด้วย ส่วนหนึ่งของการให้สัมภาษณ์เขาเล่าว่า “ฝรั่งจ่ายให้น้อยกว่าจ่ายบริษัททัวร์ น้อยกว่าที่จ่ายให้ไกด์มาก เคยไปทานก๋วยเตี๋ยวที่ห้าแยกฉลอง เห็นไกด์แขวนบัตรไกด์พานักท่องเที่ยวญี่ปุ่น 5 – 6 คนกินก๋วยเตี๋ยวแล้วเก็บนักท่องเที่ยวคนละ 80 บาท แต่ก๋วยเตี๋ยวราคาแค่ชามละ 15 บาท เท่านั้น เราเองเวลาพาฝรั่งไปเที่ยวแวะซื้อน้ำกินขวดละ 5 บาท ก็ซื้อเผื่อฝรั่งด้วย แต่เอกสารที่ ท.ท.ท. ทำแจกนักท่องเที่ยวกลับบอกว่าอย่าให้ไว้ใจพวกเรา และอย่าใช้บริการทัวร์จากคนแปลกหน้า แต่ใช้บริการทัวร์ที่ได้รับอนุญาตจะปลอดภัยกว่า (“Don't take any food, drink and candy offered by a stranger or a taxi driver” –ข้อความจากเอกสารของ ท.ท.ท. – ผู้วิจัย) เราน้อยใจที่ทางราชการมองพวกเราเป็นพวกไม่น่าไว้ใจ ทั้งๆ ที่เราไม่เคยเอาเปรียบฝรั่ง” อย่างไรก็ตามตอนหนึ่งในการสัมภาษณ์ คนขับรถตุ๊กตุ๊กคนนี้ กลับบอกผู้วิจัยว่า “ฝรั่งเคยถาม “You have commission?” เราบอก “NO” แต่ถ้าพาไปจอดหน้าร้าน เขาก็ซื้อไม่ซื้อร้านจะให้รถ 100 บาท” ในส่วนนี้เข้าใจว่าคนขับรถตุ๊กตุ๊กไม่ได้โกหก แต่เขาให้ความหมาย คำว่า ‘commission’ ไม่ตรงกับความหมายที่ถูกต้องในภาษาอังกฤษ การรับเงินจากร้าน 100 บาท ทุกครั้งที่จอดรถนับเป็น commission อย่างไรก็ตามเงินที่ร้านให้แก่คนที่พานักท่องเที่ยวไป แม้จะเป็นมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตก็ได้รับเช่นเดียวกัน

- เจ้าของร้านขายเสื้อผ้าแห่งหนึ่งที่ป่าตอง เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่ทำให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวมากกว่าที่นักท่องเที่ยวจะคาดหวัง เธอเล่าให้ฟังว่า “บางครั้งแป่วเคยเสนอความช่วยเหลือ เช่น สังเกตเลยว่า นักท่องเที่ยวเดินขาเกะเขิดมา แป่วถามเป็นอะไร เขาบอกเท้าพลิก ไปหาหมอ ทายา กินยาแล้ว แป่วบอกจะช่วยให้หายเร็วขึ้นใช้เวลา 5 นาที ลูกค้าผู้ใช้บริการบอกต้องทำอะไร แป่วให้นั่งแล้วใช้พลังจักรวาล ปรากฏว่าเขาหาย เขาลองเขย่งเท้าดูก็ไม่เจ็บ เขาขอบคุณถามคำรักษาเท่าไร แป่วบอกไม่เอา เขาออกจากร้านก็บอก นักท่องเที่ยวคนอื่นว่า แป่วช่วยให้หายเท้าเจ็บ บางครั้งแขกเดินผ่านร้าน ทักทายแล้ว แป่วกับลูกน้องกำลังกินข้าว ก็เชิญเขามาลองชิม เขาชอบมากบอกอาหารไทยอร่อยมาก ไปกินที่ร้านไม่อร่อยขนาดนี้”
- การให้ความช่วยเหลือและน้ำใจแบบไทยที่หนึ่งซึ่งคณะวิจัยได้สัมภาษณ์พร้อม ๆ กับการสังเกตการทำงานไปด้วยคือที่ป่าตอง อำเภอถลางได้พบเห็นสิ่งซึ่งดงามมากในการให้ความช่วยเหลือ คือ ชายสูงอายุผู้หนึ่งอายุ 80 ปีแล้ว แต่ยังคงแข็งแรงและพายเรือพานักท่องเที่ยวชมลำคลองที่มีการเลี้ยงหอยแมงภู่ เมื่อเรือออกไปได้สักครู่หนึ่งคุณลุงก็แวะที่กระชังของคุณลุงโดยบอกว่าขอขึ้นไปเอาอะไรสักหน่อย ครูเดียวก็กลับลงมาพร้อมด้วยไม้กระดานแผ่นหนึ่งเพื่อใช้เป็นที่รองนั่งให้แก่คนในคณะ ทั้งนี้เพราะคุณลุงได้สังเกตว่าคนหนึ่งในคณะมีที่นั่งที่ไม่ค่อยสบายนักคุณลุงสามารถแสดงความเอื้ออาทรได้อย่างน่าประทับใจ ส่วนที่นับเป็นจุดแข็งมาก ๆ ของการสื่อสารของคุณลุงผู้นี้และโดยเฉพาะส่วนที่เป็นความช่วยเหลือ คือ การกระทำที่เห็นได้ชัดว่าเป็นสิ่งที้ออกมาจากจิตใจ บวกกับสีหน้าเอื้อเอ็นดูต่อผู้ที่พุดด้วย
- คนขับเรือที่หาดราไวย์ คนขับเรือผู้นี้ได้แสดงไมตรีตอบแทนน้ำใจที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งสอนภาษาให้ ในแบบไทย ๆ และด้วยวิธีคิดของไทย คือต้องทำอะไรเป็นพิเศษให้แก่คนที่ดีกับเรา เขาได้นำเรือแวะที่เกาะอื่น ซึ่งไม่ได้อยู่ในรายการเป็นการแถม เขาบอกว่า “ถ้าเขา - นักท่องเที่ยว - มีน้ำใจมาเราก็มีน้ำใจตอบ เราแลกกันด้วยน้ำใจ”

ความหมายของการยิ้ม ในการแสดงน้ำใจไมตรีต่อนักท่องเที่ยวบางคนพยายามยิ้มแต่เมื่อนักท่องเที่ยวถามก็ไม่ทราบว่าจะสื่อสารต่ออย่างไร ในการสัมภาษณ์ได้ถามคนไทยเพื่อรับทราบความหมายของการยิ้มที่หลากหลายซึ่งผู้ใช้ตั้งใจจะสื่อความ สรุปได้ ดังนี้

- ความหมายปกติที่รับรู้ได้เป็นสากลคือ แสดงน้ำใจ แสดงความเป็นมิตร
- ไม่เข้าใจไม่ทราบจะพูดอย่างไร ในความหมายนี้บางคนจะใช้คู่กับวัจนกรรม คือพูดว่า I don't understand หรือ I no understand. แล้วตามด้วยยิ้ม
- อยากสื่อให้นักท่องเที่ยวทราบว่ากำลังไม่พอใจ
- เพื่อเป็นการขอโทษ และ คิดว่าการยิ้มทำให้นักท่องเที่ยวที่กำลังโกรธใจเย็นลง คนไทยคนหนึ่งบอกว่า “หากทำอะไรผิดพลาดก็จะขอโทษและยิ้มมาก ๆ เข้าไว้ เขา (นักท่องเที่ยว) ก็จะไม่โกรธ”
- เพื่อผ่อนคลายสถานการณ์ เช่น นักท่องเที่ยวไม่พอใจ ตบโต๊ะ ก็ยิ้มเพราะอายุที่เกิดมีเหตุการณ์เช่นนี้คิดว่าการยิ้มน่าจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในสถานการณ์เช่นนั้น
- คิดว่า การยิ้มเป็นหน้าที่ของผู้ให้บริการ บางคนบอกว่าในฐานะของผู้ชาย หรือ ผู้ให้บริการ เขาไม่มีสิทธิที่จะแสดงความไม่พอใจต่อนักท่องเที่ยวซึ่งเป็น “ลูกค้าผู้ใช้บริการ” ดังนั้นเมื่อไม่พอใจจึงต้องยิ้มเพื่อพยายามกลบเกลื่อนความรู้สึกดังกล่าว
- เพื่อลดระดับความชิงชังของการพูด คนไทยบางคนบอกว่าเมื่อจะต้องบอกนักท่องเที่ยวในเรื่องอะไรที่คิดว่า เป็นการออกคำสั่ง เช่น คนขับเรือจ้างที่หาดราไวย์บอกว่า เมื่อต้องบอกนักท่องเที่ยวให้ขึ้นจากน้ำได้แล้ว เพราะถึง



ก็จะไปที่ของและกดเครื่องคิดเลขให้ดูเฉย ๆ โดยไม่มีคำพูดใด ๆ เช่นเดียวกับพนักงานตามร้านต่าง ๆ ที่พบได้ทั่วไป เมื่อถามว่าจะไปขึ้นรถใต้ที่ไหนก็จะชี้ไปยังที่ที่สามารถขึ้นรถได้ บางคนมียิ้มประกอบ ทำให้สถานการณ์ของการสื่อสารลดความเฉยชาลงได้บ้าง แต่บางคนก็ชี้ทางให้โดยไม่ยิ้มทำให้คณะวิจัยซึ่งเป็นผู้สื่อสารรู้สึกเหมือนไม่ได้รับการต้อนรับ อย่างไรก็ตามการสื่อสารด้วยวัจนกรรมได้พบว่ามักจะดำเนินไปในระดับที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจได้เท่านั้น แต่ถ้านักท่องเที่ยวแสดงว่ายังคงไม่เข้าใจก็จะหาคนอื่นมาช่วยสื่อสารแทน หรือบางคนก็บอกไปเลยว่า I don't understand.

♣ **การรักษาระยะห่าง** ข้อมูลที่พบในประเด็นนี้แยกได้เป็นสองทางคือ ส่วนที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติต่อคนไทย และส่วนที่คนไทยปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว

ก. **ส่วนที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติต่อคนไทย** ข้อมูลจากคนไทยบางคนชี้ว่านักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งไม่ศึกษา หรือไม่ใส่ใจในวัฒนธรรมของไทยเมื่อมาเที่ยว เช่น พนักงานต้อนรับของบังกลาเทศแห่งหนึ่งที่หาดราไวย์เล่าว่านักท่องเที่ยวที่คุ้นเคยกันมักจะเข้ามาโอบกอดและจูบแก้มเมื่อกลับมาพักอีก เพราะบอกว่าประทับใจในน้ำใจและการบริการ ตอนนั่งคุยบางคนก็จะนั่งใกล้และกอดคอ คนที่ให้สัมภาษณ์บอกว่าถ้าเป็นผู้หญิงก็รู้สึกดีใจที่เธอให้ความเป็นกันเอง แต่ถ้าเป็นผู้ชายก็จะอึดอัดไม่ชอบแต่ไม่ทราบว่าจะพูดอย่างไรกลัวเขาจะไม่พอใจหรือเสียใจ บางคนเมื่อเจอเหตุการณ์เช่นนี้ก็จะไม่คุยด้วย บางคนก็แสดงปฏิกริยาให้ทราบว่าไม่ชอบแต่ไม่อธิบาย แต่บางคนก็อธิบาย เช่น เจ้าของร้านขายเสื้อยืดที่หาดป่าตองและเจ้าของร้านขายของที่ระลึกในเมืองภูเก็ต บอกว่านักท่องเที่ยวชาวอิตาลีมักจะชอบเข้ามาถึงเนื้อถึงตัว เจ้าของร้านขายเสื้อบอกว่าเธอมักจะถอยหลังหนีและบอกให้ฟังว่าคนไทยไม่ทำเช่นนั้น แต่เจ้าของร้านขายของที่ระลึกได้แต่อึดอัดและแสดงออกโดยไม่พูด ในเรื่องนี้ได้พบว่าคนไทยบางคนชอบที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพูดคุยสนทนาสนมด้วย เช่น คนขายไก่ทอดคนหนึ่งที่หาดป่าตองเล่าด้วยสีหน้ายิ้มแย้มว่านักท่องเที่ยวที่คุ้นเคยกันจะเข้ามากอดคอเมื่อเจอกัน

ข. **ส่วนที่คนไทยปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว** คนไทยที่ทำงานในที่ที่มีกรอบรมพนักงาน หรือ เป็นเจ้าของกิจการที่มีความเข้าใจขนบธรรมเนียมทั้งของไทยและต่างประเทศ มักจะเข้าใจและระมัดระวังในการรักษาระยะห่างกับนักท่องเที่ยว เช่น พนักงานบริการในห้องอาหารส่วนมากบอกว่าเขามักจะอยู่ในระยะห่างพอสมควรและคอยสังเกตนักท่องเที่ยวว่าชอบที่จะให้เข้าไปพูดคุยหรือไม่ และถ้านักท่องเที่ยวดูเหมือนโกรธมาจากที่อื่นก็จะอยู่ห่าง ๆ ไม่เข้าไปยุ่งด้วย พนักงานรักษาความปลอดภัยชายหาดคนหนึ่งกล่าวถึงมาแล้วในเรื่องอื่น ๆ ในช่วงของการสื่อสารได้พูดถึงประเด็นของการรักษาระยะห่างว่าเขาระมัดระวังในเรื่องนี้มาก ต้องคอยสังเกตให้ดี ๆ ว่าเมื่อไรที่เหมาะสม หรือไม่เหมาะสมที่จะเข้าไปพูดคุยหรือ คอยดูแลช่วยเหลือในระยะใกล้ หรือ ต้องคอยดูแลในระยะที่ไกลพอสมควร เพื่อที่จะไม่ให้นักท่องเที่ยวรำคาญ หรือ คิดเป็นอย่างอื่น

ในทางตรงกันข้ามคนที่ประกอบอาชีพอิสระ เช่นคนเข็นรถขายอาหาร คนให้บริการกิจกรรมต่าง ๆ ตามหาดต่าง ๆ หรือคนที่ประจำตามบาร์เครื่องดื่ม บอกว่าเขาคุ้นเคยกับการที่นักท่องเที่ยวทำตัวใกล้ชิดสนิทสนมด้วย และ ก็มักจะปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน เช่น คนขายไก่ทอดที่หาดป่าตองซึ่งได้กล่าวถึงข้างต้นจะแสดงความคุ้นเคยต่อนักท่องเที่ยวด้วยการกอดคอเช่นกัน

กลุ่มที่ได้พบว่าค่อนข้างจะไม่ให้ความสนใจต่อการรักษาระยะห่าง คือกลุ่มคนขายของและให้บริการต่าง ๆ ที่หาดป่าตอง ตลอดจนคนขับรถตุ๊กตุ๊ก ที่แม้จะไม่ทุกคนแต่พบเป็นส่วนมากที่มักจะ คอยเดินตามใกล้ ๆ ในลักษณะของการคะยั้นคะยอให้ซื้อของ หรือ ชื้อ บริการ อย่างไรก็ตามมีคนไทยบางกลุ่มที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับความสุภาพแตกต่างกันออกไป เช่นคนให้เช่าร่มพาราเซลที่หาดป่าตองไม่เข้าใจที่นักท่องเที่ยวแสดงความไม่พอใจเมื่อไปถูกเนื้อต้องตัวทั้ง ๆ ที่ทำไปเพราะต้องการหยอกล้อ แสดงความสนิทสนมเพื่อให้มีบรรยากาศของการผ่อนคลายและสนุก

♣ **การใช้ภาษาเสียง** ในการสัมภาษณ์และสังเกตวิธีการใช้น้ำเสียงไปด้วยขณะสัมภาษณ์ได้พบการใช้น้ำเสียงของคนไทยในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษที่ต่างกันด้วยเหตุผลที่ต่างกัน ได้แก่

- การใช้เสียงที่เข้มแข็งแสดงอำนาจ เช่น เจ้าหน้าที่ด่านศุลกากรที่สนามบินภูเก็ตบอกว่าบางครั้งต้องใช้น้ำเสียงที่มีอำนาจเพื่อปรามนักท่องเที่ยวที่เมา หรือ ไม่ทำตามระเบียบ เพราะเชื่อว่าถ้าพูดจาด้วยน้ำเสียงสุภาพนักท่องเที่ยวเหล่านั้นจะไม่เชื่อฟังและปฏิบัติตาม แต่ถ้าเป็นกรณีปกติก็จะพูดด้วยน้ำเสียงเป็นมิตร (แต่จากการที่มีโอกาสได้เห็นการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ดังกล่าวเมื่อนักท่องเที่ยวเดินเข้ามาระหว่างที่กำลังสัมภาษณ์ได้พบว่าเจ้าหน้าที่บางคนพูดด้วยน้ำเสียงที่แสดงอำนาจโดยที่นักท่องเที่ยวมิได้มีลักษณะที่เมาหรือฝ่าฝืนกฎระเบียบ)
- การตะโกน เพื่อเรียกความสนใจจากนักท่องเที่ยว เช่นคนขับเรือรับจ้างจะตะโกนว่า Hello เสียงดัง (อาจเป็นเพราะเคยชินกับเสียงเครื่องเรือ) หรือตะโกนสอบถามกันเองต่อหน้านักท่องเที่ยว
- การพูดด้วยเสียงที่ค่อยๆ มากเมื่อไม่มีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ
- การใช้น้ำเสียงในระดับปกติพร้อมกิริยาอาการที่ยิ้มแย้มเป็นมิตร ซึ่งมักจะพบในคนไทยที่ใช้ภาษาได้ดี หรือ ค่อนข้างดี

♣ **การสื่อสารผ่านพฤติกรรมการขาย** การสื่อสารในส่วนนี้ได้พบเป็นสามแนวทาง คือ

ก. พยายามที่จะสื่อสารทุกทางไม่ว่าจะจริงหรือไม่จริง เพื่อที่จะโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการ เช่น พนักงานที่เคาน์เตอร์ของโรงแรมและตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว (tour information) เคาน์เตอร์หนึ่งที่สนามบินภูเก็ต พยายามโน้มน้าวคณะวิจัยที่ทำที่เป็นนักท่องเที่ยวและเดินเข้าไปติดต่อโดยบอกว่าถ้าซื้อทัวร์ของเขาจะได้ “ของดี ราคาถูก” เมื่อคณะวิจัยกำลังสอบถามเกี่ยวกับโรงแรมที่มีข้อมูลอยู่แล้วก็ทราบว่าคุณสมบัติที่เขาให้ไม่ตรงกับความเป็นจริง ที่พบเด่นชัดคือโรงแรมที่เขาไม่น่าจะได้ค่าขาย (commission) เขาจะบอกว่าไม่ดี เก้า และให้ข้อมูลคลาดเคลื่อนจนถึงกับบอกว่าเลิกกิจการไปแล้วทั้ง ๆ ที่ยังมีอยู่ เช่นโรงแรมแห่งหนึ่งที่คณะวิจัยได้จองไว้แล้วเขาบอกว่าไม่มีแล้ว เมื่อชาวต่างชาติที่ร่วมสังเกตการณ์ให้ดูหนังสือ Lonely Planet ซึ่งเป็นหนังสือที่ให้ข้อมูลท่องเที่ยวได้ดีมากและยังคงมีข้อมูลของโรงแรมนี้ เขาบอกว่าหนังสือเก่าโดยไม่ແມ່แต่จะเปิดดูทั้ง ๆ ที่เป็นฉบับพิมพ์เล่มล่าสุด ในทางตรงกันข้ามถ้าเป็นโรงแรมที่ดูเหมือนเขาจะได้รับค่าขายเขาจะให้ข้อมูลทุกอย่างในทางที่ดีหมด เช่น โรงแรมแห่งหนึ่งเขาบอกว่าดีมาก ใหม่มีบริการทุกอย่างและอยู่หน้าหาด แต่จริง ๆ แล้วโรงแรมดังกล่าวอยู่หลังหาดต้องเดินไกลพอประมาณและเป็นโรงแรมที่ดีพอควรแต่ไม่มากเท่าที่เขาบรรยาย เป็นต้น

ข. ให้ข้อมูล “แบบทางสายกลาง” คือไม่ถึงกับกระตือรือร้นที่จะขาย แต่ก็ตอบทุกอย่างที่ถาม เช่นคนขายตัวเรือท่องเที่ยวที่ทำเรือฉลอง พนักงานส่วนหน้าของโรงแรม และแม้แต่บริษัทท่องเที่ยวบางแห่งที่เข้าไปเก็บข้อมูล อย่างไรก็ตามบางแห่งแม้จะให้ข้อมูลในลักษณะนี้แต่ก็แสดงความเป็นมิตรไม่ตรีอย่างเด่นชัด เช่น เสนอที่จะติดต่อบริษัทท่องเที่ยวให้พยายามหาเอกสารที่ต้องการให้ แม้จะเป็นที่ทราบกันดีในวงการท่องเที่ยวว่าการขายทัวร์ทุกครั้งคนขายจะได้ค่าขายแต่ก็ไม่ได้ดูมากเกินไปจนประเจิดประเจ้อ ในทางตรงกันข้ามคนกลุ่มนี้มีภาพของการให้ข้อมูลที่แสดงความเป็นมิตรไม่ตรี “แบบไทย ๆ” ได้ดีในการเก็บข้อมูลแม้คณะวิจัยจะเป็นคนที่คุ้นเคยกับท้องที่อยู่แล้วยังรู้สึกได้ถึงความปลอดภัยเมื่อพบการให้ข้อมูลในลักษณะนี้

ค. การให้ข้อมูลที่เฉยชา คนไทยบางกลุ่มมีลักษณะการให้ข้อมูลที่ดูเหมือนทำไปตามหน้าที่ เฉยชา มีลักษณะที่เห็นได้ชัดว่า “เธอจะซื้อหรือไม่ฉันไม่สนใจ” เช่น เจ้าของร้านขายทัวร์แห่งหนึ่งที่ตำบลราไวย์ซึ่งภาษาอังกฤษดีตอบทุกอย่างที่ถาม แต่ก็ยังเป็นลักษณะ “ถามมาตอบไป” คณะวิจัยขอข้อมูลอะไรก็หยิบให้ถูกหมดแต่ไม่มีรอยยิ้ม ไม่มีการโอภาปราศรัย อีกหลายตัวอย่างที่พบเพิ่มเติม เช่น เจ้าของร้านเสริมสวย นวดตัว ทำเล็บที่หาดราไวย์ซึ่งแสดงความรำคาญที่คณะวิจัยถามโน่นถามนี่เกี่ยวกับการนวดและราคา ที่น่าสังเกตมากคือเมื่อถามว่าเรียนมาจากไหนจะขอดูใบรับรองหน่อยได้ไหมผู้หญิงคนหนึ่งในนั้นแสดงความไม่พอใจโดยพูดกับเพื่อนเป็นภาษาไทยว่า “เมื่อไรจะไป ๆ เสียที่เขกอย่างนี้”

ไม่เห็นจะอยากได้” แต่เมื่อหันมาที่คณะวิจัยยังมีสีหน้ายิ้มอยู่ แม้จะเป็นรอยยิ้มที่คนไทยด้วยกันเองสามารถบอกได้ว่าไม่ได้รับรรมย์นัก ส่วนร้านนวดแห่งหนึ่งที่อ่าวฉลองคนให้บริการไม่ยอมให้ข้อมูลเพราะกำลังนั่งตัดเล็บของตัวเองอยู่ดูเหมือนว่าเธอไม่อยากให้ใครรบกวนเวลาที่ “เธอกำลังมีให้กับตัวเอง” หรืออาจเป็นได้ว่าเธอไม่คุ้นเคยกับคำถามในลักษณะ ที่ต้องการคำอธิบาย ทั้งนี้เพราะนอกเหนือจากคำถามปกติ คือ มีนวดแบบไหนบ้างซึ่งก็ได้ตอบแล้ว “อย่างแถมๆ “ คณะวิจัยยังตั้งคำถามอีกว่าทำไมการนวดทำถึงแพงกว่านวดตัวทั้ง ๆ ที่ใช้เวลาน้อยกว่ากันมาก ปรากฏว่าคนที่ถูกถามหันกลับไปตะโกนโต้พร้อมกบ่นกับเพื่อนว่า “ไม่ชอบลูกค้าผู้ใช้บริการที่ถามมาก พวกญี่ปุ่นและจีนไม่เห็นถามอย่างนี้เลย” ซึ่งตรงกับร้านเสริมสวยที่หาดราไวย์ที่พูดกันเองว่า “ไม่ชอบลูกค้าผู้ใช้บริการที่ถามโน่นถามนี่” ยังได้พบอีกว่าบางคนไม่พูดจาด้วยเลยเพียงแต่ส่งสายตาไปยังรูปต่าง ๆ ที่ติดอยู่ และชั้นที่วางแผ่นพับเป็นทำนองว่าดูเอาเองก็แล้วกัน

❖ **การเจียบเจียบ** การยิ้มหรือเจียบของคนไทยเมื่อไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวถามเป็นลักษณะที่พบเห็นได้มากเกือบทุกที่ในการเก็บข้อมูล เช่นคนขับรถที่สนามบิน พนักงานร้านอาหาร และแม้แต่ภัตตาคารในโรงแรมใหญ่ ๆ ที่ส่วนมากมักจะมาเก็บจาน เก็บช้อน หรือถ้วยชา กาแฟ ไปเจียบ ๆ โดยไม่มีการถามว่าทานเสร็จแล้วหรือยัง เช่นพนักงานบริการที่โรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดกมลาเพียงแต่ถามว่า “finish already” หลังจากรับเงินแล้วก็เดินจากไปเฉย ๆ ไม่พูดอะไร คนขับรถจากสนามบินไปยังที่พักซึ่งผู้วิจัยบางคนจะเจอบอกก็มักจะเจียบ ถามเพียงคำเดียวตอนขึ้นรถว่า “Where you go to Patong?” และก็ไม่พูดอะไรอีกเลยจนถึงป่าตอง แต่ก็ไม่ทุกคนเสมอไป บางคณะก็เจอคนขับที่ช่างพูด ช่างอธิบาย คนขับรถตึกตึก ตามหาดต่าง ๆ ก็มักจะเจียบ เช่นที่พบคือ เมื่อต่อรองราคาและรับคณะวิจัยขึ้นรถแล้วก็ไม่พูดอะไร (หรือไม่เช่นนั้นถ้ามีเพื่อนของเขาเองนั่งไปด้วยก็หัวเราะตลกหรือหัวเราะกับคณะวิจัยโดยไม่มีที่มาที่ไปว่าทำไมจึงหัวเราะและไม่สนใจที่จะหันมาบอกโน่นบอกนี่แก่คณะผู้วิจัย) แต่ก็พบว่าคนขับรถตึกตึกบางคนก็พูดโน่นพูดนี่ เช่นผ่านที่จัดงานกับออกคณะวิจัยว่า “Temple Fair” เป็นต้น

ในการสัมภาษณ์คนไทยได้พยายามสอบถามสาเหตุของการเจียบเจียบได้รับทราบข้อมูลที่สามรถแยกเป็นเรื่องใหญ่ ๆ ได้ สองประการ คือ 1) อึดอัดเนื่องจากขาดภาษา และ 2) อึดอัดเพราะนักท่องเที่ยวใช้วัฒนธรรมของเขากับคนไทยในเรื่องที่คนไทยไม่ชอบและไม่คุ้นเคย เช่นการแตะเนื้อต้องตัว หรือการแสดงความโกรธออกมามตรง ๆ และ “แรง”

ตัวอย่างข้อมูลที่คนไทยเจียบเพราะขาดภาษารู้สึกอึดอัด ไม่ทราบจะพูดอย่างไร เช่น “แนน” ชายชายโก่ทอด – ส้มตำ – ลาบ ที่บริเวณหาดป่าตอง บอกว่า “บางครั้งถ้าไม่เข้าใจ ฝรั่งพูดเร็ว แนนไม่รู้จะอธิบายอย่างไรก็จะอึดอัดและเจียบ กลัวเหมือนกันว่าฝรั่งจะเข้าใจว่า แนนไม่ยอมบอกไม่ยอมช่วย กลัวเข้าใจผิดว่ารู้แล้วไม่บอก”

พนักงานรับโทรศัพท์คนหนึ่งของโรงแรมก็บอกเช่นกันว่าตอนที่ทำงานใหม่ๆ อึดอัดและกลัวไม่ทราบจะตอบชาวต่างชาติที่โทรศัพท์มาว่าอย่างไร ก็เจียบไม่บอกอะไรไปแต่ไปเรียกให้คนอื่นมาช่วยตอบ เช่นเดียวกับพนักงานบริการของร้านอาหารแห่งหนึ่งที่หาดกะตะจะเจียบไม่พูดอะไรกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทานอาหารในร้านถ้าแขกพูดด้วยก็จะเดินไปเรียกเจ้าของให้มาช่วยพูด

ตัวอย่างข้อมูลที่คนไทยเจียบเพราะอึดอัดไม่คุ้นเคยที่นักท่องเที่ยวใช้วัฒนธรรมของเขากับคนไทยในเรื่องที่คนไทยไม่ชอบและไม่คุ้นเคย เช่น เจ้าของร้านขายของที่ระลึกแห่งหนึ่งในตัวเมืองภูเก็ตบอกว่า นักท่องเที่ยวบางคนขณะพูดต่อรองราคาเขาเอามือมาลูบผมเธอ หรือ ตะแคงศีรษะ หรือถูกเนื้อต้องตัว เธอโกรธและอึดอัดแต่ก็ต้องระงับอารมณ์และแสดงสีหน้าว่าไม่พอใจพร้อมกับเบี่ยงตัวหนี แต่ตลอดเวลาเหล่านั้นเธอเจียบไม่พูดอะไร

### **วัฒนธรรม และอวัจนกรรมในการสื่อสาร ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ**

❖ **การไหว้** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองชุดพูดตรงกันว่า การไหว้เป็นสิ่งสวยงามและคนไทยทุกคนควรถือเป็นอวัจนกรรมที่ต้องนำมาใช้ในทุกโอกาสที่เหมาะสม แต่มีข้อสังเกตจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองคนหนึ่งที่บอกว่า การไหว้ของไทย

เป็นเรื่องที่ลึกซึ้งและละเอียดอ่อน คนไทยไม่ควรจะสอนให้นักท่องเที่ยวไหว้โดยไม่ให้ข้อมูลประกอบที่เพียงพอเพราะนักท่องเที่ยวอาจเข้าใจไม่ถูกต้องและนำไปใช้ในสถานการณ์ทำให้เกิดความอึดอัดระอวนได้ เช่น นักท่องเที่ยวมีอายุไปไหว้เด็ก หรือ ไหว้ตอพนักงานบริการอาหารเมื่อเขาไหว้ขอบคุณที่ให้เงินรางวัล (tips) เป็นต้น ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองอีกคนหนึ่งมองว่า การไหว้ที่มาจากความจริงใจ (genuine) จะดูสง่างามมาก (elegant) เขาคิดว่านักท่องเที่ยวประทับใจการไหว้ของคนไทยตั้งแต่เมื่อเห็นครั้งแรก และทำให้รู้สึกว่าได้กลับไปในยุคอดีตอีกครั้งซึ่งเป็นยุคที่ผู้คนมีเวลาทักทายกัน พูดคุยกัน การไหว้แสดงให้เห็นว่า คนไทยมีวัฒนธรรมของตัวเอง มีความภูมิใจในความเป็นคนไทย อย่างไรก็ตามเขาย้ำว่า การไหว้โดยไม่ยิ้ม หรือไม่พูดไม่จา ลักแต่ทำด้วยความจำใจเพราะเป็นหน้าที่ เป็นสิ่งที่ไม่น่าประทับใจ การไหว้มีความหมายไม่ใช่ว่าไปเพราะเป็นสิ่งที่ต้องทำ ซึ่งตรงกับมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่สองอีกคนหนึ่ง เธอยังย้ำอีกว่าเธอชอบให้คนไทยไหว้เพื่อทักทายหรือลาจากกันมากกว่าจับมือ

♣ **การใช้สายตา** ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคน การมองตาขณะสนทนาเป็นเรื่องสำคัญ หากไม่มีการสบตากันบ้างก็จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณสนทนาไม่ยินดี ไม่จริงใจจะพูดกับเขา หรืออาจมองได้ว่าทำอะไรผิดจึงพยายามหลบตา

♣ **ความสุภาพ และ การใช้ท่าทาง** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสองในสามคนในชุดที่สองเห็นว่าภาษาท่าทางบางอย่างไม่ถึงกับไม่เหมาะสมเสียทีเดียว และพอรับได้เช่น การพยักหน้าให้เดินตามหรือให้ไปหา และการรับของไปจากมือโดยไม่พูดอะไร อาจจะรู้สึกหงุดหงิด รำคาญเล็กน้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเจตนาและสีหน้าของผู้กระทำ แต่หากมีคำพูดประกอบด้วยก็น่าจะดีกว่าในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกคนหนึ่งเห็นว่าเป็นการแสดงออกทางภาษาท่าทางที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเจ้าหน้าที่ของรัฐพยักหน้าให้เข้าไปหา หรือเมื่อเสร็จจากการตรวจเอกสารเป็นการส่งสัญญาณว่าเสร็จแล้วไปได้ ท่าทางเหล่านี้ สำหรับเธอแล้วเป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก (It's very often these people in authority will leave visitors with a bad taste, and they'd rather not go back there.) คนเหล่านี้มักเป็นกลุ่มที่มี "น้ำหนัก" ต่อการท่องเที่ยว เป็น "powerful representatives" เพราะเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวทุกคนมีโอกาสพบและสื่อสารด้วยในช่วงแรก ๆ ของการมาเที่ยวเมืองไทย หรือในช่วงที่กำลังลำบาก หรือมีปัญหา เช่นกลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ เธอบอกอีกว่าแม้พนักงานต้อนรับคนดี ๆ น่ารักมีอัธยาศัยแต่ถ้าเจอเจ้าหน้าที่ที่ไม่สุภาพเพียงคนหรือสองคนก็จะทำให้ภาพดี ๆ นั้นหายไปเพราะถูกแทนที่ด้วยภาพของเจ้าหน้าที่ที่แสดงอำนาจและไม่เป็นมิตร เธอเล่าถึงประสบการณ์ในการกรอกแบบฟอร์มเกี่ยวกับการซื้อรถที่ฝ่ายทะเบียนรถซึ่งเธอกรอกผิด ๆ ถูก ๆ เพราะแบบฟอร์มของคนไทยกรอกยากมาก ทุกครั้งที่กรอกผิดพนักงานที่เฝ้าดูอยู่จะเอาปากกามาตีปากกาของเธอ พนักงานทำอย่างนั้นอยู่ทุกครั้ง เธอบอกคนที่ไปด้วยว่าเธอรับไม่ได้อีกต่อไปแล้ว ซึ่งเธอเชื่อว่าพนักงานผู้นั้นคงฟังออกเพราะมีความระมัดระวังในการใช้ภาษาท่าทางมากขึ้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบอกว่าการใช้ท่าทางเช่นนั้นเป็นมารยาทที่ไม่ดี ที่จริงแล้วไม่นับว่าสิ่งเหล่านี้เป็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมเพราะการกระทำแบบนี้มนุษย์ทุกชาติทุกภาษาก็เข้าใจได้ว่าเป็นสิ่งที่ไม่ควรกระทำไม่ว่าจะกับใครก็ตาม เธอยังได้ให้ข้อสังเกตว่าพนักงานของรัฐซึ่งเธอใช้คำว่า "people in brown uniform or people in authority" คนเหล่านี้เธอบรรยายจากประสบการณ์ว่า "very upper-handed หรือ arrogant." ซึ่งสื่อสารด้วยท่าทางในลักษณะของ "เจ้าขุนมูลนาย"

♣ **การรักษาระยะห่าง (Spacing)** การรักษาระยะห่าง ในที่นี้หมายถึงรวมถึง ท่าทางที่แสดงความสนิทสนม เช่น การจับมือถือแขนนักท่องเที่ยว การไปโอบกอดทั้ง ๆ ที่ยังมีได้สนิทสนมกัน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนมีมุมมองเดียวกันคือการจับมือหรือการสัมผัสเพื่อแสดงความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ความรู้สึกขอบคุณ ดีใจ เห็นใจ เหล่านี้เป็นเรื่องธรรมดาที่ทั้งสามคนคุ้นเคยในวัฒนธรรมของตน อย่างไรก็ตามการแสดงออกก็ต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นด้วยเช่น โดยปกติแล้วคนที่ไม่สนิท



สนมกันก็ ไม่ควรจะต้องมาจับมือถือแขนนิ้วเนี่ย โอบกอด หรือจูบ แค่เพียงจับมืออย่างมีมิติไรตรี (a warm handshake) ก็น่าจะพอ

♣ **การใช้น้ำเสียง** ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญว่าคิดอย่างไรกับการใช้น้ำเสียงของคนไทย ทั้งสามคนเห็นตรงกันว่า การตะโกนเพื่อเสนอบริการ หรือเรียกความสนใจให้ใช้บริการเป็นสิ่งที่น่ารำคาญ และไม่ควรถ่ายอย่างยิ่ง นอกจากนั้น การพูดที่ค่อยเกินไปก็สร้างความรำคาญได้เช่นกันเพราะต้องคอยบอกให้พูดดังขึ้น อีกประเด็นหนึ่งที่ตรวจสอบคือ การที่คนไทยตะโกนเสียงดังเพื่อถามคนอื่นเมื่อไม่เข้าใจ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองกล่าวว่า การตะโกนไปมาต่อหน้าหรือตะโกนไปยังคนอื่นบริเวณใกล้เคียงนั้นไม่สุภาพ ถ้าไม่เข้าใจก็ไม่ควรตะโกนไปถามคนอื่นแต่ ควรบอกให้เขากลับมาเดินเข้าไปถามคนที่คิดว่าจะช่วยเหลือได้ เบบ่า ๆ แล้วจึงค่อยกลับมาบอกหรือให้คนอื่นมาช่วย ประโยคง่าย ๆ เช่น “I’m sorry.” “I don’t understand.” “I’ll ask somebody to help.” หรือ สั้น ๆ ว่า “I’m sorry.” “One moment, please.” แล้วค่อยเข้าไปเรียกคนอื่นมาช่วย กลับมาแล้วบอกว่า “Thank you for waiting.” เป็นสิ่งที่ดีที่สุด การตะโกนเช่นนี้ไม่ว่าจะเป็นภาษาหรือวัฒนธรรมใดก็ไม่สุภาพ

♣ **การใช้วจนกรรมช่วยในการสื่อสาร** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองชุดเห็นว่าภาษาท่าทางมีส่วนสำคัญในการสื่อสารมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่พนักงานมีภาษาไม่พอที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ หรือเมื่อต้องสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่ไม่พูดภาษาอังกฤษ อย่างไรก็ตามภาษาท่าทางที่แสดงออกมาระหว่างการสื่อสารนั้น มีทั้งหมดที่ช่วยให้การสื่อสารราบรื่นและอาจทำให้อีกฝ่ายเกิดความรู้สึกไม่พอใจได้หากแสดงออกไม่เหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองคนหนึ่งกล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วเขารู้สึกดีต่อการใช้อวัจนภาษาของคนไทย เช่นการสบตาคู่สื่อสารมีบ้างที่บางคนมองไปที่พื้น ไม่สบตาขณะสนทนา แต่เขาก็ไม่ได้คิดว่าคนไทยไม่อยากพูดกับเขา และคิดว่าอาจเนื่องมาจากวัฒนธรรมของคนไทยก็เป็นได้ เขาได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ไม่ว่าคนชาติใด ภาษาใด ถ้าขณะสนทนาพูดคุยกัน ไม่มีการมองหน้าหรือสบตาคู่สนทนาบ้าง ก็จะทำให้อีกฝ่ายรู้สึกได้ว่าไม่ได้กำลังพูดกับเขาอยู่ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ใช้คำพูดว่า “Don’t just talk at me, but talk with me.” ส่วนอวัจนกรรมที่ไม่ค่อยเหมาะสมในความคิดของเขาคือ การที่คนขับรถจับแขนหรือเอามือมาแตะหลังหรือที่กระเป๋านำไปขึ้นรถ รู้สึกว่าคนขับรถปฏิบัติกับเขาเหมือนเด็ก ๆ ที่ช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ เขาโตแล้ว แคบอกเขารวดจอดอยู่ที่ไหน ก็จะเดินตามไปได้โดยไม่ต้องจูงแขนไป เขากล่าวเพิ่มเติมว่า ถ้าตกลงแล้วว่าจะไปก็หมายความว่าไป จะไม่เปลี่ยนใจไปกับคนอื่นแน่นอน เช่นเดียวกัน ถ้าเขาไม่ออกไปด้วยก็จะบอกว่าไม่ไปตั้งแต่แรก

♣ **อวัจนกรรมในการตอบรับ** สิ่งที่เด่นชัดมากอย่างหนึ่งเกี่ยวกับอวัจนกรรมในการตอบรับของคนไทยคือ การพยักหน้ารับทั้ง ๆ ที่ไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่หนึ่งคนหนึ่งกล่าวว่า อาจเนื่องมาจากวัฒนธรรมไทยที่สอนให้เกรงใจ ให้ผู้น้อยเคารพเชื่อฟังผู้ใหญ่ ไม่กล้าเปิดเผยความรู้สึกจริง ๆ เธอสังเกตเห็นบ่อยครั้งว่าเวลาแขกพูดกับพนักงานบางคน พนักงานไม่เข้าใจ แต่พยักหน้า ทำให้แขกไม่พอใจ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองคนหนึ่งเล่าถึงประสบการณ์ว่า เมื่อมาเมืองไทยครั้งแรกและคุยกับคนไทย เขาคิดว่าคนไทยเหล่านั้นเข้าใจเขาเป็นอย่างดีเพราะมีการพยักหน้า ซึ่งเป็นอวัจนกรรมที่รับรู้กันเป็นสากลว่าเข้าใจ แต่พอเริ่มใช้บริการก็จะเสียบทันที ไม่พูดอะไรอีก เขาเรียกว่า “back to their shell” เขากล่าวเพิ่มเติมในประเด็นนี้ว่า เมื่อเขาพูดอะไรไปแล้วคนไทยกลุ่มนี้จะมีท่าทางน้อมรับ (submissive) มองที่พื้นและพยักหน้า โดยไม่มีวัจนภาษาใด ๆ สำหรับบางคน แต่สำหรับบางคนอาจพูดตอบว่า “Yes... yes.” เมื่อเขาตรวจสอบกลับเพื่อให้แน่ใจว่าคนไทยเข้าใจหรือไม่ ก็ยังคงได้รับคำตอบว่า “Yes... yes.” หรือพยักหน้าเหมือนเดิม แต่เมื่อเหตุการณ์ดำเนินไปไม่ตรงกับ “สาร” ที่น่าจะเข้าใจตรงกันทำให้ทราบว่าจริง ๆ แล้วคนเหล่านั้นไม่เข้าใจเลย ที่เป็นเช่นนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้มองว่าอาจเป็นเพราะคนไทย

เหล่านั้นต้องการให้ได้ลูกค้าผู้ใช้บริการก่อน เรื่องข้างหน้าจะเป็นอย่างไรค่อยว่ากัน คนไทยกลุ่มนี้อาจทำเป็นไม่เข้าใจ เพื่อที่จะเอาเปรียบ หรือโกง หรืออาจเป็นไปได้ว่ามีอุปสรรคทางภาษา (language barrier) เขากล่าวเพิ่มเติมว่า ในความคิดเห็นของการตอบกลับที่เป็นสากลน่าจะประกอบด้วยภาษาท่าทาง ซึ่งได้แก่การพยักหน้าของคู่สื่อสารผนวกกับวัจนกรรม เช่น พูดว่า I understand. หรือ I got it. หรือ I know where you want to go. หรือ Alright. จะช่วยให้คู่สื่อสารมีความมั่นใจมากขึ้น จากประสบการณ์แล้วเขาเดาว่าในหลายกรณีของการสื่อสาร คนไทยเหล่านั้นก็เข้าใจ เพียงแต่ไม่พูดออกมาว่าเข้าใจเท่านั้นเอง อย่างไรก็ตามโดยรวมแล้วไม่ได้คาดหวังว่าคนไทยจะเข้าใจเขาทั้งหมดสิ่งที่อยากจะเน้นคือขอให้สื่อออกมาให้ตรงกับความจริงว่ามีตรงไหนที่ไม่เข้าใจ

โดยภาพรวมแล้วผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองคนนี้เข้าใจภาษาอังกฤษของคนไทยประมาณร้อยละ 90 แต่จะมีปัญหาในการที่คนไทยเงียบ ไม่พูด หรือพูดด้วยก็ “refuse to speak” เดินหนีไปเฉยๆ เขาย้ำหลายครั้งว่าปัญหาที่ทำให้เขาอึดอัดคับข้องใจมาก คือการที่คนไทยไม่กล้าพูด ไม่มีความมั่นใจที่จะพูด และไม่มี ความพยายามที่จะสื่อสาร เพราะความกลัวที่จะพูดผิด (“Thais decide not to speak anything because they think not speaking anything is better than making a mistake.”) กลัวที่จะฟังไม่เข้าใจ เมื่อไม่พยายามที่จะสื่อสารก็ทำให้เกิดความอึดอัดคับข้องใจ (frustration) ทั้งกับคนไทยและชาวต่างชาติ ในมุมมองของเขา เขาสรุปความรู้สึกเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า “Imagine if we speak to someone and that person doesn't speak with you, it's very rude.” และสำหรับการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวอาจคิดว่าการที่คนไทยไม่พูด คือการไม่พยายามที่จะสื่อสาร และการไม่พยายามที่จะสื่อสารอาจตีความได้ว่า “I can't do it and I'm going to close you out and if I can't speak English, it's better if I don't say anything”. ที่จริงแล้วการใช้ภาษาท่าทาง การเขียน การวาดรูป หรืออะไรก็ได้ ยังจะดีกว่าการไม่พูดอะไรเลย นักท่องเที่ยวจะไม่โกรธ แต่จะประทับใจถ้าเห็นว่าคนที่เขาสื่อสารด้วยพยายามอย่างเต็มที่ที่จะสื่อสารกับเขา

การยิ้มเมื่อไม่สามารถตอบกลับนักท่องเที่ยวก็เป็นประเด็นที่เกี่ยวกับอวัจนกรรมอีกอย่างหนึ่งซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญบอกว่าทำให้นักท่องเที่ยวหงุดหงิดได้ ถ้ายิ้มอย่างเดียวโดยไม่บอกว่าเข้าใจหรือไม่เข้าใจ นักท่องเที่ยวเองก็จะไม่รู้ว่าจะทำอย่างไรต่อไป เขากล่าวอีกว่า นักท่องเที่ยวมักจะคิดว่า พวกเขาจะมาเที่ยวเพียงไม่กี่วัน มีเวลาไม่มาก จ่ายเงินมาแล้วก็ต้องอยากให้คุ้มค่า คงไม่มีนักท่องเที่ยวคนไหนที่จะอยากเสียเวลากับการสื่อสารที่ไม่รู้เรื่องเช่นนี้ ถ้าคนไทยไม่เข้าใจ หรือตอบไม่ได้ ก็ตอบเขาไปตรง ๆ จะดีกว่า เขาจะได้ไม่รู้สึกรู้ว่าเสียเวลาในการเดาเอาเองว่า ที่ยิ้มนั้นเข้าใจหรือไม่ ยิ้มนั้นหมายความว่าอย่างไร เขาแนะนำว่า ประโยคง่ายๆ เช่น I don't know. หรือ I'm sorry. หรือ I don't understand. หรือ I will ask someone to help. หรือแม้กระทั่ง What? ซึ่งพูดด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ จะช่วยให้การสื่อสารราบรื่นขึ้นมาก

❖ **การยิ้มหรือหัวเราะผิดที่ผิดทาง** ในประเด็นนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่หนึ่งบางคนมองว่า อวัจนภาษา ไม่ถึงกับเป็นปัญหาโดยตัวของมันเอง แต่เมื่อผูกโยงเข้ากับวัฒนธรรมแล้ว อาจทำให้เป็นปัญหาได้ เช่น บ่อยครั้งที่คนไทยหัวเราะผิดที่ผิดทาง ผิดเวลา ทำให้นักท่องเที่ยวโกรธ ดังนั้นในการเรียนการสอนและการอบรมคนต้องให้ความสำคัญกับการสอดแทรกประเด็นทางอวัจนภาษาและวัฒนธรรมด้วยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่สองก็มีความคิดเห็นในทำนองเดียวกัน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุดที่สองคนหนึ่งกล่าวว่า การยิ้มผิดที่ผิดทางจะทำให้เกิดความขุ่นเคืองใจได้ โดยเฉพาะเมื่อนักท่องเที่ยวมีปัญหา หรือความไม่สะดวก การยิ้มหรือหัวเราะทำให้นักท่องเที่ยวรับความหมายว่า คนไทยเห็นปัญหาของเขาเป็นเรื่องเป็นเรื่องตลกขำขัน (I am stuck and you laugh at my inconvenience.) การยิ้มผิดที่ผิดทางซึ่งผู้วิจัยสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญพอจะสรุปได้ดังนี้

- การยิ้มเพื่อแสดงความขอโทษ (Smiling as a sign of apologies) โดยที่ไม่พูดอะไร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองกล่าวว่า เขาเคยมีประสบการณ์ที่คนไทยเอาแต่ยิ้มอย่างเดียว หลังจากที่ทำอะไรผิดพลาดไปแล้ว หรือเมื่อไม่เข้าใจปัญหาของนักท่องเที่ยว การยิ้มในสถานการณ์เช่นนั้นเป็นสิ่งที่รับไม่ได้ เพราะยิ้มแบบนี้หมายถึงคนไทยไม่เห็นว่าเป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวได้รับอันเนื่องมาจากความผิดพลาดบกพร่องของการให้บริการนั้นมีความสำคัญ เขาอธิบายว่า “Doing this means you are not taking me seriously.” ถ้าจะให้ดีควรสื่อด้วยวัจนภาษา เช่น “I don't understand.” ซึ่งจะน่ายอมรับได้มากกว่าการยิ้มเพียงอย่างเดียว เพราะอย่างน้อยก็แสดงให้เห็นว่าคนไทยรับฟังปัญหาของนักท่องเที่ยว เพียงแต่ไม่เข้าใจเท่านั้น ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีกคนหนึ่งซึ่งมีลักษณะวิพากษ์น้อยและเป็นผู้ที่ยอมรับสถานการณ์รอบตัวกลับเห็นว่าการยิ้มเพื่อเป็นการขอโทษเมื่อทำอะไรผิดพลาดเป็นสิ่งดี เพราะเธอมองว่าเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวเย็นลงหรือโกรธน้อยลง (ซึ่งตรงกับเหตุผลหนึ่งของคนไทยที่ให้สัมภาษณ์)
- อีกประสบการณ์หนึ่งที่เขามักจะพบคือ บ่อยครั้งที่คนไทยหัวเราะหรือยิ้มเมื่อได้ยินเขาพูดภาษาไทย แต่เขาก็ไม่โกรธแม้ว่าตอนแรก ๆ รู้สึกหงุดหงิดนิดหน่อยแต่ตอนหลังเริ่มเข้าใจว่าคนไทยชอบให้คนต่างชาติพูดภาษาไทย คนไทยภูมิใจในภาษาไทย รักภาษาไทย จากประสบการณ์ของเขานั้น แค่เขาพูดประโยคเดียวว่า สวัสดีครับ สบายดีไหม คนไทยก็จะประทับใจมาก เพราะ เขามักจะได้รับคำชมว่าเขาพูดภาษาไทยได้ดี
- การยิ้มเพื่อกลบเกลื่อนความไม่พอใจหรือความโกรธของคนไทย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองกล่าวว่าวัจนกรรมดังกล่าวเป็นการสื่อความที่ยากต่อการรับความหมายว่าจริง ๆ แล้วหลังรอยยิ้มนั้นมิอะไรที่คนไทยไม่พอใจอยู่ สำหรับคนต่างชาติโดยเฉพาะคนอเมริกันชอบที่จะให้คนไทยบอกตรง ๆ ว่าไม่พอใจ เพราะอะไรถึงไม่พอใจ และอธิบายให้ทราบที่มากที่สุดเท่าที่ไปมากกว่าการยิ้มกลบเกลื่อน การซ่อนความไม่พอใจเมื่อชาวต่างชาติทำอะไรผิดหรือไม่เหมาะสมและไม่บอกให้เขาทราบเพราะอะไรนั้น ในมุมมองของเขาไม่น่าจะดีเพราะชาวต่างชาติคนนั้นอาจไปทำเช่นนั้นกับคนไทยคนอื่น ๆ อีกได้ อีกประการหนึ่งก็คือถ้าคนไทยอธิบายชาวต่างชาติจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับคนไทยดีขึ้น อย่างไรก็ตามการบอกให้ทราบอย่างตรงไปตรงมาและการอธิบายนั้นจะต้องอธิบายดี ๆ “Keep calm” เช่น ถ้านักท่องเที่ยวจับหัวคนไทย อาจบอกเป็นภาษาง่าย ๆ ว่า “Touch head no good in Thailand.” หรือผู้หญิงที่ไม่ชอบให้นักท่องเที่ยวมาลวนลามแตะเนื้อต้องตัวก็ต้องแสดงออกไปตรง ๆ บอกให้เขาทราบ เขาจะเข้าใจและไม่ทำอีก หากบอกไปแล้วนักท่องเที่ยวคนนั้นยังทำอยู่ ก็ไม่ต้องสนใจและ ไม่ต้องบริการนักท่องเที่ยวคนนั้นอีกต่อไปเพราะเขาไม่ให้เกียรติเราจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องไปให้เกียรติเขา
- ผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกคนหนึ่งกล่าวว่าเธอได้เรียนรู้ว่าการยิ้มของคนไทยไม่ได้สื่อถึงความสุข หรือความรื่นรมย์เสมอไปเมื่อไรที่ถามหรือพูดอะไรแล้วคนไทยยิ้ม มักจะสร้างความกังวลใจให้เธอทุกครั้ง เธอกล่าวว่า “I stepped back and asked myself what the problem was.” เพราะรอยยิ้มของคนไทยอาจสื่อว่าคนนั้นอาจไม่เข้าใจสิ่งที่พูด อาจกังวล อาจประหม่า อาจรู้สึกไม่พอใจหรือรู้สึกว่าคุณดูหมิ่นดูแคลน เธออยากให้ผู้พูดออกมามากกว่าคืออะไร เช่น ไม่เข้าใจ ไม่พอใจ จะเข้าใจกันมากกว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้นับว่าบางที่ได้พบคนไทยยิ้มในเรื่องที่ร้ายแรง (serious) มาก เช่น ในห้องเรียนภาษาเมื่อขอให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการก่อการร้าย (terrorism) ที่กระทบประเทศไทยอันเนื่องมาจากการที่ประเทศทางตะวันตกกำลังจัดภูมิตัวเป็นแดนอันตรายที่นักท่องเที่ยวไม่ควรจะมาเที่ยวในขณะนี้ (blacklisted) นักศึกษาไม่แสดงความคิดเห็นแต่ยิ้มแทนคำตอบ เป็นสิ่งที่ทำให้หงุดหงิดมาก จนต้องบอกไปว่า “Nothing funny about your country and your island being blacklisted. You have to be serious and open your eyes...” ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ได้ย้ำว่า จำเป็นมากที่เราจะต้องพูดถึงความเหมาะสมความควรของการยิ้ม ไม่ใช่ยิ้มไปเรื่อย ๆ ในทุกโอกาส

❖ **ความเป็นไทย** ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดแรกคนหนึ่งซึ่งเป็นผู้จัดการชาวต่างประเทศของโรงแรมมีระดับแห่งหนึ่งเน้นจุดเด่นของความเป็นไทย มากโดยกล่าวว่า ในการรับคนเข้าทำงานจะให้ความสำคัญกับความเป็นไทยของพนักงานมากกว่าภาษา ความเป็นไทยเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและฝึกกันยาก คนไทยน่าจะเก็บสิ่งเหล่านี้ไว้ ไม่ว่าจะป็นรอยยิ้ม ความมีน้ำใจ เขาเชื่อว่าเราสามารถสอนภาษาอังกฤษให้กับคนทำงานได้แต่สอนความงดงามของความเป็นไทยไม่ได้เพราะเป็นสิ่งที่อยู่ในตัวตน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองคนหนึ่งกล่าวถึงความเป็นไทยอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้เขาแปลกใจและบางครั้งก็ตกใจอย่างคาดไม่ถึง (shocked) เขากล่าวว่า คนไทยจะเข้มงวด (strict) กับกฎเกณฑ์หรือความเชื่อทางวัฒนธรรมและปฏิบัติ ตามกฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างดี แต่กลับละเลย ไม่เข้มงวด ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ของสาธารณะ เช่น ทำผิดกฎจราจร ไม่สวมหมวกกันน็อค ไม่เข้าแถว และลัดคิวคนอื่นโดยไม่สนใจว่าใครมาก่อนมาหลัง พอเป็นเรื่องของการแตะศีรษะ การเดินผ่านหน้าผู้ใหญ่ การไม่ตั้งคำถามกับผู้ใหญ่ การไม่แสดงความคิดเห็นต่อผู้ใหญ่ คนไทยกลับทำตามเป็นอย่างดี ผู้ให้ข้อมูลคนนี้กล่าวต่อว่า เขาไม่ได้คิดว่าคนไทยกำลังทำสิ่งที่ผิด เพียงแค่แปลกใจและตกใจเท่านั้น (I respect it, but just shocked) เพราะเป็นการกระทำที่ตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมตะวันตก แต่นี่คือความเป็นไทยอย่างหนึ่งที่ยังคงอยู่ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ไม่ดีแต่อย่างใด เรื่องของวัฒนธรรมเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ต้องอาศัยความเข้าใจซึ่งกันและกัน ความรู้สึกเช่นนี้เกิดขึ้นกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนชุดที่สองอีกคนหนึ่งเช่นกัน เธอบอกว่าสิ่งที่ทำให้เธอแปลกใจมากคือ ความขัดแย้งในตัวของคนไทย เธออธิบายเรื่องนี้ว่า โดยปกติแล้วคนไทยมีลักษณะสงบนิ่งมาก (pretty restrained) โดยเฉพาะเวลาไปวัดนั่งฟังธรรมหรือฟังสวด คนไทยจะสงบอย่างน่านับถือ แต่ในขณะที่เดียวกันคนไทยกลับไม่รักษาลักษณะของความสงบนิ่งแบบนั้นอย่างคงเส้นคงวา ตรงกันข้ามเธอกลับพบว่าคนไทยไม่โง่ง่ายมาก ในหลาย ๆ เรื่องที่ไม่น่าจะโง่ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เธอไม่เข้าใจอย่างยิ่ง ได้แต่คิดว่าถ้าคนไทยจะลดระดับความนิ่ง ความสงบลงสักนิด และแสดงออกเมื่อไม่พอใจบ้าง ความโง่โง่หันหันพลันแล่นในบางเรื่องที่ไม่จำเป็นจะต้องโง่เสียอารมณ์น่าจะดีขึ้นเพราะการแสดงออกเมื่อไม่พอใจเป็นการถ่ายเทความกดดันออกจากตัว ในสก็อตแลนด์ซึ่งเป็นประเทศของผู้ให้ข้อมูลมีคำพูดอยู่ประโยคหนึ่งที่ว่า “Don't bottle up your problems.” คืออย่าเก็บปัญหาไว้ให้มากเกินไป ทั้งนี้เพราะการเก็บปัญหาไว้คือการสะสมความไม่พอใจ เมื่ออัดไว้มาก ๆ ถึงตอนที่มันล้นขึ้นมาจะควบคุมตัวเองไม่ได้ เขาพบเห็นสิ่งเหล่านี้บ่อยมากในเมืองไทย บางทีคนทำงานบาร์สามารถลุกขึ้นยิง ลูกขึ้นฆ่าคนในเรื่องที่ไม่ถึงกับต้องฆ่าแกงกันถ้าเพียงแต่จะพูดจากัน และหัดที่จะเผชิญหน้ากัน ยอมรับความแตกต่าง และบรรเทาปัญหาที่เรื่องจะลุกลาม

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสองชุดเห็นตรงกันว่า การเรียนการสอนภาษาอังกฤษ หรือภาษาต่างประเทศใดๆก็ตามควรแทรกวัฒนธรรมที่มากับตัวภาษานั้นด้วย ไม่ควรเรียนแต่ภาษาอย่างเดียว เช่นผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองคนหนึ่งกล่าวถึงประเด็นการสอนภาษาว่า คนไทยก็มีภาษาและยึดติดกับวัฒนธรรมของตนเอง ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ยึดติดกับภาษาและวัฒนธรรมของตน ถ้าทั้งสองวัฒนธรรม เข้าใจพฤติกรรมของกันและกันก็จะทำให้สื่อสารกันได้ดีขึ้น เข้าใจกันมากขึ้นโดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความเป็นตัวของตัวเอง

นอกจากการประมวลข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลทั้งสามกลุ่มและจากการเก็บข้อมูลในทิวทัศน์ที่ใช้ศึกษาและได้แยกช่วงการสื่อสารออกได้เป็นสามช่วงดังที่ได้นำเสนอข้างต้นแล้วข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติยังสามารถสรุปสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติบ่งว่าพอใจ หรือ ไม่พอใจต่อการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวแยกเป็นแต่ละประเด็นศึกษาดังที่ปรากฏในหน้าต่อไปได้ดังนี้

| ประเด็นศึกษา                                          | ชอบ                                                                                  | ไม่ชอบ                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การทักทายและการกล่าวลา (GREETING AND SAYING GOOD BYE) | ชอบการสื่อที่แสดงลักษณะเฉพาะของความเป็นไทย เช่น การไหว้ และการยืมทักทาย หรือ กล่าวลา | การไหว้ที่ “สັกแต่ทำ” ไม่มีการทักทาย และดูไม่เป็นมิตร แสดงออกเหมือนเป็นหน้าที่ไม่ได้ออกจากใจ                                                                                                      |
| การเรียกขาน (ADDRESSING)                              | ชอบการเรียกขานที่สุภาพและให้เกียรติ                                                  | การเรียกขานโดยใช้ภาษาไม่สุภาพ เช่น “You! “Hey You!” “Lady!”                                                                                                                                       |
| การตอบ (RESPONDING)                                   | การตอบที่แสดงความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือ                                          | - การปล่อยให้เขาเข้าใจเองว่าเกิดอะไรขึ้น เช่น การเงียบไปเฉย ๆ หรือ เดินหายไปในโดยไม่มีอธิบาย<br>- ความไม่ชัดเจน เช่น การทำที่เป็นเข้าใจหรือยิ้มแปลก ๆ เมื่อไม่เข้าใจ อยากให้บอกตรง ๆ ว่าไม่เข้าใจ |
| การขอให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (REQUESTING)                | ความสุภาพของอวัจนกรรมที่แสดงออก                                                      | การสื่อด้วยอวัจนกรรม ที่ไม่ค่อยสุภาพ เช่น รับเอกสารไปจากมือโดยไม่ยิ้ม และไม่มีคำพูดจาใด ๆ                                                                                                         |
| การให้ข้อมูล (GIVING INFORMATION)                     | ความพยายามในการให้ข้อมูล                                                             | - การพูดบอกอะไรไปเรื่อย ๆ ไม่เป็นระบบ<br>- การให้ข้อมูลผิด ๆ โดยไม่ยอมรับว่าไม่ทราบ                                                                                                               |
| การบอกทิศทาง (GIVING DIRECTIONS)                      | ความพยายามที่จะช่วยเหลือ                                                             | การบอกทิศทางโดยขาดความชัดเจน เช่น ระยะทางเท่าไร ใช้เวลาเท่าไรที่จะไปถึง ไปได้อย่างไร                                                                                                              |
| การอธิบาย (EXPLAINING SOMETHING)                      | ความพยายามของคนไทยบางกลุ่มในการใช้ยุทธวิธีที่จะอธิบายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ     | - การสื่อที่ไม่เหมาะสม เช่น ตีมือ ตีขา เมื่อทำผิด แทนการอธิบายอย่างสุภาพ<br>- การปล่อยให้หรือบางสิ่งบางอย่างโดยไม่มีการอธิบายว่าทำไมต้องรอ และต้องรออีกนานเท่าไร                                  |
| การจัดการกับปัญหา (DEALING WITH TOURISTS' COMPLAINTS) | ไม่ได้พูดถึงสิ่งใดเป็นพิเศษ                                                          | ไม่บอกให้ทราบว่ากำลังดำเนินการอะไร<br>อย่างไร ใช้เวลาเท่าไรที่จะแก้ปัญหา                                                                                                                          |
| การโอภาปราศรัย (MAKING A SMALL TALK)                  | ความยิ้มแย้มแจ่มใสและความเป็นมิตร                                                    | ความเงียบเฉยเมื่อเจอหน้า หรือเดินผ่านกัน รู้สึกเหมือนไม่ได้รับการต้อนรับ                                                                                                                          |
| ปฏิริยาต่อการเงียบขณะสนทนา (BEING SILENT)             | ไม่ได้พูดถึงสิ่งใดเป็นพิเศษ                                                          | ไม่ชอบให้เงียบเพราะไม่เข้าใจสถานการณ์ของการสื่อสารว่าเกิดอะไรขึ้น                                                                                                                                 |

|                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การเสนอให้ความช่วยเหลือ<br>(OFFERING HELP)                                                                                | ชอบความโอบอ้อมอารี ความเป็นมิตร และ ความสุภาพ ซึ่งหลาย ๆ คน รวมเรียกว่าเป็น “good nature” ของคนไทย                                                                                                                                    | ไม่ได้พูดถึงสิ่งใดเป็นพิเศษ                                                                                                                                                                                                                                                             |
| การให้ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านเมืองและท้องถิ่น<br>(SHARING KNOWLEDGE AND CULTURE OF THAIS' OWN REGION AND COUNTRY )            | ชอบลักษณะพิเศษของไทย เช่นการดูแลพ่อ-แม่ยามแก่เฒ่า ฯลฯ ในกรณีที่มีการอธิบาย                                                                                                                                                            | ไม่ได้พูดถึงสิ่งใดเป็นพิเศษ เพียงแต่พูดถึงข้อจำกัดของภาษาที่ทำให้คนไทยส่วนมากมีอุปสรรคต่อการสื่อสารในประเด็นนี้                                                                                                                                                                         |
| การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับบ้านเมืองและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว<br>(SHARING KNOWLEDGE OF TOURISTS' CULTURE AND COUNTRY/) | เมื่อคนไทยแสดงความสนใจเกี่ยวกับบ้านเมืองของเขา                                                                                                                                                                                        | ไม่ได้พูดถึงสิ่งใดเป็นพิเศษ เพียงแต่พูดถึงข้อจำกัดของภาษาที่ทำให้คนไทยส่วนมากมีอุปสรรคต่อการสื่อสารในประเด็นนี้                                                                                                                                                                         |
| การสังเกตลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยว<br>(OBSERVING TOURISTS' HABITUAL BEHAVIOR)                                           | ชอบความ “ไว” ต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการซึ่งบางครั้งนักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องพูด                                                                                                                                                  | การคะยั้นคะยอ รบเร้าให้ซื้อของหรือใช้บริการโดยไม่ดูว่าเขารู้สึกอย่างไร                                                                                                                                                                                                                  |
| อื่น ๆ                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ลักษณะความเป็นไทย</li> <li>● ธรรมชาติที่ดีของคนไทย</li> <li>● รอยยิ้มที่เป็นมิตรและจริงใจของคนไทย</li> <li>● ความสนุกสนานรื่นเริงมีความสุขซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีชีวิตชีวาไปด้วย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ชอบความไม่สุภาพ และการวางตัวของเจ้าหน้าที่บ้านเมือง</li> <li>- ไม่ชอบมาตรฐานสองชั้น (doubled standard) เช่นการคิดราคานักท่องเที่ยวแพงกว่าคนไทย หรือใช้กฎหมายต่างกัน เช่นจับ-ปรับ นักท่องเที่ยว แต่ไม่จับ-ปรับคนไทยในกรณีเดียวกัน</li> </ul> |

สำหรับคนไทยในภาคการท่องเที่ยวประเด็นหลัก ๆ ที่บอกรถึงความพอใจและไม่พอใจต่อการสื่อสารของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ชอบความเป็นกันเองและการให้ความเป็นมิตรของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับคนไทยที่คนไทยซึ่งให้สัมภาษณ์บอกว่า “มักจะแบ่งชั้นวรรณะ” ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวให้ความเป็นกันเองจึงมีความรู้สึกที่ควรสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเสมือนเป็น คนสนิท หรือ คนในครอบครัวเดียวกัน
2. ชอบลักษณะการสื่อสารของคนอังกฤษที่มีประเด็นชัดเจน มีการทบทวนสิ่งที่พูด หรือสอบถามเมื่อไม่แน่ใจ
3. คนไทยบางกลุ่ม เช่น เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองไม่ชอบการที่นักท่องเที่ยวบางคนไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรมของไทย เช่น ยืนทานไอศกรีม หรือแสดงความรักกันอย่างเปิดเผยขณะรอตรวจเอกสารเข้าเมือง อยากให้นักท่องเที่ยวมีวัฒนธรรมทางการสื่อสารที่ให้ความเคารพต่อ “เจ้าบ้าน” มากกว่านี้
4. คนไทยไม่ชอบการที่นักท่องเที่ยวแสดงวาทะ หรือท่าทางที่ดูถูกคนไทย
5. คนไทยไม่ชอบการรบเร้าขอคำตอบของนักท่องเที่ยว เพราะคนไทยบางคนรู้สึกว่าการเจียบเจี้ยวหรือยิ้มดีกว่าพูดอะไรไปผิด ๆ

6. ผู้หญิงไทยหลาย ๆ คนไม่ชอบการที่นักท่องเที่ยวถือวิสาสะโดยการจับมือถือแขนและคิดว่าสามารถชวนผู้หญิงทุกคนออกไปค้างคืนได้

### **ตอนที่สาม บทวิเคราะห์การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต**

ในตอนนี้จะนำข้อมูลที่น่าเสนอในการประมวลผลข้างต้นมาศึกษาวิเคราะห์โดยจะดูความสามารถและวิธีการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นลำดับแรก ความสามารถดังกล่าวจะแยกเป็นสามระดับ คือ **ระดับที่สามารถสื่อสารได้ดี ระดับที่สื่อสารได้พอประมาณ และ ระดับที่ยังไม่สามารถสื่อสารได้** หลังจากนั้นจะวิเคราะห์การใช้ยุทธวิธีสื่อสารของคนไทย อัจฉริยภาพและวัฒนธรรมในการรับ-ส่งความหมาย เพื่อศึกษาจุดแข็ง-จุดอ่อน ซึ่งเป็นเหตุ-ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการรับ-ส่งความหมายที่ซ่อนเร้นซึ่งเป็นสิ่งผลักดันให้มีการสื่อสารที่ดีหรือในทางตรงกันข้ามเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร และสุดท้ายจะวิเคราะห์เหตุ-ปัจจัยหลักอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อความสามารถทางการสื่อสารซึ่งได้แก่ **อิทธิพลของการถ่ายโอน**

ในการวิเคราะห์และอภิปรายจะอิงแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้รับจากนักท่องเที่ยว และจากการศึกษาข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) จากแหล่งข้อมูลทั้งสามกลุ่ม คือกลุ่มคนไทยเอง นักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งเป็นกลุ่มคู่สื่อสาร หรือ "ลูกค้าผู้ใช้บริการ" ของการศึกษาเรื่องนี้ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นกลุ่มตรวจสอบ วิชาภาษ และเสนอแนะจากความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาและวัฒนธรรม

ในการจัดระดับความสามารถของการสื่อสารจะเน้นไปยังกลุ่มคนไทยเพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะนำผลจากการวิจัยเรื่องนี้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ การจัดระดับความสามารถทางการสื่อสารในงานวิจัยนี้จะศึกษาแง่มุมและประเด็นต่าง ๆ ดังนี้คือ

- ก. ความสามารถในการเชิงวัฒนธรรมและสังคม จะศึกษาวิเคราะห์สิ่งเหล่านี้ คือ
- 1) รู้จักและภาคภูมิใจในส่วนตัวของวัฒนธรรมไทยและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารกับคนต่างวัฒนธรรมได้
  - 2) มีความเข้าใจในวัฒนธรรมสากลพอประมาณและมีความสามารถในการสังเกตและเรียนรู้วัฒนธรรม แนวคิดทัศนคติ และ ลักษณะนิสัยที่เด่น ๆ ของคู่สื่อสาร
  - 3) มีความสามารถในการผสมผสานความเป็นไทยและความเป็นสากลในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม
  - 4) รู้เรื่องราวที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานและในแวดวงของการท่องเที่ยวพอประมาณ
- ข. ความสามารถในการใช้ภาษาและยุทธวิธีทางการสื่อสาร คือ รู้จักเลือกใช้แบบแผนทางภาษาให้เหมาะกับบริบทของงาน และสามารถนำบริบทและความหมายมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการสื่อสาร มีความพยายามในการเสาะแสวงหาวิธีการต่าง ๆ มาใช้ในการรับ - ส่งความหมาย
- ค. ความสังเกตและความพยายามในการรับรู้ความหมายที่ซ่อนเร้นของคู่สื่อสาร

#### **ระดับที่สามารถสื่อสารได้ดี**

แม้ผลจากการศึกษาเชิงปริมาณชี้ให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วภาษาอังกฤษของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตเป็นการสื่อสารที่อยู่ในระดับที่พอรับได้ (Somewhat satisfied) เท่านั้นแต่ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

การมองความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเป็นการมองในองค์รวมที่ผนวกเข้ากับความสามารถในการใช้วัจนกรรมและความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมของตนเองและคู่สื่อสารด้วย น่าจะเป็นเพราะเหตุนี้ข้อมูลจากการศึกษาเชิงปริมาณจึงชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพอใจต่อการสื่อสารของคนไทยค่อนข้างสูง (ดู การประมวลและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ตอนต้นของบทนี้)

ในการศึกษาแง่มุมและประเด็นต่าง ๆ ที่ได้วางกรอบไว้ข้างต้นได้พบว่าคนไทยซึ่งอยู่ในระดับที่สามารถสื่อสารได้ดีมีลักษณะที่ใช้ความเป็นไทยในที่ที่ควรใช้ เช่น การประยุกต์การไหว้ผนวกกับวัฒนธรรมที่เรียกได้ว่า “อยู่ในตัวตน” ของคนไทยส่วนมาก คือ การยิ้มแย้ม การมีไมตรีในการแสดงการต้อนรับผู้มาเยือน นอกจากนี้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพที่ประมวลไว้ข้างต้นชี้ให้เห็นว่า วัจนกรรมของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่าพอใจ คือ ความสุภาพ ความเป็นมิตร ความอบอุ่น ความมีน้ำใจ และความเต็มใจพร้อมที่จะช่วยเหลือ ซึ่งพ้องกับข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งได้ใช้เป็นกลุ่มที่ให้แนวเทียบเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลสำคัญพูดตรงกันว่าส่วนนี้เป็นจุดที่ดีมากในการสื่อสารของคนไทย จากจำนวนนักท่องเที่ยว 161 คนที่สัมภาษณ์ 95% บอกว่าพอใจมากกับการที่ได้รับการทักทายและกล่าวลาด้วยการไหว้ผนวกกับสำนวนภาษาอังกฤษที่เหมาะสมซึ่งแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยถึง แม้นักท่องเที่ยวบางคนจะไม่ค่อยเข้าใจความหมาย แต่ก็พอเดาได้จากบริบทของสถานการณ์ นอกจากนี้ความยิ้มแย้มแจ่มใสรวมถึงการหัวเราะของคนไทยในการสื่อสารทำให้นักท่องเที่ยวมองว่าคนไทยเป็นคนอารมณ์ดีและมองโลกในแง่ดี นักท่องเที่ยวหลายคนย่ำว่าสิ่งที่เขาชื่นชมมากในคนไทยที่เขาได้สื่อสารด้วยคือความเป็นคนดีโดยธรรมชาติ (having good nature)

สำหรับพฤติกรรมเด่น ๆ ในการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพูดถึงได้ชี้ให้เห็นภาพสะท้อนที่ชัดเจนถึงจุดแข็งซึ่งคนไทยได้สื่อสารสิ่งเหล่านี้ออกไปในลักษณะที่เป็นธรรมชาติเพราะเป็นสิ่งที่อยู่กับคนไทยและสังคมไทยมาช้านาน ในการเจนนับถ้อยคำจากบันทึกของนักท่องเที่ยวในหน้าต่อไป ได้พบการสะท้อนความคิดความรู้สึกที่ชื่นชมความเป็นไทยดังนี้ (ดูผนวก ข ประกอบ)

| คำที่นักท่องเที่ยวใช้เพื่อบอก<br>ลักษณะเด่นของคนไทย | จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้<br>คำเหล่านี้พูดถึงคนไทย* |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 1. friendly                                         | 56                                                 |
| 2. helpful                                          | 40                                                 |
| 3. polite                                           | 29                                                 |
| 4. smiling                                          | 22                                                 |
| 5. kind                                             | 19                                                 |
| 6. happy                                            | 12                                                 |
| 7. welcoming                                        | 9                                                  |
| 8. positive                                         | 7                                                  |
| 9. nice                                             | 6                                                  |
| 10. warm                                            | 3                                                  |
| 11. caring                                          | 3                                                  |
| 12. wonderful                                       | 2                                                  |



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| 13. respectful                 | 2 |
| 14. decent                     | 2 |
| 15. fantastic                  | 1 |
| 16. charming                   | 1 |
| 17. relaxed                    | 1 |
| 18. modest                     | 1 |
| 19. humble                     | 1 |
| 20. easygoing                  | 1 |
| 21. loyal                      | 1 |
| 22. discrete                   | 1 |
| 23. tolerant                   | 1 |
| 24. refreshing                 | 1 |
| 25. sincere                    | 1 |
| 26. lovely                     | 1 |
| 27. joking                     | 1 |
| 28. laughing                   | 1 |
| 29. courteous                  | 1 |
| 30. peaceful                   | 1 |
| 31. freedom loving             | 1 |
| 32. sense of humour            | 1 |
| 33. Thais live in good harmony | 1 |

\*นับเฉพาะส่วนที่พบจากบันทึกท้ายแบบสัมภาษณ์ ไม่ได้รวมส่วนที่พูดด้วยวาจา

คณะวิจัยซึ่งสวมบทบาทนักท่องเที่ยวก็ได้พบตรงกันว่าสิ่งที่น่าประทับใจในการสื่อสารของคนไทย คือ การใช้ อวัจนกรรมที่เป็นลักษณะเด่นของไทยอย่างเหมาะสมกับบริบทและความหมายผนวกกับภาษาอังกฤษที่ชัดเจน รู้จัก เลือกใช้ภาษาที่สุภาพ นุ่มนวล สามารถเลือกถ้อยคำสำนวนที่สื่อให้เห็นถึงความเอื้ออาทรใส่ใจต่อนักท่องเที่ยว มีการ โอบอ้อมอารีย์ซึ่งเหมาะแก่กาลเทศะ อย่างไรก็ตามการโอบอ้อมอารีย์ในช่วงเปิดการสื่อสารไม่พบจากการสังเกต และ ในคนไทยที่ให้สัมภาษณ์มีเพียงกลุ่มมัคคุเทศก์เท่านั้นที่มีการโอบอ้อมอารีย์ในช่วงเปิดการสื่อสาร

ในส่วนของความเข้าใจในวัฒนธรรมสากล คนไทยที่สามารถสื่อสารได้ดีได้แสดงให้เห็นว่ามีความรู้ความเข้าใจ ในลักษณะที่เป็นสากลของการสื่อสาร เช่น ควรจะใช้วัจนกรรมและอวัจนกรรมอย่างไรในการเปิดการสนทนา ในการทักทาย ในการลาจาก มีความระมัดระวังเรื่องการรักษาระยะห่าง เช่น เมื่อไรที่ควรจะไปเสนอให้ความช่วยเหลือ เมื่อไร ที่ควรจะถอยห่าง ในการพบกันได้มีการคำนึงถึงความสะดวกของคู่สื่อสารมีการถามว่าพร้อมที่จะพบหรือไม่ มีความ ระมัดระวังในประเด็นต่าง ๆ ที่เชื่อมกันเป็นสากลว่าไม่ควรใช้พุดจาไถ่ถามคู่สนทนา เช่น อายุ น้ำหนัก ของคู่สื่อสาร บาง คนละเอียดรอบคอบมากจนถึงกับสังเกตว่าต้องหลีกเลี่ยงคำว่า 'fat' มีให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีน้ำหนักค่อนข้างมาก ใน การใช้ระดับเสียงในส่วนที่นับว่าเป็นข้อดีไม่มีการพูดถึงโดยผู้ให้ข้อมูลจากทุกกลุ่ม

ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของคนที่มีความสามารถในการสื่อสารได้ดีคือมีความสามารถในการผสมผสานความเป็นไทยและความเป็นสากลในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม เช่น การทักทายด้วยการไหว้ผนวกกับวัจนกรรมที่ใช้ทักทาย หรือ การลาจากกันเป็นสากลผ่านทางกรใช้ภาษาอังกฤษ การใช้ท่าทางต่าง ๆ เช่นการเชื้อเชิญด้วยการผายมือซึ่งมิได้เป็นท่าทางพื้นฐานของคนไทยผนวกกับการยิ้มแบบไทยเมื่อต้องการเชื้อเชิญนักท่องเที่ยวให้ขึ้นรถ ลักษณะการค้อมตัวหรือผสานมือซึ่งเป็นวัจนกรรมที่แสดงความสุภาพของไทยผนวกกับวัจนกรรมการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ เช่น Would you like anything else? การใช้ส่ายตาที่เหมาะสมไม่จ้อง หรือ หลบตาไปเลย

ข้อมูลที่ได้จากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวก็มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ คนที่สื่อสารได้ดี (ซึ่งทราบได้จากการที่ขอให้เขาพูดภาษาอังกฤษให้ฟัง) จะมีทักษะในทางสังคมควบคู่กันไปด้วยคือรู้จักที่จะโอบอ้อมอารีทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการต้อนรับที่อบอุ่นและได้รับน้ำใจไมตรี เช่น ถาเมื่อนักท่องเที่ยวเมื่อลงจากเครื่องบินว่า “How was your flight?” ก่อนจะออกไปเที่ยวว่า “Have a nice day!” “Enjoy your trip.” “Have a good holiday.” “Have a good trip.” หรือถามเกี่ยวกับที่พัก ความเป็นอยู่ เช่น “Is everything alright?” “How was your stay at the hotel?” ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนก็กล่าวตรงกันว่าสำนวนเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับงานบริการ ถ้าไม่พูดเลยก็ทำให้การสื่อสารดำเนินไปได้ แต่ถ้ารู้จักใช้สำนวนเหล่านี้จะทำให้สื่อสารรู้สึกถึงความเอาใจใส่ ความเป็นมิตร และการต้อนรับที่อบอุ่น การศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า สำนวนพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับงานบริการและการท่องเที่ยวเหล่านี้มีส่วนสร้างความประทับใจให้แก่กันนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้ที่อยู่ในระดับที่เรียกว่ามีความสามารถทางการสื่อสาร ดังนั้นจึงเป็นประเด็นหนึ่งซึ่งจะต้องรวมไว้ในการเรียนการสอนภาษา มีหนังสือเรียนภาษาอังกฤษหลายเล่มที่เน้นการเรียนภาษาอังกฤษเฉพาะทาง ไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษสำหรับงานบริการ งานโรงแรม และการท่องเที่ยว ที่สอดแทรกภาษาสำนวนเหล่านี้ เช่น Five Star: English for Hotel and Tourism (1983), You're Welcome (1988), Highly Recommended (1988), English for Tourist Police (1989), International Hotel English: Communicating with the international traveller (1989), First Class: English for Tourism (1991), At Your Service (1995), New International Business English (1996), Travel File (1996), Welcome (1998), Going International (1998)

นอกจากนี้ยังพบอีกด้วยว่าคนที่มีความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคมสามารถบูรณาการปริบทและความหมายเข้ากับความสามารถในการสื่อสารเรื่องต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานในแวดวงของการท่องเที่ยวและเรื่องในชีวิตประจำวันทั่ว ๆ ไป ในการศึกษาครั้งนี้ได้พบลักษณะเช่นนี้ในกลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวสามกลุ่มที่มีทักษะทางภาษาค่อนข้างดี คือ กลุ่มพนักงานโรงแรม กลุ่มพนักงานร้านอาหารที่มีระดับ กลุ่มมัคคุเทศก์และตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว (ซึ่งนับเป็นกลุ่มเดียวกันเพราะส่วนมากทำหน้าที่ข้ามกันไปมา คือเป็นทั้งมัคคุเทศก์ และ ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว ) แม้จะมีบางคนในสามกลุ่มนี้เป็นข้อยกเว้นอยู่บ้างที่มีความสามารถทางการสื่อสารไม่ดัดจริตแต่ส่วนมากแล้วเป็นกลุ่มที่มีทักษะในการใช้ภาษา และมีมิติต่าง ๆ ในการสื่อสาร เช่น สามารถพูดคุยกับนักท่องเที่ยวเรื่องเกี่ยวกับดินฟ้าอากาศ ฤดูกาลต่าง ๆ ว่าช่วงไหนเหมาะที่จะท่องเที่ยว ช่วงไหนที่ไม่สะดวกต่อการเที่ยวทางทะเล ที่ไหนที่ควรไปในช่วงที่อากาศไม่ดี เป็นต้น ในประมวลข้อมูลเชิงคุณภาพเบื้องต้นจะเห็นว่าคนไทยกลุ่มนี้ได้พยายามหาความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับบ้านเมือง วัฒนธรรมและลักษณะสังคมไทย เช่น การบอกกล่าวเกี่ยวกับประเพณีต่าง ๆ ของไทย เรื่องราวเกี่ยวกับสถาบันต่าง ๆ ของไทย เช่น ศาสนา พระมหากษัตริย์ คนไทยกินอยู่อย่างไร อาหารไทยเป็นอย่างไร ส่วนที่เป็นลักษณะท้องถิ่นของภูเก็ต เช่น การปลุกยวงพารา การทำคาราประมง แม้บางครั้งจะไม่ทราบหมดก็ได้พยายามบอกนักท่องเที่ยวว่าจะหาความรู้เรื่องนั้นเรื่องนี้มาให้ และได้พยายามศึกษาเพื่อบอกกับนักท่องเที่ยวตามที่ได้ให้สัญญาไว้

นอกเหนือจากคนไทยในสามกลุ่มนี้แล้ว ในการศึกษาวิจัยพบว่า ในระดับบุคคล ก็มีคนที่นักท่องเที่ยวพูดถึงว่า เขาพอใจในการสื่อสารมาก เช่นกัน คือ คนขับรถตุ๊กตุ๊กสองคนที่ได้ทำหน้าที่เป็นผู้นำเที่ยวพร้อม ๆ กันไปกับการขับรถ ซึ่งที่คนขับรถตุ๊กตุ๊กทั้งสองคนนี้แตกต่างจากคนส่วนมากในกลุ่มเดียวกัน คือ เขาสามารถใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรค ในการสัมภาษณ์คนขับรถตุ๊กตุ๊กบางคนก็พูดตรงกันว่าเขามีโอกาสพานักท่องเที่ยวไปที่ไหนที่นี้อธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ของที่ที่พาไป พร้อมทั้งบอกว่าเขาได้พูดถึงสิ่งต่าง ๆ ตลอดเส้นทางพานักท่องเที่ยว เช่น อธิบายเกี่ยวกับสวนยางพารา การเกษตรกรรม ปลาแต่ละชนิด สิ่งแวดล้อม และแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยเป็นต้น (ดู บันทึกทำแบบสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวหมายเลข 064 ในผนวก ข และ ประมวลข้อมูลเชิงคุณภาพข้างต้นประกอบ) นอกจากนี้คนขับรถตุ๊กตุ๊กที่ให้สัมภาษณ์ยังได้พูดถึงอวัจนกรรมที่เขาปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวซึ่งนับว่าเหมาะสม เช่น การทักทาย การกล่าวลา และลงจากที่คนขับมายืนส่งนักท่องเที่ยวเมื่อพาเขาไปยังจุดหมาย คนขับรถตุ๊กตุ๊กยังให้จุดหมายที่นักท่องเที่ยวเขียนมาถึงเพื่อขอบคุณที่ได้พาเขาเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ

**ความสามารถในการใช้ภาษาและยุทธวิธีทางการสื่อสาร** คือ ผู้จักเลือกใช้แบบแผนทางภาษาให้เหมาะกับบริบทของงาน และสามารถนำบริบทและความหมายมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการสื่อสาร มีความพยายามในการเสาะแสวงหาวิธีการต่าง ๆ มาใช้ในการรับ - ส่งความหมาย

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีภาษาอังกฤษดีในระดับที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เข้าใจ ใช้ภาษาได้ค่อนข้างถูกต้องทั้งในเรื่องของคำศัพท์ ความหมาย และโครงสร้างทางไวยากรณ์ คือ คนไทยในสามกลุ่มที่พูดถึง และพนักงานร้านอาหารที่มีระดับ ซึ่งพ้องกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและจากการสัมภาษณ์คนไทยในภาคการท่องเที่ยว สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความเห็นว่ากลุ่มมัคคุเทศก์ คนไทยที่ทำงานให้กับโรงแรม และพนักงานบริการในห้องอาหารเป็นกลุ่มที่มีภาษาดีกว่ากลุ่มอื่น ๆ เพราะคนกลุ่มนี้มีพื้นฐานภาษาอังกฤษมาบ้างแล้วจากสถาบันการศึกษาและบางคนก็มีโอกาสได้รับการอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการทำงานโดยเฉพาะ นอกจากนี้ลักษณะของงานก็มีแบบแผนของการสื่อสารที่ค่อนข้างจะชัดเจนตายตัว เช่น ในแต่ละช่วงการสื่อสารว่าควรใช้วัจนกรรมและอวัจนกรรมแบบไหน

การมีภาษาเพียงพอสำหรับงานเป็นสิ่งที่ช่วยให้การสื่อสารดำเนินไปด้วยความราบรื่นทั้งนี้เพราะได้สังเกตว่า คนที่มีภาษาดีจะลดความกังวลและความตึงเครียดในขณะที่สื่อสาร สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อไรที่ต้องพูดถึงเรื่องราวต่าง ๆ เช่น เรื่องของไทยก็สามารถสะท้อนความรู้ความเข้าใจที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ โดยไม่มีอุปสรรคทางภาษามาขวางกั้น นักท่องเที่ยวต้องการอะไรก็เข้าใจ และสามารถดำเนินการให้ตามที่ขอ เช่น พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมที่คณะวิจัยเข้าไปสังเกต สามารถสื่อสารเกี่ยวกับเรื่องงานของตนด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างดี และเป็นธรรมชาติ ใช้ภาษาสุภาพ เช่น ภาษาในการลงทะเบียนเข้าพัก (Check in) การอธิบายความแตกต่างของห้องและราคาห้อง การอธิบายเครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในห้อง บริการต่าง ๆ ของโรงแรม เวลาเปิด-ปิด พนักงานร้านอาหารก็สามารถใช้ภาษาในการอธิบายรายการอาหารต่าง ๆ ได้ แนะนำอาหารได้ มีการทวนรายการอาหารเพื่อความถูกต้อง มีการเข้ามาถามเป็นระยะว่าทุกอย่างเรียบร้อยหรือไม่ หรือต้องการอะไรเพิ่มเป็นต้น ในการศึกษาวิจัยได้พบด้วยว่า กลุ่มมัคคุเทศก์ และตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว นอกจากจะสื่อสารเรื่องราวปกติต่าง ๆ ได้แล้วยังสามารถเสนอทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด สามารถใช้ภาษาในการทำงานที่แทบจะไม่มีข้อบกพร่องเลย เช่น มีการทักทายนักท่องเที่ยวอย่างสุภาพและเป็นมิตร มีการแนะนำตัว บอกเส้นทางพานักท่องเที่ยว กฎ ข้อห้าม คำเตือน คำแนะนำต่าง ๆ ประวัติและความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว ให้ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วัฒนธรรม ประเพณีไทยบางอย่าง หรือเมื่อนักท่องเที่ยวมีปัญหาที่เข้าใจปัญหาของนักท่องเที่ยวและช่วยหาทางออกหรือเสนอทางเลือกอื่นให้ นอก

จากคนไทยในสามกลุ่มที่กล่าวมาแล้ว ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้พบว่าในระดับบุคคลก็มีเช่นกันที่สามารถสื่อสารได้ดี สร้างความประทับใจในการสื่อสารที่รู้สึกได้ชัดเจนในช่วงของการเก็บข้อมูล คือ พนักงานของร้านขายของที่ระลึก และ ร้านขายเครื่องประดับที่มีชื่อของจังหวัดภูเก็ต พนักงานดังกล่าวมีภาษาดีพอสำหรับการบอกราคา ส่วนลด คุณลักษณะของสินค้าแต่ละชนิด เช่น สินค้าทำจากอะไร วิธีใช้ ข้อจำกัดของสินค้า ข้อควรระวังเกี่ยวกับกำลังวัตต์ของไฟฟ้า และสามารถแนะนำสินค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากขึ้น เป็นต้น

ในกรอบของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ปัจจัยที่เข้ามาช่วยให้การใช้ภาษาของคนไทยกลุ่มนี้ราบรื่นมากขึ้น คือความสามารถที่จะนำบริบทและความหมายเข้ามาใช้ในการสื่อสารซึ่งอาจจะเป็นการใช้โดยที่ผู้พูดหรือไม่รู้ตัวก็ได้ คนที่ได้รับการฝึกมาน่าจะเป็นการใช้โดยตระหนักรู้ นับเป็น “พรแสวง” หรือ learned ability ส่วนคนที่ไม่ได้เรียนเรื่องการนำบริบทเข้ามาช่วยหาความหมายน่าจะใช้ความสามารถที่มีอยู่ในตัวตน คือ “พรสวรรค์” (inherent or traits) จากประสบการณ์การสอนภาษาของคณะวิจัยเองซึ่งพ้องกับ Widdowson (1978) Brown (2000) และ Scarcella (1992) พบว่าความสามารถในการบูรณาการบริบทและความหมายเข้ากับการใช้ภาษามักจะพบในกลุ่มคนที่มีความทักษะทางภาษา

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาชี้ให้เห็นด้วยว่ากลุ่มคนที่มีทักษะทางการสื่อสารจะมีความสามารถในมิติอื่น ๆ คู่เคียงกันไปหนึ่งในความสามารถเหล่านั้น คือ ยุทธวิธีทางการสื่อสาร คนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีทักษะทางการสื่อสารต่างก็มี ยุทธวิธีทางการสื่อสาร เช่น คนส่วนมากในสามกลุ่มนี้มีวิธีการที่จะถามคู่สื่อสารกลับไปเมื่อไม่เข้าใจสิ่งที่พูดมา เช่น พนักงานโรงแรมคนหนึ่งสามารถพูดว่า “I don't know but I will ask someone to explain.” เมื่อไม่สามารถตอบคำถามของผู้วิจัยในขณะที่เก็บข้อมูลโดยการสังเกต ในการสัมภาษณ์ภาคคุเทศก์ก็ได้ข้อมูลว่ากลุ่มภาคคุเทศก์มียุทธวิธีการสื่อสารที่ดีเช่นกัน เช่นถ้าไม่แน่ใจหรือไม่ทราบข้อมูลที่นักท่องเที่ยวถาม เขาก็มีวิธีที่จะสื่อกลับไปยังนักท่องเที่ยวว่า “I'm sorry. I'm not sure but I will find out for you.” และตัวอย่างของพนักงานร้านอาหารที่สามารถสื่อสารกับผู้วิจัยได้ชัดเจนในช่วงที่เก็บข้อมูลด้วยวิธีสังเกตว่าเข้าใจที่ถามและกำลังจะทำอะไร เช่น เมื่อผู้วิจัยขอซื้อขนมเพิ่มก็บอกได้ทันทีว่า “A few moments, Madam.” เป็นการแสดงให้เห็นว่ารู้จักวิธีที่จะตอบกลับขณะบอกให้รอโดยไม่ปล่อยให้คู่สื่อสารเข้าใจหรือตีความเอาเอง ยุทธวิธีที่จะสื่อสิ่งที่ไม่เข้าใจก็พบจากคนไทยส่วนมากในสามกลุ่มนี้เช่นเดียวกัน คือรู้จักที่จะพูดว่า “Could you please speak again?” หรือ “What do you mean by...?” รู้จักที่จะขอให้นักท่องเที่ยวพูดให้ช้าลง โดยใช้ภาษาว่า “Excuse me, Sir/Madam. Could you speak slowly, please?” เมื่อไม่รู้คำศัพท์ที่ถูกต้องก็รู้จักนำคำง่าย ๆ ที่สามารถสื่อความหมายได้กับเรื่องที่สนทนามาใช้อธิบายแทน เช่น ภาคคุเทศก์คนหนึ่งไม่รู้คำศัพท์ว่า “abbot” ก็พยายามหาวิธีอธิบายว่า “the chairman of the temple” แทน ซึ่ง นักท่องเที่ยวก็เข้าใจได้ ลักษณะเช่นนี้ถือเป็นยุทธวิธีทางการสื่อสารอย่างหนึ่งที่พบในกลุ่มคนที่มีความสามารถในการสื่อสาร

ในส่วนของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งสามคนไม่ได้พูดถึงประเด็นการใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวทั้งสี่กลุ่มข้างต้นอย่างเจาะจงนัก เพียงแต่กล่าวว่าคนไทยที่ทำงานตามสถานประกอบการที่มีระดับมีความคุ้นเคยในการพูดจาสื่อสารกับนักท่องเที่ยว จากประสบการณ์ก็พอจะพบว่ามีการทวนถามเมื่อไม่แน่ใจ หรือ พูดซ้ำในสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด (Echoing) บ้าง แต่เมื่อกล่าวถึงคนไทยในภาคการท่องเที่ยวโดยทั่วไปแล้ว ไม่ค่อยพบเห็นการใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสารเหล่านี้มากนัก ยังเป็นจุดอ่อนในการสื่อสารของคนไทยอยู่มาก จุดอ่อนเหล่านี้จะนำไปกล่าวถึงในการพูดถึงการขาดยุทธวิธีในการสื่อสารของคนไทยซึ่งอยู่ในระดับที่สื่อสารได้พอประมาณ และ ระดับที่ยังไม่สามารถสื่อสารได้

ประเด็นสุดท้ายที่ได้พบในกลุ่มคนที่สามารถสื่อสารได้ดีคือคนที่มีความสังเกตและมีความพยายามในการรับรู้

ความหมายที่สื่อสารไม่แสดงออกมาตรง ๆ เช่นเมื่อนักท่องเที่ยวอยู่เงียบ ๆ เฉย ๆ ก็ไม่ตามไปบอกรวมแม้มีหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือเพราะอวัจนกรรมเช่นนั้นเป็นการสื่อความหมายว่าเขาต้องการความเป็นส่วนตัว หรือในขณะที่นักท่องเที่ยวกำลังรับประทานอาหารคนที่มีความสามารถในการสื่อสารก็จะยืนอยู่ในระยะห่างพอสมควรเพราะได้สังเกตว่านักท่องเที่ยวบางคนส่งสัญญาณเป็นนัยว่าต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นต้น

### ระดับที่สามารถสื่อสารได้พอประมาณ

คนไทยในภาคการท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีภาษาค่อนข้างน้อย แต่สิ่งที่สร้างความพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความพยายามที่จะสื่อสาร ความสามารถในการใช้อวัจนภาษาเพื่อสื่อความเมื่อมีข้อจำกัดทางภาษา สิ่งเหล่านี้น่าจะมีจุดเริ่มมาจากความกระตือรือร้นในการสื่อสาร ผสมกับความมีน้ำใจที่ต้องการจะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว หรือ อาจเพราะแรงจูงใจในด้านรายได้ก็เป็นได้ แต่สิ่งที่ปรากฏออกมาคือความพยายามอย่างยิ่งที่จะพูด จะอธิบาย จะบอกกล่าวเรื่องราว จะเห็นได้จากตัวอย่างที่นำเสนอไว้ในประมวลข้อมูล บางตัวอย่างเหล่านั้นสะท้อนออกมาจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดและให้สัมภาษณ์ เช่น enthusiasm / try to communicate/ using gestures to help / good willing/ willingness/ always willing/ seem to show effort/ body talk/ were not afraid to make us understand/ try to talk/ try to understand/ try to engage/ try hard/ try their best/ speaking very politely/ try to be polite/ interested in conversation/

คนไทยในกลุ่มนี้มีภาษาระดับพื้นฐานที่พอสื่อสารได้บ้างแต่มีลักษณะการสื่อสารที่เป็นธรรมชาติ ไม่ติดขัด ซึ่งในทางการสอนภาษาถือว่าการใช้ภาษาในระดับที่มี fluency พอสมควร แต่ไม่ถูกต้องมากนัก กล่าวคือไม่มี accuracy และควรได้รับการพัฒนา คนในกลุ่มนี้ส่วนมากมักจะเป็นคนที่ทำงานให้แก่สถานประกอบการเล็ก ๆ หรือที่ดำเนินการโดยคนท้องถิ่น (Self-employed business) เช่น คนให้บริการนวด เจ้าของ หรือ คนที่ทำงานให้แก่บังกะไลเล็ก ๆ คนขับรถสองแถว คนขับรถตุ๊กตุ๊ก พนักงานร้านอาหารเล็ก ๆ พนักงานบาร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามคนในกลุ่มนี้ได้พยายามใช้บริบทของการสนทนา ใช้วัจนกรรม อวัจนกรรม และวัฒนธรรมที่สะท้อนส่วนดีของความเป็นไทย ผสมกับการใช้ภาษาอังกฤษในระดับที่สื่อสารได้ช่วยให้นักท่องเที่ยวพอที่จะรับความหมายได้และซาบซึ้งที่เห็นความพยายามที่จะสื่อสาร แม้นักท่องเที่ยวบางคนจะกล่าวเป็นเชิงเสียดายว่าถ้าคนไทยกลุ่มนี้มีภาษาที่ดีกว่านี้จะทำให้เขามีโอกาสเรียนรู้และซาบซึ้งความเป็นไทยได้มากกว่าที่เป็นอยู่ก็ตามนักท่องเที่ยวก็ไม่มีภาพลบต่อการสื่อสารของคนไทยที่มีความสามารถในระดับนี้

ลักษณะเด่นในการสื่อสารของไทยที่มีความสามารถทางการสื่อสารในระดับนี้ไม่แตกต่างจากคนไทยในกลุ่มแรกมากนัก กล่าวคือมีทักษะพื้นฐานในการโอภาปราศรัย สื่อถึงธรรมชาติ น้ำใจ และมีตรีแบบไทย ๆ สุภาพ มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและมีใจบริการ นอกจากนี้ยังมีความพยายาม กระตือรือร้น และเต็มใจที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวซึ่งนับเป็นสิ่งสำคัญของงานบริการ ในส่วนของเนื้อหาในการสื่อสารคนไทยในกลุ่มนี้ยังมีความสามารถในการพยายามหาวิธีที่จะสื่อสารเรื่องราวที่นอกเหนือจากงานที่รับผิดชอบโดยตรงค่อนข้างดีมีการใช้ภาษาท่าทางประกอบ แม้จะไม่ถึงกับลึกซึ้งมากแต่ก็เข้าใจได้ เช่น พนักงานต้อนรับที่ทำงานให้กับ Minigolf แห่งหนึ่งสามารถพูดคุยกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรัชกาลที่ 5 และคุณูปการหลัก ๆ ที่พระองค์ได้ทรงพระราชทานให้แก่อาณาประชาราษฎร์ได้ คนให้บริการนวดสามารถอธิบายเรื่องราวของการนวดได้ เจ้าของบาร์แห่งหนึ่งสามารถพูดเรื่องประเพณีกินเจของภูเก็ตได้ แต่ก็มีข้อจำกัดในส่วนของความถูกต้องของภาษาทั้งในแง่ของคำศัพท์ การออกเสียง และไวยากรณ์ นอกจากนั้นคนไทยเหล่านี้ยังรู้จักใช้วัจนกรรมต่าง ๆ เข้ามาช่วย เช่นเมื่อไม่เข้าใจก็จะขอให้นักท่องเที่ยวพูดซ้ำ หรือพูดให้ช้าลง เมื่อไม่รู้คำศัพท์ก็ใช้

ค่าง่าย ๆ ที่คนรู้มาช่วยอธิบายให้เข้ากับบริบทของการสนทนา เช่น หญิงสาวที่ทำงานที่บาร์แห่งหนึ่งไม่รู้จกคำว่า “สิว” ก็พยายามอธิบายพร้อมท่าทางประกอบว่า “On your face, when you eighteen you have it on your face.” หรือพยายามจะบอกว่าอีกนางแบบในมิวสิกวิดีโอที่เธอมีหน้าอกใหญ่กว่า แต่ไม่รู้จกคำว่า “หน้าอก” จึงใช้คำว่า “milk” แทนและทำท่าประกอบด้วย คนที่ให้บริการนวด พยายามอธิบายเกี่ยวกับครีมอาบน้ำที่ผลิตขึ้นเอง แต่ไม่รู้จกครีมอาบน้ำเรียกว่าอะไร จึงพูดพร้อมกับทำท่าทางประกอบว่า “You use it when you (ทำท่าอาบน้ำ)” คนขับรถจากสนามบิน พยายามอธิบายเรื่องยางพาราที่พบเห็นสองข้างทางแต่ไม่ทราบศัพท์เกี่ยวกับยางพารา ก็พยายามโดยการออกเสียง “ยางพารา” ขึ้นลงเหมือนการออกเสียงในภาษาอังกฤษ บางคนก็ใช้รูปภาพและท่าทางประกอบการอธิบาย เช่น เจ้าของบาร์เล็ก ๆ ที่ตำบลกมลาซึ่งพยายามจะสื่อเรื่องราวของการกินเจโดยการทำท่าตัดลิ้น ช่างทำเล็บที่หาดป่าตองให้ดูรูปดอกไม้บนเล็บ เมื่อต้องการจะถามผู้วิจัยซึ่งสวมบทบาทเป็นนักท่องเที่ยวว่าต้องการให้ระบายสีรูปดอกไม้หรือไม่ และข้อมูลที่ได้จากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวเองจากการสัมภาษณ์ก็ได้บอกตรงกันว่าแม้จะมีข้อจำกัดเรื่องศัพท์และความรู้หลัก ๆ ของภาษาแต่ก็อยากบอกให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบเรื่องดี ๆ ของไทยจึงพยายามที่จะสื่อสารทุกวิถีทางเท่าที่จะทำได้ ถ้าทำท่าทางได้ก็ทำ ถ้าทำไม่ได้ก็หารูปภาพ หรือ วาดรูป ให้ดู หรือแม้แต่หน้าของจริงมาให้ดู และแม้แต่ให้ชิมตัวอย่างเหล่านี้เป็นการใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสารที่มีส่วนช่วยอย่างมากในการสร้างความเข้าใจระหว่างคนที่ต่างทั้งภาษาและวัฒนธรรม

ข้อมูลที่ได้ทั้งจากนักท่องเที่ยวและชาวไทยที่ตรงกันอีกอย่างหนึ่งคือคนไทยในภาคการท่องเที่ยวกลุ่มนี้พยายามเรียนรู้ภาษาเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเรื่องคำศัพท์ และด้วยความพยายามที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวนี้เองที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ และยอมรับข้อบกพร่องของภาษาที่ใช้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองและสามได้เน้นมากถึงความสำคัญของความพยายามที่จะสื่อสารเพราะเขาเห็นว่าถ้าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวไม่พูดอะไร เดินหนี ไม่แม้แต่จะพยายามที่จะใช้ค่าง่าย ๆ (lack of confidence of speaking English and not trying) เพราะอาจกลัวพูดผิดหรือกลัวไม่เข้าใจ ในฐานะที่เขาเคยท่องเที่ยวมากพอสมควรเขาบอกได้เลยว่าจะทำให้นักท่องเที่ยวหงุดหงิดมากเพราะในกรอบความเข้าใจที่เป็นสากลวัฒนธรรมดังกล่าวสื่อความว่าคุณสื่อสารไม่ยอมพูดกับเขา ที่ถือว่ามีมากไปกว่านั้นคือนักท่องเที่ยวบางคนอาจตีความว่าเป็นการเสียมารยาท ถ้าพยายามบ้างแม้จะด้วยวัฒนธรรมที่จำกัดแต่ใช้วัฒนธรรมเข้าช่วย เช่น ท่าทาง การเขียน วาดรูปหรืออะไรก็ได้ที่แสดงว่าได้พยายามสื่อสารแล้วจะทำให้บรรยากาศของการสื่อสารดีขึ้น การรับ-ส่งความหมายก็น่าจะพอเป็นไปได้ คนที่ทำเช่นนี้จะน่าประทับใจมากกว่า

ผู้ให้ข้อมูลทั้งสามคนเห็นตรงกันว่า ถึงแม้โดยภาพรวมแล้วการใช้ภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวไม่ค่อยถูกต้อง ไม่สามารถสื่อสารได้ดีเท่าที่ควรสำหรับงานในอาชีพ แต่ถ้าสามารถพูดได้พอเข้าใจ ไม่จำเป็นต้องถูกต้องสมบูรณ์แบบ ไม่หยาบคาย ก็รับได้แล้ว นักท่องเที่ยวเองคงไม่ได้คาดหวังว่าภาษาอังกฤษของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวจะต้องถูกต้อง สมบูรณ์ คล่องเหมือนเจ้าของภาษา

คนไทยในภาคการท่องเที่ยวส่วนมากที่พบในงานวิจัยนี้มีความสามารถทางการสื่อสารในระดับนี้ ทั้ง ๆ ที่ระดับการศึกษาและโอกาสของการฝึกอบรมที่ตรงกับลักษณะของปัญหาไม่มีมากนักซึ่งในความเป็นจริงแล้วไม่น่าจะสื่อสารได้เลยเมื่อเทียบกับคนไทยทั่ว ๆ ไปที่มีข้อจำกัดเหมือน ๆ กันแต่อยู่นอกภาคการท่องเที่ยว ปัจจัยที่น่าจะช่วยให้คนกลุ่มนี้สื่อสารได้พอรู้เรื่องอาจเป็นเพราะคนเหล่านี้อยู่ในสภาพแวดล้อมของการทำงานที่ผลักดันให้ต้องมีการสื่อสาร นอกจากนี้ข้อมูลโดยตรงจากคนไทยหลายคนในกลุ่มนี้บ่งว่าการใช้ภาษาอังกฤษโดยตรงกับชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาติที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่งทำให้เขารู้สึกว่าเป็นธรรมชาติ ไม่เหมือนกับการเรียนภาษาในห้องเรียนที่ดูเหมือนคนสอนจะคอยจ้องชี้ถูกชี้ผิดอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้คนไทยในกลุ่มนี้อีกเช่นกันที่บอกว่าการเรียนภาษาในห้องเรียน เป็นการ

ห้อง เช่น This is a book. หรือ ตอบคำถามของครูซึ่งมักจะเป็นกฎเกณฑ์ทางไวยากรณ์มากกว่าการสนทนา โดยรวม ๆ แล้วการเรียนภาษาในห้องเรียนคนไทยบอกว่า “เครียด” แต่เมื่อต้องพูดจริง ๆ อย่างนี้คือต้องอย่างเดียวคือไม่รู้คำศัพท์และไม่ทราบจะผูกประโยคอย่างไรนอกนั้นพอไปได้ สรุปได้ว่าในบรรยากาศที่ไม่มีระเบียบและเคร่งครัดอะไรมากนักจะเป็นส่วนช่วยในการสื่อสาร ในบรรยากาศของการทำงานถ้าเป็นคนที่ทำงานในกรอบของการจ้างงานก็มีเจ้าของเพียงหนึ่งหรือ สองคนที่เป็นเจ้านาย เป็นการทำงานแบบสบาย ๆ ในบรรยากาศเช่นนี้จะมีการสื่อสารเกิดขึ้น คนพูดไม่กลัวที่จะทำผิดเพราะไม่มีการประเมินจริง ๆ จัง ๆ อย่างเป็นระบบเหมือนตามสถานที่ทำงานใหญ่ ๆ จึงกล้าที่จะพูดคุยกับนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นธรรมชาติ ผู้ให้ข้อมูลคนที่สองได้ตั้งข้อสังเกตในทำนองนี้เช่นกันว่า คนที่มีการศึกษาไม่สูงมากนักมักจะสื่อสารได้ไม่ถูกต้อง แต่เป็นธรรมชาติ เขาสังเกตพบว่า คนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่เรียนภาษาอังกฤษในระบบการศึกษา (formal education) มักจะอายและกลัวที่จะพูดภาษาอังกฤษกับคนต่างชาติเพราะเกรงจะพูดผิดมากกว่าคนที่ไม่ได้เรียนมา ในบางกรณีก็มีเรื่องการรักษาหน้าเข้ามาเกี่ยวข้อง ในขณะที่คนที่มีการศึกษาไม่มากนักและไม่ได้เรียนภาษาอังกฤษจากโรงเรียนมักจะมีอาการกล้าและไม่อายที่จะพูด และเมื่อไม่อายก็ทำให้สื่อสารได้อย่างเป็นธรรมชาติมากกว่า

ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่น่าจะถือได้ว่าเป็นปัจจัยผลักดันที่ทำให้คนไทยเหล่านี้มีความกล้าที่จะสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ คือ แรงจูงใจด้านผลประโยชน์ การศึกษาจากข้อมูลได้พบว่าคนที่ไม่ได้มีพื้นฐานทางภาษาอังกฤษมานานนักแต่มีความตั้งใจสามารถสื่อสารได้ดีกว่าที่ควรจะเป็นเมื่อเทียบกับการสื่อสารของคนไทยที่มีความรู้ในระนาบเดียวกันและมีกรอบของข้อจำกัดเหมือนกัน คนไทยเหล่านี้มักจะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการสื่อสาร เช่น ถ้าพูดจากกับนักท่องเที่ยว หรือแขกผู้รู้เรื่องมักจะได้รับการตรวรางวัล (tips) ดี จึงได้พบว่าพนักงานโรงแรมที่มีระดับ เช่น พนักงานฝ่ายยกกระเป๋า หรือ ฝ่ายดูแลสัมภาระ หรือ คนขับรถ ฯลฯ สามารถสื่อสารได้ดี เหมาะสม ผสมกับความสุภาพความพร้อมที่จะช่วยเหลือทำให้การสื่อสารเป็นไปด้วยความราบรื่น สำหรับคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานภาษาอังกฤษในระนาบนี้ แต่ทำงานให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็กและนักท่องเที่ยวที่เข้าพักมักจะเป็นประเภทแบกเบาะซึ่งไม่ค่อยมีพลังในการตรวรางวัลมากนัก ในการศึกษาได้พบว่าคนที่เจ้าของได้จัดส่วนแบ่งรายได้หรือผลประโยชน์ให้ดีก็สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีกว่าที่ควรจะเป็นเช่นเดียวกัน เช่น หญิงสาวที่ดูแลบังกะโลแห่งหนึ่งที่หาดราไวย์ ทั้งโดยพื้นฐานการศึกษา และจังหวัดที่มาคือจังหวัดศรีสะเกษที่ไม่มีโอกาสได้ใช้ภาษาเลยเธอก็กลับสื่อสารได้ดีพอประมาณ รู้เรื่องกันระหว่างเธอและ คณะวิจัย (ในบทบาทของนักท่องเที่ยวต่างชาติ) ซึ่งอาจเป็นเพราะเจ้าของดูแลเธอเหมือนเป็นสมาชิกคนหนึ่งของคนรอบตัว เช่น สามารถจะออกแบบตกแต่งสวนรอบบังกะโล เลี้ยงนก หรือทำอะไร ต่าง ๆ ได้เหมือนกับบริเวณเหล่านั้นเป็นของเธอเอง ในส่วนของรายได้นอกจากมีเงินเดือนประจำแล้วเจ้าของยังอนุญาตให้เธอใช้เครื่องซักผ้าของครอบครัวรับเสื้อผ้าของแขกมาซักโดยรับรายได้ที่ได้จากการนี้ไปได้ทั้งหมด เป็นต้น จึงได้พบว่าหญิงสาวผู้นี้มีบุคลิกลักษณะยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร สามารถสื่อสาร และพาคณะวิจัย ชมบังกะโลพร้อมทั้งอธิบายสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกถามอย่างเต็มอกเต็มใจ และด้วยภาษาที่เข้าใจได้แม้จะค่อนข้างพื้นฐานมากและพูดไม่ได้ทุกเรื่องก็ตาม ข้อสังเกตนี้พ้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ภาษา (Krashen, 1982; Gardner, 1985; Lightbown, 1999; Dickinson, 1988) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจใด ๆ ก็ตามเป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่งในการเรียนและการใช้ภาษา

### ระดับที่ยังไม่สามารถสื่อสารได้

คนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ยังไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้นั้น เป็นกลุ่มที่มีลักษณะงานอยู่ในกลุ่มเดียวกับกลุ่มที่สอง เช่น กลุ่มคนที่ให้บริการเช่ารถมอเตอร์ไซด์ เช่าเรือ คนให้บริการนวด ทำผม ทำเล็บ ร้านขายของ ร้าน

อาหาร ห้องพัก โรงแรมหรือบังกะโลเล็ก ๆ แต่คนกลุ่มนี้ไม่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ ทั้งๆ ที่สภาพแวดล้อมและพื้นฐานการศึกษาใกล้เคียงกับกลุ่มที่สอง ความแตกต่างของคนสองกลุ่มที่พบจากการศึกษาคือ ความพยายาม ในขณะที่คนซึ่งสามารถสื่อสารได้ในกลุ่มที่สองมีความพยายามเป็นปัจจัยผลักดันในการสื่อสาร คนกลุ่มนี้กลับมีความพยายามน้อยมากหรือไม่มีเลย เมื่อผนวกกับการที่คนกลุ่มนี้แทบจะไม่มีภาษาเลย จึงมักจะพูดสิ่งเดิม ๆ วกไปวนมา หรือพูดซ้ำคำที่นักท่องเที่ยวพูดเท่านั้น เมื่อไม่มีทั้งภาษาและความพยายามการสื่อสารก็เป็นไปไม่ได้ นักท่องเที่ยวคนหนึ่ง (คู่มือที่จัดทำแบบสัมภาษณ์ ในผนวก ซ # 117) บอกว่า คนตามร้านรวงต่าง ๆ ในท้องถิ่น สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษไม่ได้เลย นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ และผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่างก็มีข้อสังเกตในประเด็นนี้ เช่น บอกว่าพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตำรวจ ทั้งที่เป็นตำรวจท่องเที่ยว ตำรวจจราจร หรือตำรวจภูธร บางคน สื่อสารไม่ได้คือฟังไม่เข้าใจ และ พูดไม่ได้ ประกอบกับไม่มีภาษาท่าทางใด ๆ ที่จะช่วยในการสื่อสาร นักท่องเที่ยวบางคนและผู้ให้ข้อมูลสำคัญบอกว่าบรรยากาศที่เป็นสูญญากาศของการสื่อสารไม่น่าจะมีในเกาะภูเก็ตเพราะการท่องเที่ยวในเมืองนี้เบ่งบานมาเป็นเวลานานแล้ว

ตัวอย่างที่พบในกลุ่มนี้ทั้งที่นักท่องเที่ยวพูดถึงและที่พบจากการสังเกต คือ คนขายโปรแกรมท่องเที่ยวตามเคาน์เตอร์ทัวร์บางแห่ง ซึ่งไม่สามารถอธิบายเกี่ยวกับโปรแกรมที่นักท่องเที่ยวสนใจได้ ไม่เข้าใจคำถามต่าง ๆ คนไทยกลุ่มนี้มักจะพูดเกี่ยวกับงานได้บ้างโดยสังเกตว่าได้จากจากการจำ เช่น มีบริการอะไรบ้าง ราคา ระยะเวลาบริการ เป็นต้น คนต้อนรับแขกหน้าร้านอาหารแห่งหนึ่งที่ป่าตองก็เป็นตัวอย่างของการที่ไม่สามารถสื่อสารได้เช่นกันเห็นได้จาก การสื่อสารแบบ “ถามอย่าง-ตอบอย่าง” เช่นเมื่อถูกถามว่าร้านเปิด-ปิดกี่โมง ก็ตอบว่า มี spicy prawn soup เป็นต้น คนขับรถรับจ้างโดยเฉพาะจากสนามบินเข้าเมือง หรือไปยังที่พักต่าง ๆ และส่วนมากมักจะเป็นกลุ่มที่สังกัดอยู่กับบริษัท อาจเป็นด้วยเหตุนี้จึงไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องสื่อสาร ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวซื้อตั๋วจากเคาน์เตอร์ เมื่อไปถึงก็มีพนักงานจากที่พักมารับ แต่คนเหล่านี้ลืมนึกไปว่าบางครั้งอาจเกิดปัญหาระหว่างทาง หรือ นักท่องเที่ยวอาจจะอยากถามอะไรบ้าง ดังนั้นในภาคการท่องเที่ยวการสื่อสารจึงเป็นความจำเป็นเสมอในทุกกรณี อย่างไรก็ตามถ้ายกเว้นคนขับรถซึ่งบางคนพูดไม่ได้เลยและไม่มีความรู้ของการสื่อสารแล้ว คนที่พอจะสื่อสารได้บ้างก็พูดเป็นคำ ๆ ถ้าถามมากไปกว่านั้นก็ตอบไม่ได้ อีกตัวอย่างหนึ่งที่ค่อนข้างจะแตกต่างจากคนไทยที่สามารถสื่อสารได้ดีในสองกลุ่มแรกคือ ความเงิบเฉย เช่น คนขับรถบางคนซึ่งไม่พูดอะไรเลยในขณะที่นักท่องเที่ยวต้องการให้อธิบายสิ่งเด่น ๆ ตามเส้นทางบ้าง แม้แต่การซื้อตั๋วรถเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่แสดงให้เห็นว่าจะพยายามอธิบายก็ไม่มี มีลักษณะที่เห็นได้ชัดว่าเขาทำหน้าที่ขับรถเท่านั้นมิใช่สื่อสาร เช่น คนขับรถเช่าจากสนามบินไปยังที่พักของคณะวิจัยคณะหนึ่งในการวิจัยนี้ หลังจากคณะขึ้นรถแล้วคนขับรถไม่พูดอะไรเลย ต้องถามถึงจะตอบ และตอบเป็นคำ ๆ ซึ่งก็ไม่ค่อยสื่อความเท่าใดนัก เช่นถามว่า ภูเก็ตแพนตาซีคืออะไร อยู่ที่ไหน ไกลหรือไม่ ปรากฏว่าคณะวิจัยไม่ได้คำตอบที่สามารถเข้าใจได้เลย นอกจากไม่ได้ความหมายใด ๆ จากคำตอบแล้วยังมีความรู้สึกว่าเขาไม่อยากจะพูดด้วยจึงไม่กล้าถามอะไรอีก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญก็กล่าวเช่นกันว่า ข้อจำกัดด้านภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่พบคือ มีภาษาน้อยและพูดคุยได้เฉพาะเรื่องงานในขอบเขตที่จำกัดมาก พอถามเรื่องอื่นก็จะสื่อสารไม่ได้ เช่นคนขับรถที่พูดจาต่อรองราคาได้ แต่เมื่อขึ้นรถแล้วและถามเกี่ยวกับสิ่งรอบตัวคนขับรถจะพูดไม่ได้ เช่นที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งบอกว่า “When you take them out of the situation, they are confused. They can use English pertaining to their job.” ตำรวจส่วนมากก็ไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวบอกว่าตำรวจมีศัพท์น้อยมาก นักท่องเที่ยวคนหนึ่งเล่าว่าเขาได้โทรศัพท์เข้าไปสอบถามข้อมูลจากตำรวจท่องเที่ยวตามเอกสารแนะนำการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่าตำรวจที่รับสายพูดไม่รู้เรื่อง ไม่เข้าใจคำถาม ส่วนนักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งพูดถึงตำรวจจราจรที่เขามีโอกาสสื่อสารด้วยว่า “Poor English”



ข้อมูลจากการสังเกตของคณะวิจัยเอง ก็ชี้ให้เห็นสิ่งเดียวกันคือตำรวจชั้นประทวนสามารถพูดภาษาอังกฤษได้เพียงไม่กี่คำ ที่พอสื่อสารได้บ้างจากที่สื่อออกมาพอให้สังเกตได้คือความสามารถในการฟัง ได้แก่ นายตำรวจชั้นสัญญาบัตรซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสองคนก็พูดเช่นเดียวกันว่าตำรวจเป็นกลุ่มที่สื่อสารไม่ได้เลย นอกจากนี้วัจนกรรมในการสื่อสารของตำรวจส่วนมากก็เป็นลักษณะที่แข็งขัน ไม่มีการเปิดช่องสื่อสารเพื่อให้คู่สื่อสารเตรียมตัวที่จะรับสาร มีลักษณะการพูดที่เริ่มต้นก็เข้าสู่เนื้อหาในทันทีทันใด วัจนกรรมการสื่อสารเช่นนี้เมื่อผนวกกับภาษาที่จำกัดช่องว่างของการสื่อสารจึงยิ่งขยายมากขึ้น เช่น ตัวอย่างที่พูดถึงตำรวจซึ่งขึ้นไปบนรถทัวร์ตอน 5 นาฬิกาและปลุกผู้โดยสารซึ่งมีนักท่องเที่ยวและตัวเขารวมอยู่ด้วยให้ตื่นโดยการตะโกนผ่านไมโครโฟนว่า “You ...check...you belonging...you” (ได้ตรวจสอบภายหลังทราบว่าตำรวจผู้นี้ตั้งใจที่จะขึ้นมาบอกนักท่องเที่ยวให้ตรวจเข้าของที่อาจสูญหายในช่วงที่หลับอยู่) ในกรณีนั้นนอกจากจะสื่อสารไม่รู้เรื่องแล้ว เวลาของการสื่อสาร น้ำเสียงที่ใช้ ผนวกกับการขาดการสร้างบริบทในช่วงเปิดการสื่อสารและไม่มียุทธวิธีทางการสื่อสารความตั้งใจที่จะช่วยดูแลผู้โดยสารในยามเข้ามิดเช่นนั้นจึงเป็นความสูญเปล่า นอกจากไม่มีการสื่อสารใด ๆ แล้วยังสร้างความตระหนกตกใจให้แก่ทุกคนในรถอีกด้วย ผู้ให้ข้อมูลคนที่สองก็พบเช่นกันว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีปัญหาในการสื่อสารมากที่สุดคือตำรวจ เขายกตัวอย่างที่ตำรวจในเมืองภูเก็ตนายหนึ่งบอกมือให้เขาหยุดรถและพยายามบอกอะไรสักอย่างแต่สื่อสารไม่ได้ พูดได้เพียงคำว่า “You, no!” ชี้ พยักหน้าและถามว่า “Understand?” เพียงเท่านั้น ซึ่งขณะนั้นเขาก็ไม่สามารถเข้าใจว่าเขาทำผิดอะไรและตำรวจพยายามจะบอกอะไรแก่เขา

นอกจากข้อจำกัดของการสื่อสารแล้ว สิ่งที่เป็นปัญหาในการสื่อสารของคนกลุ่มนี้คือความสามารถในการฟังและการสื่อความ และไม่มียุทธวิธีในการสื่อความไม่เข้าใจไปยังคู่สื่อสาร ในประเด็นนี้ นักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 21.7 ที่ตอบว่าไม่พอใจต่อการที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวไม่ถามกลับหรือสอบถามสิ่งที่เขาพูดเมื่อไม่เข้าใจหรือไม่แน่ใจ (Checking or asking back) จากการสังเกตการสื่อสารของคนไทยที่มีข้อจำกัดค่อนข้างมากเช่นนี้พบว่า คนไทยกลุ่มนี้มักจะไม่ยอม หรือ หัวเราะเมื่อไม่เข้าใจ โดยไม่ทำอะไรทั้งสิ้น นักท่องเที่ยวคนหนึ่ง (ดู ผนวก ข # 003) ได้บันทึกข้อสังเกตในการสื่อสารของคนไทยที่ไม่มีความสามารถในการสื่อสารเช่นนี้ว่า เป็นกลุ่มคนที่มักจะเดินหนีก่อนที่จะคุยกันรู้เรื่องและไม่มีการสอบถามสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดมาไม่ว่าจะเป็นวัจนกรรม หรือ อวัจนกรรม นักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่ง (#132) ก็บันทึกไว้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวถามหรืออยากรู้อะไรที่คนไทยเหล่านี้ไม่ทราบ เขาจะเห็นท่าทางที่ไม่สุภาพและเฉยเมยซึ่งเป็นปฏิกิริยาตอบกลับของคนไทยส่วนมากในกลุ่มนี้ ในบางกรณีนักท่องเที่ยวค่อนข้างจะงัดที่คนไทยซึ่งเขาพูดด้วยบางคนเดินหายไปสักพักแล้วกลับมาพร้อมกับคนไทยอีกคนหนึ่งที่มาช่วยพูดให้ อีกกรณีหนึ่งที่พบมากเช่นกันในการศึกษาคือการ ตะโกนโหวกเหวกต่อหน้านักท่องเที่ยวให้คนอื่นมาช่วย ข้อมูลเหล่านี้พ้องกับสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวไว้คือเขาถือว่าคนไทยเหล่านี้ไม่มีความสามารถทางการสื่อสารเพราะไม่มีการแสดงออกหรือพูดออกมาให้ชัดเจนว่าเข้าใจหรือไม่ อวัจนกรรมในการสื่อสารคือ เสียง พฤติกรรมการสื่อสารเช่นนี้เป็นการบ่งชี้ให้เห็นว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวกลุ่มนี้มิได้มีข้อจำกัดเพียงภาษาเท่านั้น แต่ยังไม่มียุทธวิธีทางการสื่อสารอีกด้วย

เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากทุกส่วนมาศึกษาพบว่า คนไทยในภาคการท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ขาดความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคม ไม่มีความสามารถในการสังเกตอวัจนกรรมและความแตกต่างที่คู่สื่อสารมิได้มีเหมือนกับตนทำให้ไม่สามารถรับความหมายที่แฝงเร้นมากับอวัจนกรรมและวัฒนธรรมได้ ในด้านของการสื่อความหมายก็ขาดยุทธวิธีซึ่งจะสื่อสิ่งที่ไม่เข้าใจ หรือไม่แน่ใจให้คู่สื่อสารทราบและได้พบว่าคนไทยส่วนมากในกลุ่มนี้ไม่พยายามใช้อวัจนกรรมที่อาจช่วยให้คู่สื่อสารรับความหมายได้บ้าง สรุปแล้วคือไม่มีรูปแบบของการสื่อสารใด ๆ มาชดเชยข้อจำกัดของภาษา แต่ความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพราะเป็นเรื่องของการทำมาหากิน หรือการทำหน้าที่ จึงต้องใช้วิธีการใดวิธีการ

หนึ่ง จากการศึกษาได้พบว่ายุทธวิธีการสื่อสารที่คนไทยในกลุ่มนี้ใช้มากที่สุดคือรูปแบบของการผลักดัน ได้แก่ การพูดหรือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งเป็นอะไรก็ได้ แบบไหนก็ได้ตามที่ตัวเองคิดไปยังคู่สื่อสารซึ่งอาจเป็นในรูปของวัจนกรรมหรือ อวัจนกรรม หรือทั้งสองรูปแบบรวมกัน เช่น ตอบคำถามไปเลยโดยไม่สนใจว่าคู่สื่อสารจะถามอะไรมา หรือการเดินทางไปที่พนักงานต้อนรับและพูดซ้ำ ๆ ว่า “reception... reception” หรือใช้มือตีไปที่ขาเพื่อจะบอกนักท่องเที่ยวว่าการนั่งเอาเท้าพาดโต๊ะไม่สุภาพ หรือแม้แต่นักท่องเที่ยวขึ้นรถไปส่งเมื่อไม่มีหนทางที่จะบอกทิศทางได้เป็นต้น ในทางตรงกันข้ามบางคนในกลุ่มนี้ได้ใช้วิธีหลบเลี่ยง ซึ่งอาจแสดงออกมาในลักษณะของการเงยเบย การยิ้ม หรือ เดินหนีไป ซึ่งนักภาษาศาสตร์บางคนมีแนวคิดว่าการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นขบวนการทางจิตวิทยา (ดู บทที่ 3 ประกอบ) การพูดจาและวิธีการสื่อสารที่พบในคนไทยที่อยู่ในระดับนี้จึงปรากฏในรูปแบบที่ยกตัวอย่างข้างต้น คือ อาจจะไม่สุภาพ ไม่ชัดเจน เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร อย่างเช่นที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งพูดถึงว่าทำให้เขาหงุดหงิด เช่น เมื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่มเกือบทุกครั้งเขาไม่มีความมั่นใจเลยว่าจะได้ตามที่สั่ง ทั้งนี้เพราะคนไทยในระดับที่ยังไม่สามารถสื่อสารได้นี้ไม่มีการทวนถาม ไม่พูดรับคำใด ๆ เงียบไปเฉย ๆ หรือไม่เช่นนั้นก็จะหันไปพูดกับเพื่อนร่วมงานหรือเดินหนี ที่มากไปกว่านั้นคือเมื่อไม่เข้าใจหรือไม่แน่ใจก็ยังตัดสินใจทำไปตามที่ตนคิด ผลที่ออกมาคือ มักจะผิดไปจากที่ผู้ให้ข้อมูลสื่อความ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกคนหนึ่งพูดถึงเรื่องนี้ในแง่ของการสื่อสารที่ผิดเวลา ผิดจังหวะ ตัวอย่างที่เขาเล่าให้ฟังคือคนขับรถคนหนึ่งเมื่อได้ยินเขาบอกว่าไปที่ไหนก็ออกรถไปเลยไม่มีการทวนถาม และปรากฏว่าเมื่อพาไปผิดที่แล้วจึงพูดว่า “I not sure” “I no understand” เขาบอกว่าจากข้อสังเกตเขาได้พบว่าคนไทยที่ยังขาดความสามารถในการสื่อสารจะรู้จักสำนวน “I not sure” “I no understand” และเขาก็เห็นว่าคนที่ใช้สำนวนเหล่านี้ใช้ด้วยความมั่นใจ แต่มักจะพูดเมื่อเกิดความผิดพลาดไปแล้ว ดังตัวอย่างที่เขาให้ฟัง ที่จริงถ้าเพียงแต่ใช้ประโยคที่ตนเองก็รู้จักและใช้ได้ดีตรวจสอบให้แน่นอนเสียก่อนที่จะดำเนินการทุกอย่างก็จะเป็นไปด้วยดี ไม่เสียอารมณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้เชื่อว่าที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะคนไทยอายุที่จะบอกว่า “I’m sorry. I don’t understand. Could you repeat that?” หรือ “Can you say it again?” หรือ แม้แต่ คำง่าย ๆ ที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวรู้จักดีคือ “What?” หรือ “I don’t understand” ก็ยังไม่พูด ซึ่งแท้จริงแล้วไม่น่าจะเนื่องมาจากความอายแต่เป็นวัฒนธรรมของไทยที่เรามักจะไม่แสดงออกเมื่อไม่เข้าใจ การไม่แสดงออกดังกล่าวอาจเนื่องมาจากหลายสาเหตุ เช่นอาจเนื่องมาจาก การเกรงกลัวคู่สื่อสารซึ่งในอดีตความเกรงกลัวเหล่านั้นมาจากการที่เด็กกลัวผู้ใหญ่ สิ่งเหล่านี้ก็อาจติดตัวมาจนถึงวัยทำงานที่บรรยากาศแวดล้อมของการทำมาหากินในแวดวงการทำงานทำให้เกิดสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวอยู่ในตำแหน่งที่เทียบเคียงกับ “ผู้ใหญ่” ที่เคยกลัวเพราะ เป็น “ผู้ซื้อ” เป็นคนซึ่งเป็นบ้จจ่ายหนี้ของรายได้ หรืออาจจะมาจากการที่ไม่ต้องการจะต่อความซึ่งก็เป็นลักษณะหนึ่งของคนไทยเช่นกัน คือไม่ชอบการที่ต้องพูดไปพูดมา จะสังเกตได้ว่าสังคมไทยไม่มีลักษณะของการโต้เถียง การสนทนามักเป็นลักษณะของ “หนึ่งประเด็นหนึ่งรอบ” เช่น ก ถามอะไรไป ถ้า ข ตอบได้ก็ตอบ ตอบไม่ได้ก็ไม่ตอบ เป็นการจบประเด็นนั้นไป คนที่ตอบไปก็มักจะไม่มีคำถามกลับเป็นรอบที่สองว่าสิ่งที่ตอบไปตรงกับที่ผู้ถามต้องการทราบหรือไม่ ในภาษาอังกฤษจะมีสำนวนตรวจสอบคำตอบในทำนองนี้ว่า “Did I answer your question?” ผู้ถามชาวไทยเองก็เช่นกันด้วยความเกรงใจ และรักษาหน้าจึงไม่มีวัฒนธรรมของการบอกให้ผู้ตอบทราบที่ตอบมาไม่ตรงกับที่ถามไปส่วนมากมักจะปล่อยให้ผ่านไป สิ่งเหล่านี้ก็น่าจะเนื่องมาจากความต่างทางวัฒนธรรมมากกว่าการอายที่จะบอกว่า “I not sure.” ดังที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเข้าใจ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สามก็มีประสบการณ์ที่คนขับรถตุ๊กและคนขายของไม่รู้สถานที่ที่เขาต้องการไปแต่ไม่พูดอะไรเลย ไม่มีการถามกลับ เงียบ ดวงตาว่างเปล่า นอกจากนั้นผู้ให้ข้อมูลทั้งสามคนได้บอกถึงประสบการณ์ที่พบเหมือนกันและยากที่จะเข้าใจ คือคนไทยจำนวนมากใช้คำว่า “Yes” ในขณะที่ตนไม่เข้าใจ ในกรณีนี้อาจเป็นได้ว่าคน

ไทยมีลักษณะนิสัยที่ไม่ชอบพูดปฏิเสธ เพราะคิดว่าการพูดเช่นนั้นจะทำให้คู่สื่อสารไม่สบายใจ จึงคิดว่าจะเข้าใจหรือไม่ ไม่น่าจะสำคัญเท่ากับการทำให้คู่สื่อสารสบายใจพูด yes ไปก่อนค่อยแก้ปัญหาลงท้ายซึ่งอาจเป็นไปตามแนวคิดทางสังคมวิทยาที่มองว่าคนในชาติที่มีลักษณะของการคิดแก้ปัญหาแบบเอาตัวรอดเฉพาะหน้าไปก่อนเลือกที่จะทำอะไรสักอย่างไว้ก่อนโดยไม่คิดทบทวน ส่วนผลจะเป็นอย่างไรค่อยว่ากันอีกที เป็นกลุ่มที่อยู่กับปัจจุบัน หรือ “present oriented” (Kuckhohn และ Strodbeck, 1961 อ้างใน Chen และ Starosta, 1998) อีกสาเหตุหนึ่งน่าจะเนื่องมาจากความเข้าใจที่ว่า การพูดว่า “Yes” เป็นคำพูดที่สุภาพกว่า “No” ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนเห็นตรงกันว่า การรู้จักยุทธวิธีการสื่อสาร ที่ถูกต้องเหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสาร จะช่วยทำให้คู่สื่อสารเข้าใจกันมากขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องหลีกเลี่ยง หรือปกปิดความไม่เข้าใจ หากไม่รู้หรือไม่แน่ใจจริงๆ และต้องการไปถามคนอื่นก็ไม่เป็นไร ทั้งสามคนบอกว่า เขาเข้าใจดีว่าคนไทยมีน้ำใจที่จะหาข้อมูลที่ต้องการให้กับนักท่องเที่ยว แต่ถ้าเรียนรู้ที่จะพูดสำนวนใดสำนวนหนึ่งต่อไป นี้ เช่น “Wait a moment” “Moment, please” “Uhm...Uhm” “O.K.” “I understand.” “I got it.” “Alright.” “I know where you want to go.” “I don't understand” “I don't know.” “I am sorry.” “I don't understand.” “I will ask someone to help.” “Can you repeat that? หรือใช้คำพูดเพียงคำ หรือ สองคำ เช่น “Again” หรือ “Again, please.” ฯลฯ และแม้แต่ວັນกรรมของการพยักหน้า สายหน้าหรือการแสดงสีหน้าเพื่อบอกว่าไม่เข้าใจก็จะดีกว่าเดินหนีไปเฉยๆ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่านักท่องเที่ยวน่าจะรับได้ยาก

ในความเป็นจริงแล้วการเรียนรู้ยุทธวิธีการสื่อสารมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการเรียนรู้ตัวภาษาเพราะไม่ว่าคนเราจะรู้ภาษามากเพียงใด และแม้เป็นเจ้าของภาษาเองก็มีโอกาสที่จะไม่เข้าใจสิ่งที่คู่สื่อสารพูดมา หรืออาจได้ยินไม่ชัดเจน หรืออาจต้องการสอบถามให้แน่ใจว่าคู่สื่อสารทั้งสองฝ่ายเข้าใจตรงกัน ฯลฯ ทั้งนี้เพราะอุปสรรคที่แทรกอยู่ระหว่างการสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้เสมอ Ellis (1997 หน้า 138) ได้พูดถึง “ยุทธวิธีการสื่อสาร” ว่าเป็นสิ่งที่คู่สื่อสารไม่ว่าจะเป็นคนที่ต้องใช้ภาษาต่างประเทศ หรือ เจ้าของภาษา ต่างก็จำเป็นต้องใช้เมื่อเกิดมีปัญหามุ่งการสื่อสารขึ้นมา ดังที่เขาบอกว่า “The strategies used by both native speakers and L2 learners to overcome communication problems resulting from lack of linguistic resources or inability to access them” คำอธิบายนี้ชี้ให้เห็นว่ายุทธวิธีการสื่อสารช่วยขจัดปัญหาที่คู่สื่อสารอาจมีได้ในระหว่างสื่อสาร ไม่ว่าจะปัญหานั้นจะเนื่องมาจากการมีภาษาไม่พอ หรือ ไม่สามารถเข้าถึงความหมายได้ไม่ว่าจะด้วยเหตุใดก็ตาม ความสามารถทางยุทธวิธีการสื่อสารจึงมีความสำคัญมากเป็นอันดับต้น ๆ ของการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทการสื่อสารที่มีความแตกต่างของภาษาและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังจะเห็นได้จากหนังสือเรียนภาษาอังกฤษหลายเล่มในปัจจุบันที่เน้นการสื่อสารแบบนานาชาติ (international communication) ซึ่งรวมยุทธวิธีการสื่อสารเข้าไว้ด้วย เช่น Handshakes: a course in communication (Viney, P. และ Viney, K., 1996) New Interchange: English for international communication (Richards, J.C., et.al., 1997) Explorations 2 (Lee, L. and Brockman, T., 2001) ดังนั้นการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศในปัจจุบันซึ่งผู้คนจำเป็นต้องสื่อสารกับคนหลากหลายชาติและภาษาควรจะต้องรวมภาษาและฝึกทักษะที่เป็นยุทธวิธีการสื่อสารเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งด้วย

แท้จริงแล้วยุทธวิธีการสื่อสารอาจมองได้ว่าเป็นส่วนแยกของภาษาหรือไม่นับเป็นส่วนแยกก็อาจพูดได้ว่าเป็นส่วนที่ง่ายที่สุดของภาษา ตรงไปตรงมาและสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว คนที่มีภาษาน้อยเพียงใดก็สามารถใช้ได้โดยง่ายตาย และไม่จำเป็นต้องใช้เมื่อไม่เข้าใจเท่านั้น สามารถใช้ได้ในการสื่อสารปกติเพื่อช่วยให้การสื่อสารมีความสมบูรณ์ครบองค์ประกอบมากยิ่งขึ้น ยุทธวิธีการสื่อสารสามารถแปรเป็นยุทธศาสตร์ที่เป็นคุณประโยชน์สำหรับคนที่มิใช่จำกัดทางภาษาได้เป็นอย่างดีเพราะสามารถเรียนรู้และใช้ได้แทบจะทันทีซึ่งต่างจากการเรียนภาษาที่ต้องการ

การฝึกฝนค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตามในการศึกษานี้กลับพบว่ากลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีความสามารถทางภาษาเป็นกลุ่มที่ใช้ประโยชน์จากยุทธวิธีนี้มากกว่ากลุ่มที่อ่อนภาษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเรียนการสอนภาษาส่วนมากได้ผูกโยงยุทธวิธีของการสื่อสารเข้ากับการเรียนภาษาแต่การเรียนภาษาส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยเน้นมิติที่เป็นการสื่อสารอย่างเป็นทางการ ตัวอย่างที่พบต่อไปนี้เป็นยืนยันแนววิเคราะห์นี้ค่อนข้างชัดเจน

- พนักงานขับรถที่เคาน์เตอร์บริการรถที่สนามบินซึ่งมีภาษาค่อนข้างจำกัด พักหน้าให้นักท่องเที่ยวเดินตามไปขึ้นรถโดยไม่พูดอะไร แทนที่จะใช้ยุทธวิธีด้วยการใช้ภาษาเพียงคำเดียวว่า “Please.” หรือ สองคำ คือ “After you.” หรือประโยคสั้น ๆ ว่า “This way, please.” พร้อมอวัจนกรรมทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบท คือ การมายืนมือให้นักท่องเที่ยวเดินนำไป การสื่อสารก็จะสมบูรณ์ครบองค์ประกอบทั้งความหมายและความสุภาพ
- เจ้าหน้าที่บ้านเมืองที่นักท่องเที่ยวต้องติดต่อ เช่น เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง ตำรวจ หรือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวอาจมีความจำเป็นต้องติดต่อ เช่น ฝ่ายสำนักงานขนส่ง ตำรวจ ฯลฯ พนักงานต้อนรับบางส่วนของโรงแรมเล็ก ๆ หรือ บังกะโลได้พบว่าเป็นกลุ่มที่มีภาษาจำกัดมาก และได้พบข้อจำกัดของยุทธวิธีทางการสื่อสารที่เหมือน ๆ กัน ในการยื่นแบบฟอร์มให้นักท่องเที่ยว ที่ยื่นให้เฉย ๆ โดยไม่มีคำพูดใด ๆ แม้แต่คำเดียวเพราะเข้าใจว่าอวัจนกรรมของการยื่นสื่อความหมายเพียงพอแล้ว ถ้ามองเฉพาะความหมาย การสื่อเพียงเท่านั้นสามารถสื่อความได้ครบถ้วน แต่ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมโดยเฉพาะในบริบทของงานบริการ ถือว่าขาดองค์ประกอบที่สำคัญมากคือ ชาติความสุภาพ การสื่อสารที่สมบูรณ์ในบริบทนี้จะต้องมีภาษาคู่เคียงกับท่าทาง เช่น “Please fill in the registration form.” “Kindly fill in the registration form, please.” “Kindly sign here, please.” หรือง่าย ๆ สั้น ๆ เพียงคำว่า “Please.” และรอยยิ้มขณะยื่นแบบฟอร์มก็นับเป็นการสื่อสารที่สมบูรณ์ ครบองค์ประกอบทั้งความหมายและความสุภาพ เช่นกัน
- พนักงานห้องอาหารของโรงแรมแห่งหนึ่ง ถึงแม้โดยรวมแล้วจะบริการดี แต่มีลักษณะที่ไม่ค่อยเป็นธรรมชาติ ไม่มีการพูดตอบเมื่อขออะไรเพิ่ม เช่น ผู้วิจัยและผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติขอน้ำจิ้ม ก็ไม่ตอบหรือแสดงว่าเข้าใจ เดินหายไปแล้วก็ตามมาให้ ถ้ามียุทธวิธีทางการสื่อสารก็อาจตอบเพียงสั้น ๆ ว่า “Moment, please.” “minute, please.” ถ้าภาษาดีพออาจพูดว่า “Certainly, I'll get it for you.” เพื่อให้คู่สื่อสารทราบว่าเขาเข้าใจและจะนำมาให้ตามที่ขอ ไม่ทิ้งให้ผู้ขอสื่อสารอยู่ทางเดียวโดยไม่ทราบว่ายกฝ่ายหนึ่งเข้าใจสิ่งที่พูดไปหรือไม่ มากน้อยเพียงใด
- พนักงานในร้านอาหารอิสระที่ไม่ใช่ร้านของโรงแรมใหญ่ ๆ ซึ่งมีภาษาจำกัดและพบว่ามักจะมักจะมีทักษะทางการสื่อสารที่ค่อนข้างจำกัดไปด้วยได้พบว่าคนเหล่านี้ไม่มียุทธวิธีทางการสื่อสารที่จำเป็นต้องใช้เมื่อฟังไม่เข้าใจดังข้อสังเกตที่กล่าวถึงข้างต้น เช่น เมื่อผู้วิจัยในบทบาทของนักท่องเที่ยวถามคำถามเกี่ยวกับอาหารที่ซับซ้อนหน่อย ก็จะตอบไม่ได้ มีอาการตกใจ แล้วเดินจากไปโดยไม่พูดอะไร ทั้งให้สงสัยว่าเขาเข้าใจสิ่งที่พูดหรือไม่ แล้วเขาเดินหนีไปไหน จะทำอย่างไรต่อไป ชวนให้หงุดหงิดและสงสัยว่าจะอะไรเป็นเหตุให้พนักงานเดินหนีไปอย่างนั้น แต่จริง ๆ แล้ว พนักงานเหล่านั้นมักจะไปเรียกเจ้าของร้านหรือพนักงานคนอื่นที่สามารถพูดได้ให้มาช่วย

นอกจากยุทธวิธีทางการสื่อสารดังกล่าวแล้วคนไทยในระดับที่ยังไม่สามารถสื่อสารได้ ยังขาดยุทธวิธีอื่น ๆ ที่เป็นคุณประโยชน์ต่อการสื่อสาร เช่น การขอให้คู่สื่อสารพูดช้าลง การขอให้พูดซ้ำ การขอให้พูดใหม่เพื่อให้ชัดเจนขึ้น การขอให้พนักงานทักท้วง เป็นต้น

จากข้อสังเกตข้างต้น อาจเป็นไปได้ว่า การที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวไม่ใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสารที่จำเป็นในการพูดกับนักท่องเที่ยวระหว่างการใช้บริการ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะคนไทยไม่เคยมีการเรียนรู้ว่าสิ่งเหล่านี้แม้จะเรียนรวม ๆ ไปกับภาษาแต่ก็สามารถเรียนรู้แยกจากภาษาได้ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และก็อาจเป็นไปได้เช่นกันว่า ส่วนหนึ่ง

เป็นเพราะลักษณะหรือวัฒนธรรมการสื่อสารของคนไทยมักไม่ค่อยใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสารด้วยวัจนภาษาเมื่อไม่เข้าใจ หรือเมื่อต้องการยืนยันหรือทวนความ การสื่อสารที่น้ำจะยืนยันการวิเคราะห์ประเด็นนี้สามารถพบได้ในกรณีติดต่อของคนไทยทั่ว ๆ ไปที่มักจะไม่ค่อยมีวัจนกรรมที่เป็นการสืบความ เช่น การเขียนบันทึก หรือ โทรศัพท์ บอกว่าได้รับสิ่งที่ส่งไปแล้วเพื่อแจ้งให้คู่สื่อสารทราบ หรือขาดการเปิดการสื่อสารสั้น ๆ ให้ทราบประเด็นสำคัญที่จะพูด เช่นการที่ตำรวจขึ้นไปบนรถทัวร์และเริ่มการสื่อสารเลยว่าขอให้ทุกคนตรวจเข้าของ หรือนักศึกษาที่มักจะเดินเข้าไปหาอาจารย์และบอกทันทีว่า “อาจารย์เซ็นเอกสารให้หนูหน่อยค่ะ” โดยที่อาจารย์ไม่ได้รับการบอกกล่าวเป็นการเกริ่นนำเลยว่า เป็นเอกสารอะไร ต้องการลายเซ็นไปทำไม เมื่อมองผ่านไปยังการใช้ภาษาจึงพบได้บ่อยเช่นกันว่าคนไทยไม่น้อยที่ไม่ให้ความสำคัญกับการสร้างความต่อเนื่องของข้อความอาจเป็นเหตุหนึ่งที่มีการถ่ายโอนสิ่งเหล่านี้ไปยังการใช้ภาษาอังกฤษซึ่งบางครั้งต้องการที่มาที่ไปในการใช้คำที่อ้างถึง เช่น การใช้ he/ she/ it/ they ฯลฯ หรือการใช้ ‘the’ นำหน้าคำนามที่เพิ่งพูดถึงเป็นครั้งแรกในช่วงต้น ๆ ของการสื่อสารโดยที่คู่สื่อสารไม่ทราบที่มาที่ไปว่ากล่าวถึงใคร หรืออะไรเป็นต้น

วิธีการสื่อสารอีกประการหนึ่งที่เป็นปัญหาในการสื่อสารของคนไทยในระดับนี้ คือ การไม่ฟังสิ่งที่นักท่องเที่ยวนอก อาจจะเป็นเพราะไม่คุ้นเคยกับการฟัง หรือ กลัวที่จะฟัง และไม่มียุทธวิธีในการสอบทวนให้แน่ใจ หรือสอบถามเมื่อไม่เข้าใจ หรือขอให้พูดชัด ๆ ซ้ำ ๆ ฯลฯ จึงมักตอบกลับในสิ่งที่เตรียมไว้แล้วโดยไม่ตระหนักว่าสิ่งที่ตอบนั้นตรงกับคำถามหรือไม่ เช่นนักท่องเที่ยวกถามว่ามีเครื่องดื่มอะไรขายบ้าง กลับตอบเป็นราคา คำถามที่ว่าผลไม้ที่ปลูกที่ไหน ก็ตอบเป็นราคา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคำถามนี้เป็นคำถามที่นักท่องเที่ยวนอกมักจะถาม หรือ คำถามที่ว่า สระว่ายน้ำเปิดให้บริการเฉพาะแขกของโรงแรมหรือ พนักงานโรงแรมกลับตอบเป็นจำนวนห้องเป็นต้น การตอบกลับเช่นนี้เป็นการตอบที่เปรียบได้กับการเขียนบทไว้ก่อนภาษาอังกฤษจึงเรียกการตอบกลับแบบนี้ว่า “Script-write” เป็นการสร้างรูปแบบคำตอบสำเร็จรูปไว้ก่อนโดยอิงกับคำถามที่พบบ่อย ๆ หรือที่คาดว่านักท่องเที่ยวนอกจะถาม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งเรียกคนที่ให้คำตอบแบบนี้ในการสื่อสารว่า “stock replies” แท้จริงแล้วการฟังที่ดีนั้นจะต้องไม่มีการคิดเตรียมคำตอบไว้ในใจขณะที่อีกฝ่ายกำลังพูดอยู่ เพราะจะทำให้คำตอบไม่ตรงกับคำถาม หรือสิ่งที่พูดตอบไปนั้นไม่เข้ากับบริบทที่อีกฝ่ายสื่อ นอกจากนี้การสื่อสารแบบนี้ทำให้คู่สื่อสารรู้สึกว่าคุณตอบไม่มีความตั้งใจที่จะฟังเพราะคิดว่าไม่จำเป็นที่จะฟัง อาจก่อให้เกิดความรู้สึกทางลบได้ หรือเป็นวิธีหลีกเลี่ยงเมื่อไม่มีความสามารถที่จะตอบคำถามเพราะจับใจความไม่ได้และไม่รู้ด้วยว่าตนเองไม่เข้าใจจนวนกับการขาดยุทธวิธีในการฟังดังที่กล่าวถึงข้างต้นจึงพูดตอบไปตามสิ่งที่มีอยู่ในความจำของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลคนนี้จึงให้ความเห็นว่า การเรียนการสอนภาษาควรมีวิธีการสอนที่ผสมผสานทุกส่วนของการใช้ภาษาไปพร้อม ๆ กันและเน้นให้ผู้เรียนรู้จักนำไปใช้ด้วย ไม่ใช่การท่องจำแบบหุ่นยนต์ ลักษณะการสื่อสารแบบเตรียมคำตอบหรือ Script-write นี้ เป็นส่วนหนึ่งที่นับเป็นจุดอ่อนในการสื่อสารของคนไทย เมื่อทำเช่นนั้นบ่อย ๆ ก็จะทำให้เกิดการสร้างพฤติกรรมที่เป็นข้อจำกัดของการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมกรฟัง ดังนั้นการผสมผสานทุกส่วนของภาษาเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสนใจมากเป็นพิเศษในการจัดการเรียนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร

### อวัจนกรรมและวัฒนธรรมในการรับ-ส่งความหมาย

มิติของการสื่อสารอีกมิติหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ การให้ความสำคัญกับอวัจนกรรมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นมิติที่ต้องมีความลึกซึ้งและมีความพยายามพอสมควรในการรับ หรือส่งความหมายที่สื่อได้ตรงกันระหว่างคู่สื่อสารที่มาจากต่างวัฒนธรรม ดังที่ได้พูดถึงไว้ในกรอบแนวคิดของการศึกษาว่านักวิชาการทางการสื่อสารเชื่อกันว่าการที่คู่สื่อสารใช้อวัจนกรรมต่าง ๆ หรือมีการสื่อสารที่ติดอยู่ในกรอบวัฒนธรรมที่ตนคุ้นเคยมักเป็นไปโดยไม่รู้ตัวมากกว่าที่จะตั้งใจทำ แต่ปรากฏว่าผู้รับสารที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมักไม่คิดว่าการสื่อสารดังกล่าวเป็นไปโดยไม่ตั้งใจและมีแนวโน้มที่จะรับความหมาย (symbolic meanings) และตีความจากบริบทและความหมายในกรอบวัฒนธรรมของชนชาติตนเอง

(ingroup หรือ ethnocentrism – Sumner อ้างใน Rogers และ Steinfatt 1999) เช่น ปัญหาที่พบในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สายตาในการสื่อสาร ได้พบว่าคนไทยบางกลุ่มละเลย หรือ ลืมที่จะมองหน้า หรือมองตา คู่สื่อสาร ซึ่งอาจจะเนื่องมาจาก กังวลกับเอกสาร หรือ การค้นหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งในขณะสนทนา ซึ่งพบในการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง หรือ มีภาษาไม่พอจึงไม่มีความมั่นใจที่จะสบตาคนที่พูดด้วย เช่น คนเข็นรถขายของ หรือคนขายของที่ระลึกในร้านเล็ก ๆ ที่พยายามเลี่ยงการสบตาโดยการใช้เครื่องคิดเลขบอกราคาในการสื่อสารเป็นต้น และในบางกรณีจากการสัมภาษณ์ได้ทราบว่าคนไทยที่ไม่มองหน้า หรือสบตาคู่สื่อสารเพราะไม่ทราบแนวทางการสื่อสารที่เป็นสากล ทั้งนี้เพราะคนไทยด้วยกันสามารถรับความหมายได้ว่าการไม่มองหน้าคู่สื่อสารในบางบริบทเช่น กรณีที่เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองก้มหน้าอยู่กับเอกสารขณะที่กำลังสื่อสารอยู่กับคนที่เดินทางเข้าประเทศ หรือ ที่นักท่องเที่ยวพูดถึงด้วยคือพนักงานขายของซึ่งไม่ยกหน้าขึ้นพูดกับเขาเพราะมัวแต่่วนอยู่กับการหาของอาจมิได้สื่อถึงความไม่จริงใจ แต่นักท่องเที่ยวบางคนที่ผู้คิดอยู่กับการรับความหมายในกรอบบริบทที่เขาคุ้นเคยบอกว่าทำให้รู้สึกแปลก ๆ รู้สึกเหมือนคู่สื่อสารไม่จริงใจ หรือ เหมือนกับว่ากำลังพูดโทรศัพท์ หรือ พูดอยู่กับผนังห้อง

อย่างไรก็ตามได้พบว่าบางกรณีคนไทยที่ไม่มีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษหลีกเลี่ยงที่จะมองหน้า หรือมองตาคู่สื่อสาร เช่น ขณะที่เก็บข้อมูลด้วยการสังเกตได้พบว่ามีคนไทยในภาคการท่องเที่ยวหลายกลุ่มที่ไม่มองหน้าผู้วิจัย ซึ่งก็คือการไม่มองตาในขณะที่พูดไปด้วย และเมื่อพยายามจับสังเกตก็พบว่า เป็นเพราะเขาไม่มั่นใจในการใช้ภาษาซึ่งตรงกับที่นักท่องเที่ยวหลายคนให้ข้อสังเกตเช่นกัน เช่น ที่ท่าอากาศยานภูเก็ต ได้พบว่าพนักงานเคาน์เตอร์ท่องเที่ยวให้ข้อมูลโดยไม่มองตาผู้วิจัยเลย การไม่มองตาดังนี้พบตามร้านขายของเล็ก ๆ บนเรือท่องเที่ยว และ ร้านอาหารเล็ก ๆ ที่เจ้าของเป็นคนพื้นถิ่นหรือเป็นคนที่อยู่มาจากจังหวัดอื่น ๆ และ ตามรถเข็นทั่วไป คนขับรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างบางคนก็พบว่ามีกรสื่อสารโดยการไม่มองตาแต่มีการใช้วัจนกรรมง่าย ๆ ในการสื่อสารเช่น “Where sir?” หรือ “Go where sir” จะไปไหน แล้วก็ก้มหน้าก้มตาเดินไปยังรถของตัวเอง เมื่อสอบถามจากกลุ่มคนขับรถด้วยกันส่วนมากเดาว่าน่าจะเนื่องมาจากข้อจำกัดของภาษา

อวัจนกรรมอื่น ๆ ที่พบจากการศึกษาและอาจพูดได้ว่าคนไทยที่มีอวัจนกรรมในการสื่อสารเช่นนั้นไม่ทราบการปฏิบัติที่เป็นสากล เช่น ที่นักท่องเที่ยวบอกว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวไม่ใส่ใจ ไม่มองตา และยังไม่พูดนิทราต่อหน้าเขา ตัวอย่างของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาไทยในขณะที่กำลังสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติก็พบหลายกรณีและในเกือบทุกภาคของธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งต่างจากแนวการยอมรับที่เป็นสากลว่าจะต้องพยายามใช้ภาษาที่เข้าใจกันระหว่างคู่สื่อสารโดยเฉพาะกรณีที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งพอจะสื่อสารด้วยภาษานั้น ๆ ได้ การพูดกันเองด้วยภาษาของตัวเองต่อหน้าแขกหรือนักท่องเที่ยวถือเป็นการเสียมารยาทเนื่องจากมีลักษณะที่เป็นการกันเขาออกจากการสนทนา อย่างไรก็ตามการที่คนไทยยืนพูดกันเองด้วยภาษาไทยต่อหน้านักท่องเที่ยวนี้ส่วนหนึ่งมาจากความเคยชินและความเป็นธรรมชาติที่เราจะพูดภาษาไทยกับคนไทยไม่ว่าจะมีชาวต่างชาติอยู่หรือไม่ก็ตาม อีกส่วนหนึ่งมาจากการที่เราต้องการพูดเรื่องเกี่ยวกับชาวต่างชาติแต่ไม่อยากให้เขาทราบ ในกรณีเช่นนี้คนที่ถูกพูดถึงมักจะทราบได้ด้วยสัญชาตญาณว่าเขากำลังถูกพาดพิงถึงในแง่ที่ไม่ค่อยดีนัก ดังนั้นนักท่องเที่ยวบางคนจึงเขียนบันทึกว่า “... talk Thai, gossip while there” ซึ่งโดยสัญชาตญาณคู่สื่อสารมักมีแนวโน้มที่จะคิดว่าสิ่งที่อีกฝ่ายหนึ่งที่กำลังพูดอยู่เป็นการขูขบนิทราและก็จะมักจะเป็นจริงตามนั้น ผู้บริหารของโรงแรมแห่งหนึ่งได้ให้สัมภาษณ์ในเรื่องนี้ว่าเขาให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากมีการอบรมพนักงานเสมอไม่ให้ยืนพูดกันเองต่อหน้าแขกไม่ว่าเรื่องที่จะพูดจะเกี่ยวข้องกับแขกหรือไม่ก็ตาม ถ้ามีความจำเป็นต้องหลบไปพูดในที่ลับสายตาแขกเพราะการยืนพูดกันด้วยภาษาที่แขกไม่รู้เรื่องจะทำให้แขกรู้สึกอึดอัดไม่สบายใจและสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีในการสังเกตคณะวิจัยก็พบประสบการณ์นี้ด้วยตนเองและทราบว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่สื่อสารด้วยเขากำลังพูด

ถึงเราในทำนอง นินทาและวิพากษ์วิจารณ์จริง ๆ เพราะมั่นใจว่าคณะวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติและไม่สามารถเข้าใจภาษาไทยที่เขากำลังพูดอยู่กับเพื่อน เช่น กลุ่มผู้หญิงที่ร้านเสริมสวยและร้านนวดแผนไทยที่หาดราไว คนทำเล็บที่หาดป่าตองที่ได้นำเสนอไว้ในประมวลข้อมูลว่าได้หันไปพูดกันเองเป็นภาษาไทยเพื่อวิจารณ์คณะวิจัยที่ถามโน่นถามนี่ (ดูการวิเคราะห์และอภิปรายในเรื่อง **การยิ้ม** ในหัวข้อต่อไป เพิ่มเติม) ในกรณีเช่นนี้ธรรมชาติของการไม่มองตาคู่สื่อสารจะเกิดขึ้นเสมอ ดังนั้นจึงไม่เป็นการยากที่นักท่องเที่ยวจะสรุปว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่เขาคิดว่ามีมารยาทสื่อสารทำนองนี้ “ignore, lack of eye contact, talk Thai gossip while there.” (ดู ผนวก ข หมายเลข 030) สิ่งที่พบในการใช้ อวัจนกรรมเช่นนี้มีลักษณะที่เป็นธรรมชาติและเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นด้วยความไม่ตั้งใจและไม่รู้ตัวซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารที่เชื่อว่า อวัจนภาษาส่วนมากเกิดจากความไม่ตั้งใจและความไม่รู้ตัว (Hall, 1991; Bennett, 1998; Singer, 1998 อ้างใน Bennett, (Ed.) 1998; Chen และ Starosta, 1998; Roger และ Steinfatt, 1999)

ในเรื่องนี้ถ้าจะมองจากมุมมองของคนไทย คนที่ไม่มองหน้า หรือ ไม่สบตาคู่สื่อสารอาจเนื่องมาจากความเข้าใจผิดที่มาจากความเชื่อที่ว่าการจ้องมองหรือการสบตากับคนที่ไม่คุ้นเคยโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ที่อาวุโสกว่า ถือว่าไม่สุภาพ คนไทยในภาคการท่องเที่ยวจึงมักหลีกเลี่ยงการสบตากับคนต่าง ๆ ดังที่ Axtell (1998 หน้า 67) กล่าวถึงวัฒนธรรมการมองตาของคนเอเชียในทำนองนี้ว่า “In Japan, Korea, and Thailand, it is considered rude to stare. Prolonged direct eye contact is considered impolite and even intimidating.” ความเข้าใจเช่นนี้อาจถูกนำมารวมกับความไม่มั่นใจในการใช้ภาษา และความรู้สึก “เกร็ง” เมื่อต้องสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในส่วนข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งชี้ว่าคนที่พูดโดยไม่มองตากันทำให้เขารู้สึกเหมือนกับว่าเขาไม่ได้ตั้งใจที่จะพูดอยู่กับเรา แต่ต้องทำและสื่อสารไปอย่างแค้น ๆ ฝืน ๆ (If they're not looking at me, it's rude, It's like you are not talking to me, but you are talking at me) ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกคนหนึ่งบอกว่ารู้สึกรำคาญเล็กน้อยและจะพยายามให้เขามองตาเพราะในออสเตรเลียถ้าไม่มองตาขณะสนทนาจะทำให้ถูกสงสัยว่าทำอะไรผิดมาหรือไม่ แต่ก็ต้องดูที่สถานการณ์ในขณะนั้นด้วย

**การยิ้ม** ดังที่กล่าวถึงข้างต้นว่าการยิ้มเป็นลักษณะประจำชาติของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและเป็นจุดแข็งของอวัจนกรรมสื่อสารของคนไทย ยิ้มของคนไทยเป็นที่รู้จักกันดีและเรียกขานกันว่าเป็น “ยิ้มสยาม” หรือ “Siamese smile” ซึ่งหมายถึงรอยยิ้มที่งดงาม อ่อนหวาน เป็นมิตร และอบอุ่น แต่จากการศึกษาได้พบว่าการยิ้มของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวในการสื่อสารกลับกลายเป็น “ดาบสองคม” คือเป็นทั้งจุดแข็ง และ จุดอ่อน ส่วนที่เป็นจุดแข็งคือส่วนที่พูดถึงในตอนต้น คือ การยิ้มที่สื่อถึงความจริงใจ เป็นมิตร แต่เนื่องจากคนไทยส่วนใหญ่คุ้นเคยกับการยิ้ม หลายๆ คนจึงมักจะ “ยิ้มเข้าไว้” ในทุกสถานการณ์จนกลายเป็นการยิ้มที่ผิดที่ผิดทางและก่อให้เกิดความหงุดหงิดแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้เช่นกัน

ส่วนที่นับว่าเป็นจุดแข็งซึ่งได้รับมาจากเสียงสะท้อนของนักท่องเที่ยวและได้รับการยืนยันจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ การยิ้มเพื่อสื่อความหมายตรงไปตรงมา และได้กล่าวถึงไว้แล้วในตอนต้นว่าเป็นส่วนที่เป็นจุดต่อการสื่อสาร การตรวจสอบข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนก็ยืนยันความจริงข้อนี้ว่า ยิ้มของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวเป็นสิ่งประทับใจคนที่มาเยือน

ในทางตรงกันข้ามส่วนที่นับว่าเป็นจุดอ่อนของอวัจนกรรมและวัฒนธรรมการยิ้มของคนไทยซึ่งได้รับมาจากเสียงสะท้อนของนักท่องเที่ยวและได้รับการยืนยันจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญเช่นกัน คือ การยิ้มในสถานการณ์ที่ไม่ควรยิ้มหรือ “ยิ้มผิดที่ผิดทาง” เช่น ยิ้มเมื่อไม่เข้าใจ ยิ้มเมื่องุนงงสับสน ยิ้มเมื่ออายเพราะพูดไม่ได้ หรือทำอะไรเป็น ๆ ยิ้มเมื่อนักท่องเที่ยวมีปัญหา และยิ้มแม้เมื่อตัวเองมีปัญหา ตลอดจนยิ้มเมื่อพูดถึงเรื่องที่เคร่งเครียดและ “เป็นความเป็นความตาย” เช่น ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งบอกว่าเมื่อนักศึกษาถูกถามถึงการข่มขู่ก่อการร้ายในจังหวัดภูเก็ต แทนที่จะตอบ

หรือบอกว่าไม่มีความเห็นนักศึกษาลับยิ้ม เป็นต้น ในการศึกษาเรื่องนี้จะเรียกการยิ้มในลักษณะนี้ว่า เป็นการ “ยิ้มผิดที่ผิดทาง” ทั้งนี้เพราะเป็นอวัจนกรรมที่ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะรู้สึกถึงการผิด “กาละ” และ “เวลา” ทำให้ไม่สามารถจะรับความหมายของยิ้มในความหมายที่สื่อกันเป็นสากลได้ ถ้านักท่องเที่ยวไม่ติดต่อกับวัฒนธรรมของตัวมากนักก็จะต้องตีความว่าการยิ้มนั้นแท้จริงแล้วต้องการสื่ออะไร แต่ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะตีความในลักษณะที่ยึดติดกับวัฒนธรรมและความคุ้นเคยของเขาเอง เช่นที่นักท่องเที่ยวหมายเลข 068 ได้เขียนถึงการยิ้มของคนไทยในความหมายนี้ว่า “If they (Thais) cannot help you with something, they just smile + do nothing.” ในสถานการณ์เช่นนี้น่าจะใช้วัจนภาษาที่สื่อให้รู้ว่าไม่เข้าใจ เช่น “I can't help.” โดยอาจมีอวัจนภาษาประกอบ เช่น การแสดงออกทางสีหน้าหรือการส่ายหน้าว่าไม่เข้าใจ หรือ การใช้มือพลิกไปมาเพื่อบอกว่าไม่สามารถช่วยได้ น่าจะเป็นสัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากลมากกว่าการยิ้มและน่าจะตรงกับวิธีการสื่อสารของคนต่างวัฒนธรรมในเรื่องของการตอบกลับเมื่อไม่เข้าใจ การที่คนไทยสื่อความหมายในกรอบต่าง ๆ ที่ผิดไปจากความเป็นสากลอาจจะมองโดยใช้แนวคิดของ George Herbert Mead (1934 อ้างใน Steinfatt, 1999) ได้ว่าเป็นการใช้ “Symbolic Interaction” ซึ่งเป็นความหมายที่คนไทยมักจะใช้สื่อและรับกันได้ด้วยประสบการณ์ที่เราสั่งสมมาจากการสื่อสารกับคนที่แวดล้อมเรามาตั้งแต่เด็ก ๆ แม้คนไทยเองจะไม่ถึงกับชอบใจนักที่จะมีคนมายิ้มเมื่อเรามีปัญหา แต่ด้วยเหตุที่เรามาจากวัฒนธรรมเดียวกัน คุ้นเคยกับสัญลักษณ์ (symbol) เดียวกันมา จึงอาจไม่มีปัญหาในแง่ของการสื่อสาร แต่การยิ้มในสถานการณ์เช่นนี้เมื่อใช้สื่อสารกับคนต่างวัฒนธรรมมักจะก่อให้เกิดทั้งความไม่พอใจและความสับสนในการรับความหมาย

นอกเหนือจากความเคยชินแล้ว สาเหตุหลัก ๆ ที่คนไทย “ยิ้มผิดที่ผิดทาง” อาจจะมาจกลักษณะเด่นอย่างหนึ่งในวัฒนธรรมของเราคือ การคิดอะไรง่าย ๆ สบาย ๆ ที่คนตะวันตกเรียกว่า “Take it easy.” ดังนั้นเมื่อฟังรู้เรื่องบ้างไม่รู้เรื่องบ้าง ก็ยิ้ม ๆ เอาไว้ก่อน โดยไม่ทันได้คิดว่าอาจจะทำให้คู่สื่อสารรู้สึกหงุดหงิด รำคาญได้ ซึ่งพ้องกับข้อมูลที่ได้จากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวเองที่บอกว่า หากไม่เข้าใจไม่รู้ว่าจะพูดอย่างไรก็จะยิ้มเพราะไม่รู้ว่าจะทำอย่างไรที่ดีไปกว่าการยิ้ม อวัจนกรรมที่ทำให้สับสนในการสื่อสารมากยิ่งขึ้นไปอีกคือบางทีหลังจากยิ้มแล้วก็พูดเรื่องอื่นไปเลย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งก็แสดงความคิดเห็นที่ตรงกันว่าในความเข้าใจของเขาคนไทยมักจะยิ้มเขารู้สึกว่าการยิ้มเป็นวิธีที่คนไทยรู้สึกว่าจะง่ายที่สุดที่จะบอกให้คู่สื่อสารทราบว่าไม่เข้าใจ ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วม คณะวิจัยก็ได้พบการยิ้มในการทำงานนี้ในเกือบทุกที่

การยิ้มที่สร้างปัญหามากอีกอย่างหนึ่งในการสื่อสารระหว่างคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือยิ้มเมื่อทำอะไรผิดพลาดไป ในการสื่อสารแบบสากลเมื่อมีอะไรผิดพลาดเกิดขึ้นต้องมีการอธิบายให้คู่สื่อสารทราบถึงสาเหตุ และบอกให้ทราบถึงวิธีการแก้ไขหรือสิ่งที่กำลังดำเนินการอยู่เพื่อคลี่คลายปัญหา แต่คนไทยส่วนมากมักไม่ค่อยอธิบายสาเหตุหรือบอกว่าจะจัดการกับปัญหานั้นๆ อย่างไร ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงกำลังพยายามดูแลใส่ใจและแก้ไขปัญหานั้นๆ อยู่อย่างเต็มความสามารถ แต่สิ่งที่มีมักจะสื่อสารออกไปคือ การกล่าวขอโทษพร้อมรอยยิ้ม บางคนอาจยิ้มอย่างเดียวโดยไม่พูดอะไรเลย เพราะคิดว่าที่ยิ้มออกไปเป็นการขอโทษอยู่ในตัวแล้วคงช่วยให้นักท่องเที่ยวใจเย็นลง (calm down) และเขาคงไม่โกรธเมื่อเห็นรอยยิ้ม แต่ด้วยวัฒนธรรมที่แตกต่างกันคงเป็นการยากที่นักท่องเที่ยวจะรับความหมายได้ตามที่คนไทยคิด แนวโน้มของความหมายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะรับไปคือการตีความว่าคนไทยไม่ให้ความสำคัญกับปัญหาหรือข้อผิดพลาดนั้น ๆ ความหมายเหล่านี้ได้รับการยืนยันจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญว่าเป็นไปได้มากที่สุดและตัวเขาเองก็เคยคิดเช่นนั้น เมื่อเห็นคนไทยยิ้มในสถานการณ์เช่นนั้นตอนที่มาท่องเที่ยวในเมืองไทย และแม้แต่ตอนที่มาอยู่ใหม่ๆ ก็ยังคงเข้าใจเช่นนั้นอยู่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองบอกว่าการทำผิดแล้วยิ้มทำให้เขารู้สึกว่าคนไทยไม่ให้ความสำคัญกับปัญหาที่เกิดขึ้น และผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งบอกว่าควรพิจารณาการยิ้มให้ดีกว่าควรหรือไม่ควรยิ้มเมื่อไร แต่



ไหน เพราะหากยิ้มผิดที่ผิดทางก็ทำให้คู่สื่อสารหงุดหงิดได้ เพราะฉะนั้นแทนที่จะยิ้มเพียงอย่างเดียว ก็ควรจะต้องพูดด้วยว่าเกิดปัญหาอะไร แต่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นชาวออสเตรเลียและมีลักษณะ ประณีประนอมสูงมีความเข้าใจต่อความแตกต่างทางวัฒนธรรมมากกลับมีมุมมองที่ต่างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนอื่นผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนนี้ออกว่ายิ้มเพื่อขอโทษนั่นดีเพราะเป็นการแสดงความสุภาพและช่วยทำให้นักท่องเที่ยวที่กำลังไม่พอใจสงบลงได้ด้วยรอยยิ้ม

การยิ้มผิดที่ผิดทางเช่นนี้พบในหลายที่และหลายกรณีจากที่พบเห็นในการเก็บข้อมูลจากการสังเกต และจากการสัมภาษณ์คนไทยในภาคการท่องเที่ยว ตัวอย่าง เช่นพนักงานต้อนรับของบังกะโลบริเวณหาดราไวย์ ได้เล่าว่าเมื่อทำอะไรผิดพลาด ก็จะขอโทษนักท่องเที่ยวและยิ้มให้มาก ๆ เข้าไว้ นักท่องเที่ยวจะได้สงสารและเห็นใจ ซึ่งถ้าพนักงานผู้นี้เจอนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเหมือนกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นชาวออสเตรเลียก็อาจไม่มีปัญหาในการสื่อสาร แต่นักท่องเที่ยวส่วนมากเท่าที่สัมภาษณ์มาได้มีความเข้าใจมากมายเช่นนี้ เพราะเขาไม่รู้จักคนไทยมากพอ ไม่มีประสบการณ์ในการสื่อสารกับคนไทยมากเท่ากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่อ้างถึง

อีกตัวอย่างหนึ่งที่พบ คือ ลูกของนักท่องเที่ยวคนหนึ่งถูกยุงกัด นักท่องเที่ยวเป็นกังวลว่าลูกอาจจะติดเชื้อ จึงแจ้งพนักงานโรงแรม ซึ่งก็ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีโดยการนำยามาทาให้ ในขณะที่ทายาพนักงานก็หัวเราะไปด้วย ซึ่งอาจจะหัวเราะเพราะเข้าใจที่นักท่องเที่ยวตื่นตระหนกกับเรื่องยุงกัดซึ่งคนไทยถือเป็นเรื่องเล็กน้อยมาก ทายาเดี๋ยวก็หาย ลูกคนไทยไม่ต้องทายาด้วยซ้ำไป หรืออาจหัวเราะเพราะมีความเอ็นดูเด็กตัวเล็ก ๆ ที่อาจทำท่าทางน่ารัก ๆ เมื่อถูกทายาก็ได้ แต่นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าใจได้ว่าทำไมจะต้องหัวเราะในขณะที่ลูกของเขาถูกยุงกัด นักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันตกไม่คุ้นเคยกับยุง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจากตะวันตกมักจะได้รับคำเตือนเรื่องยุงมากเป็นพิเศษก่อนมาเมืองไทย เพราะยุงเป็นพาหะสำคัญของมาลาเรีย ดังนั้นจึงมีความหวาดระแวงและกลัวถูกยุงกัดมาก อวัจนกรรมของการยิ้มหรือหัวเราะในสถานการณ์เช่นนี้จึงถือเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารมาก มิใช่เพียงความไม่สุภาพ แต่ผิดกาลเทศะ และนำไปสู่การรับสารที่ผิดอย่างสิ้นเชิงระหว่างคนต่างวัฒนธรรมทั้งๆ ที่พนักงานคนนี้ก็ช่วยเหลือดีและไม่ได้มีเจตนาจะส่ง 'สาร' ที่ผิดความหมายมากมายขนาดนั้นนับเป็นอุปสรรคของช่องทางการสื่อสารที่ได้นำเสนอไว้ในส่วนสุดท้ายของกรอบแนวคิด

แทนการยิ้มผิดที่ผิดทางผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนก็ได้ให้ความเห็นทำนองเดียวกันว่าการใช้ประโยคง่าย ๆ ที่เหมาะกับบริบทน่าจะดีกว่าการยิ้มมาก เช่น "I don't understand." และเมื่อพาดพิงไปถึงการเรียนการสอน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สองในสามคนได้ให้ข้อสังเกตในฐานะอาจารย์สอนภาษาว่าเมื่อถามหรือพูดอะไรแล้วนักศึกษาไม่เข้าใจ นักศึกษาก็ได้แต่ยิ้มไม่มีการตอบหรือถามกลับแม้แต่ถามในเรื่องที่ร้ายแรงมากก็ยังยิ้ม นั่นอาจเป็นเพราะระบบการเรียนการสอนแต่เดิมมานักเรียนไม่ได้ถูกสอนและฝึกฝนให้เคยชินต่อการซักถาม หากแต่จะเป็นผู้รับฟังเสียมากกว่า เมื่อไม่เข้าใจจึงมักไม่กล้าถามและใช้ยุทธวิธีทางจิตวิทยาในการหลีกเลี่ยงการสื่อสารด้วยการยิ้มซึ่งหากนักท่องเที่ยวพบลักษณะการตอบรับเช่นนี้บ่อยๆ ก็จะนำไปสู่การ generalize คือมองภาพรวมของคนไทยว่าเป็นคนที่ไม่จริงจังกับอะไรเอาแต่ยิ้มทำให้ภาพลักษณ์ของคนไทย "ผิดเพี้ยน" ไปได้

ในการศึกษาได้พบการยิ้มในอีกสถานการณ์หนึ่งที่ควรจะนำมาวิเคราะห์คือ การยิ้มเพื่อกลบเกลื่อนความไม่พอใจ หรือกลบเกลื่อนความอึดอัดใจ การยิ้มลักษณะนี้อาจมองได้ว่าเป็นการสื่อสารที่มีทั้งส่วนดีและส่วนที่ก่อให้เกิดความสับสนในการสื่อสาร ส่วนที่ดีน่าจะมองได้ว่าการยิ้มแทนการแสดงความไม่พอใจออกมาจะช่วยผ่อนคลายสถานการณ์ ไม่ให้เกิดการเผชิญหน้าซึ่งอาจนำไปสู่ความวุ่นวายมากกว่าที่ควรจะเป็น คนไทยจำนวนมากมีความสามารถในการเก็บงำความไม่พอใจไว้ได้รอยยิ้ม ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นเพราะความเชื่อและคุณค่าในสังคมไทยที่สั่งสอนกันมาให้เราพยายามเก็บงำความรู้สึก เช่นความโกรธ ความไม่พอใจซึ่งเปรียบเสมือน "น้ำขุ่น" ไว้ข้างใน และแสดงอารมณ์ที่ดีใบหน้ายิ้มแย้มซึ่งเปรียบเสมือน "น้ำใส" ไว้นอก ดังสำนวนไทยที่ว่า "น้ำขุ่น ไว้ในน้ำใสไว้นอก" โดยเฉพาะกลุ่มคนไทยที่อยู่

ในฐานะผู้ให้บริการมักได้รับการฝึกอบรมมาว่าลูกค้าผู้ใช้บริการต้องเป็นผู้ถูกเสมอ จึงต้องอดทนและให้บริการอย่างดีที่สุด เพื่อสร้างความประทับใจแก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง จึงพบการยิ้มที่กลบเกลื่อนความไม่พอใจและในบางครั้งก็กลบเกลื่อนความอึดอัดใจมากเป็นพิเศษ Axtell ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับภาษาท่าทางของคนต่างวัฒนธรรมได้กล่าวถึงการยิ้มทำนองนี้ของคนไทย (1998 หน้า 207) ว่า “As in many countries in Asia, the (Thai) smile is used not only to express pleasure and amusement but also to cover up embarrassments of any kind.” ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์คนไทยในภาคการท่องเที่ยวหลายคน เช่น หัวหน้าพนักงาน (บริษัทนี้เรียกตำแหน่งนี้เป็นภาษาอังกฤษว่า “Cashier”) ของสหกรณ์บริการรถยนต์ประจำท่าอากาศยานภูเก็ต พนักงานโรงแรม เจ้าของร้านขายของที่ระลึก พนักงานบริการในร้านอาหาร ฯลฯ ให้ข้อมูลว่าหากไม่พอใจในกรณีที่นักท่องเที่ยวใช้อารมณ์ มีกิริยาก้าวร้าว หยาดคายก็ต้องยิ้มเพื่อไม่ให้เขารู้ว่าเราอึดอัดหรือไม่พอใจ และให้ความเห็นว่าการยิ้มเป็นสิ่งสำคัญสำหรับงานแบบนี้ ในมุมมองของคนไทยมักจะคิดว่าการยิ้มเพื่อกลบเกลื่อนความไม่พอใจเป็นการแสดงออกที่ดี เพราะเป็นการหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าซึ่งก็ยิ่งจะทำให้เสียความรู้สึกกันไปทั้งสองฝ่าย ข้อมูลที่ได้จากคนไทยโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมก็พบเช่นกันว่าคนไทยมีความสามารถเป็นพิเศษในการยิ้มกลบเกลื่อนความไม่พอใจเช่น คนที่ให้บริการนวดแผนไทยที่หาดราไวย์ซึ่งไม่พอใจที่คณะวิจัยถามโน้มน้าวเรื่องนี้เรื่องการนวดก็หันไปพูดกันเองว่า “ราคาถูก ถามอยู่ได้เมื่อไหร่จะไป ๆ เสียที ไม่อยากได้หรอกลูกค้าผู้ใช้บริการแบบนี้” แต่เมื่อหันมายังคณะวิจัยกลับยิ้มให้ อีกตัวอย่างหนึ่งคือช่างทำเล็บที่หาดป่าตอง ขณะทำเล็บไปพูดคุยกับผู้วิจัยไปนั้นเกิดความเข้าใจผิดในการใช้ภาษาในการสนทนากันจึงหันไปพบกับเพื่อนเป็นภาษาไทย “อีนี่ไม่รู้จะเอาอย่างไรกันแน่พูดไม่รู้เรื่อง” แต่เมื่อหันมามองหน้าผู้วิจัยกลับยิ้มให้เหมือนกันที่กำลังพูดเรื่องอื่นอยู่ ตัวอย่างทั้งสองนี้ชี้ให้เห็นว่าคนไทยสามารถซ่อนความไม่พอใจไว้ได้อย่างมิดชิดภายใต้รอยยิ้มที่ดูเป็นมิตร หากนักท่องเที่ยวไม่เข้าใจภาษาไทยอาจเดาจากการพูดได้ว่าเป็นเรื่องที่ไม่ดีนัก แต่เมื่อดูรอยยิ้มอาจสับสนว่าคนไทยกำลังสื่ออะไร เนื่องจากการสื่อ อวัจนภาษาที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง ในขณะที่ทฤษฎีการสื่อสารบอกว่าอวัจนภาษาส่วนมากเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ส่งสารไม่รู้ตัวว่าเป็นสิ่งที่ไปในลักษณะของ “unconscious” ตามที่ Hall (1959 อ้างใน Rogers และ Steinfatt , 1999 หน้า 164) อย่างไรก็ตามการยิ้มที่ตรงกันข้ามกับเรื่องราวที่กำลังพูดอยู่เป็นสิ่งที่ทำลายแนวคิดเกี่ยวกับอวัจนกรรมทางการสื่อสาร สิ่งที่เกิดขึ้นนี้น่าจะมองได้ด้วยว่าความเชื่อและคุณค่าใด ๆ ที่ได้สั่งสมไว้เป็นระยะเวลาอันยาวนานในสังคมใดสังคมหนึ่งสามารถจะทำให้คนในสังคมนั้นมีพฤติกรรมที่ไม่เป็นไปตามที่ควรจะเป็นได้ เช่น ยิ้มและแสดงสีหน้าเป็นมิตรในขณะที่รู้สึกตรงกันข้ามกับอวัจนกรรมที่เกิดขึ้น Axtell (1998) ซึ่งได้ศึกษาและรวบรวมอวัจนภาษาที่หลากหลายของประเทศต่างได้พบความจริงข้อนี้เช่นกันเขาได้กล่าวไว้ว่า “ในบางสถานการณ์อวัจนภาษา อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้เพราะความหมายของอวัจนภาษามีได้มีความเป็นสากลเสมอไป นักวิชาการด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงนำส่วนของอวัจนกรรมทางการสื่อสาร (Non-verbal Communication) ไว้เป็นส่วนที่อยู่ใต้น้ำเมื่อประยุกต์ใช้ทฤษฎีภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Theory) เข้ามามองเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

ในส่วนที่การยิ้มกระทำไปเพื่อกลบเกลื่อนความไม่พอใจก่อให้เกิดความสับสนในการสื่อสารนั้นเป็นมุมมองที่มองจากความเป็นสากลซึ่งนิยมการสื่อความแบบตรงไปตรงมาด้วยความสุภาพ ในความเป็นสากลผู้คนที่เห็นคู้สื่อสารนำปัญหาหรือความไม่พอใจขึ้นมาบอกกล่าวกันแต่จะต้องเรียนรู้วิธีการบอกกล่าวว่าจะสื่ออย่างไรจึงจะสุภาพและไม่ทำร้ายความรู้สึกของคู้สื่อสาร ในการสอบทวนการยิ้มเพื่อกลบเกลื่อนความไม่พอใจกับผู้ใช้ข้อมูลสำคัญ ได้พบว่า การยิ้มของคนไทยในกรณีนี้เป็นการซ่อนความหมายได้ดีมาก คนต่างชาติที่ไม่มีประสบการณ์การสื่อสารกับคนไทยยากที่จะรับความหมายได้ แต่ถ้ามีประสบการณ์จะทราบว่าคนไทยมีความหมายหลากหลายปรากฏอยู่ใน “ยิ้มสยาม” ดังเช่นที่ผู้ใช้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งพูดถึงเรื่องนี้ว่า เมื่อไรที่ถามหรือพูดอะไรแล้วคนไทยยิ้มเขาจะกังวลใจทุกครั้งและจะ

ถอยไปตั้งหลัก” (step back and ask myself what the problem is.) ในทำนองเดียวกันผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกสองคนก็บอกว่าอยากให้พูดออกมามากกว่าว่าต้องการจะบอกอะไรแม้จะเป็นสิ่งที่ไม่พอใจก็ไม่ใช่ไรและถ้าบอกเหตุผลให้ทราบด้วยก็ยิ่งจะได้ช่วยให้พนักงานที่เกี่ยวข้องรับความหมายได้ถูกต้องยิ่งขึ้น

### ความสุภาพและมารยาทขณะสนทนา

ความสุภาพและมีมารยาทเป็นจุดแข็งมากจุดหนึ่งที่นับเป็น “จุดขาย” ของการท่องเที่ยวไทย จากการสัมภาษณ์และบันทึกที่นักท่องเที่ยวเขียนไว้จะเห็นว่า “polite” เป็นคำที่นักท่องเที่ยวเขียนชื่นชมคนไทยมากเป็นอันดับที่สามารถรองจากอีกสองลักษณะคือ “friendly” และ “helpful” (ดูหน้า 157-158) ถ้ามองจากมุมมองของวัฒนธรรมไทยอาจพูดได้ว่าความสุภาพและความเป็นผู้มีมารยาทเป็นลักษณะเด่นในอันดับต้น ๆ ของชาติ ในครอบครัวคนไทยนั้นจะสั่งสอนกันมาตั้งแต่เด็กว่าเป็นผู้มีมารยาท มีมารยาท และ รู้จักกาลเทศะ ให้รู้จักเด็ก รู้จักผู้ใหญ่ ในการศึกษาเรื่องค่านิยมไทยของนักวิจัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (Benedict, 1943; Blanchard, 1958; Phillips, 1966; Rabibhadana, 1969; Skinner, 1975; Hofstede, 1984; Fieg, 1989; Kulick, 1992 อ้างใน เมตตา, 2536 หน้า 28) ก็บ่งชี้ว่าลักษณะค่านิยมของคนไทยหนึ่งในเจ็ดประการได้แก่การเคารพผู้อาวุโส<sup>5</sup> (hierarchy หรือ seniority) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่สื่อผ่านอวัจนกรรมของคนไทยส่วนมากในรูปแบบของความสุภาพอ่อนน้อม ความมีสัมมาคารวะ คนไทยในภาคการท่องเที่ยวได้ปรับลักษณะเด่นของวัฒนธรรมไทยส่วนนี้ไปใช้ในอวัจนกรรมการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดีด้วยการแสดงกิริยาและมารยาทที่งดงามต่อนักท่องเที่ยวโดยถือเสมือนว่านักท่องเที่ยวเป็นผู้อาวุโสในสังคมของตน เช่นการให้การน้อมตัวเมื่อเดินผ่านนักท่องเที่ยว เป็นอวัจนกรรมที่นักท่องเที่ยวรับด้วยความชื่นชม แต่อวัจนกรรมบางอย่างที่คนไทยต้องการจะสื่อถึงความสุภาพและให้เกียรติแก่นักท่องเที่ยว เช่น การคุกเข่าบริการอาหารและเครื่องดื่มเมื่อนักท่องเที่ยวนั่งบนโซฟา นักท่องเที่ยวตะวันตกบางคนกลับมองเป็นสิ่งแปลกและมากไป บางคนถึงกับตกใจและรับไม่ได้เพราะรู้สึกว่าเป็นการกระทำที่ขัดกับ “ความเท่าเทียมกันของมนุษย์” การยิ้มในบริบทของการขอโทษ ตัวอย่างเหล่านี้เป็นการบอกรับและส่งสารที่มีอุปสรรคของวัฒนธรรมและค่านิยมที่ต่างกันทำให้เกิดอุปสรรคในเส้นทางของการสื่อสาร แม้จะมีปัญหาของการสื่อสารกับคนต่างวัฒนธรรมบ้างในส่วนที่เกี่ยวกับการแสดงออกถึงความสุภาพแต่โดยภาพรวมแล้วความสุภาพและมีมารยาทของคนไทย นับเป็นจุดแข็งอีกอย่างหนึ่งที่ช่วยเสริมให้การสื่อสารระหว่างคนไทยในภาคการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นไปด้วยดีเสียสะท้อนจากนักท่องเที่ยวได้ชี้ให้เห็นชัดเจนถึงความประทับใจในอวัจนกรรมและวัฒนธรรมในการสื่อความหมายในลักษณะนี้ของคนไทย ข้อมูลส่วนนี้พ้องกับข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 89 พอใจต่อความสุภาพและมีมารยาทของคนไทย ในส่วนข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง สามคนไม่ได้มีการชี้เฉพาะถึงความสุภาพและความมีมารยาท แต่พูดถึงภาพรวมว่าประทับใจในอวัจนกรรมนี้ของคนไทย ส่วนข้อมูลที่ได้จากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวก็สนับสนุนข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลทั้งสองกลุ่มกล่าวคือคนไทยไม่ว่าจะเป็นพนักงานโรงแรมหรือพนักงานร้านอาหารต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าเจ้าของหรือหัวหน้ามักจะเน้นและอบรมเสมอว่าต้องสุภาพเรียบร้อย แสดงความเป็นผู้มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และพร้อมให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว การสังเกตแบบมีส่วนร่วมก็ได้รับข้อมูลที่สนับสนุนจุดแข็งของคนไทยในประเด็นนี้เช่นกัน ตัวอย่าง เช่น พนักงานประจำ Club house ของโรงแรมแห่งหนึ่งในมณฑลได้เข้ามาทัก

<sup>5</sup> ลักษณะค่านิยมของคนไทยได้แก่ 1.การเคารพผู้อาวุโส (hierarchy หรือ seniority) 2. ความเกรงใจและรักษาน้ำผู้อื่น (facesaving) 3. การรักษาความกลมเกลียว (harmony) และการหลีกเลี่ยงปัญหาและความขัดแย้ง (conflict avoidance) 4. การปล่อยตามเวลาและกรรม 5. ความยึดหยุ่นและทำอะไรสบาย ๆ 6. การเน้นเรื่องพรรคพวก (collectivism) 7. ความเอื้ออาทรและช่วยเหลือ

ทนายคณะผู้วิจัยด้วยใบหน้ายิ้มแย้มเป็นมิตร และแสดงกิริยาที่สุภาพอ่อนน้อมในขณะพูดคุยจะประสานมือสองข้างไว้ด้านหน้าซึ่งเป็นกิริยาที่คนไทยทั่วๆ ไปปฏิบัติต่อคนไทยด้วยกันที่มีอาวุโสกว่าหรือต่อผู้ที่ตนเคารพ ซึ่งคนไทยมักจะจัดวางนักท่องเที่ยวไว้ในตำแหน่งเดียวกับผู้ที่ตนเคารพแม้ว่าความรู้สึกที่ให้จะแตกต่างกัน ความสุภาพอีกประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพูดถึงมากที่สุดคือ การไหว้ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่งดงามอย่างหนึ่งของไทย และสื่อถึงความสุภาพและเป็นมารยาทที่เป็นลักษณะเฉพาะซึ่งจะเรียกว่าเป็นเอกลักษณ์ไทยก็ว่าได้ นักท่องเที่ยวซึ่งชื่นชอบการไหว้ของคนไทยในแง่ของการสื่อความหมายที่มีลักษณะอ่อนน้อม นุ่มนวล ทำให้รู้สึกว่าได้รับการเคารพ ยกย่อง นักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าคนไทยบางคนชอบทักทายโดยการจับมือ ซึ่งไม่ถึงกับไม่ชอบ แต่ถ้าทักทายโดยการไหว้ตามแบบวัฒนธรรมไทยน่าจะเหมาะสมกว่าในส่วนตัวที่เป็นข้อมูลจากคนไทยโดยการสัมภาษณ์และสังเกตแบบมีส่วนร่วม พบว่าคนไทยเองก็ตระหนักถึงความชื่นชอบที่นักท่องเที่ยวมีต่อการไหว้ สถานประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคารระดับดี บริษัทท่องเที่ยว จึงเน้นให้พนักงานทักทายและให้นักท่องเที่ยวด้วยการไหว้ ดังเช่นตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวประจำโรงแรมแห่งหนึ่งบอกว่า ทุกครั้งที่เจอนักท่องเที่ยว จะทักทายและไหว้เพราะต้องการรักษาสິงที่เป็นไทยไว้ ในส่วนของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคนก็ให้ความเห็นตรงกันกับแหล่งข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และคนไทยในภาคการท่องเที่ยวคือ การไหว้ของคนไทยเป็นสิ่งที่งดงามทั้งสามคนชอบให้คนไทยไหว้มากกว่าการจับมือ แต่มีข้อที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ข้อสังเกตไว้คือ การไหว้ควรกระทำด้วยความจริงใจมิใช่ทำเพราะมีหน้าที่ต้องทำ เช่น มีหน้าที่ต้องต้อนรับ และดูแลนักท่องเที่ยวจึงรู้สึกว่าจะต้องไหว้เพราะหน้าที่บังคับ การไหว้ในสถานการณ์เช่นนั้นบางครั้งสายตาของผู้ที่กำลังไหว้ไม่ได้จับอยู่ที่คู่สื่อสารด้วยซ้ำ สีหน้าก็เป็นไปอย่างแค้น ๆ นอกเหนือจากอวัจนกรรมนี้นักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลสำคัญย้าว่าน่าจะใช้วัจนภาษาที่กล่าวทักทายหรือกล่าวลาขอบคุณกันไปด้วย

#### การเงยหรือเดินหนีเมื่อไม่เข้าใจ

เนื่องจากคนไทยไม่ชอบการเผชิญหน้า ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีสำหรับคนต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการสื่อสารกับคนไทย เช่นที่ Klausner (1993 หน้า 379) พูดถึงไว้ว่า “We have noted the Thai penchant for avoiding social confrontation and conflict.... With the knowledge of such cultural signposts, *farang* living in Thailand will come to understand the initially inexplicable actions of their Thai friends and colleagues.” ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติเมื่อไม่พอใจหรือไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ พูดมาและ ไม่อยากจะถามเข้าไปข้ามาคนไทยจะใช้วัจนกรรมของการเงยหรือเดินหนี ในการศึกษาจึงพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ คนไทยในภาคการท่องเที่ยว และผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่างก็พูดตรงกันว่าเมื่อเกิดปัญหาในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวและคนไทย คนไทยส่วนมากได้เลือกใช้ความเงยเป็นการตอบเพื่อสื่อความหมายว่าฟังไม่เข้าใจ หรือเข้าใจแต่ไม่ทราบว่าจะตอบอย่างไร ที่มากไปกว่าการเงยเฉยคือเดินหนีไปเลย อวัจนภาษาทั้งสองอย่างนี้มีได้มีลักษณะเป็นสากล ทั้งนี้เพราะความหมายสากลของ “ความเงย” และ “การเดินหนี” คือปฏิกิริยาตอบโต้ที่ค่อนข้างรุนแรงและไม่สุภาพ ดังนั้นอวัจนภาษาทั้งสองอย่างนี้จึงนับเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวบอกรับไม่ได้ นักท่องเที่ยวคนหนึ่งให้สัมภาษณ์ว่าคนไทยบางคนเมื่อคุยกันไม่เข้าใจ ก็จะรักษาท่าทีคือจะมีท่าทางเฉย ๆ หรือ เงยไม่พูดไม่ถามอะไรเลยจนดูเหมือนไม่ใส่ใจ (don't care) ซึ่งตรงกับที่นักท่องเที่ยวหลายคนพูดและบันทึกไว้ เช่น (132) “If what we wanted to know was not their field most Thais were quite *rude and ignored us.*” เมื่อนำข้อมูลนี้ไปสอบถามกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามคน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่ง และ คนที่สอง ให้ความเห็นว่าเป็นการไม่สุภาพมากที่สุดที่เงยเฉยไม่ตอบ หรือ เดินหนี เป็นลักษณะของการแสดงออกที่ไม่เป็นมิตร ไม่ใส่ใจ ถึงแม้จะพอเดาได้ว่ากิริยาเช่นนี้สื่อถึงความไม่เข้าใจแต่ก็เป็นกิริยาที่ไม่เหมาะสมควรจะพูดจะบอกกันมากกว่า ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สามก็ให้ความเห็นเช่นเดียวกันเพียงแต่แสดงความรู้สึกไม่รุนแรงเท่าสองคนแรก คือ เพียงบอกว่ารู้สึกรำคาญเท่านั้น ในส่วนข้อมูลที่ได้จากคนไทยโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมก็

ได้พบเช่นกันเมื่อผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติให้พนักงานบริการของร้านอาหารแห่งหนึ่งบริเวณหาดกะตะอธิบายเกี่ยวกับอาหารจานหนึ่ง เขาเงยบึ้งแล้วเดินหายไปเลยเพราะไม่รู้ว่าจะอธิบาย อย่างไรจนกระทั่งผู้วิจัยต้องเดินไปถามเจ้าของร้านที่เคาน์เตอร์ เหตุการณ์นี้แม้ว่าทฤษฎีทางการสื่อสารจะช่วยในการอธิบายสาเหตุได้ว่ามาจากการหลีกเลี่ยงดังที่ได้กล่าวถึงมาแล้วแต่ผู้ที่ทำหน้าที่ในการสอนหรือพัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับผู้ที่เลือกใช้วิธีนี้เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดช่องว่างทางการสื่อสารและนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่เป็นลบ

### การรักษาระยะห่าง (Spacing)

อีกลักษณะหนึ่งของอวัจนภาษาที่สื่อถึงความสุภาพและรู้จักกาลเทศะคือการรักษาระยะห่าง ในวัฒนธรรมไทยนั้นเรามักไม่เคยชินต่อการสนทนากับคนแปลกหน้าอย่างใกล้ชิดซึ่งต่างจากวัฒนธรรมของคนตะวันตก และทางตะวันออกกลางบางประเทศ ดังที่ Roger และ Steinfatt (1999 หน้า 67) กล่าวถึงคนทางยุโรปตอนใต้ อเมริกากลางตอนใต้ พวกที่มีเชื้อสายละติน และกลุ่มคนอาหรับว่าจะไม่ยืนห่างจากคู่สื่อสารมากนัก แม้วัฒนธรรมในการรักษาระยะห่างจะแตกต่างกัน อวัจนกรรมนี้ก็ไม่ได้เป็นจุดอ่อนในมุมมองของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเมื่อคนไทยผนวกความมีกาลเทศะ รู้ว่าเมื่อไรควรจะเข้าไปไต่ถามให้ความช่วยเหลือ เมื่อไรควรมองอยู่ห่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพอใจและพูดถึงด้วยความชื่นชม ในการสัมภาษณ์ก็ได้พบตรงกันว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่มีความคิดและมีพฤติกรรมสื่อสารที่ให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาระยะห่าง อย่างเช่น พนักงานบริการของโรงแรมและร้านอาหารแห่งหนึ่งบริเวณหาดป่าตองบอกว่าเมื่อรับสั่งอาหารจากแขกแล้ว ก็จะสังเกตว่าลูกค้าผู้ใช้บริการชอบรับประทานอาหารโดยลำพังเงียบ ๆ หรือไม่ ถ้าสังเกตว่าเขาชอบเช่นนั้นก็จะไม่เข้าไปพูดคุยซักถามอะไรมากแต่จะยืนรอบริการอยู่ห่าง ๆ แต่ถ้าลูกค้าผู้ใช้บริการชอบถามชอบพูดคุยก็จะเข้าไปคุยด้วย อย่างไรก็ตามจะไม่เข้าไปใกล้ชิดมากนัก พนักงานดูแลความปลอดภัยของโรงแรมระดับดีมากแห่งหนึ่งที่หาดโนนหานก็เป็นอีกคนหนึ่งพบว่ามีความรู้ มีประสบการณ์และให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ ตามที่เขาบอกว่า คนที่ทำงานในภาคบริการต้องรู้จักสังเกตนักท่องเที่ยวอย่างมาก หากเข้าไปทักทายแล้วนักท่องเที่ยวแสดงท่าทางอยากพักผ่อนตามลำพังก็จะไม่ไปรบกวน แต่จะคอยดูอยู่ห่าง ๆ ถ้านักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือถึงจะเข้าไป ความหมายที่นักท่องเที่ยวต้องการจะสื่อในกรณีนี้ไม่จำเป็นต้องใช้อวัจนภาษา แต่สำคัญที่คนไทยในฐานะของผู้ให้บริการต้องพยายามสังเกตและรับรู้ความหมายจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (habitual behaviour) ความสามารถในส่วนนี้อาจจะเป็นทั้งพรสวรรค์ (inherent หรือ traits) และ “พรแสวง” (learned abilities หรือ states) คือ บางคนอาจจะมีความสามารถในการสังเกตเป็นนิสัยติดตัว แต่ถ้าไม่มี ผู้ที่มีหน้าที่ในการฝึกอบรมก็สามารถช่วยให้การเรียนรู้ในส่วนนี้เกิดขึ้นได้

ในขณะที่คนไทยจำนวนไม่น้อยตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระยะห่างโดยแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมสื่อสารในแง่ของการรู้จักกาลเทศะ ทำให้การสื่อสารในประเด็นนี้เป็นจุดแข็งของการสื่อสารในการท่องเที่ยว คนอีกกลุ่มหนึ่งกลับมีพฤติกรรมสื่อสารที่ตรงกันข้ามคือไม่มีระยะห่างกับนักท่องเที่ยวเลย มีการตามติดหรือตะโกนเรียกให้ชื่อของหรือให้ใช้บริการตลอดเวลา จากการสังเกตทั้งในเวลาที่เก็บข้อมูลและในชีวิตประจำวันก็ได้พบเห็นนักท่องเที่ยวถูกรบกวนเช่นนั้นจริง ๆ

ในการศึกษาได้พบว่า การไม่ใส่ใจในการรักษาระยะห่างมีหลายรูปแบบ เช่น การตะโกนเรียก การเดินตามเพื่อคะยั้นคะยอให้ชื่อของ หรือแม้แต่การจุดไม้จุดมือให้เข้าร้านหรือให้ชื่อของ พฤติกรรมเช่นนี้ในมุมมองของการสื่อสารถือว่าเป็นผู้ที่ไม่มีความสามารถหรือไม่ใส่ใจในการสังเกตปฏิกิริยาของคู่สื่อสาร จากแนวคิดของ Bochner และ Kelly (อ้างใน Chen และ Starosta 1998 หน้า 247) คนที่มีพฤติกรรมสื่อสารเช่นนี้จัดว่า เป็นคนที่ไม่มีความสามารถในการเลือกใช้พฤติกรรมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่กำลังสื่อสารหรือไม่ใส่ใจในการสังเกตปฏิกิริยาของคู่สื่อสาร ในประเด็นนี้ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลสำคัญบอกตรงกันว่าถ้าคนเหล่านั้นมีความเข้าใจถึงการรักษาระยะห่างเขาอาจจะทำเงิน



มือเขาด้วยความเห็นใจเมื่อเขามีปัญหาเรื่องรถ คนไทยเองก็ไม่มีปฏิกริยาที่เป็นลบ แต่การสื่อสารด้วยวจนกรรมเช่นนี้คือสื่อสารต้องมีความเข้าใจสถานการณ์ให้ถ่องแท้ว่าเมื่อไรควรใช้ และเมื่อไรควรรักษาระยะห่าง

ส่วนสถานการณ์ของระยะห่างในแง่ของการสื่อสารที่ทำให้อีกฝ่ายมีความรู้สึกในด้านลบพบในข้อมูลที่ได้จากคนไทยทั้งส่วนที่เป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์คนไทยได้พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติบางคนชอบที่จะมาแตะเนื้อต้องตัวคนชายของ หรือพนักงานบริการในร้านอาหาร ในความคิดเห็นของคนให้สัมภาษณ์มองว่านักท่องเที่ยวเหล่านั้นถือโอกาสในฐานะของผู้รับบริการ แสดงกริยาลวนลามผู้ให้บริการคนไทยที่เป็นหญิง ทั้งๆ ที่หญิงไทยเหล่านั้นไม่ชอบให้นักท่องเที่ยวมาแตะเนื้อต้องตัว หรือบางครั้งหากนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยหรือรู้สึกสนิทสนมมากขึ้น ในขณะที่สนทนาก็จะเข้ามาใกล้ชิดและเป็นที่น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวที่ปฏิบัติเช่นนี้ส่วนมากมักเป็นชาวอิตาลี เยอรมัน และไต้หวัน พนักงานต้อนรับของบังกะโลบริเวณหาดราไวย์ เล่าว่านักท่องเที่ยวบางรายเมื่อกลับมาพักอีกครั้งหรือบางครั้งประทับใจในบริการและความเป็นมิตรของพนักงานจะเข้ามาทักทายหรือแสดงความขอบคุณโดย การกอดและจูบแก้ม หรือบางคนพอได้คุยกันสนิทสนมหน่อยก็จะมานั่งใกล้กอดคอบ้าง และบ้าง ผู้หญิงไทยเหล่านั้นบอกว่าหากเป็นนักท่องเที่ยวผู้หญิงก็รู้สึกดีใจที่เขาให้ความเป็นกันเอง แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวผู้ชาย จะรู้สึกอึดอัด ไม่ชอบแม้จะรู้ว่ามันเป็นวัฒนธรรมของเขาก็ไม่ยอมให้เขาทำแต่ก็ไม่ทราบจะบอกอย่างไร แต่กรณีเจ้าของร้านขายเสื้อยืดที่หาดป่าตองและเจ้าของร้านขายของที่ระลึกซึ่งสามารถใช้อัจฉริยะที่สื่อความได้ว่าไม่ชอบเสียดตรงกันว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการซึ่งส่วนมากเป็นชาวอิตาลีในขณะที่ต่อรอง ราคา จะเข้ามากอด จูบ เขามือมาลูบผม และศีรษะ และพยายามแตะเนื้อต้องตัวด้วยการถอยหลังหนี เพื่อแสดงให้รู้ว่าไม่ชอบ คนให้บริการนวดบริเวณหาดกะตะก็มีประสบการณ์แบบนี้เช่นกัน ทำให้ “ผู้รับสาร” คือคนไทยเกิดความรู้สึกด้านลบรู้สึกว่าการที่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นหยาบคายไม่รู้จักกาลเทศะ ในส่วนของคนไทย ผู้ชายไทยที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยวบางครั้งก็เข้าถึงเนื้อถึงตัวนักท่องเที่ยวผู้หญิงและ แสดงกริยาเกินเลย ซึ่งอาจจะทำไปเพราะเคยเห็นนักท่องเที่ยวแสดงความรักกันอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ เช่น การกอดจูบ หรือแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่ไม่มีมิดชิด หรือแม้แต่จากประสบการณ์ในการดูภาพยนตร์ต่างประเทศ จนกระทั่งโน้มเอียงสู่การคิดโดยรวม (generalise)ว่าในวัฒนธรรมของต่างชาติ ผู้หญิงคงไม่ถือเนื้อถือตัว ถ้าจะแสดงกริยาใกล้ชิดสนิทสนมเช่นนั้นเขาคงไม่ถือสาอะไร ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์นี้ตรงกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์คนให้เข้าร่วมพาราเซลที่บอกว่านักท่องเที่ยวผู้หญิงบางคนแสดงให้เห็นชัดเจนว่าไม่ชอบที่ไปหยอกล้อหรือถูกต้อนเนื้อตัวเขา เหตุการณ์ทำนองนี้เกิดขึ้นเพราะ “ความไม่รู้เขาเรา” คนไทยกลุ่มนี้ไม่รู้ ไม่เข้าใจวัฒนธรรมของชาวต่างชาติอย่างถ่องแท้ คิดเหมารวมจากความเข้าใจของตัวเองและจากสิ่งที่พบเห็น (stereotype) ว่าถ้าเป็นชาวต่างชาติแล้ว ไม่จำเป็นต้องรักษาระยะห่างสามารถเข้าใกล้และไปแตะเนื้อต้องตัวเขาได้ทุกคนเพราะคิดว่าเขาคงไม่ถือสาเรื่องการสัมผัส แต่จริง ๆ แล้วการรักษาระยะห่างกับคนที่ไม่สนิทสนมมีลักษณะเป็นสากล การกระทำเช่นนี้ทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจ และคิดว่าคนไทยหยาบคาย เพราะการสื่อสารที่แสดงความใกล้ชิดเช่นนั้นแม้ในวัฒนธรรมตะวันตกก็ต้องกระทำระหว่างคนที่คุ้นเคยกัน เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์ข้างต้นแล้ว อาจตีความได้เป็นสองนัย นัยแรกนักท่องเที่ยวอาจถือเอาวัฒนธรรมของตนเป็นหลักในการทักทาย หรือ ลากจาก โดยไม่ทราบว่าคนไทยไม่มีวัฒนธรรมเช่นนี้ โดยเฉพาะกับคนแปลกหน้า อีกนัยหนึ่งอาจมองได้ว่า แม้นักท่องเที่ยวจะรู้วัฒนธรรมไทย แต่ก็ยังถือโอกาสทำเช่นนี้เพราะอาจคิดแบบเหมารวมว่าหญิงไทยใจง่าย จับเนื้อต้องตัวได้ถ้ามีเงินให้ อาจเป็นไปได้ว่าภาพลักษณ์ของหญิงไทยในสายตาของชาวต่างชาตินั้นค่อนข้างจะลบ เมื่อชาวต่างชาติเหล่านั้นมีโอกาสมาเที่ยวเมืองไทยจึงปฏิบัติต่อหญิงไทยไม่ว่าอาชีพใดไปในทางที่หญิงไทยรู้สึก ว่า “ทะเล้ง” ไม่สุภาพ และไม่ให้เกิดเกียรติ ความเข้าใจที่ต่างกันเหล่านี้นับเป็น อุปสรรคต่อการสื่อสาร ที่ทำให้ช่องทางของความเข้าใจและความรู้สึกดี ๆ ที่ควรจะมีต่อกันลดน้อยลง หรือหมดไป

## การใช้น้ำเสียง

การใช้วัจนภาษาในประเด็นของการใช้น้ำเสียง (The use of voice) ที่เป็นจุดแข็งไม่มีการพูดถึงในการหาข้อมูลทุกวิธี แต่พบในกรณีที่เป็นจุดอ่อน เช่น การตะโกนเรียกนักท่องเที่ยวให้กลับไปเร็ว การตะโกนต่อหน้านักท่องเที่ยวเพื่อเรียกให้คนอื่นมาช่วยพูดเมื่อฟังไม่รู้เรื่อง โดยไม่มีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในเรื่องต้นว่าไม่เข้าใจ หรือตอบไม่ได้ อย่างไรก็ตามข้อมูลส่วนนี้ไม่พบจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวแต่คนไทยบางคนเช่นคนขับเรือได้พูดถึงการใช้น้ำเสียงที่ต้องตะโกน และยังพูดถึงการพูดเสียงแข็งแบบคนใต้ ซึ่งทั้งสองอย่างผู้ให้ข้อมูลทราบว่าไม่เหมาะสม แต่ที่ต้องตะโกนเพราะสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวอยู่ไกลและความเคยชินจากเสียงดังของเรือทำให้ต้องใช้วัจนกรรมเช่นนั้น ส่วนการพูดเสียงแข็งแบบคนใต้ก็เป็นสิ่งที่สังคมมาจนยากที่จะเปลี่ยน แต่ผู้ให้ข้อมูลบอกว่าได้ลดทอนความแข็งกระด้างของ "สำเนียงแบบคนใต้" ด้วยรอยยิ้ม

ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมได้พบการใช้น้ำเสียงด้วยการตะโกนในกลุ่มคนไทยจำนวนหนึ่ง เช่น คนตักอาหารในร้านอาหารแบบบริการตนเองที่สนามบินนานาชาติภูเก็ต เมื่อตอบคำถามของผู้วิจัยเกี่ยวกับ เรื่องอาหารไม่ได้ ก็ตะโกนเรียกคนเก็บเงินให้มาช่วยอธิบาย และตัวอย่างที่พนักงานบริการในร้านอาหารที่หาดกมลาเมื่อนำอาหารมาบริการแล้วผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติถามเกี่ยวกับอาหารและเรื่องอื่น ๆ แล้วเขาไม่เข้าใจก็ตะโกนเข้าไปในร้านให้คนอื่นมาช่วยฟังและพูด คนไทยคงไม่ได้คิดว่าการใช้วัจนภาษาในกรณีนี้ ไม่สุภาพเพราะมีเจตนาที่จะช่วยเหลือและมีความพยายามที่จะให้ข้อมูล เมื่อตนไม่สามารถอธิบายได้ก็แสดงความกระตือรือร้นเรียกให้คนอื่นช่วย แต่ในมุมมองของนักท่องเที่ยวอาจจะเห็นว่าไม่สุภาพหรือเสียมารยาท ที่ไปตะโกนต่อหน้าเขาเป็นภาษาไทยซึ่งเขาเองก็ฟังไม่รู้เรื่อง อาจnungงว่าเกิดอะไรขึ้น ในส่วนของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหนึ่งในสามคนมีมุมมองที่ต่างกันคือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองมองว่าหยาบคายที่ตะโกนโหวกเหวกในร้านเช่นนั้น น่าจะบอกว่าไม่เข้าใจ ให้อะจะไปถามคนอื่นให้ แล้วจึงเดินไปถามคนอื่นโดยไม่ต้องตะโกนน่าจะดีกว่า แต่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งและสามกลับบอกว่ารับได้ไม่มีปัญหาอะไรเพราะเขาต้องการจะช่วยตอบคำถามสามารถรับความหมายของวัจนกรรมนี้ได้จากเจตนาที่ดี อย่างไรก็ตามสิ่งที่น่าสังเกตคือในครอบครัวคนไทยมีการอบรมสั่งสอนมิให้บุตรหลานตะโกนเรียกกัน ดังนั้นวัจนกรรมของการตะโกนไปยังคนไทยคนอื่นอาจจะทำไปด้วยความต้องการที่จะช่วยเหลือโดยมิได้ทันคิดถึงมารยาทและความเหมาะสม

การใช้วัจนภาษาทั้งในส่วนที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน และส่วนที่เป็นกลางๆ เป็นการสื่อความหมายที่มีปลายทางของการรับสารแบ่งออกเป็นสองแบบ คือ แบบตรงไปตรงมา หมายถึง การใช้วัจนภาษาที่ผู้สื่อสารสามารถรับความหมายได้ตรงกับที่ผู้สื่อต้องการจะสื่อ และแบบไม่ตรงไปตรงมา ซึ่งอาจเรียกได้ว่า เป็นการสื่อความหมายที่ซ่อนเร้นหมายถึง การใช้วัจนภาษาที่ผู้สื่อสารต้องใช้ประสบการณ์และความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมค่อนข้างมากในการตีความซึ่งอาจรับรู้ความหมายได้ตรงกับที่ผู้สื่อต้องการจะสื่อ หรือ อาจผิดไปจากที่ผู้สื่อต้องการจะสื่อ ดังนั้นวัจนกรรมในแบบหลังจึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเป็นอย่างยิ่ง

การใช้วัจนกรรมที่สื่อความหมายไม่ตรงกับบริบทที่พบจากข้อมูลทั้งสามแหล่งนั้น ข้อที่เป็นจุดอ่อนในการสื่อสารคือการยิ้ม หรือ พยักหน้ารับ หรือ เจียบเฉยไม่พูดไม่ถาม เมื่อไม่เข้าใจ เพราะเป็นเหตุทำให้นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าคนไทยเข้าใจที่เขาพูดหรือไม่ และก่อให้เกิดความสับสนและสามารถตีความไปได้หลายอย่าง ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลสำคัญก็พูดตรงกันว่าชอบที่จะให้คนไทย ใช้ทั้งวัจนภาษาและวัจนภาษาที่เหมาะสม เพื่อบอกว่าไม่เข้าใจมากกว่าการยิ้ม การพยักหน้า หรือเจียบแล้วเดินหนี วัจนภาษาอีกอย่างหนึ่งที่เป็นปัญหา คือ การไม่มองตา นักท่องเที่ยวตีความการที่คนไทยไม่มองตาว่าเป็นความไม่จริงใจบ้าง เป็นเพราะไม่มั่นใจในการใช้ภาษาบ้าง หรือเป็นการไม่ใส่ใจในการให้บริการบ้าง แต่ทั้งหมดให้ความหมายต่อนักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลสำคัญตรงกันว่า เป็นวัจนกรรมที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร



ส่วนการใช้อวัจนกรรมในลักษณะแบบกลาง ๆ คือ อาจมองได้ว่าเป็นการสื่อสารที่อาจจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับมุมมองและการตีความของผู้สื่อสาร เช่น กรณีที่ไม่พอใจแล้วเก็บซ่อนความรู้สึกไว้ได้รอยยิ้ม เพราะเชื่อว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการคือผู้ถูกเสมอ ส่วนที่ดี คือไม่ทำให้เกิดการเผชิญหน้า และสร้างภาพลักษณ์แก่นักท่องเที่ยวว่า คนไทยยิ้มแย้มแจ่มใสสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว แต่ส่วนที่ไม่ดีคือเป็นการสื่อสารที่ฝ่ายหนึ่งของผู้สื่อสารเกิดอาการเก็บกดจนอาจผลอใช้อวัจนกรรมที่ไม่เหมาะสมออกไปเป็นการตอบโต้ นอกจากนี้การใช้อวัจนกรรมที่สื่อความหมายแบบไม่ตรงไปตรงมาเช่นนี้ ทำให้ผู้สื่อสารไม่ทราบว่าคนไทยคิดและรู้สึกเช่นไร ถ้าเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมคนไทยก็ต้องทน นักท่องเที่ยวเองก็ไม่ทราบว่าเรามีการสื่อสารที่ผิดพลาด ในบางกรณี เช่น ยิ้มในขณะที่วิจารณ์นักท่องเที่ยวในทางลบ นักท่องเที่ยวอาจสามารถเดาความหมายได้จากบริบทของการสื่อสารว่าแท้จริงแล้วเป็นการยิ้มที่กลบเกลื่อนการพูดถึงเขาในแง่ไม่ดี พฤติกรรมการสื่อสารเช่นนั้นก็อาจถือว่าเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง การยิ้มอีกลักษณะหนึ่งที่คนไทยคิดว่าเป็นข้อดีคือการยิ้มเพื่อเป็นการขอโทษหรือยิ้มผิดที่ผิดทาง คนไทยเข้าใจว่าอวัจนกรรมนี้น่าจะเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวเย็นลงหรือไม่โกรธ แต่นักท่องเที่ยวกลับตีความการยิ้มนี้ไปได้หลายอย่างและในหลาย ๆ อย่างที่ตีความก็มีแนวโน้มที่จะเป็นความหมายด้านลบ เช่น มองว่าคนไทยไม่ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่เกิดขึ้น คนไทยไม่จริงจังในทุกเรื่อง ทุกสถานการณ์ การใช้อวัจนภาษาแบบไม่ตรงไปตรงมาอีกลักษณะหนึ่งคือ การเข้าถึงเนื้อตัว การใช้อวัจนภาษาลักษณะนี้เกิดขึ้นเนื่องจากความแตกต่างและความเข้าใจผิดในวัฒนธรรมของอีกฝ่าย และฝ่ายที่แสดงกริยาดังกล่าวนี้นั้น บางคนก็มีเจตนาบริสุทธิ์ แต่บางคนก็เจตนาที่จะลวนลาม ดังกล่าวแล้ว จึงยากที่จะรับความหมายและเข้าใจตรงกันระหว่างผู้สื่อสารก่อให้เกิดความอึดอัด ไม่พอใจขึ้นได้ จึงน่าจะพูดและสื่อความหมายกันให้ชัดเจนว่าผู้สื่อต้องการจะบอกอะไร และผู้รับสารไม่ชอบเพราะเหตุใด คนไทยในภาคการท่องเที่ยวน่าจะได้รับการอบรมวิธีการสื่อสารในการบอกกล่าวความไม่พอใจหรือเรียนรู้การสื่อสารที่เหมาะสมในสถานการณ์เช่นนี้

### อิทธิพลของการถ่ายโอน

จากการวิเคราะห์ระดับความสามารถของคนไทยในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว อวัจนกรรมและวัฒนธรรมในการรับ-ส่งความหมาย ส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการสื่อสารและความรู้ความเข้าใจในการใช้อวัจนกรรมและวัฒนธรรมในการรับ-ส่งความหมาย ซึ่งต้องนำมาวิเคราะห์ด้วยคือ เหตุ-ปัจจัยหลักของทั้งสองเรื่องนี้ซึ่งน่าจะได้อิทธิพลของการถ่ายโอน การถ่ายโอนนี้พบทั้งในพฤติกรรมการใช้ภาษาและการถ่ายโอนทางวัฒนธรรม ในการวิเคราะห์การถ่ายโอนทั้งสองมิตินี้จะวิเคราะห์ไปด้วยกันเพราะมีเหตุ-ปัจจัยร่วมกัน

ในขณะที่กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาได้ดีมีความคิดที่ค่อนข้างชัดเจนในการปรับใช้วัฒนธรรมที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในการทักทายและการกล่าวหาซึ่งตรงกันข้ามกับกลุ่มที่มีภาษาน้อยซึ่งส่วนใหญ่มีโอกาสทางการศึกษาน้อยแต่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อการทำมาหาเลี้ยงชีพ ด้วยแรงผลักดันที่จะต้องสื่อสารกับคนต่างชาติต่างภาษาคอนกลุ่มนี้จึงได้พยายามที่จะใช้ความเข้าใจและประสบการณ์ของตัวเองในการผสมผสานความคิด ผสมผสานการสังเกตจากการที่ได้มีโอกาสพบและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติสร้างแบบแผนของตนเองขึ้นมา ลักษณะเช่นนี้สามารถเทียบเคียงกับการถ่ายโอน (transfer) ในทฤษฎีการสอนภาษา หมายถึงการที่ผู้สื่อสารนำความคุ้นเคยหลาย ๆ อย่างจากวัฒนธรรมของตน (culture 1) เข้าไปใช้ในการสื่อสารกับผู้คนจากต่างวัฒนธรรมซึ่งอาจจะเป็นการถ่ายโอนที่เกื้อหนุนต่อการสื่อสาร (positive/favourable transfer) หรือเป็นการถ่ายโอนที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร (negative/unfavourable transfer) การถ่ายโอนทางวัฒนธรรมเป็นปรากฏการณ์ปกติในโลกที่เปิดและมีการสื่อสารระหว่างคนต่างภาษาและต่างวัฒนธรรม แต่ถ้าการถ่ายโอน หรือการผสมผสานไม่เป็นไปในทางที่ถูกต้องก่อให้เกิดอุปสรรคในการรับความหมายของผู้สื่อสาร การพูดถึงสิ่งเหล่านี้ก็น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

วิจัย ในกรณีของการถ่ายโอนระหว่างภาษามีข้อค้นพบที่ตรงกันในการศึกษาวิจัยหลายเรื่อง (Kerr 1969, Sharma 1981, Lott 1983 Gass, S. และ Selinker, L. (Eds.), 1984, Brown 1994 และ Olsen 1999) ว่าคนที่มี ภาษาน้อยเท่าไรจึงจะมีการถ่ายโอนส่วนที่ไม่ถูกต้องจากภาษาที่หนึ่งไปยังภาษาต่างประเทศที่ต้องใช้มากขึ้นเท่านั้น Ellis (1997) อธิบายลักษณะที่เกิดขึ้นทั่วไปในลักษณะนี้ว่าเป็นการสร้างระบบทางภาษาขึ้นจากวิธีคิดของผู้สื่อสารเองเพื่อนำไปใช้ในการทำความเข้าใจหรือเพื่อสื่อความในภาษาที่สอง (“... the learner creates a system of linguistic rules viewed as a ‘mental grammar’ which accounts for comprehension and production of the second language, ...”) ในการสื่อสารระหว่างคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติก็เช่นกัน ข้อมูลที่พบชี้ให้เห็นว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีภาษาน้อย มีการถ่ายโอนวิธีคิดจากวัฒนธรรมของตนออกไปเป็นพฤติกรรมการสื่อสารในการใช้ภาษาอังกฤษที่ไม่เอื้อต่อการสื่อสาร เช่น การใช้ “Where go?” “Where you go?” หรือ “I sure you come back.” มาเสริมหลังจากการกล่าวเวลาเพื่อแสดงเยื่อใยไมตรี ซึ่งพอจะเทียบได้กับ “Have a good trip.” “Enjoy yourself.” ฯลฯ ในวัฒนธรรมของคนที่ใช้ภาษาอังกฤษ หรือวิธีการสื่อสารที่เกี่ยวกับการโอภาปราศรัย ก็จะถามว่า “How old are you?” “Are you married?” หรือ “Are you husband and wife?” ในกรณีให้เห็นผู้หญิงกับผู้ชายเที่ยวด้วยกันและพักที่เดียวกัน ในการเรียกขานก็เช่นกันได้พบการถ่ายโอนวิธีการเรียกขานกัน “แบบนับญาติ” ในวัฒนธรรมไทย เช่น Papa! Mama! Dad! Sister! ฯลฯ วิธีการให้ข้อมูลแบบหลวม ๆ ไม่ชัดเจน จริงจัง และไม่ใส่ใจกับกรอบของเวลา ฯลฯ เป็นต้น ลักษณะเช่นนี้อาจนับได้ว่าเป็นการถ่ายโอนความคุ้นเคยจากวัฒนธรรมไทยไปยังการสื่อสารในการใช้ภาษาอังกฤษ ในขณะที่การศึกษาพบว่าผู้ใช้ภาษาได้ดีจะไม่ถ่ายโอนส่วนที่เป็นอุปสรรคเหล่านี้เข้าไปใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ในด้านการใช้ภาษาก็เช่นกันหนึ่งในปัญหาของการใช้ภาษาคือ การถ่ายโอนภาษาไทยไปใช้ในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ทั้งนี้เพราะคนไทยก็เหมือนกับคนชาติอื่น ๆ ที่มีได้สั่งสมเพียงรูปแบบของภาษา แต่ยังไม่สั่งสม ทักษะคิด ระบบคิด ระบบการถ่ายทอดความคิด และระบบการรับความหมาย ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการใช้ภาษาในการสื่อสาร หลอมรวมกันจนกลายเป็น symbolic interaction สิ่งเหล่านี้จะอยู่ในตัวตนของผู้ใช้ภาษาทุกภาษา เมื่อใดที่มีการใช้ภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศ สิ่งเหล่านี้จะถูกถ่ายโอนเข้าไปยังการสื่อสารในภาษานั้น ๆ ได้อย่างง่ายดายจนกว่าจะมีการเรียนรู้และฝึกฝนจนชำนาญจึงจะเกิดความระลึกรู้และมีความระมัดระวังมิให้การถ่ายโอนนั้นเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารได้

ในการศึกษาคั้งนี้ได้พบการถ่ายโอนโครงสร้างบางอย่างของภาษาไทยไปใช้กับกฎเกณฑ์ที่ไม่เหมือนกันในภาษาอังกฤษ เช่น การใช้คำสรรพนามเรียกบุคคลที่สาม ซึ่งมักจะแบ่งเพศและไม่ระบุจำนวน ไม่ว่าจะกล่าวถึงบุคคลที่สามกี่คนหรือเพศใดก็ตามมักจะใช้ he/ she/ her/ his/ they อย่างสับสน เช่น ใช้คำว่า “he” เมื่อพูดถึงผู้หญิงซึ่งควรเป็น “she” และ “They” ในกรณีทีกล่าวถึงกลุ่มคน เป็นต้น คนไทยหลายคนเข้าใจว่า การพูดถึง “เขา” ในความหมายของไทยสามารถนำไปใช้ในภาษาอังกฤษได้เช่นเดียวกัน พฤติกรรมเช่นนี้ในการสอนภาษาต่างประเทศเรียกว่า “L1 interference” ทำให้ภาษาอังกฤษที่ใช้มีลักษณะของภาษาไทยแฝงอยู่จึงทำให้ความหมายของสารที่ต้องการสื่อผิดเพี้ยนไป หรือใช้ในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าใจได้เพราะไม่มีกรอบความคิดเดียวกับคนไทย (Schema) ในหลายกรณีการถ่ายโอนออกมาในรูปแบบที่ไม่สุภาพ อิทธิพลของภาษาแม่หรือการถ่ายโอนลักษณะของภาษาแม่ที่พบจากการศึกษาคั้งนี้ มีทั้งในระดับคำ ระดับประโยคหรือไวยากรณ์และการถ่ายโอนด้านปริบทและความหมาย ทั้งนี้เพราะคนไทยในภาคการท่องเที่ยวหลายกลุ่มในภูมิก่อเกิดประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยไม่มีความพร้อมในการใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาหลักในธุรกิจการท่องเที่ยวดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ด้วยความจำเป็นในการทำมาหาเลี้ยงชีพ จึงพยายามทุกวิถีทางที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยไม่มีความรู้หรือทักษะทางภาษาอังกฤษเลย แม้บางคน

พอจะพูดจาสื่อสารได้บ้างแต่ก็พูดโดยการถ่ายโอนความคิดและความเข้าใจไปจากภาษาไทยซึ่งอาจเป็นในรูปแบบของการเทียบคำ หรือ การแปลตรงจากภาษาไทยซึ่งไม่สื่อความในภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ก็มีการถ่ายโอนลักษณะการออกเสียง ไปจากภาษาไทย ซึ่งยากต่อการเข้าใจของผู้สื่อสาร

การถ่ายโอนที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นอาจสรุปรูปแบบต่าง ๆ และตัวอย่างเพิ่มเติมที่พบในแต่ละรูปแบบได้ดังนี้ คือ การแปลตรงจากภาษาไทย/การถ่ายโอนในระดับคำ (Word Level) การถ่ายโอนไวยากรณ์ หรือ ลักษณะของภาษา การถ่ายโอนการออกเสียง และ การถ่ายโอนปริบทและความหมาย

#### 1. การแปลตรงจากภาษาไทย หรือ การถ่ายโอนในระดับคำ (Word Level)

การถ่ายโอนแบบนี้พบในลักษณะของการแปลคำต่อคำ ประโยคต่อประโยคซึ่งเป็นการแปลตรงมาจากภาษาไทยซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการเรียนภาษาแบบ “traditional method” ที่ผู้เรียนมิได้เรียนรู้วิธีการในการสร้างฐานความคิดระหว่างความแตกต่างของภาษา ไม่ได้หาความคิดรวบยอดโดยการอ่านและฟังแบบจับใจความจากสิ่งที่อ่านหรือฟังทั้งในภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ เราจึงมักจะพบเห็นการใช้ภาษาอังกฤษที่ความหมายไม่ตรงกับบริบทอันเนื่องมาจากการแปลที่เทียบคำโดยตรงมาจากภาษาไทย เช่น

ก. การแปลโดยได้รับอิทธิพลการเรียงคำมาจากภาษาไทย เช่น “man foreign” เมื่อต้องการพูดถึง ผู้ชายต่างชาติ “water fish” เมื่อต้องการพูดถึงน้ำปลา “You go and you see.” เมื่อต้องการบอกว่าคุณไปก็เห็น

ข. การแปลโดยถ่ายโอนความหมายมาจากภาษาไทย เช่น “rotten fish” เมื่อต้องการพูดถึง “ปลา ร้า” ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญของงานวิจัยนี้คนหนึ่งบอกว่าเป็นการสื่อความหมายที่เขาเข้าใจว่าเป็น “ปลาเน่าที่กินไม่ได้” แต่ถ้าแปลโดยความหมายจะเป็น “fermented fish” ซึ่งเป็นวิธีการรักษาปลาที่สามารถนำมารับประทานได้

ค. การถ่ายโอนภาษาและวัฒนธรรมเกี่ยวกับการเรียกขาน คำเรียกขาน (Addressing forms) เช่น “Sir” มาจากคำลงท้ายว่า “คะ” หรือ “ครับ” ในภาษาไทย ดังนั้นจึงพบว่าคนไทยจำนวนมากพูดกับนักท่องเที่ยวยุโรปว่า “Sir” เช่น “Tuk Tuk, Sir.” “Take a look, Sir.” “Yes, Sir” อิทธิพลของการถ่ายโอนนี้น่าจะเนื่องมาจากความเข้าใจที่ไปผูกโยงกับ “คะ” หรือ “ครับ” ในภาษาไทยซึ่งเราใช้ตามเพศของผู้พูดมิใช่ผู้ฟัง นักท่องเที่ยวยุโรปและผู้ให้ข้อมูลสำคัญสองในสามคนที่ถูกเรียกเช่นนี้บอกว่าไม่ถึงกับรู้สึกโกรธมากมายแต่ก็อยากจะถูกเรียกให้ตรงกับเพศ เพราะถ้าไม่เข้าใจจริงๆว่าเป็นความเข้าใจผิดในการใช้ภาษาแล้วอาจจะรับความหมายในเชิงเสียดสีว่าเขามีลักษณะเป็นชายมากกว่าหญิงจึงถูกเรียกเช่นนั้น แต่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นชาวอเมริกันรู้สึกกับการใช้ Sir ในการเรียกผู้หญิงมาก เขาบอกว่าเป็นการเรียกขานที่ไม่เหมาะสมและรู้สึกขุ่นเคืองมากทุกครั้งที่ถูกเรียกเช่นนั้น (not acceptable and quite offensive) และอาจชวนให้คิดได้ว่าคนเรียกจงใจหยอกเล่นในระดับที่แรงเกินไป (It might be an honest mistake or on the purpose that you poke fun at them.)

การถ่ายโอนคำว่า “you” ซึ่งแปลว่า “คุณ” ถ้าใช้ในเรื่องราวปกติก็มีความหมายปกติ แต่ในการเรียก หรือ บอกให้ผู้สื่อสารทำอะไรคนไทยจำนวนมากถ่ายโอนวิธีใช้มาจากภาษาไทย ในกรณีที่ใช้ you ในการเรียกขานนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติ คนที่ใช้น่าจะถ่ายโอนมาจากความเข้าใจที่คนไทยใช้เรียกคนที่ไม่ค่อยคุ้นเคยว่า “คุณ ... คุณ” เมื่อแปลคำเรียก “คุณ ... คุณ” เป็นภาษาอังกฤษ จึงกลายเป็น “You ... you.” นักท่องเที่ยวยุโรปทุกคนที่สัมผัสภาษณ์ตลอดจนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และอาจารย์ชาวต่างประเทศของโครงการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ให้ความเห็นเป็นเสียงเดียวกันว่า เป็นการเรียกที่ไม่สุภาพมากและไม่มีชาวตะวันตกคนใดรับได้ ซึ่งโดยความจริงแล้วคนไทยเหล่านั้นตั้งใจจะสื่อความหมายในเชิงสุภาพ (ดู “การเปรียบเทียบรูปแบบของวัฒนธรรม-ภาษาและวิธีสื่อสารของคนไทยกับนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติ” ในบทที่ 3 ประกอบ) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งถึงกับบรรยายความรู้สึกของเขาเมื่อถูกคน

ไทยเรียกว่า “You” เป็นครั้งแรกตอนมาเมืองไทยใหม่ ๆ ว่า “รู้สึกเลือดขึ้นหน้า” (it got my nerves) อาจารย์ชาวอังกฤษของสถาบันภาษาคนหนึ่งบอกว่าในประเทศอังกฤษตำรวจจะใช้ “You” หรือ “Hey you” เรียกผู้ร้าย หรือพยายามเรียกให้คนที่ทำผิดกฎจราจรหยุดรถ คนที่ใช้การเรียกขานด้วยภาษาเช่นนี้แน่นอนว่าทำไปโดยไม่รู้ แต่นับเป็นการใช้ภาษาที่ “มีกลิ่นน้ำปลา” รุนแรงมาก การเรียกอีกคำหนึ่งซึ่งแม้จะไม่มีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับความหมาย รุนแรงมากเท่ากับ “You” หรือ “Hey you” แต่ก็มีระดับของความไม่สุภาพมากเช่นเดียวกันคือการเรียกผู้หญิงว่า “Lady” โดยเฉพาะเมื่อใช้ในสถานการณ์ที่คนขับรถตึกตึกเรียกผู้ที่ยืนมองหารถอยู่ด้วยน้ำเสียงที่ไม่นุ่มนวล ผู้ถูกเรียกก็มีความรู้สึกขุ่นเคืองมาก (“very offended”)

ลักษณะของการถ่ายโอนทางวัฒนธรรมที่พบมากในการศึกษาครั้งนี้และได้รับทราบแนวความคิดของผู้ใช้ เพราะเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จึงมีโอกาสสืบค้นถึงที่มาในการสื่อสารได้โดยไม่ยาก คือ การเรียกขาน การศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าในกลุ่มคนที่ใช้ภาษาได้ดี หรือค่อนข้างดี จะไม่พบการถ่ายโอนแนวคิดหรือค่านิยมมาจากวัฒนธรรมไทย คนกลุ่มนี้ใช้วิธีเรียกขานแบบตะวันตกที่ถูกต้อง เหมาะสมกับกาลเทศะ เช่น เรียกผู้ชายว่า “Sir” และผู้หญิงว่า “Madam” และมีบ้างที่เรียกนักท่องเที่ยวผู้ชายว่า “Gentleman” ในขณะที่ไม่รู้จักชื่อ และเปลี่ยนไปเป็น Mr. หรือ Mrs หรือ Miss บวกชื่อหลังเมื่อเห็นชื่อและสถานภาพสมรสจากเอกสารแสดงตัว หรือตามป้ายที่ผูกติดอยู่กับกระเป๋าเดินทาง แต่คนที่ใช้ภาษาได้ไม่ดีมากนักจะสร้างรูปแบบของการใช้ภาษาในการเรียกขาน (addressing) นักท่องเที่ยวจากการถ่ายโอนการใช้ที่ยึดโยงกับระบบคิดจากพื้นฐานทางวัฒนธรรมไทยที่น่าจะมาจากค่านิยมการเน้นเรื่องพวกพ้อง (collectivism) และการสร้างความคุ้นเคยตามลักษณะไทย ๆ คือความยึดหยุ่นและทำอะไรสบาย ๆ ผนวกเข้ากับสิ่งที่ได้ยินได้ฟังมาจากการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงมีการสร้างกระบวนทัศน์ หรือ กระบวนความคิด (paradigm) ในการเรียกขานนักท่องเที่ยว ที่พอจะแยกประเภทได้ดังนี้ คือ

- การเรียกนักท่องเที่ยวแบบ “นับญาติ” คือ “Papa” “Mama” “Uncle” “Dad” [แต่ไม่พบ Auntie ส่วน Sister ได้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งทีบอกว่ามีคนเรียกเธอเช่นนั้น] เมื่อสอบถามว่ามีเหตุผลอะไรหรือคิดอย่างไรจึงเรียกนักท่องเที่ยวแบบนั้น หลาย ๆ คนบอกว่าเขาดูกับเรา เขาดูอบอุ่นเหมือนคนแก่ที่บ้านเรา ดังที่พนักงานทำเล็บและให้บริการนวดคนหนึ่งในกลุ่มที่มีวิธีเรียกขานแบบนี้พูดให้ฟังตอนหนึ่งว่า “... เราก็รู้สึกว่าเขาเป็นคนแก่ที่เราเคารพ เหมือนพ่อแม่เราเหมือนกัน” (ดูรายละเอียดจากข้อมูลที่น่าเสนอ)
- การเรียกนักท่องเที่ยวตามระดับอายุ เช่นนักท่องเที่ยววัยกลางคน หรือค่อนข้างหนุ่มสาว จะถูกเรียกว่า “Friend” ผู้ชายที่อายุน้อยหน่อยจะถูกเรียกในลักษณะหยอกเล่น [ตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์บอก] ว่า “Young man” เด็ก ๆ ที่มากับ Young man ก็จะถูกเรียกว่า “boy” หรือ “girl” แล้วแต่เพศ
- การเรียกนักท่องเที่ยวจากลักษณะท่าทางที่เห็น เช่นคนขับรถตึกตึกกลุ่มหนึ่งบอกว่า ถ้าดูเป็นผู้ดีและทางภูมิฐานหน่อยก็จะเรียกว่า “Boss” คนกลุ่มนี้บางทีก็ใช้อายุเป็นอีกเกณฑ์หนึ่งผนวกเข้าไปด้วยในการเรียก “Boss” เพราะเขาเหล่านั้นบอกว่า ถ้าดูมีอายุ และภูมิฐานก็จะเรียก “Boss” ด้วยเหมือนกัน ส่วนผู้หญิงมักจะเรียกว่า “Lady”
- การเรียกนักท่องเที่ยวแบบ “คนสนิท” เช่น “Hello Darling” “Hello Friend” (ผู้ให้ข้อมูลบอกว่าเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น)
- การเรียกนักท่องเที่ยวโดยแปลไปจากภาษาไทย คือ “You” หรือ “You-you!” “Hey You” แปลไปจาก “คุณ” หรือ “คุณ-คุณ” ซึ่งรวมถึงการแปลคำว่า “Sir” เป็น “คุณ” และใช้เรียกนักท่องเที่ยวไม่ว่าหญิงหรือชาย เป็น “Sir” รวมกันหมด

- การเรียกนักท่องเที่ยวโดยมีจุดมุ่งหมายในการ “ทำมาหาเลี้ยงชีพ” คือเรียกแล้วตามด้วยการเสนอขายทันที เช่น “Hey you! Need a taxi?” “You-you! You want cloth made – very quick.” “You – massage!” ฯลฯ

ข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงการถ่ายโอนแนวคิดและค่านิยมแบบไทยไปใช้ในการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษที่แปลตรงไปจากภาษาไทยสมควรเข้าไป การศึกษาของซุติมา (2545 หน้า 10) ได้สรุปการถ่ายโอนทางภาษาจากภาษาแม่ไปยังภาษาต่างประเทศที่ต้องใช้สื่อสารของนักภาษาศาสตร์หลาย ๆ คนว่า “One obvious cause is interference from the native language. Learners may make errors because they assume that the target language and their native language are similar, when in fact they are different.” สำหรับแนวคิดแบบไทยน่าจะวิเคราะห์ได้โดยเริ่มต้นจากลักษณะโครงสร้างทางสังคมไทยซึ่ง เจิม (2535 หน้า 28) ได้พูดถึงลักษณะโครงสร้างทางสังคมไทยว่า “สังคมไทยตั้งอยู่บนรากฐานของครอบครัวและเครือญาติ นอกจากเครือญาติทางสายเลือดแล้ว คนไทยยังมีการสร้างเครือญาติที่เกิดจากการสนิทสนมทางสังคมได้อีกด้วย เช่นการใช้คำนับญาติเรียกผู้อื่นว่า พี่ ป้า น้า อาว์ ปู่ ย่า ตา ยาย เป็นต้น ระบบการสร้างเครือญาตินี้ก่อให้เกิดความอบอุ่นใจให้แก่คนไทยได้มาก”

คนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาเพราะอาชีพผลักดันให้ต้องใช้ ซึ่ง Lustig และ Koester (1993) เรียกว่า (motives for intercultural contact) คนกลุ่มนี้มิได้มีโอกาสเรียนรู้หรือได้รับการอบรมการใช้ภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจำเป็นต้องเรียกขานนักท่องเที่ยวด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ในเมื่อไม่ทราบวิธีถูกต้องแน่นอนจึงต้องเริ่มจากโครงสร้างจากระบบคิด จากสิ่งที่คุ้นเคยในวิถีชีวิตของตน อาจเป็นด้วยเหตุนี้ที่ได้เกิดการเรียกขานนักท่องเที่ยวแบบนับญาติดังที่ได้แจกแจงให้เห็นข้างต้น นอกจากนี้กลุ่มคนไทยเหล่านี้ยังได้ประยุกต์ระบบคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกระบวนการทัศน์สำหรับเรียกขานนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ โดยผสมผสานแนวคิดตามความสัมพันธ์ของสังคมแบบไทยในกรอบของสถานภาพ บทบาท และกลุ่มต่าง ๆ ทางสังคม (เจิม, อ้างแล้ว) จึงได้เกิดการเรียกขานที่แตกต่างหลากหลาย ทั้งที่เป็นการสะท้อนความสัมพันธ์กลมเกลียวฉันท์คนสนิท การหยอกล้อ รวมถึงความแตกต่างระหว่าง “ความเป็นทางการ” และ “ความไม่เป็นทางการ” ผนวกเข้ากับความคิดในการสร้างความอบอุ่น ความเป็นมิตร “ความเป็นทางการ” และ “ความไม่เป็นทางการ” ที่คนไทยกลุ่มนี้เข้าใจและใช้ในการสื่อสารเป็นสิ่งที่แตกต่างกับ “ความเป็นทางการ” “ความไม่เป็นทางการ” “ความอบอุ่น” และ “ความเป็นมิตร” ของระบบคิดในสังคมอื่น โดยเฉพาะสังคมตะวันตกที่มีได้ “นับญาติ” โดยเอาความรู้สึกอบอุ่นของความเป็นครอบครัว เช่น ความเป็น พ่อ เป็นแม่ ความเป็นพี่เป็นน้อง ไปสวมครอบครัวที่มีได้มาจากครอบครัวเดียวกัน

ในการตรวจสอบข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญก็ได้พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนหนึ่งรู้สึกแปลก ๆ ในตอนแรก แต่เมื่อเข้าใจระบบคิดแบบไทยก็เข้าใจ พยายามคิดว่าคนไทยนิยมที่จะ “take people into their family circle.” ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่สองและคนที่สามรู้สึกไม่พอใจ โดยเฉพาะผู้ให้ข้อมูลคนที่สองซึ่งเป็นอเมริกันรู้สึกไม่ดีมาก เขาไม่พอใจคำหลาย ๆ คำที่คนไทยใช้ เช่น “Dad” รู้สึกขุ่นเคือง (“offended”) (ดูผนวก ข ประกอบ) แต่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียและชาวเอเชียที่ให้สัมภาษณ์บอกว่าชอบ เพราะรู้สึกอบอุ่น และรู้สึกว่าคนไทยเป็นมิตร เจ้าหน้าที่บริหารระดับสูงของโรงแรมแห่งหนึ่งก็ให้สัมภาษณ์ว่าแขกของโรงแรมซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป และค่อนข้างจะมีอายุก็ชอบและรู้สึกถึงความอบอุ่นเช่นกัน การศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้งสามฝ่าย(นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และคนไทยในภาคการท่องเที่ยว) น่าจะอนุมานได้ว่า การเรียกขานเช่นนี้ไม่ถึงกับเป็นสิ่งที่ไม่ดี แต่ผู้สื่อสารต้องดูความเหมาะสมของสถานการณ์ ต้องสามารถรับรู้ปฏิกิริยาของผู้สื่อสารได้อย่างรวดเร็วว่าเขารู้สึกเช่นไร และต้องใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม

กับภาษาที่ใช้ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารที่เบี่ยงเบนไปจากมาตรฐาน<sup>6</sup>

การถ่ายโอนคำว่า “You” ในอีกกรณีหนึ่งคือ การใช้เพื่อบอกให้คู่สื่อสารทำอะไร ซึ่งในภาษาไทยใช้ในความหมายว่า “คุณ... นะ” เช่น “คุณคุณนะ” “คุณพลิกตัวนะ” ฯลฯ แต่เมื่อถ่ายโอนความหมายจากภาษาไทยไปใช้ในภาษาอังกฤษกลับกลายเป็นว่ามีใช้เพียงการใช้ที่ต่างกันเท่านั้นแต่เป็นการขอร้อง หรือการบอกที่ไม่สุภาพ ตัวอย่างเช่นคนให้บริการนวดแผนไทยเชิญชวนคณะวิจัยให้ดูกิจกรรมของกลุ่มแม่บ้าน ที่ช่วยกันผลิตน้ำมันสมุนไพรและอุปกรณ์การนวดไทยต่างๆ บนแผ่นป้ายติดประกาศว่า “You look there. You look here.” คนให้บริการนวดตามชายหาดก็มักจะบอกให้นักท่องเที่ยวทราบดีว่าถ้าชอบนวดแบบไหนก็ให้บอก โดยใช้ภาษาอังกฤษว่า “You like light, soft, you tell me.” หรือบอกว่านักท่องเที่ยวต้องทำอะไรก่อนที่จะนวด เช่น “You clean foot first.” “You lie down stomach first.” “You turn around.” “You change.” “You wake up.” ในทำนองเดียวกันที่คนเรียกลูกค้าผู้ใช้บริการหน้าร้านอาหารมักจะเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวดูเมนูอาหารที่วางอยู่หน้าร้านว่า “You look menu.” ในความหมายว่า “คุณจะดูเมนูอาหารหน่อยไหมครับ/ค่ะ” หรือ “ขอเชิญคุณแวะดูเมนูอาหารของทางร้านครับ/ค่ะ” แต่ประโยคที่พูดไปเป็นการออกคำสั่งให้นักท่องเที่ยวทำตามทีบอก ไม่ใช่เป็นการเชิญชวนที่สุภาพและเหมาะสมในบริบทของภาษาอังกฤษประโยคที่สุภาพและเหมาะสมน่าจะเป็น “Would you like to see the menu, sir/madam?” หรือ “Would you like to have a look at our menu, sir/madam?”

นอกจากนี้ได้พบว่าคนไทยจำนวนมากในภาคการท่องเที่ยวมักถ่ายโอนความคิดของการใช้คำที่แสดงความสุภาพในภาษาไทยไปใช้ในบริบทเดียวกันในภาษาอังกฤษ โดยใช้การเทียบคำ เช่น เทียบคำว่า “ค่ะ” กับ “Please” เช่น การตอบรับของพนักงานบริการว่า “Yes, please.” ในความหมายว่า “ได้ค่ะ” ในขณะที่ “Yes, please.” ในภาษาอังกฤษมีความหมายตอบรับเมื่อมีคนเสนออะไรให้ เช่น “Would you like coffee?” ถ้าต้องการตามที่เสนอ ก็ตอบว่า “Yes, please.” ซึ่งหมายถึง “ค่ะ – ขอขอบคุณ” หรือใช้ในการตอบคำถาม เช่น “Would you like a bill now?” ได้พบด้วยว่าคนไทยบางคนกล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยวว่า “Good morning, please.” “Welcome, please.” จากความเข้าใจผิดว่า “Please” มีความหมายว่า “ค่ะ” จึงถ่ายโอนไปใช้ลงท้ายประโยคเมื่อสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษโดยเทียบกับการพูดในภาษาไทยเพื่อจะแสดงความสุภาพ ว่า “ค่ะ”

อย่างไรก็ตามการถ่ายโอนภาษาไทยในระดับคำบางคำนั้น ไม่ถึงกับเป็นอุปสรรคต่อการเข้าใจของนักท่องเที่ยวมากนัก โดยเฉพาะถ้ามีอวัจนภาษาและบริบทช่วย และ นักท่องเที่ยวพอมีความรู้ หรือข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ อยู่บ้างก็อาจรับความหมายได้ เช่นการใช้คำว่า “milk” ในความหมายของคำว่า “หน้าอก” หรือการอธิบาย เรื่องการตัดลิ้น การอธิบายเรื่องการนวด ฯลฯ ที่ได้บันทึกไว้ในการประมวลข้อมูล

จากตัวอย่างการถ่ายโอนที่ยกมาข้างต้น จะเห็นว่าคนไทยที่สื่อสารแบบนี้มีอิทธิพลของภาษาที่หนึ่งอยู่มาก ถึงแม้ภาษาที่สื่อสารอันเนื่องมาจากการถ่ายโอนในหลายกรณีเป็นที่เข้าใจได้ว่าผู้พูดต้องการอะไร แต่ก็ไม่เหมาะสมกับบริบทบางครั้งทำให้ความหมายออกมาไม่สุภาพ และหลายกรณีเป็นการใช้ผิดความหมาย ไม่ตรงกับ Language Functions และไม่ตรงกับความหมายที่ตั้งใจจะสื่อ ดังนั้นในการเรียนการสอนภาษาโดยเฉพาะการเรียนภาษาสำหรับงานบริการด้วยแล้ว จะต้องเน้นการสื่อสารเพื่อให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม ถูกกาลเทศะ และ สื่อความหมาย หรือเรียกว่าทำให้ผู้เรียนมี “ความสามารถทางการสื่อสาร” (communicative

<sup>6</sup> ในกรณีนี้มาตรฐานคือ Sir/Madam Mr/Mrs/Miss และตามด้วยชื่อหลัง หรืออาจจะเรียกชื่อหน้าได้ถ้านักท่องเที่ยวอนุญาต หรือมีความคุ้นเคยกันมากพอควรแล้ว

competence) มิใช่รู้เพียงคำศัพท์ กฎเกณฑ์ทางไวยากรณ์และนำคำต่าง ๆ มาร้อยเรียงกันตามกฎเกณฑ์และแปลตรงไปยั้งภาษาอังกฤษโดยที่ผู้ใช้ไม่มีความคิดรวบยอด (concept) เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ

2. การถ่ายโอนไวยากรณ์ หรือลักษณะของภาษา ตัวอย่างการถ่ายโอนในลักษณะนี้ที่พบจากการศึกษา เช่น

- ใช้คำว่า have + (something) ในความหมายว่า “มีอะไร” แทนคำว่า There is/ There are... เช่น พนักงานนำชมห้องของโรงแรมพูดว่า “Have single room and double room.” คนที่บริการรถมักพูดว่า “Have taxi.” หรือแม้แต่มัคคุเทศก์ เมื่อต้องการบอกว่าสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีอะไรให้ดู ให้ทำบ้าง ก็มักจะพูดว่า “Have Buddha image in the cave.” “Have corals to see.” พนักงานโรงแรมบอกจุดสังเกตเมื่อสื่อสารเกี่ยวกับทิศทางว่า “Have the bank. Have the restaurant...” เป็นต้น
- ใช้คำว่า open และ close สำหรับการ เปิด ปิด ทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นภาชนะ ประตู หน้าต่าง หรือแม้กระทั่งเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น พนักงานของโรงแรมและบังกะโลหลายแห่ง เมื่อพาแขกชมห้องจะบอกว่า ปิด เปิด เครื่องปรับอากาศ และไฟในห้อง ตรงไหน โดยพูดว่า ‘open’ แทนคำว่า Turn on เช่น “Open switch.” “Open electricity.” และ ใช้คำว่า ‘close’ แทนคำว่า ‘Turn off. / Switch off/ Shut off’ เป็นต้น เมื่อมีการถ่ายโอนความหมายของการใช้ภาษาในลักษณะเหล่านี้จากภาษาไทยจึงทำให้ความหมายในภาษาอังกฤษไม่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยว
- ใช้คำว่า play สำหรับการเล่นทุกอย่างโดยถ่ายโอนไปจากการใช้ในภาษาไทย เช่น “Play swimming.” “Play water.” ในความหมายว่า ว่ายน้ำ หรือ เล่นน้ำ
- ใช้คำว่า look กับการดูทุกอย่าง เช่น ดูโทรทัศน์ หรือดูหนัง “You want look T.V?” “You look movie?”
- ใช้คำว่า cook แทนคำว่า make เพื่อสื่อความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ทำมาจากอะไร ทำที่ไหน และมีกระบวนการผลิตอย่างไร เช่น “Oil cook here.” “People cook it.” ในเกือบทุกกรณีจะพบว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวใช้คำนี้กับอาหารที่ไม่ต้องใช้ไฟ เช่น “Cook Somtam – papaya pok...pok” “Cook ‘laab’.”
- ใช้คำว่า little เพื่อสื่อความหมายว่า “น้อย” กับทุกกรณี เช่น “Today have little guest. Have little people.”
- ใช้คำสรรพนามและคำแสดงความเป็นเจ้าของของสืบสน เช่น She/ He, His/ Her, You/ Your ทั้งนี้เพราะในภาษาไทย คำเหล่านี้ไม่มีการแยกเพศ
- ใช้คำว่า No และ Not ซึ่งแปลว่า “ไม่” โดยใช้โครงสร้างประโยคและลำดับคำเหมือนกับภาษาไทย เช่น “I no have.” “I no speak English.” “I no understand.” “People no eat meat.” “No have people.” “I not beautiful.” และเนื่องจากภาษาไทยไม่มีกริยาช่วยเหมือนภาษาอังกฤษ และคำแต่ละคำก็มีความหมายในตัวเอง แต่ภาษาอังกฤษความหมายของประโยคขึ้นอยู่กับแบบแผนในการสร้างประโยคและในหลายแบบแผนกริยาช่วยมีบทบาทสำคัญทั้งในแง่ของไวยากรณ์และการสื่อความหมายตามรูปกาลของประโยค เช่น is, am, are, was, were, do, did, will, would เป็นต้น เมื่อคนไทยในภาคการท่องเที่ยวพูดภาษาอังกฤษมักถ่ายโอนลักษณะภาษาไทยที่ไม่มีกริยาช่วย ไปใช้ในรูปประโยคภาษาอังกฤษ เช่น “Where you go?” หรือแม้แตลดระดับลงไปเป็นการสื่อสารระดับคำในทำนองเดียวกับการสื่อสารที่อาจกระทำได้ในภาษาไทย เช่น “Where go?” (ไปไหน) “Where you from?” (มาจากไหน) “What you want?” “You want to see room?” “I no lady bar.” ในบางกรณีนอกจากจะไม่ใช้กริยาช่วยแล้วยังถ่ายโอนการเรียงลำดับคำพร้อมกับถ่ายโอนความหมายของคำโดยตรงไปในการพูดภาษาอังกฤษด้วย เช่น “want papaya hot.” (ต้องการส้มตำเผ็ดหรือ)

อิทธิพลของภาษาไทยในระดับโครงสร้างประโยคและไวยากรณ์นี้ มีให้เห็นทั่วไป ดังตัวอย่างภาษาที่ได้จากการศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ

- คนให้บริการนวดบอกทางไปป่าตองและเตือนนักท่องเที่ยวว่า “You have motorbike? If you no have motorbike you can go tuk tuk taxi. When you have motorbike, no good, have many hills and gas on the road. หรือ When you ride motorbike you slowly, you no quickly motorbike. Now have gasoline on the road, not good for you. You have accident. Dangerous.” ในที่นี้เธอต้องการบอกนักท่องเที่ยวว่าถ้าไม่มีรถมอเตอร์ไซค์ก็ให้ไปรถตุ๊กตุ๊ก พร้อมกับเตือนนักท่องเที่ยวว่าถ้าขี่รถมอเตอร์ไซค์ให้ขี่อย่างระมัดระวังเพราะทางลาดชันและมีน้ำมันบนถนนทำให้ถนนลื่น คนให้บริการนวดคนเดียวกันนี้ยังพูดถึงตัวอย่างภาษาที่เธอใช้บอกนักท่องเที่ยวว่าช่วงนี้อันตรายไม่ควรลงเล่นน้ำลึกหรือห่างจากฝั่งเกินไปว่า “Now you no can go to swimming too long far. Dangerous now.”
- คนให้บริการเช่าร่มและเก้าอี้ที่ชายหาดพยายามอธิบายให้นักท่องเที่ยวที่เข้าใจผิดคิดว่าร่มและเก้าอี้เป็นบริการของโรงแรมที่จัดให้กับแขกที่มาพักและไม่ต้องจ่ายค่าเช่าว่า “Not same, not same. Hotel no have umbrella. This only Karon Umbrella Service group, same same everywhere. No have umbrella for hotel.”
- คนดูแลบังกะโลแห่งหนึ่งตอบปฏิเสธแขกที่มาชวนไปค้างคืนว่า “I cannot go with you in the night time. You know I cannot work not bar. I no lady bar. Bangalo not bar not same.”

ตัวอย่างข้างต้นเป็นการแสดงให้เห็นการถ่ายโอนวิธีการสื่อสารไปจากภาษาไทยในเกือบทุกอย่างจนดูเหมือนมีเพียงคำเท่านั้นที่ใช้เป็นภาษาอังกฤษ

### 3. การถ่ายโอนการออกเสียง

การออกเสียงก็เป็นอุปสรรคประการหนึ่งของการสื่อสาร นักท่องเที่ยวมักจะไม่เข้าใจการออกเสียงที่มีลักษณะของภาษาไทยแฝงอยู่ หลาย ๆ ตัวอย่างที่พบจากการศึกษาเมื่อได้นำไปตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญว่าเข้าใจหรือไม่ ก็พบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งสามคนไม่สามารถเข้าใจได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อไม่มีบริบทการสนทนาและภาษาท่าทางช่วย ลักษณะการออกเสียงของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับอิทธิพลจากภาษาไทย คือ

- การไม่ออกเสียงท้ายคำ เพราะไม่มีการออกเสียงเช่นนี้ในภาษาไทย เช่นออกเสียงคำว่า Fish เป็น “ฟีด” Beach เป็น “บีต”
- การไม่ออกเสียงควบกล้ำ (cluster) ที่เป็นเสียง /r/ และ // ถึงแม้ว่าในภาษาไทยจะมีเสียงควบกล้ำที่คล้ายคลึงกับสองเสียงนี้ซึ่งคือเสียง /ร/ และ /ล/ แต่ก็ไม่เหมือนกันทีเดียว นอกจากนี้ได้พบว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวจำนวนมากไม่ค่อยออกเสียงควบกล้ำในการพูดภาษาไทย จึงนำลักษณะการออกเสียงของตนเองในภาษาไทยไปใช้ในการพูดภาษาอังกฤษ ทำให้ยากต่อความเข้าใจโดยเฉพาะเมื่อไม่มีบริบทช่วยในการสร้างความเข้าใจ เช่น พูดว่า “บาวเบต” เมื่อต้องการพูดถึง “brown bread” “คอค” เมื่อพูดถึง “clock”
- ออกเสียงคำศัพท์หลักๆ (Key words) ไม่ถูกต้อง เมื่อไม่รู้ว่าจะออกเสียงคำนั้นอย่างไร คนไทยในภาคการท่องเที่ยวก็จะเทียบเสียงที่ใกล้เคียงกับคำภาษาไทยซึ่งลักษณะการออกเสียงของทั้งสองภาษาไม่เหมือนกันทีเดียว เช่น พนักงานร้านอาหารออกเสียง ‘Pork’ เป็น “พก” และ ‘Squid’ เป็น “สะกิด” ‘Orchid’ เป็น “โอชิด” และเมื่อออกเสียงคำหลักไม่ถูกต้องก็ทำให้ยากต่อการสื่อความหมาย
- ออกเสียงคำที่เป็นคำยืมจากภาษาอังกฤษแบบคำในภาษาไทย เช่น “กิโลเมตร” (Kilometre) แทนการออกเสียงแบบเจ้าของภาษาว่า “กิโลมิเตอร์” อีกคำหนึ่งที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวมักออกเสียงไม่ถูกเพราะคุ้นเคยกับคำที่คนไทยใช้กันทั่วไป คือ Problem ซึ่งคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมักออกเสียงว่า “พลอมแพลม” คำนี้หลาย ๆ คน



ใช้พูดกันเล่น ๆ จนติดปากและได้กลายเป็นคำที่ใช้พูดกันอย่างแพร่หลายเหมือนคำสแลงคำอื่น ๆ คนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ไม่รู้ภาษาอังกฤษก็มักจะเข้าใจผิดคิดว่าเป็นการออกเสียงที่ถูกต้อง จึงนำไปใช้ในบริบทการสื่อสารภาษาอังกฤษด้วยซึ่งนักท่องเที่ยวไม่เข้าใจ แต่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งคุ้นเคยกับคำนี้บอกว่าตอนนี้คิดว่าพอจะเดาได้ เพราะเริ่มรู้สึกคุ้นเคยกับการออกเสียงของคนไทย แต่ตอนที่มาเมืองไทยใหม่ๆ ไม่เข้าใจ

- การลงน้ำหนักคำ (stress) แบบไทย คือ ลงน้ำหนักในพยางค์ที่สอง ในคำบางคำซึ่งภาษาอังกฤษลงน้ำหนักในพยางค์ที่หนึ่ง เช่น 'water' คนไทยจะออกเสียงว่า “วอเตอ” เจ้าของภาษาจะพูดว่า “วอเทอะ” 'vegetable' คนไทยจะออกเสียงว่า “เวจเตเทเบ็น” เจ้าของภาษาจะพูดว่า “เวจเตเทเบิ้ล” คนไทยบางคนที่พบจากการศึกษาครั้งนี้ ออกเสียงคำนี้ผิดมากกว่าการลงน้ำหนักเสียง คือออกเสียง ‘เจต’ เป็น “เกต” คือพูดว่า “เวจเกเตเทเบ็น”

หลายคนเข้าใจว่าการออกเสียงเป็นเรื่องไม่สำคัญในการสื่อสาร เพราะเข้าใจว่าบริบทอาจช่วยได้ ที่จริงแล้วบริบทอาจช่วยในความหมายของการใช้คำและการถ่ายโอนที่ผิดความหมายได้บ้าง แต่การออกเสียงเป็นสิ่งที่คนรับความหมายจากความคุ้นเคย ผู้ใช้ภาษาอังกฤษไม่ว่าจะเป็นเจ้าของภาษาหรือไม่ก็ตามมักจะมีอาการคุ้นเคยกับการออกเสียงตามแบบฉบับที่กำหนดไว้ การออกเสียงที่เบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานจึงแทบจะสื่อความหมายไม่ได้เลย แท้จริงแล้วในความหลากหลายของการใช้ภาษาที่ไม่ถูกต้องการออกเสียงเป็นความไม่ถูกต้องที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารมากที่สุด

#### 4. การถ่ายโอนบริบทและความหมาย (Context and Meaning)

การถ่ายโอนจากภาษาและวิธีคิดในภาษาไทยไปยังภาษาอังกฤษที่สำคัญที่สุดและพบมากที่สุดของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวคือ การถ่ายโอนบริบทและความหมายจากภาษาไทยไปเป็นภาษาอังกฤษ กล่าวคือคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมักจะแปลความหมายประโยคหรือสำนวนภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษแบบตรงตัวและใช้สื่อความในบริบทแบบไทย ซึ่งประโยคที่แปลเป็นภาษาอังกฤษนั้นให้ความหมายและบริบทที่แตกต่างจากของไทยอย่างสิ้นเชิง ตัวอย่างการใช้ภาษาลักษณะนี้ของคนไทยที่พบ คือ การทักทายนักท่องเที่ยวว่า Where you go? ในความหมายและบริบทการทักทายแบบไทยว่า “ไปไหนคะ/ครับ” ซึ่งในบริบทการทักทายในภาษาอังกฤษไม่ควรใช้ประโยคนี้ เพราะมีนัยว่าผู้ถามเป็นคนอยากรู้อยากเห็น ชอบยุ่งเรื่องของคนอื่น และนักท่องเที่ยวที่ไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับวัฒนธรรมการทักทายของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ก็อาจไม่พอใจและตอบกลับในทำนองว่า “Mind your own business.” นอกจากจะใช้ประโยคนี้สำหรับการทักทายแล้ว คนไทยในภาคการท่องเที่ยวก็มักแสดงน้ำใจและเสนอความช่วยเหลือด้วยการถามว่า “Where you go?” เช่นกัน เช่นเมื่อแขกจะออกจากโรงแรม (check out) พนักงานส่วนหน้าถามว่า Where you go? ในความหมายที่ว่า หลังจากนั้นแล้วจะไปไหนต่อ จะช่วยเรียกรถให้ ซึ่งเป็นคำถามภาษาอังกฤษที่ไม่เหมาะสม เพราะคำถามเช่นนี้เป็นการถามเรื่องส่วนตัวที่อาจทำให้นักท่องเที่ยวอึดอัดใจที่จะตอบ ในที่นี้น่าจะเป็น Would you like me to get a taxi for you? Shall I get a taxi for you? หรือ I can get a taxi for you if you like. เป็นต้น อีกประโยคหนึ่งที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวมักใช้ในบริบทและความหมายแบบไทยคือ What you want? คนขายของมักจะถามนักท่องเที่ยวที่กำลังเดินดูของหรือเดินหาของในร้าน ว่า What you want? ในบริบทที่แสดงน้ำใจและเสนอความช่วยเหลือในความหมายภาษาไทยว่า “คุณต้องการอะไรหรือเปล่าคะ” หรือ “คุณกำลังมองหาอะไรอยู่หรือเปล่าคะ” แต่ในภาษาอังกฤษการใช้ “want” ในบริบทนี้สื่อความหมายว่า ผู้ถามไม่เต็มใจให้บริการ ในที่นี้น่าจะเป็น What can I do for you? หรือ How can I help you? พนักงานร้านอาหารก็เช่นกันมักถามนักท่องเที่ยวว่า What you want? ในความหมายว่า “คุณจะสั่งอะไรดีคะ” หรือ “คุณจะรับอะไรดีคะ” ซึ่งฟังแล้วห้วน และไม่สุภาพ แทนที่จะใช้ What would you like to order? หรือ What would you like?

อีกตัวอย่างหนึ่งของภาษาอังกฤษที่มีลักษณะการถ่ายโอนบริบทและความหมายจากภาษาไทยที่พบ คือ การบอกเวลาแบบไทยโดยบอกเป็น “นาฬิกา” และ “ทุ่ม” เช่น คนให้บริการเช่ารถที่กมลลาบอกว่าต้องคืนรถก่อนยี่สิบเอ็ดนาฬิกาของคืนถัดไปพูดว่า Return tomorrow twenty one o'clock. และคนให้บริการเช่ารถอีกแห่งหนึ่งในเขตกมลลา ก็บอกเวลาโดยใช้ระบบเวลาแบบไทยเช่นกัน โดยใช้วิธีเทียบเวลา seven o'clock in the evening กับ คำว่า หนึ่งทุ่มในบริบทของภาษาไทย เขาบอกว่าระยะเวลาเช่าวันละ 12 ชั่วโมง ถ้าเช่าเจ็ดโมงเช้าต้องคืนเวลา เจ็ดโมงเย็น You rent seven o'clock morning, you take back one o'clock night. ผู้ร่วมสังเกตการณ์ชาวต่างชาติไม่เข้าใจว่าทำไมอยู่ ๆ จึงลดระยะเวลาเช่าจาก 12 ชั่วโมงเป็นแค่ 6 ชั่วโมง สำนวน “One o'clock night” อาจตีความเป็น “ตีหนึ่ง” (1 a.m.) ซึ่งในกรณีดังกล่าวไม่สามารถจะสื่อความหมายได้ว่าต้องคืนรถเวลาไหนกันแน่เพราะเป็นเรื่องแปลกประหลาดที่คนเราจะคืนรถที่เช่ามาตอนตีหนึ่ง ลักษณะภาษาอังกฤษของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสมทั้งในแง่ความหมายและบริบทดังกล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนี้ล้วนเป็นเหตุมาจากอิทธิพลของภาษาและวัฒนธรรมไทย (L1 Interference and C1 Interference) ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องตระหนักและใช้วิธีการสอน (teaching approach) ที่ถูกต้อง

นอกจากลักษณะการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมซึ่งเกิดจากการถ่ายโอนจากภาษาแม่แล้ว อีกประเด็นหนึ่งที่ไม่สามารถมองข้ามคือการใช้สำนวนสุภาพ ที่ Bornmann (2001) ได้เสนอบทความเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษของนักศึกษาไทยว่า นักศึกษาไทย over-generalise ชาวต่างประเทศมากเกินไป หมายถึงว่ามองชาวต่างประเทศด้วยการอ้างโดยรวมจนเกินจริง โดยอธิบายว่านักศึกษาไทยมีความคิดเกี่ยวกับชาวต่างประเทศโดยเฉพาะชาวอเมริกันว่ามีลักษณะตรงไปตรงมาจึงน่าจะใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ไม่อ้อมค้อม และไม่เข้มงวดเรื่องความสุภาพหรือความเป็นทางการมากเท่ากับภาษาไทย ความคิดเช่นนี้ได้กลายเป็นความคิดแบบเหมารวม (Stereotype) และสะท้อนออกมาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็น “ฝรั่ง” กล่าวคือคนไทยมักจะใช้คำที่มีความหมายตรงไปตรงมาโดยไม่ทราบว่ภาษาที่ใช้สื่อสารอยู่มีลักษณะเป็นคำสั่ง (Imperative หรือ Command) ซึ่งที่จริงแล้วคนอเมริกันเองหรือเจ้าของภาษาชาติอื่น ๆ ที่คนไทยรวมเรียกว่า “ฝรั่ง” นั้นให้ความสำคัญต่อความสุภาพที่สื่อผ่านทางภาษาไม่น้อยกว่าคนทางตะวันออก จะเห็นได้จากความหลากหลายของการใช้ภาษาสุภาพในภาษาอังกฤษที่อาจเป็นเพียงคำสั้น ๆ คำเดียว คือ “Please” ไปจนถึงการใช้ภาษาสุภาพที่มีความซับซ้อน เช่น การถาม หรือขอร้องโดยอ้อม (Indirect Speech) ได้แก่การพูดโดยมีวลีเชิงสงวนหน้าคำถาม เช่น “I wonder if you like to have a look at ...?” แทนที่จะใช้พูดตรงไปตรงมาว่า “Come and look.” หรือ การใช้วลีสุภาพนำการขอร้อง เช่น “Would you mind giving me...?” แทนที่จะพูดง่าย ๆ ว่า “Give me...” หรือ วลีสุภาพต่อท้าย เช่น “Wait here, would you? นอกจากนี้ยังมีวิธีการสื่อความโดยอ้อมแบบอื่นอีก เช่น “The car will pick you up in a minute.” แทนการพูดตรง ๆ ว่า “Wait here.” หรือ “Excuse me. Would you like to park in the parking area over there?” หรือ “Excuse me. I'm afraid this is a no-parking area.” I can show you to the parking area if you like.” แทนที่จะพูดว่า “No stop. Go now.” และในระดับที่สุภาพมากและซับซ้อนมาก เช่น ใช้วิธีพูดว่า “If I were you, I ...” เป็นต้น ดังนั้นเมื่อคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมีความเข้าใจผิดที่เกิดจากการอ้างอิงโดยรวม (Over-generalise) เช่นนี้ จึงทำให้ความเข้าใจที่มีต่อนักท่องเที่ยวผิดไปจากความเป็นจริงได้ Bornmann กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่าการที่นักศึกษาไทยถ่ายโอนความสุภาพจากภาษาไทยไปยังภาษาอังกฤษไม่ถูกต้องยังไม่พอกังวลเท่ากับการไม่ถ่ายโอนความสุภาพเลย (“Thus, the danger is not that the Thai learner will transfer a politeness strategy from L1 to L2, but rather that he might employ no politeness strategy at all.”)

ประเด็นอื่น ๆ ที่อาจสรุปได้ว่าคนไทยจะต้องระมัดระวังและศึกษาวิธีการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เหมาะสมได้แก่

- การรักษาระยะห่าง (spacing) ทั้งในแง่ของวัจนกรรมที่เป็นรูปธรรม เช่น การสื่อในการ “ขายของ” หรือ “ขายบริการ” และในแง่ของความรู้สึกผ่านทางวัจนกรรม เช่น ระดับของความสนิทสนมที่ควรมีให้แก่นักท่องเที่ยวโดยศึกษาทั้งในเชิงวัฒนธรรมและสังคม ตลอดจนความหมายตอบรับของนักท่องเที่ยวจากสีหน้า ท่าทางว่า ระดับความสนิทสนมที่เรามีให้ผ่านการทักทาย การเรียกขาน หรือ การกล่าวลา เหมาะสมหรือไม่ เพียงใด
- การตอบรับ ทั้งด้วยวัจนกรรมและอวัจนกรรมที่เหมาะสม ชัดเจน และมีลักษณะเป็นสากล เช่น รับคำเมื่อมีการขอสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บอก/อธิบายสาเหตุ หรือ เหตุขัดข้องในกรณีที่เป็นปัญหา บอกระยะเวลาที่จะใช้ในการแก้ปัญหาในกรณีที่ต้องรอ บอกระยะเวลาของกิจกรรมท่องเที่ยว ฯลฯ เป็นต้น
- การเตือน ศึกษา วัจนภาษาที่เหมาะสม สุภาพ และสื่อความหมาย ไม่ทักท้วงเอานักท่องเที่ยวที่มีลักษณะตรงไปตรงมาจะต้องสื่อด้วยภาษาที่ตรงไปตรงมาโดยไม่ขัดเกลา สิ่งที่สำคัญ คือ ต้องสามารถเลือกใช้สำนวนสุภาพ ต้องเรียนรู้วิธีการใช้ภาษาที่สุภาพแต่สื่อความหมาย
- การเรียนรู้ในการใช้วัจนกรรมที่เหมาะสมคู่เคียงกับอวัจนกรรมที่สุภาพ เช่น การรู้จักวิธีการพูดเมื่อต้องขอรับเอกสารจากนักท่องเที่ยว หรือ เดินนำนักท่องเที่ยวไปขึ้นรถ เป็นต้น
- การให้ข้อมูลและการบอกทิศทาง ต้องมีการเรียนรู้วิธีการให้ข้อมูล หรือ การบอกทิศทางที่เป็นระบบ เข้าใจง่าย ต้องชัดเจนในการให้ข้อมูล กล่าวคือถ้าไม่ทราบก็ต้องบอกว่าไม่ทราบ และพยายามเรียนรู้วิธีการที่จะบอกคู่สื่อสารด้วยความสุภาพในกรณีที่ไมทราบคำตอบ เรียนรู้วิธีการอ้างถึงแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่อาจช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงสิ่งที่ต้องการทราบได้ การเงิบเฉย การยิ้ม หรือ ทำที่เป็นเข้าใจในขณะที่ไม่เข้าใจ และการหลบเลี่ยงด้วยการเดินจากไปเฉย ๆ เป็นสิ่งที่สร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อคู่สื่อสาร
- ความเงิบ หรือ การปล่อยให้เกิดช่องว่างทางการสื่อสาร ก็เป็นอุปสรรคที่พบมากจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เช่นกัน ดังนั้นคนไทยจึงต้องทบทวนการเสริมสร้างทักษะทางสังคมในการรู้จักที่จะโอภาปราศรัย รู้จักที่จะทักทายเมื่อเจอนักท่องเที่ยว และรู้จักที่จะเลือกหัวข้อในการสนทนาที่ไม่ล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยว
- ศึกษาเรื่องของตนเองและสิ่งสำคัญ ๆ ของประเทศอื่น ๆ เพื่อช่วยให้ทราบเรื่องของตนเอง และ คู่สนทนา ช่วยให้มีความรู้เรื่องราวก่อนที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในบริบทที่เหมาะสม

## บทที่ 5

### อภิปรายสรุป ข้อเสนอแนะ และการนำไปใช้

การวิจัยเรื่องนี้ได้รวบรวมความสำคัญและความเป็นมาของปัจจัยที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตคือการสื่อสารระหว่างคนสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีความหลากหลายครอบคลุมตั้งแต่คนที่อยู่ในกรอบที่มีการจ้างงาน เช่น พนักงานโรงแรม มัคคุเทศก์ พนักงานร้านอาหาร ฯลฯ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เจ้าหน้าที่ศุลกากร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของการทำอากาศยาน ตำรวจ และ คนไทยทั่ว ๆ ไปที่ประกอบอาชีพอิสระและมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น แม่ค้า-พ่อขาย คนให้บริการนวด ช่างเสริมสวย ฯลฯ การศึกษานี้ต้องการจะค้นหาว่าในความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมมีอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้คนทั้งสองกลุ่มนี้สามารถสื่อสารกันได้อย่างราบรื่น มีความพึงพอใจและประทับใจต่อกัน และในทางตรงกันข้ามมีเหตุ-ปัจจัยอะไร บ้างที่เป็นอุปสรรค หรือปัญหาของการสื่อสารที่ทำให้เกิดช่องว่างของการสื่อสารระหว่างคนสองกลุ่มนี้ ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้จะนำมาอภิปรายสรุป และเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้แก่คนไทยในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการบริการและเพื่อพัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

สิ่งที่ได้พบจากการศึกษาครั้งนี้สามารถแยกอภิปรายได้เป็นสององค์ประกอบ คือ องค์ประกอบทางภาษา และ องค์ประกอบทางวัฒนธรรมซึ่งมีมิติของอวัจนกรรม หรือภาษาท่าทางต่าง ๆ ที่คู่สื่อสารใช้ต่อกันรวมอยู่ด้วย ทั้งนี้เพราะอวัจนกรรมในการสื่อสารส่วนใหญ่เกี่ยวเนื่องหรือเป็นผลพวงมาจากวิถีคิด ความคุ้นเคยที่สั่งสมกันมา หรือเรียกได้ว่าอวัจนกรรมทางการสื่อสารผูกโยงอยู่กับวัฒนธรรม

การอภิปรายสรุปนี้จะนำประมวลข้อมูลและบทวิเคราะห์มาเสนอเพื่อตอบปัญหาวิจัยตามกรอบแนวคิดในการศึกษาที่ได้วางแนวทางไว้ ซึ่งได้แก่

1. แนวคิดเชิงบริบทและความหมาย (Context and meaning)
2. แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถของบุคคลในเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-Cultural Competence)
3. แนวคิดทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสาร (Iceberg Theory of Communication)

จากประมวลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้างต้นได้ชี้ให้เห็นอิทธิพลของบริบทและความหมายที่มีผลต่อการสื่อสารทั้งในแง่ของบริบทที่เกิดขึ้นขณะสื่อสารในรูปของอวัจนกรรม อวัจนกรรมและวัฒนธรรม และบริบทอันเนื่องมาจากอิทธิพลของภาษาที่หนึ่งที่ถูกติดอยู่กับความคิดของคู่สื่อสาร อิทธิพลของบริบทและความหมายดังกล่าวส่งผลต่อการสื่อสารทั้งด้านบวกและด้านลบ

#### อิทธิพลของบริบทและความหมายที่มีผลในด้านบวก

คนไทยในภาคการท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มที่มีภาษาไม่มากนักแต่มีความตั้งใจและมีความพยายามที่จะสื่อสารได้ใช้ประโยชน์จากบริบทซึ่งประกอบด้วย เนื้อหา เรื่องราวหรือกิจกรรมที่คุ้นเคย สถานการณ์ และประสบการณ์ที่ผ่านมา ทำความเข้าใจในสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้สื่อสารมา โดยกลุ่มคนไทยเกือบทั้งหมดที่สัมภาษณ์และพบจากการสังเกตมีความเข้าใจในสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดมากกว่าระดับของภาษาที่กลุ่มคนเหล่านั้นมีอยู่ การวิเคราะห์เช่นนี้ได้ใช้แนวเทียบจากระดับภาษาพูดของคนกลุ่มนี้เองซึ่งไม่สามารถจะแสดงออกในหลายสถานการณ์ทั้ง ๆ ที่มีความเข้าใจเมื่อถูกถามเรื่องต่าง ๆ เช่น พนักงานบริการในร้านอาหาร คนให้บริการนวดหลายแห่ง และแม้แต่พนักงานทำความสะอาดที่สนามบินซึ่งโดยอาชีพแล้วอาจคาดเดาว่าไม่น่าจะมีภาษาเลย แต่จากการสังเกตตอนที่คนเหล่านี้หันไปพูดภาษาไทยกับเพื่อน

ชี้ชัดว่าเขาเข้าใจแต่ตอบกลับไม่ได้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่สองก็ยืนยันในเรื่องนี้ในการสัมภาษณ์คนไทยจำนวนมากก็บอกว่ามีความมั่นใจในการฟังมากกว่าการพูด เมื่อเทียบกับคนที่เรียนภาษา เช่น กลุ่มนักศึกษาของคณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต หรือคนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศต่าง ๆ ไป จะมีความสามารถในการฟังน้อยกว่าความสามารถในการพูด ในด้านการสอนภาษาต่างประเทศและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมก็มีความเชื่อกันว่าคนเราจะมีความสามารถในการฟังน้อยกว่าความสามารถในการพูด “Most of us are not very effective listeners...” (Rogers และ Steinfatt, 1999 หน้า 157) การที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตมีความสามารถในการฟังที่สูงกว่าที่ควรจะเป็นน่าจะเป็นเพราะกลุ่มคนเหล่านี้ได้ใช้ประโยชน์จากบริบทเพื่อรับความหมายจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดมาและช่วยให้การสื่อสารที่นำจะมีปัญหาอันเนื่องจากความไม่พร้อมทางภาษาดำเนินไปได้

ในด้านของการพูดและการแสดงออกทางอวัจนภาษาและวัฒนธรรม คนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่มีภาษาน้อยหรือแทบจะไม่มีเลยก็สามารถใช้ประโยชน์จากบริบทและความหมายในการสื่อความผ่านไปยังนักท่องเที่ยวได้โดยการใช้บริบทที่เหมาะสม เช่น บริบทของงานในอาชีพ ดังบางตัวอย่างที่พบ เช่น คนขับรถรับจ้างสามารถถามนักท่องเที่ยวได้ว่า You like Taxi หรือคนขับรถสองแถวที่ใช้สถานที่ที่เป็นบริบทในการสื่อสาร เช่น Rawai? และด้วยธรรมชาติของการที่ได้ยินได้ฟังการใช้ภาษาอังกฤษอยู่รอบตัวทำให้ทราบว่าการถามจะต้องทำเสียงสูงในท้ายประโยค คนขับเรือก็ใช้บริบทของการนั่งเรือในการสื่อสารทำความเข้าใจ เช่นเดียวกับคนที่ให้บริการนวดและที่ประกอบอาชีพอิสระอีกหลายคนก็ได้นำเสนอไว้ในประมวลข้อมูล ความสามารถในการใช้บริบทนี้ถ้าใช้แนวคิดเกี่ยวกับ High context ของ Hall เป็นแนวเทียบ จะเห็นว่าลักษณะอาชีพและสิ่งแวดล้อมรอบตัวในขณะที่มีการสื่อสารเป็นบริบทซึ่งช่วยให้ภาษาที่คนไทยบางกลุ่มไม่ได้มีมากนักสามารถถูกใช้ในศิลปะสานเชื่อมโยงไปยังความหมาย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวได้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในภูเก็ตไม่มีลักษณะที่ยึดติดกับสิ่งที่ตนเองคุ้นเคย (ethnocentrism) มากจนไม่พยายามทำความเข้าใจกับลักษณะการสื่อสารของคนไทยที่มีข้อจำกัดของภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่าง ส่วนมากพยายามที่จะเข้าใจและชื่นชมความพยายามที่จะสื่อสารของคนไทย ลักษณะเช่นนี้ได้รับการยืนยันจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยเฉพาะผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่ 2 ที่บอกว่าเมื่อไรที่เห็นว่าคนไทยพยายามจะสื่อสารก็เป็นสิ่งที่น่าพอใจไม่จำเป็นต้องมีความสมบูรณ์มากนัก นักท่องเที่ยวหลายคนบอกว่าเขามาเที่ยวไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเรียกหาภาษาที่สมบูรณ์แบบ บางคนยังบอกด้วยซ้ำไปว่าการที่คนไทยพูดภาษาไม่ดีมากนักทำให้เขารู้สึกถึงความมีเสน่ห์ของการท่องเที่ยวรู้สึกว่าการกำลังอยู่ต่างประเทศ อย่างไรก็ตามเสียงเหล่านี้เป็นข้อมูลจากนักท่องเที่ยวส่วนน้อยในขณะที่เสียงสะท้อนของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ยังคงบ่งชี้ว่าถ้าภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวดีกว่านั้นก็ทำให้การท่องเที่ยวเมืองไทยน่าจะคึกคักมากขึ้นโดยเฉพาะในแง่ของการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตไทยที่ไม่สามารถจะพบได้จากการอ่านหนังสือ

ในกลุ่มของคนที่มีภาษาดีอยู่แล้วก็ได้พบว่า บริบทและความหมายยังมีส่วนช่วยส่งเสริมให้การสื่อสารลื่นไหลและสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นเพราะคนกลุ่มนี้นอกจากจะใช้ประโยชน์จากบริบท และประสบการณ์ที่ได้จากการทำงานในภาคการท่องเที่ยวแล้วยังสามารถเชื่อมโยงภาษา ท่าทาง วัฒนธรรมทั้งของตนเอง เช่นน้ำใจไมตรี ความยิ้มแย้มแจ่มใส และลักษณะที่ได้พบเห็นจากวัฒนธรรมของคู่สื่อสารมาผสมผสานกันในการสื่อสารได้อย่างดีโดยไม่ผูกติดอยู่กับบริบทและสิ่งต่าง ๆ ที่ตนคุ้นเคยอยู่เท่านั้นแต่กลับใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมของคู่สื่อสารมาสร้างความหมายในการสื่อสาร เช่นเจ้าของร้านอาหารที่บอกว่าเมื่อนักท่องเที่ยวสื่อสารในสิ่งที่ไม่เหมาะสม เช่น ตบศีรษะ เขาก็บอกว่า “พีไม่ถือเพราะเขาไม่รู้ มันไม่ใช่วัฒนธรรมของเขา ที่จะอธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบเพราะพี่อยากให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับบ้านเมืองของเรา” เรียกว่าเป็นผู้ที่สามารถหาความเกี่ยวเนื่องของวัฒนธรรมมาผูก

โยงกับบริบทของการสื่อสารซึ่ง Herskovits (1973) Rogers และ Steinfatt (1999) เรียกว่า “cultural relativism” หรือมี “ethnography of speaking” ตามแนวคิดของ Spolsky (1998) คือใช้บริบทที่นักท่องเที่ยวทำสิ่งที่ไม่เหมาะสมเป็นสถานการณ์ที่ทำให้เขาได้มีโอกาสสื่อเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แตกต่างกับคู่สื่อสาร

นอกจากนี้ยังมีข้อที่น่าสังเกตจากการศึกษาวิเคราะห์ในบทที่ 4 ว่ากลุ่มคนไทยที่ใช้ภาษาคอนข้างดีสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในวัฒนธรรมเดิมของตน เช่น การไหว้ การยิ้ม ความสุภาพและมีมารยาท ความมีน้ำใจ ความอดทน ผสมผสานกับบริบทในวัฒนธรรมของคู่สื่อสาร เช่น การที่ตัวแทนท่องเที่ยวมีการนัดหมายก่อนที่จะพบนักท่องเที่ยว การเปิดการสื่อสารโดยการสอบถามความพร้อมของคู่สื่อสาร แบบแผนการทักทายและการลาที่มีวัจนกรรมของไทยคือ ไหว้ประกอบกับวัจนกรรมในภาษาอังกฤษคือ การพูดทักทาย หรือ แสดงความปรารถนาดีก่อนลาจาก การให้ความสำคัญกับการรักษาระยะห่างโดยพยายามสังเกตทำที่ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยว ฯลฯ

ผลของการใช้ประโยชน์จากแนวคิดเกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมในบริบทและความหมายของการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีวัฒนธรรมหลากหลายยังสามารถนำไปเชื่อมโยงกับเหตุ-ปัจจัยสำคัญของการสื่อสารคือ การถ่ายโอนภาษาและวัฒนธรรม

ในด้านของนักท่องเที่ยวได้พบว่านักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างจะมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและคุ้นเคยกับการสื่อสารกับคนต่างชาติยังมีการนำบริบทของการใช้ภาษาแบบไทย ๆ ไปปรับใช้ในการสื่อสารกับคนไทยที่เป็นคู่สื่อสาร กล่าวคือใช้ภาษาในลักษณะที่คิดถึงคนฟังที่ Spolsky (1998) เรียกว่า “audience design” เช่นที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่งคุยกับคนให้เช่ารถที่หาดกะรนว่า “Today free because no sun.” โดยที่พยายามปลดกฎเกณฑ์ของภาษาออกเกือบทั้งหมดและพยายามใช้ภาษาที่มีลักษณะใกล้เคียงกับภาษาของคู่สื่อสาร

#### อิทธิพลของบริบทและความหมายที่มีผลในด้านลบ

ในขณะที่คนไทยทั้งกลุ่มที่สื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยภาษาอังกฤษได้ดีและพอประมาณตลอดจนกลุ่มที่ภาษาน้อยจนแทบไม่พอที่จะสื่อสารใช้ประโยชน์จากบริบทและความหมายจนช่วยให้การสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเป็นที่เข้าใจกันได้ คนไทยบางกลุ่มกลับไม่ใช้ประโยชน์จากแนวคิดนี้ แม้บริบทและความหมายเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องเรียนรู้ แต่บริบทและความหมายก็มีบางส่วนซึ่งทุกคนสามารถใช้สามัญสำนึกสังเกตได้โดยไม่ต้องเรียนรู้ เช่น การรบกวนนักท่องเที่ยวให้ชื่อของหรือชื่อบริการ คนที่รับเช่าสามารถสังเกตเห็นเจ้าของคู่สื่อสารได้ว่าเขาพอใจหรือไม่ ถ้าเพียงแต่จะสังเกตและไม่กังวลกับผลทางรายได้มากจนเกินไป

อีกส่วนหนึ่งที่นับว่าเป็นการใช้บริบทและความหมายในด้านลบ คือ การพยายามทำความเข้าใจกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด คนไทยในภาคการท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่ไม่มีความสามารถในการใช้บริบทและความหมายเพื่อเอื้อประโยชน์ในการสื่อสาร เช่น ในการฟัง คนที่ไม่ใช้ประโยชน์จากบริบทจะพยายามหาความหมายจากระดับคำหรือภาษาล้วน ๆ โดยไม่นำไปผูกโยงกับความหมายอื่น ๆ ที่ล้อมรอบอยู่ ตัวอย่างที่พบจากการสังเกตเช่นเมื่อผู้วิจัยยกขวดโคคาโคลาที่ไม่เย็นขึ้นมาแล้วถามว่ามีที่เย็นกว่านี้ไหมโดยการชี้ไปที่ขวดอื่นที่เย็นกว่า คนไทยที่เป็นเจ้าของตู้แช่ก็ได้แต่บอกราคาโดยไม่เฉลียวใจว่าคู่สื่อสารได้แสดงอาการรับรู้ราคาแล้วแต่ทำไมจึงยังคงถามต่อโดยที่ยังคงชี้ไปที่ขวดเดิมเป็นต้น สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ปิดกั้นความหมายจากบริบทและไม่นำแนวคิดนี้มาเอื้อประโยชน์ในการสื่อสาร คือ การเตรียมคำตอบไว้ล่วงหน้า เรียกว่า “script-write”

ในฐานะของผู้ส่งสารก็เช่นกันคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ไม่ใช้บริบทการสื่อสารเมื่อพูดอะไรออกไปแล้วก็ไม่สังเกตว่านักท่องเที่ยวเข้าใจหรือไม่ แม้นักท่องเที่ยวถามกลับมาอีกว่าไม่เข้าใจก็ยังคงพูดเหมือนเดิม ใช้สำนวนเดิม ใช้ความเร็วเท่าเดิม เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองก็ได้พูดถึงประเด็นนี้เช่นกัน ส่วนนี้พาดพันกับส่วนที่เป็นกลยุทธ์ซึ่ง

ได้วิเคราะห์ไว้ในส่วนของวิชาภาษาด้วยคือ นอกเหนือจากไม่เข้าใจสังเกตโดยการปรับบริบทมาให้มีความหมายเพื่อความเข้าใจแก่ตนเองแล้ว ยังไม่มีความสามารถในการใช้กลยุทธ์เพื่อการสื่อสารทำให้คู่สื่อสารเข้าใจอีกด้วย ทำให้มีอุปสรรค (noise) ของการสื่อสารในทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น ด้านวิชาภาษา อวัจนภาษา หรือวัฒนธรรม อุปสรรคในด้านวิชาภาษา ตัวอย่างเช่น ไม่สามารถที่จะบอกแม้ความรู้สึกอัดอั้นคับข้องใจของตนเองออกไปได้เมื่อถูกกลอนลาม หรือไม่สามารถหาถ้อยคำที่เหมาะสมมาใช้อธิบายแก่นักท่องเที่ยวได้เมื่อถูกนักท่องเที่ยวพูดจาดูหมิ่นเหยียดหยาม คนไทยที่เผชิญปัญหาทำนองนี้จึงมีการสื่อสารเป็นสองทาง คือ บางคนสื่อในลักษณะที่กระบวนการทางจิตวิทยาเรียกว่า “การผลักดัน” (Faerch และ Kasper, 1984) ซึ่งออกมาในรูปของการเผชิญหน้ากับคู่สื่อสาร เช่น การที่ตำรวจฝ่ายตรวจคนเข้าเมืองพูดใส่หน้านักท่องเที่ยวว่า “You bad man.” หรือ เจ้าของร้านซักรีด พูดใส่หน้านักท่องเที่ยวที่มีปัญหาว่า “Why you come to Thailand/ Why don't you live in your country? I don't like what you say. I'm Thai.” ในขณะที่บางคนสื่อสารด้วยการหลีกเลี่ยงเพราะมีอุปสรรคทั้งในด้านวิชา และอวัจนภาษาคือไม่ทราบจะพูด หรือ ทำท่าทางอย่างไรให้นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นคู่สนทนาทราบหรือไม่พอใจ และอุปสรรคสุดท้าย คือ อุปสรรคด้านวัฒนธรรม ซึ่งในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับแนวคิดแบบ ethnocentric ด้วยคือติดยึดกับวัฒนธรรมไทยที่คิดว่าไม่ควรแสดงความไม่พอใจออกมา โดยเฉพาะเมื่อความไม่พอใจนั้นต้องแสดงต่อลูกค้า อีกส่วนหนึ่งที่เห็นได้ชัดเจนจากการศึกษาคือ คนที่ยึดติดกับวัฒนธรรมของตัวเองหรือไม่มีโอกาสศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมหรือวิถีคิดของคู่สื่อสารจะมีวิถีคิดต่อการจัดการกับปัญหาและความไม่พอใจ โดยมองออกไปจากแนวคิดของตน (ethnocentrism) กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวปฏิบัติตัวไม่ถูกต้องก็ได้แต่คิดด้วยความหงุดหงิดใจว่า นักท่องเที่ยวไม่สุภาพ ก้าวร้าว มองท่าทางของนักท่องเที่ยวในลักษณะที่คิดว่าเขากลัวว่าคนไทยจะเอาเปรียบ เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ดีไม่เคารพกฎเกณฑ์ โดยขาดความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวกำลังอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ต่างออกไปอาจมีความเข้าใจผิด หรือกังวล หรือเครียดที่จะต้องพบคนที่สื่อสารกันไม่ได้ คนที่มีลักษณะนิสัยแตกต่างจากที่เขาคุ้นเคย ควรพยายามหาทางสื่อสารด้วยความเข้าใจและชี้แจงเท่าที่จะทำได้ซึ่งอาจจะใช้อวัจนภาษาเข้าช่วย เมื่อฝ่ายที่เป็นเจ้าบ้านไม่มีการสื่อสาร ไม่มีการบอกกล่าว การสื่อสารก็ขาดตอนสิ่งที่หงุดหงิดใจจากนักท่องเที่ยวก็ยังคงดำเนินต่อไปโดยไม่มีอะไรดีขึ้น

ในส่วนของนักท่องเที่ยวเองก็มีไม่น้อยที่ไม่รับความหมายจากบริบท และไม่มีมุมมองสำหรับวัฒนธรรมที่แตกต่าง (Cultural Relativism) นักท่องเที่ยวเหล่านี้มักจะใช้ความนึกคิด ความคุ้นเคยจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของตัวเองติดมาในระดับที่ค่อนข้างสูงในการท่องเที่ยวไปที่ใดก็ตาม เช่นนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจเมื่อพนักงานบริการในร้านอาหารนำใบเสร็จรับเงินไปให้ฝ่ายชายแทนที่จะให้เขาซึ่งเป็นคนขอ หรือ ใช้อวัจนกรรมของการโอบกอดหรือเข้าถึงเนื้อตัวกับคนไทยโดยเฉพาะผู้หญิง สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารมากขึ้นถ้าเผชิญมาที่มีประสบการณ์ที่ไม่ดีจากคนไทยบางส่วน นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะไม่พยายามสื่อสารถามไถ่สิ่งที่อยู่ในใจกับคนไทยให้รู้เรื่องได้แต่พวกเขาความไม่เข้าใจไว้กับตน เช่นเมื่อเห็นคนไทยยิ้มแปลก ๆ ก็ระแวงว่ามีอะไรอยู่ในใจ

นอกจากนี้อิทธิพลด้านลบในการสื่อสารความหมายอีกด้านหนึ่งน่าจะมีเหตุมาจากลักษณะที่ “ถือเขา ถือเรา” ที่ Sumner (1906 อ้างใน Rogers และ Steinfatt, 1999 หน้า 44-48) เรียกว่า Ethnocentrism คือไม่ยอมรับสิ่งต่าง ๆ ที่ถือถือว่าเป็น “outgroup” การสื่อสารลักษณะนี้สำหรับกลุ่มคนไทยในภาคการท่องเที่ยวได้พบค่อนข้างมากในกลุ่มของเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เจ้าหน้าที่ศุลกากร และตำรวจ ที่มีแนวโน้มในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการและบรรทัดฐานของความเชื่อและค่านิยมที่ตนเองคุ้นเคย ในส่วนนี้นักท่องเที่ยวได้พบในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งที่ค่อนข้างมีเงิน และนักท่องเที่ยวที่ต้องระมัดระวังในการใช้จ่ายเงิน (budget tourists) ซึ่งไม่ว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหนก็มีแนวโน้มที่จะใช้ระบบคิดแบบ “ingroup” คือยอมรับแนวคิดและการประพฤติปฏิบัติแบบของตัวเอง ได้นำโลกของตัวเองติดไปในการ

ท่องเที่ยวทุกหนทุกแห่ง และถือเอาการท่องเที่ยวเป็นการเปลี่ยนสถานที่ มิใช่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ คนกลุ่มนี้ค่อนข้างจะมีอุปสรรคในการสื่อสารกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะ ethnocentric แยกออกได้เป็นสองประเภท ประเภทแรกมักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ร่ำรวยซึ่งมักจะเลือกใช้บริการ “ระดับบน” คือใช้บริการของบริษัทที่มีประสบการณ์มากและแพง มีความคาดหวังกับบริการระดับคุณภาพ มักคาดหวังที่ดูแลจึงต้องมีความรู้และสื่อสารได้ดี แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ขาดไปคือความหลากหลายของการสื่อสารที่จะได้พบได้เห็น ขาดโอกาสที่จะได้สัมผัสกับ “วัฒนธรรมขนานแท้” ในบ้านเมืองที่ไปท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยว “มืออาชีพ” หลาย ๆ คนถือเป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะ ethnocentric อีกประเภทหนึ่งคือ budget tourists ซึ่งมักจะมาคู่กับ “budget language” กล่าวคือมีภาษาน้อยและกลัวที่จะต้องสื่อสารโดยตรงกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมักจะซื้อทัวร์และมากันเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ใช้ชีวิตอยู่ในกลุ่มของตัวเอง เลือกทำกิจกรรมที่เป็น ‘ingroup’ คือทำในสิ่งที่กลุ่มของตนเองคุ้นเคยนักท่องเที่ยวประเภทนี้แท้จริงแล้วเป็นกลุ่มที่มีผลต่อการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวของภูเก็ตมาก ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวจากไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ทางตะวันตก คืออิตาลี

แนวคิดในเรื่องของบริบทและความหมายของ Hall (1966 และ 1989) เกี่ยวกับ High Context และ Low Context ก็มีนัยสำคัญมากในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม Bennett (1998 หน้า 17) ได้นำมาขยายต่อ โดยใช้แนวคิดสมัยใหม่ของยุคคอมพิวเตอร์เข้าไปวิเคราะห์ลักษณะของการสื่อสารในกลุ่มคนที่มีภาษาและลักษณะการสื่อสารแบบ “สุดขั้ว” คือขั้วหนึ่งมีวิธีการสื่อสารที่ตรงไปตรงมาชัดเจนเป็นระบบในขณะที่ยกขั้วหนึ่งมีวิธีการสื่อสารที่ “ละไว้ในฐานที่เข้าใจ” สังคมและวัฒนธรรมที่สื่อความแบบตรงไปตรงมาโดยไม่ต้องใช้บริบทเป็น “นัย” ให้คู่สื่อสารต้องคิดมากนัก เช่น สังคมตะวันตกจะมีลักษณะภาษาแบบ “digital” ในขณะที่สังคมตะวันออกซึ่งมีลักษณะการสื่อสารที่ใช้ความหมายโดยนัยเป็นส่วนมาก แบบที่ Hall นิยามว่าเป็น “High Context” มีลักษณะภาษาแบบ “analogue” Bennette ได้อธิบายความคิดนี้ว่า กลุ่มที่มีภาษาแบบ “digital” หรือ “Low Context” เช่นกลุ่มคนที่ใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาเยอรมัน จะแยกความรู้สึก ความคิด ความอ่านออกเป็นสองทางอย่างชัดเจน ทางหนึ่งเป็นรูปธรรม และอีกทางหนึ่งเป็นนามธรรม และมีศัพท์สำหรับแต่ละอย่างไว้ครบถ้วนชัดเจน ซึ่งตรงกันข้ามกับลักษณะภาษาแบบ “analogue” ที่มีการสื่อสารแบบ “High Context” เช่น คนที่ใช้ภาษาญี่ปุ่น ผู้สื่อสารจะต้องพยายามสื่อและรับความหมายโดยนัยเองจากการสื่อสารว่ามีลักษณะการพูดอย่างไร ใครพูด พูดกับใคร พูดที่ไหน ในกาลเทศะใด เป็นต้น (“Some languages put more emphasis on the *digital* quality than others. English, for instance, is strongly digital in the way that it divides continua of human feeling and thought into discrete, abstract categories, providing speakers with many words to name particular affective and cognitive states. In contrast, Japanese is a more *analogic* language. It demands that its speakers imply and infer meaning from the context of relatively vague statements – the way it is said, by whom, to whom, where, and what time, and just before or after what other statement.”)

ถ้าใช้คำอธิบายข้างต้นเป็นแนวเทียบ ภาษาไทยก็นับว่าเป็นภาษาแบบ “analogue” คือมีลักษณะของการสื่อสารในแนวทางเดียวกับภาษาญี่ปุ่น ซึ่งให้ความสำคัญกับบริบทมากแต่เป็นบริบทที่มีวงขอบค่อนข้างจะกว้างและมีความยืดหยุ่นสูง มีลักษณะที่คู่สื่อสารต้องอนุมานเอาเอง ในการศึกษาได้พบว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวบางคน บางกลุ่ม มีแนวโน้มที่จะ ถ่ายโอนลักษณะภาษาและการสื่อสารแบบนี้ไปใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งถ้านำไปใช้กับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการสื่อสารแบบ High Context หรือ แบบ analogue ด้วยกันก็อาจไม่เป็นปัญหามากนัก แต่เมื่อไรที่นำลักษณะการสื่อสารแบบนี้ไปใช้กับนักท่องเที่ยวที่มีการสื่อสารแบบ Low Context หรือ digital ก็



เกิดปัญหาขึ้นได้ เช่น การที่เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองยื่นมือไปรับเอกสารจากคนเดินทางเข้าเมืองโดยไม่พูดจาอะไร การที่คนไทยบางคนไหว้โดยไม่พูดอะไรเพิ่มเติม การที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนยานยนต์ผู้หนึ่งใช้วิธีการเตือนชาวต่างชาติ เมื่อกรอกแบบฟอร์มผิดโดยการตีที่แขน แทนการ พูดอธิบาย การที่ตำรวจ นายหนึ่งใช้วิธีตีขานักท่องเที่ยว เพื่อบอกว่าการนั่งโดยเอาขาพาดโต๊ะ ไม่สุภาพ การปล่อยให้รอในหลายสถานการณ์โดยที่ไม่มีคำอธิบาย การสื่อสารเหล่านี้เป็นเพียงบางตัวอย่างที่ยกมาจากหลาย ๆ ตัวอย่างที่พบ โดยที่คนไทยคิดว่าการสื่อสารด้วยวิธีนั้นไม่มีบริบทชัดเจนในตัว ความหมายอยู่แล้ว แต่สำหรับนักท่องเที่ยวความหมายที่สื่อเพียงเท่านั้นไม่พอ ยิ่งถ้าเป็นการสื่อสารด้วยวัจนกรรมที่ไม่เหมาะสมเช่น ตีขา หรือตีแขน และสีหน้าก็อาจจริงใจด้วยแล้วจึงจะทำให้เกิดความไม่เข้าใจต่อกันมากยิ่งขึ้นเพราะต่างฝ่ายต่างตีความในบริบทและความหมายของตัวเอง สำหรับการสื่อสารโดยการยื่นมือไปรับเอกสารโดยไม่มีรอยยิ้ม ความหมายอาจไม่เป็นปัญหา แต่เป็นการสื่อสารที่ไม่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยที่คนไทยที่สื่อสารเช่นนั้นมองว่าเป็นการกระทำที่ชัดเจนพอแล้ว เนื่องจากเป็นการปฏิบัติหน้าที่การยื่นมือไปขอรับเอกสารมาตรวจ ถือว่าเป็นการสื่อความในหน้าที่โดยสมบูรณ์แล้ว แต่ในมาตรฐานของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมผู้ที่สื่อความหมายจะต้องคำนึงถึงคู่สื่อสารและแนวการสื่อสารซึ่งถือกันว่าเป็นวัฒนธรรมสากลด้วย ในกรณีนี้มาตรฐานที่เป็นแนวปฏิบัติสากลควรจะตั้งมีวัจนกรรมคู่เคียงกับวัจนกรรมของการยื่นมือไปรับเอกสารด้วย อาจเป็นการพูดง่าย ๆ สั้น ๆ เช่น Passport, please. หรือแม้เพียงการส่งสายตาไปยังหนังสือเดินทางยื่นต้อนรับและพูดง่าย ๆ สั้น ๆ ว่า Please เพียงคำเดียวก็ถือเป็นการสื่อสารที่สมบูรณ์ สุภาพ มุ่งประกอบของการสื่อสารครบถ้วน ทั้งวัจนกรรม (Please) อวัจนกรรม (การใช้สายตาและการยื่นมือไปรับ) และวัฒนธรรมคือ การยิ้มต้อนรับแบบไทย ๆ

สรุปภาพรวมของแนวคิดในกรอบของบริบทและความหมายในการสื่อสารระหว่างคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ในการศึกษาวิจัยนี้ส่วนของวัจนกรรม คือการใช้ภาษา ได้แก่ การสื่อหรือรับสาร ในบริบทต่าง ๆ ถ้าใช้ประโยชน์จากแนวคิดนี้ก็จะเห็น “คุณ” ต่อการสื่อสาร ในทางตรงกันข้ามถ้าไม่รู้จักประยุกต์แนวคิดนี้เข้ากับการสื่อสารก็จะได้อะไรที่ไม่ถูกต้องกับสถานการณ์ทำให้ความหมายแปรเปลี่ยน ส่วนของอวัจนกรรม ได้แก่ ภาษาท่าทาง เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีมิตรไมตรี ฯลฯ ซึ่งคู่สื่อสารอาจจะมองเห็นกันได้แต่การจะรับความหมายที่แท้จริงหรือเข้าใจสาเหตุของสิ่งที่สื่อออกมาจะต้องผูกโยงกับประสบการณ์ และ ความเข้าใจพื้นฐานของวิถีชีวิต หรือต้องเชื่อมโยงสถานการณ์ต่าง ๆ แวดล้อมเพื่อรับความหมายที่ชัดเจนจากการสื่อสารในส่วนนี้ ในส่วนของวัฒนธรรมต้องมีศิลปะและวิธีการในการใช้บริบทเพื่อรับ และส่งความหมายให้ถูกต้อง ชัดเจน และก่อให้เกิดความประทับใจและความรู้สึกที่ดีต่อกันในระหว่างคู่สื่อสาร

### แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-Cultural Competence)

คนที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่น หรือสามารถเอาชนะอุปสรรคได้ไม่ว่าจะมีภาษาน้อยเพียงใดก็ตามคือคนที่รู้จักที่จะถ่ายโอนภาษาและวัฒนธรรมของตนเองมาใช้ในการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ในระดับที่เป็นความคิดรวบยอด (concept) และ ความเข้าใจ (perception) ซึ่งหมายถึงว่าจะต้องเข้าใจว่าการนำความคิดหรือภาษาของไทยไปใช้ในบริบทของภาษาอังกฤษต้องเป็นการใช้อย่างสมจริง คนที่มีประสบการณ์ผนวกกับการมีนิสัยเป็นคนช่างสังเกตและเรียนรู้ เช่น พนักงานดูแลความปลอดภัยของโรงแรมแห่งหนึ่งที่หาดโนหาน หรือเจ้าของร้านอาหารในเมืองภูเก็ต ซึ่งเป็นเพียงบางตัวอย่างจากหลาย ๆ ตัวอย่างที่นำเสนอไว้ในประมวลข้อมูลได้แสดงให้เห็นถึงการถ่ายโอนความมีน้ำใจจากวัฒนธรรมไทยเข้าไปผนวกกับบริบทที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมสากล เช่น การรักษาระยะห่างที่พอประมาณกับนักท่องเที่ยว หรือตัวอย่างของพนักงานขายของร้านขายของที่ระลึกที่ทำอากาศยานภูเก็ที่ถ่ายโอนการทักทายจากวัฒนธรรมไทยไปใช้ในบริบทที่เหมาะสมในการทำงาน เช่น เมื่อไรที่จะทักทายด้วยการไหว้และเมื่อไรควรใช้เพียง

วัฒนธรรมของการทักทายแบบสากล มีความสามารถในการเลือกที่จะไม่ถ่ายโอนวัฒนธรรมนี้ในทุกกรณี เป็นต้น

จากข้อมูลและบทวิเคราะห์จะเห็นว่าคนไทยในภาคการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและแต่ละบุคคล มีความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคมในการสื่อสารแตกต่างกัน ความแตกต่างกันนั้นบางส่วนก็มาจากสาเหตุที่เป็นลักษณะรวมคือการขาดโอกาสทางการศึกษาและการอบรม แต่ถ้ามองให้ลึกซึ้งแล้วจะพบว่า การขาดโอกาสดังกล่าวมิใช่เหตุ-ปัจจัยทั้งหมดของความสามารถที่คนไทยจะสื่อสารกับนักท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าคนไทยบางคนแม้ไม่มีโอกาสทางการศึกษาก็ยังพอจะสื่อสารได้เช่น กลุ่มที่จัดไว้ในระดับความสามารถพอประมาณ ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีทักษะเชิงสังคมที่เรียกได้ว่าเป็น “พรสวรรค์” ซึ่งเป็นองค์ประกอบอยู่ในตัวบุคคล ที่ Chen และ Starosta (1998) เรียกว่า “inherent” หรือ “traits” ประกอบกับความพยายามในการที่จะสังเกตและเรียนรู้สิ่งต่างจากสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวรอบตัวที่อาจเรียกได้ว่าเป็น “พรแสวง” (“learned abilities” หรือ “states”) พยายามแสวงหาวิธีที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจนได้ เช่น การใช้รูปภาพและท่าทางประกอบการอธิบายซึ่งเป็นการสื่อสารโดยใช้อวัจนภาษาเข้าช่วย ความพยายามในการสื่อสารทำนองนี้ในบทวิเคราะห์ของมิติทางวัฒนธรรมเรียกว่าการใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสาร ในทางวัฒนธรรมซึ่ง Bennett (1998) นำเสนอไว้คือ ส่วนที่เป็น “subjective culture” ในตัวคน คือ สื่อความคิด ความเชื่อ หรือ ค่านิยมต่าง ๆ ที่มีอยู่ผ่านทางการใช้ภาษาจริง ๆ (Language Use) มากกว่าที่จะคำนึงถึงโครงสร้างของภาษา (Linguistic Structure) คนไทยที่มี subjective culture จะมีทัศนคติที่ดีต่อคู่สื่อสารโดยมีความพยายามและความกระตือรือร้นที่จะให้คู่สื่อสารเข้าใจสิ่งที่ต้องการจะพูด

ส่วนของความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคมเห็นได้ค่อนข้างชัดเจนจากแนวคิดเกี่ยวกับ Intercultural Communication Competence ของ Chen และ Starosta (1998) ที่ได้นำเสนอไว้ในบทที่ 1 ข้อมูลที่นำเสนอในบทที่สามและในการวิเคราะห์ตอนหนึ่งของบทนี้ พอจะแยกระดับความสามารถคนไทยในภาคการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดนี้ได้เป็นสองกลุ่มคือ

**กลุ่มที่มีโอกาสทางการศึกษาอบรม** คนในกลุ่มที่มีโอกาสในทางการศึกษา หรือมีโอกาสได้รับการอบรมในการใช้ภาษาซึ่งมีระบบการเรียนที่ผนวกมิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม หรือเน้นกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง จะเป็นกลุ่มคนที่สามารถพัฒนาความสามารถเฉพาะตนได้เร็ว และเรียนรู้ที่จะเติมความรู้ให้แก่ตนเองจากการที่ได้มีโอกาสพบคนต่างชาติต่างภาษาในการทำงาน หนึ่งในหลาย ๆ ตัวอย่างจากข้อมูลคือ ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว (Tour Representative) ซึ่งมีโอกาสศึกษาจนถึงระดับปริญญาตรี มีฐานของภาษาจากสถานศึกษาได้ผนวกโอกาสทางการศึกษาเข้ากับบริบทของหน้าที่การงานและความสามารถในตัวเอง เพิ่มทักษะการสื่อสารจากประสบการณ์ในการทำงาน โดยบอกว่า “ผมเรียนรู้ทุกวันโดยการพบนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศต่าง ๆ กัน แต่ส่วนมากมาจากยุโรป เรียนรู้จากเขา ดูว่าเขาพูดอย่างไร มีวิธีการทบทวนสิ่งที่พูดมาอย่างไร” เขาได้พูดถึงลักษณะการสื่อสารของคนอังกฤษมากเป็นพิเศษว่ามีระบบการสื่อสารที่ดี ทวนสิ่งที่พูดชัดเจน เขาจึงจดจำวิธีการดังกล่าวไปใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ในส่วนของวุฒิภาวะทางจิตใจ (Psychological Adaptation) เขามีความอดทนต่อความกดดันได้ดี ทั้งนี้เพราะการเป็นตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว หมายถึงการที่ต้องดูแลนักท่องเที่ยวระดับบน คือนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างมีเงิน ซึ่งมักเรียกร้องต้องการมากกว่าปกติเพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนเงินที่เขาจ่ายไป คุณสมบัติเหล่านี้เกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็น ความใส่ใจทางวัฒนธรรม (Cultural awareness) คือนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างมีเงินที่มักเกิดมาจากยุโรป เป็นกลุ่มที่มีวิถีชีวิตระบบการกินการอยู่ บรรทัดฐานทางสังคม และการให้คุณค่าของชีวิตค่อนข้างจะต่างจากคนไทย ดังนั้นคนที่ต้องติดต่อสื่อสารกับคนกลุ่มนี้จะต้องทราบดีว่าเขากำลังติดต่อสื่อสารอยู่กับกลุ่มที่เรียกว่า “heterophily” คือคนที่มาจากวัฒนธรรมที่ต่างกับเรา ตัวแทนท่องเที่ยวคนนี้ต้องอดทนและต้องเรียนรู้ในการแก้ปัญหาให้ถูกทิศทาง เช่นเมื่อนักท่องเที่ยว

พบว่าเขาไม่ได้ห้องตามที่จองมา ถ้ามองจากการอ้างอิงกว้าง ๆ (generalisation) ก็อาจพูดได้ว่าถ้าเป็นคนไทยหรือคนทางตะวันออก ซึ่งนับเป็นกลุ่มที่เรียกว่า “Homophily” คือกลุ่มที่มีลักษณะโดยรวมคล้าย ๆ กันคนไทยอาจจะเพียงบอกให้ทราบว่าได้ห้องพักไม่ตรงกับที่จองไว้ และก็ยอม ๆ ไม่จริงจึ่งถึงกับต้องเปลี่ยนห้อง แต่คนทางยุโรปถือว่าการเรียกร้องให้ได้ห้องพักตามที่จองมาคือความถูกต้องและความยุติธรรมที่เขาควรจะได้รับ เมื่อไม่เป็นไปตามเงื่อนไขจะต้องมีการแก้ปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง อาจจะเป็นการคืนเงิน หรือจัดห้องให้ตรงกับที่บอกไว้ตอนจอง เป็นต้น ในทางวัฒนธรรมคนไทยมีแนวโน้มที่จะคิดว่าคนเช่นนี้เป็นคนเรื่องมากและคนที่ต้องติดต่อด้วยมักจะมีความรู้สึกกดดัน แต่ตัวแทนท่องเที่ยวคนนี้เรียนรู้ที่จะรับและเข้าใจสถานการณ์ หาหนทางแก้ปัญหาโดยการติดต่อไปยังสำนักงานรับรองในกรุงลอนดอน จนสามารถทราบถึงสาเหตุของปัญหาและสามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบได้ในทุกขั้นตอน ทั้งหมดเป็นการสื่อสารที่ต้องทำในกรอบเวลาที่จำกัดในความแตกต่างของวัฒนธรรม ดังนั้นคนที่มีความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงต้องเป็นคนที่มีความอดทนทางจิตใจ ต้องทำงานและสื่อสารในภาวะของความสับสน (frustration) ความกดดัน (stress) ความแปลกแยก (alienation) และ ความไม่ชัดเจน (ambiguity) ได้เป็นอย่างดี

คนที่มีโอกาสทางการศึกษาและมีโอกาสเรียนรู้มาอย่างถูกต้องนอกจากจะมีความสามารถในการสื่อสารที่เพิ่มเติมจากพรสวรรค์แล้ว การเรียนรู้อย่างช่วยเพิ่มทักษะทางการสื่อสารให้แน่นขึ้น มีเนื้อหาทางการสื่อสารมากขึ้น เช่น สามารถพูดได้ทั้งเรื่องงานและที่นอกเหนือจากงาน สามารถบอกเรื่องวิถีชีวิต การประกอบอาชีพ เช่นการทำสวน ยางพารา การประมง การเกษตร ดังที่กล่าวถึงในการวิเคราะห์ มีทักษะทางสังคม (social skills) ทราบว่าตอนไหนควรโอภาปราศรัย ตอนไหนควรแสดงความปรารถนาดี มีความยืดหยุ่นในการสื่อสาร รู้จักที่จะจัดจังหวะจะโคนในการพูดให้เป็นที่น่าสนใจของคู่สนทนา รู้ว่าตอนไหนที่ควรจะไปพูดด้วย ตอนไหนควรปล่อยให้พักอยู่ตามลำพัง มีความเป็นส่วนตัว เหล่านี้เป็นต้น รู้จักที่จะดูแลจัดการให้มีการปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสม เป็นต้น

นอกเหนือจากความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วในด้านภาษาซึ่งใช้แนวคิดทางภาษาศาสตร์สังคม (socio-linguistics) ที่ Spolsky เสนอไว้คือ ต้องเป็นคนที่สามารถเข้าถึงคู่สื่อสารได้ดี มี audience design และ ต้องสามารถที่จะปรับตัวเองเข้ากับคู่สื่อสาร (accommodate) ได้ดีด้วย จากข้อมูลที่ได้นำเสนอและการวิเคราะห์ในตอนหนึ่งก็พบคนไทยที่มีความสามารถในระดับนี้เช่นกัน และได้พบว่าคนกลุ่มนี้เป็นคนที่มีภูมิหลังทางการศึกษามากถูกทิศทางการเรียนในสาขาการให้บริการและได้ผ่านหลักสูตรที่เน้นการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และ การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง (self-study genre)

อย่างไรก็ตามในการศึกษาได้พบว่าแม้คนที่มีโอกาสทางการศึกษา และมีโอกาสในการฝึกอบรม ก็ไม่ได้เป็นสูตรสำเร็จเสมอไปว่าจะสามารถพัฒนาความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคมได้ ทั้งนี้จะมีเหตุ-ปัจจัย ที่เกี่ยวข้องสองประการ คือประการแรก อาจเป็นเพราะหลักสูตร ถ้าหลักสูตรเน้นเฉพาะการสอนภาษา”โดยไม่บูรณาการมิติทางวัฒนธรรม หรือการสื่อสารทางวัฒนธรรมเขาไปด้วยจะทำให้ผู้เรียนได้เฉพาะความรู้ทางภาษา โดยขาดความรู้ความเข้าใจทางวัฒนธรรมและขาดทักษะทางสังคม และถ้าหลักสูตรไม่เน้น การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเองแล้ว การจบการศึกษาคือการจบการเรียนรู้ คนคนนั้นมักไม่มีแนวโน้มที่จะศึกษาสังเกตเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม ที่พบจากข้อมูลคือพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมแห่งหนึ่งที่จบปริญญาตรี เอกอังกฤษ และได้รับการอบรมภาษาเพิ่มเติมโดยทางโรงแรมจัดหาชาวต่างประเทศซึ่งเป็นเจ้าของภาษามาอบรมให้ แต่ไม่สามารถอธิบายเรื่องราวของท้าวเทพกษัตรีและท้าวศรีสุนทรซึ่งเป็นภาพเขียนที่เป็นฉากหลังของที่ที่ยืนทำงานอยู่ทุกวันนี้ได้ ในขณะที่ความสามารถทางภาษาอยู่ในระดับที่สื่อสารได้ดี สามารถพูดเรื่องที่อยู่ในบริบทของการทำงาน สังเกตดูวิธีการบอกทิศทางซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารในหน้าที่ก็ทำได้ดีเป็นระบบ แต่นับว่าขาดความใส่ใจในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง

### กลุ่มที่ไม่มีโอกาสทางการศึกษาอบรม

ถ้ามองจากกรอบแนวคิดของความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคมสามารถแบ่งกลุ่มที่ไม่มีโอกาสทางการศึกษาอบรมออกได้เป็นสองพวก พวกแรกคือ พวกที่มีความพยายามที่จะสื่อสารแม้จะมีข้อจำกัดทางภาษามากเพียงใดก็ตาม และอีกพวกหนึ่งคือพวกที่ไม่มี ความพยายามที่จะสื่อสาร

**กลุ่มที่มีความพยายามที่จะสื่อสาร** ผลจากการศึกษาข้างต้นว่าเป็นคนที่สามารถมองสิ่งรอบตัวและนำสิ่งรอบตัวมาใช้ประโยชน์จากการสื่อสารได้ เช่น เจ้าของร้านอาหารที่เกาะแห่งหนึ่งที่พยายามสื่อความเกี่ยวกับชนิดของอาหารโดยการไปนำอาหารจากครัวมาให้พนักงานที่พูดภาษาอังกฤษ หรือคนนวดที่กมลาที่ใช้วัสดุอุปกรณ์รอบตัวเพื่อที่จะอธิบายการนวด บางคนมีความพยายามมากจนถึงกับนำภาษาไทยไปพูดด้วยสำเนียงภาษาอังกฤษเพื่อที่จะสื่อความให้ได้ เช่นคนขับรถจากสนามบินที่พยายามออกเสียงยางพาราด้วยเสียงขึ้นลงแบบเดียวกับที่ใช้ในภาษาอังกฤษ และผู้หญิงสาวคนหนึ่งซึ่งทำงานอยู่กับบังกะไลเล็ก ๆ แถวหาดราไวย์สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับราคาห้อง และ คำถามอื่นๆของนักท่องเที่ยวได้เป็นคนที่มีความพยายามและมีการเรียนรู้โดยเรียนภาษาอังกฤษจากการทำงาน คือพยายามพูดกับแขกที่มาพัก อย่างไรก็ตามการขาดโอกาสทางการศึกษาทำให้การสื่อสารไปได้เพียงระดับหนึ่งเมื่อถูกถามในเรื่องที่เกินไปจากเรื่องง่าย ๆ ปกติประจำวัน เช่น เรื่องเกี่ยวกับญาติ และลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มาพักก็จะตอบไม่ได้ แต่สิ่งที่เด่นมากคือมีลักษณะของความเป็นไทยมาก เช่น ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัย

ตัวอย่างจากหญิงสาวผู้นี้และจากตัวอย่างของผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่ได้บันทึกไว้ในประมวลข้อมูลและที่พูดถึงในการวิเคราะห์ในบทที่ผ่านมามีให้เห็นว่าแรงจูงใจในรูปแบบต่าง เช่น การเป็นเจ้าของกิจการ หรือได้รับโอกาสจากเจ้าของให้ดูแลกิจการต่าง ๆ เสมือนเป็นของตนเองทำให้คนมีความรู้สึกร่วมในความเป็นเจ้าของ (sense of belongings) คนที่มีลักษณะเช่นนี้มีแรงจูงใจที่จะสื่อสารแม้จะมีข้อจำกัดทางภาษาเนื่องจากขาดโอกาสในการศึกษาแต่คนเหล่านี้มักจะไม่ได้ขาดตนเองออกจากการเรียนรู้ ความตั้งใจและความพยายามที่จะสื่อสาร อาจเป็นแรงจูงใจมาจากอาชีพการงาน คือต้องการสร้างเงินจากงาน หรืออาจมาจากการมีจิตใจบริการ (service mind) ที่มีอยู่ในตัว (Personal attributes) หรือจากทั้งสองอย่างรวมกัน เป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดความสามารถทั้งในเชิงวัฒนธรรมและสังคมในการสื่อสาร

**กลุ่มที่ไม่มี ความพยายามที่จะสื่อสาร** คือกลุ่มคนที่ขาดโอกาสในการศึกษาและตัดตนเองออกจากการเรียนรู้ ไม่มี ความพยายามที่จะสื่อสาร เมื่อไม่เข้าใจสิ่งใดส่วนที่เป็นวัจนกรรมคือการเผชิญหน้าพูดในลักษณะที่เป็นการสื่อสารทางเดียวคือพูดตามที่คิดว่าอยากจะพูดหรืออยากจะตอบโดยไม่ฟังคู่สื่อสาร ภาษาและท่าทางบางครั้งก็ไม่สุภาพ หรืออีกทางหนึ่งคือเลือกใช้อวัจนกรรมที่เสียบเฉยเป็นการตอบกลับ บางคนเลือกการเงียบแล้วไปหาคนอื่นมาสื่อสารแทน ในขณะที่บางคนก็เดินหนีไปเสียบ ๆ จากการศึกษานี้ของ Hall ลักษณะเช่นนี้เป็นรูปแบบของวัฒนธรรมที่มีนัยของการซ่อนเร้น Hall เรียกว่า Tacit-acquired culture ซึ่ง Hall บรรยายลักษณะการสื่อสารที่เป็นผลพวงของวัฒนธรรมในรูปแบบนี้ว่าเป็นการสื่อสารที่เป็นลักษณะของสถานการณ์มากกว่าวัจนกรรม การสื่อสารในรูปแบบนี้เป็นการสั่งสมมาจากสิ่งต่าง ๆ มากมายที่เกิดขึ้นในวงจรชีวิตของเราซึ่งอาจพูดได้ว่าเป็นผลพวงของประสบการณ์หลากหลายที่คนเราสั่งสมมาจากทุกวันของชีวิต (ดูบทที่ 1 หน้า 23)

### แนวคิดทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสาร (Iceberg Theory of communication)

จากประมวลข้อมูลและการวิเคราะห์จะเห็นว่านักท่องเที่ยวและคนไทยในภาคการท่องเที่ยวมีทั้งการสื่อสารที่สามารถเข้าใจและมีประสบการณ์ที่ติดต่อกันและส่วนที่ไม่เข้าใจและมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อกัน แต่ส่วนที่เข้าใจและไม่เข้าใจเหล่านั้นแท้จริงแล้วเป็นเพียงส่วนน้อยที่ปรากฏให้เห็นและได้ยิน มีอีกมากมายหลายส่วนที่ซ่อนอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของผู้สื่อสารที่ไม่แสดงออกมา เมื่อนำแนวคิดของทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสารมาเทียบส่วนที่เห็นและรับรู้ได้

คือส่วนบนของภูเขาน้ำแข็งที่อยู่เหนือน้ำ หรืออาจพูดได้ว่าเป็นส่วนของ พฤติกรรม การสื่อสาร แต่ส่วนของความรู้สึกนึกคิดที่ไม่แสดงออกมาอีกมากมายเป็นส่วนที่ซ่อนอยู่ใต้น้ำ เช่น เมื่อคนไทยให้สัมภาษณ์ว่า เขาชอบเรียกนักท่องเที่ยวว่า “Papa” “Mama” “Boy” “Girl” ฯลฯ และนักท่องเที่ยวก็ไม่เห็นจะว่าอะไร แต่เมื่อนำข้อมูลส่วนนี้มาสอบถามกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลับพบว่าที่จริงแล้วชาวต่างชาติบางคนไม่ชอบและไม่คุ้นเคย และบางคนรู้สึกไม่ดีมากเกินไปจนถึงกับคิดว่า การเรียกเช่นนั้นเป็นการรุกรานเข้าไปในสายเลือด แต่การแสดงออกที่คนไทยรับได้จากการสื่อสารจะไม่พบเห็นส่วนนี้ ส่วนที่ซ่อนอยู่นี้ นักวิชาการทางการสื่อสารจัดว่าเป็นส่วนของภูเขาน้ำแข็งที่จมอยู่ใต้น้ำ และเรียกแตกต่างกันออกไปตามที่ได้นำเสนอไว้ในกรอบแนวคิดในบทที่ 1 แต่โดยรวม ๆ แล้วสิ่งที่ซ่อนอยู่ใต้น้ำคือส่วนที่เป็น คุณค่าทางวัฒนธรรม (Culture values) ส่วนที่เป็นอวัจนภาษาภาคที่ไม่ได้แสดงออกมา ซึ่งรวมถึง ความรู้สึกนึกคิด ( thoughts) เช่น ความหงุดหงิดไม่เข้าใจ ดังเช่นความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ยกตัวอย่างข้างต้น แรงผลักดัน (motive ) เช่นความจำเป็นที่จะต้องขายของให้ได้ ต้องให้นักท่องเที่ยวขึ้นรถตัวเองให้ได้ ซึ่งออกมาเป็นพฤติกรรมของการรบกวนนักท่องเที่ยว การตะโกนจากที่ไกลเพื่อดึงความสนใจของนักท่องเที่ยว เป็นต้น ทักษะคติ (attitudes) เช่นความคิดที่ว่า “ฝรั่งไม่ถือตัวไม่แยกชั้นวรรณะ” หรือที่นักท่องเที่ยวบางคนมีความคิดว่าคนไทยสบาย ๆ ไม่เครียด ไม่เคร่งครัดกับชีวิต เป็นต้น และส่วนที่เป็นความรู้สึก (feelings) เช่นความรู้สึกอึดอัดที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใกล้ถูกเนื้อต้องตัว หรือความกังวลไม่รู้ว่า จะอธิบายนักท่องเที่ยวอย่างไรเมื่อเกิดปัญหาขึ้น เป็นต้น ส่วนเหล่านี้เป็นส่วนของเหตุปัจจัยที่สื่อสารไม่สามารถจะทราบได้แน่นอนนอกจากตัวของผู้สื่อสารเอง ถ้านำแนวคิดของไทยเข้าไปเทียบกับทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสารในมุมมองของนักวิชาการตะวันตก คือแนวคิดจากสำนวนที่ว่า “น้ำขุ่นไว้ใน น้ำใสไว้นอก” น้ำใสคือส่วนยอดของภูเขาน้ำแข็ง และน้ำขุ่นคือส่วนที่จมอยู่ใต้น้ำของภูเขาน้ำแข็ง แต่ไม่ว่าจะคิดแบบไทยหรือแบบตะวันตกส่วนที่ตรงกันคือ ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารในทางวิจัยนี้คือต้องมีความเข้าใจว่า “สาร” ที่คนไทยรับจากนักท่องเที่ยว เป็นเพียงส่วนน้อยที่สามารถรับรู้รับทราบ และโดยนัยเดียวกันนักท่องเที่ยวก็ควรจะต้องได้รับความเข้าใจด้วยว่าส่วนที่เป็นน้ำขุ่น หรือที่จมอยู่ใต้น้ำคืออะไรมีสาเหตุที่อธิบายได้หรือไม่ ในเรื่องนี้ Hall (1991 ใน Bennett, 1998 หน้า 59) ได้พูดไว้ชัดเจนมากในบทความวิชาการของเขาที่ชื่อว่า “The Power of Hidden Differences” ที่บอกว่า “When interacting with each other, it should never be assumed that we ever achieve full awareness of all the implications of any communication. This is because there are not only context factors that are seldom, if ever pinned down, but there are additional sources of distortions – cultural and psychological – in meaning as people interact with one another.” วัฒนธรรมของการสื่อสารส่วนนี้ Hall จัดไว้เป็น Type B เป็น “acquired information” ซึ่งเขาอธิบายว่าเป็น “...the tacit frames of reference, the rules of living which vary from culture to culture and which can be traced to acquired culture.” ในขณะที่ Type A เป็น “learned information” และจัดเป็น “manifest culture” ซึ่งเป็นส่วนที่เห็นได้ชัด เข้าใจ หรือไม่เข้าใจก็บอกกันได้ชัดเจน

ในงานวิจัยนี้ได้พบเห็นสิ่งที่สะท้อนทฤษฎีนี้เกือบตลอดเวลา ในการสัมภาษณ์คณะวิจัยพอจะทราบส่วนที่อยู่ใต้น้ำจากกรการบอกกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ก็ไม่ได้ทั้งหมดเช่นเรื่องของการออกไปกับแขก/นักท่องเที่ยวไม่มีคนไทยที่ให้สัมภาษณ์คนใดพูดถึง ในการสังเกตได้พบส่วนที่อยู่เหนือภูเขาน้ำแข็ง และส่วนที่อยู่ใต้น้ำก็ได้พยายามอนุมานโดยใช้แนวคิดทฤษฎีและประสบการณ์ค้นหา เพื่อจะนำสิ่งเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการสร้างบทเรียนและแนะนำผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดหลักสูตรต่อไป

บางส่วนที่พบจากข้อมูลทั้งสามแหล่ง (นักท่องเที่ยวต่างชาติ คนไทยในภาคการท่องเที่ยว และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ) อาจพูดได้ว่าจุดอ่อนในการสื่อสารที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ประทับใจหรือก่อให้เกิดความไม่ราบรื่นในการสื่อสาร

ประการหนึ่งมักอยู่ในส่วนที่เป็นการสื่อสารโดยการใช้อวัจนภาษา ส่วนที่เป็น แรงผลักดัน ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด และคุณค่าทางวัฒนธรรม เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สื่อสารต้องอาศัยการเรียนรู้และความเข้าใจซึ่งกันและกัน และที่สำคัญที่สุดคือต้องอาศัยประสบการณ์ในการสื่อสาร เพราะเป็นสิ่งที่ต้องสัมผัสอยู่เรื่อย ๆ ดังที่ Hall พูดถึง ในการศึกษา ได้พบว่านักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์เดินทางสูง โดยเฉพาะผู้ที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยหลายครั้งหรือ ผู้ที่คุ้นเคยกับ วัฒนธรรมตะวันออก จะแสดงออกถึงความเข้าใจในพฤติกรรมการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นไทยหรือเป็นตะวันออกได้ดี ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์น้อยส่วนมากมักไม่มีความเข้าใจสิ่งที่พบเห็นจากพฤติกรรมการสื่อสารมาก พอว่ามีที่ไปที่ไปอย่างไร และได้บอกให้ทราบถึงความไม่พอใจ หรือความไม่เข้าใจ บางคนก็ได้เล่าให้ฟังถึงความเข้าใจ ผิดกันที่เกิดขึ้น เช่นกรณีของผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่สองที่ไม่เข้าใจการที่คนขับรถตุ๊กตุ๊กพาเขาออกนอกเส้นทางและได้ ทราบทีหลังว่าเป็นความเข้าใจผิดเพราะแท้ที่จริงแล้วคนขับรถต้องการแสดงความตั้งใจโดยการเลือกเส้นทางที่สั้นที่สุด เพื่อที่ว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะได้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมากเกินไป เป็นต้น อย่างไรก็ตามเหตุ-ปัจจัยบางประการ ก็เป็นส่วนที่ยากเกินกว่าที่จะเข้าใจ เช่น การที่คนไทยไม่มีการโอบอ้อมอารีในการสื่อสารกันมีเหตุมาจากการทำงานด้วย ชั่วโมงที่ยาวนานเกินไป เช่นกรณีที่เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองและเจ้าหน้าที่ศุลกากรไม่ค่อยยิ้มแย้มแจ่มใส หรือ การที่ คนไทยไม่โอบอ้อมอารีเพราะมีความรู้สึกว่าจะเป็นการรบกวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางมาถึง อีกตัวอย่างหนึ่งคือการ ตะโกนเรียกให้ผู้อื่นมาช่วยเมื่อตอบไม่ได้ หรือไม่เข้าใจซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยกับความเต็มใจช่วยเหลือของคน ไทยมองว่าไม่สุภาพหรือเป็นสิ่งที่หยาบคาย แต่นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์จะมองเห็นเจตนาดีของคนไทยที่ต้องการ ทำทุกวิถีทางที่จะช่วยเหลือ การตะโกนของคนไทยในบริบทนี้ในแง่พฤติกรรมเป็นสิ่งที่ยู่เหนือหน้าที่คนทุกชาติทุกภาษา ได้รับความหมายด้วยแบบแผนที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน คือ การตะโกน เป็นการสื่อความหมายของความไม่สุภาพ การ ทำหน้าบึ้งสื่อความหมายของความไม่เป็นมิตร และการยิ้มเป็นการส่งความหมายของมิตรไมตรี แต่ “แรงจูงใจ” (motive) ที่ทำให้ต้องตะโกนเป็นสิ่งที่ยู่ใต้น้ำถ้าสามารถเข้าใจได้ก็จะสื่อสารกันได้ราบรื่นขึ้น ดังนั้นการรับและส่งความ หมายจากพฤติกรรมการสื่อสารจำเป็นต้องคำนึงถึงและเข้าใจส่วนที่อยู่ใต้น้ำด้วย ไม่เช่นนั้นนี้อาจก่อให้เกิดความเข้าใจ ผิดซึ่งกันและกันได้ Barna (1994 หน้า 174) ได้ย้ำในเรื่องนี้ว่าวัจนกรรมของคนในแต่ละวัฒนธรรมนั้นไม่ได้สื่อความ หมายเดียวกันหรือเหมือนกันเสมอไป ยกเว้นการแสดงออกทางสีหน้าตามทฤษฎีของ Darwin เท่านั้น (The assumption of similarities does not often extend to the expectation of common verbal language but it does interfere with caution in decoding nonverbal symbols, signs and signals. No cross cultural studies have proven the existence of a common nonverbal language except those in support of Darwin's theory that facial expressions are universal.)<sup>7</sup> ในความเป็นจริงแล้วลักษณะเช่นนี้มีได้พบเฉพาะการสื่อสารระหว่างคนที่มาจากต่าง วัฒนธรรมเท่านั้น มีบ่อยครั้งที่คนเรารู้สึกถึงความยากที่จะเข้าใจส่วนที่อยู่ใต้น้ำของคู่สื่อสารซึ่งมาจากวัฒนธรรมเดียวกัน เพียงแต่ถ้าจะต้องทำความเข้าใจกับความยากส่วนนี้กับคนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันด้วยแล้วนับเป็นเรื่องที่ยาก มากที่สุดเรื่องหนึ่ง Singer (ใน Bennett, 1998 หน้า 106) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า “...while some communication within

<sup>7</sup> Charles Darwin, *The Expression of Emotions in Man and Animals* (New York Appleton, 1872) และ Ekman (1976 อ้างใน Barna, 1994) ได้ระบุว่า “...the particular visible pattern on the face, the combination of muscles contracted for anger, fear, surprise, sadness, disgust, happiness (and probably also for interest is the same for all members of our species) – การแสดงออกทางสีหน้าไม่ว่าจะเป็นความโกรธ ความกลัว ความประหลาดใจ ความเศร้า ความขะขะขยง ความสุข จะสื่อความหมายที่เหมือนกัน ในทุกวัฒนธรรม.

the same society can be more intercultural than some international communications, international/intercultural communication leads to be significantly more difficult because we tend to share a higher degree of similarity of perception with more groups in our own society than we do in a foreign environment.”<sup>8</sup> ดังนั้นการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่แท้จริงจึงมิได้มีเพียงความเหมือนหรือความแตกต่างของการใช้ วจนภาษา อัจจนภาษาและความเข้าใจในวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงความเหมือนหรือความแตกต่างของ แนวคิด ทักษะคติคุณค่า ความเชื่อ และแรงผลักดันของคนที่มีความวัฒนธรรมแตกต่างกันด้วย ทั้งนี้เพราะไม่ว่าคนเราจะมี พื้นฐานของความเป็นมนุษย์เหมือนกัน มีแรงผลักดันที่จะชอบ ไม่ชอบ โกรธ หรือ ไม่พอใจ เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน มีส่วนของการแสดงออกเหนือน้ำหลาย ๆ ประการเหมือนหรือคล้ายกัน แต่ส่วนของการพัฒนาการที่ต่างคนต่างค่อย ๆ สั่งสมมาตั้งแต่เด็กจนโตในวัฒนธรรมที่ต่างกันจะทำให้คนในต่างวัฒนธรรมเลือกที่จะซ่อนส่วนได้น้ำไว้ในระดับที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ Barna (อ้างแล้ว) ได้ให้ข้อคิดเห็นในส่วนนี้ว่า “...we realize that a person’s cultural upbringing determines whether or not the emotion will be displayed or suppressed as well as on which occasions and to what degree.” กล่าวโดยสรุปคือ การที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติจะสามารถสื่อสารและ รับความหมายที่สื่อต่อกันได้อย่างเข้าใจหรือดีพอควร จะต้องคิดคำนึงและให้ความใส่ใจต่อส่วนที่นักท่องเที่ยวมิได้แสดง ออกมาด้วย

การสื่อสารระหว่างคนไทยและนักท่องเที่ยวมีส่วนที่นักท่องเที่ยวควรจะได้รับ การบอกกล่าวถึงส่วนที่จมอยู่ใต้น้ำของคนไทย ไม่น้อยเช่นกัน เช่น การที่คนไทยไม่ค่อยจะแสดงความรู้สึกในทางลบออกมาตรง ๆ ด้วยว่าคนไทยมี ลักษณะที่รุ่มขม ชี้เกรงใจ และถนอมน้ำใจผู้อื่น โดยเฉพาะกับผู้ที่ไม่คุ้นเคย หรืออยู่ในสถานะที่เหนือกว่า ในงานวิจัย นี้คือการประยุกต์ความหมายไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งคนไทยอาจไม่ได้รู้สึกว่าการท่องเที่ยวเหนือกว่าในความหมายที่มีให้ แก่คนไทยด้วยกัน แต่เป็นความเหนือกว่าด้วยกำลังเงิน แต่สิ่งที่สำคัญกว่านี้จะเป็นความรู้สึกที่จัดวางนักท่องเที่ยวไว้ในฐานะ “แขก หรือ ผู้มาเยือน” ซึ่งคนไทยโดยทั่วไปจะรุ่มขมและอดกลั้นมากเป็นพิเศษต่อสิ่งที่โกรธหรือไม่พอใจ ต่อ กลุ่มคนเหล่านี้และในหลายสถานการณ์คนไทยไม่เพียงแต่จะอดกลั้นเท่านั้นแต่ยังกลบเกลื่อนด้วยการยิ้มอีกด้วย อัจจน ภาษาที่สื่อออกมาจึงไม่ได้สะท้อนให้เห็นสิ่งแท้จริงที่อยู่ใต้น้ำแข็งเลย การสื่อในทำนองนี้ในบางสถานการณ์เช่น สถานการณ์ข้างต้นก็นับว่าเป็นการดี แต่ในบางสถานการณ์อาจเกิดผลเสีย เพราะไม่ได้ช่วยคลี่คลายปัญหาที่เกิดขึ้นเลย เช่นการยิ้ม หรือ พยักหน้า เพื่อกลบเกลื่อนว่าตนเข้าใจทั้ง ๆ ที่ไม่เข้าใจ แต่ในที่สุดก็ไม่สามารถดำเนินการใดๆ ตามที่นัก ท่องเที่ยวต้องการได้

นอกเหนือจากความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของการสื่อสารแล้ว การพยายามทำความเข้าใจต่อ ความหมายที่ซ่อนเร้นยังมีส่วนสำคัญมากอีกส่วนหนึ่งคือส่วนของวจนกรรมที่ประกอบด้วยสีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง ระยะเวลา ฯลฯ ตามที่นำเสนอไว้ในบทที่ 1 การศึกษาครั้งนี้ได้พบว่าความหมายที่สื่อผ่านทางวจนกรรมนั้นมีผลอย่างมากใน การสร้างความประทับใจหรือความไม่พอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ในส่วนที่สร้างความประทับใจ ตัวอย่างเช่น การยิ้มและ น้ำเสียงที่คนไทยแสดงความเป็นมิตรและการต้อนรับอย่างจริงใจ หรือท่าทางกุกกุกจ้อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่แสดงออก ถึงความจริงใจและความมีน้ำใจอย่างแท้จริงถึงแม้คนคนนั้นจะไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดีนักก็ตาม กิริยาท่าทาง เหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับความหมายของความรู้สึกที่สื่อผ่านออกมาได้ดีจนนักท่องเที่ยวหลาย ๆ คนบอกว่า จริง ๆ แล้วเขาคาดหวังจากคนไทยในส่วนนี้มากกว่าการพูดภาษาอังกฤษได้คล่อง แค่ว่าโดยที่คนพูดไม่ได้สื่ออวัจนกรรม

<sup>8</sup> Singer ใช้ศัพท์ intercultural communication ในความหมายของการสื่อสารกับคนในสังคมเดียวกันแต่ต่างวัฒนธรรมกัน และ ใช้การสื่อสารระหว่างคนต่างสังคม เป็น ‘international communication’

ใด ๆ ที่แสดงความมีมิตรไมตรีออกมาเลย คนไทยบางคนพูดภาษาอังกฤษได้น้อยมากเพียงไม่กี่คำ แต่สีหน้าท่าทาง บ่งบอกถึงความพยายามที่จะสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเข้าใจให้ได้ก็สร้างความประทับใจแล้ว แต่ในทางกลับกันคนไทยบางคนสามารถใช้ภาษาอังกฤษอย่างถูกต้อง เป็นทางการและเข้ากับบริบทการทำงาน แต่ไม่แสดงสีหน้า ท่าทาง ประกอบหรือมีน้ำเสียงที่ไม่ไปกับความหมาย นักท่องเที่ยวก็จะรับความหมายที่สื่อผ่านทางน้ำเสียงและสีหน้าท่าทางมากกว่าความหมายจากถ้อยคำ ซึ่งเป็นส่วนที่เรียกว่าวัจนภาษา เช่น พนักงานต้อนรับที่กล่าวทักทายว่า Good morning, sir. ด้วยสีหน้าท่าทางที่เฉยเมย จนเห็นได้ว่าการทักทายดังกล่าวเป็นไปเพียงเพื่อทำตามหน้าที่ นักท่องเที่ยวก็จะไม่รับความหมายการทักทายนั้นไปในทางบวกเพราะรู้สึกได้ถึงความจริงใจของผู้พูด ที่เป็นเช่นนี้เพราะคนเราไม่รู้ว่าชาติใดภาษาใดต่างก็เชื่อกันว่าการใช้ภาษาท่าทางในการแสดงออกคือความหมายจริงๆ ที่คนเราสื่อออกมา ในสังคมไทยเราก็พูดกันบ่อย ๆ ว่า “การกระทำสำคัญกว่าคำพูด” และยังมีสำนวนที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเช่นนี้อีกหลายสำนวน เช่น “ดีแต่พูด” “พูดมากกว่าทำ” เป็นต้น ในภาษาอังกฤษก็มีสำนวนที่เป็นที่รู้จักกันดีว่า “Actions speak louder than words.” สำนวนที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเช่นนี้ในภาษาอังกฤษก็มีไม่น้อย เช่น “lip service” “only sweet words” ซึ่งหมายถึงดีแต่พูด และสื่อความหมายว่าวัจนภาษาไม่มีน้ำหนักเท่าการกระทำในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นวัจนกรรมในการสื่อสาร Hall (Bennett, 1998 อ้างแล้ว) เรียกว่า “unconscious culture” และเรียกการสื่อสารด้วยวัจนภาษาว่าเป็น “word culture” การมองความหมายและความสำคัญของวัจนภาษาในแง่ที่ยอมรับกันเป็นสากล กล่าวคือคนทุกชาติทุกภาษาสามารถรับความหมายจาก “สาร” ที่ส่งผ่านทางวัจนภาษาได้ดีกว่า “สาร” ที่ส่งผ่านทางวัจนภาษา และการรับสารทางวัจนภาษามีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับส่วนของวัจนภาษา Singer (ใน Bennett 1998 หน้า 102) กล่าวไว้ว่า “...verbal communication comprises only a portion – and it may perhaps be the smallest portion of the communication that goes on in any society. Far more important are the silent, non-verbal communications which we only half consciously or unconsciously transmit and receive.”

แต่ในอีกมิติหนึ่งของวัจนภาษาดำรงในแง่ของยุทธวิธีการสื่อสารและความหมายในตัวของมันเองจะพบว่า วัจนภาษามีความหลากหลายและผันแปรไปตามวัฒนธรรม มีความคล้ายคลึงกับความหลากหลายในยุทธวิธีการสื่อสารและความหมายของวัจนภาษา กล่าวคือ วัจนภาษาของสังคมที่ Hall นิยามว่า มีการสื่อสารแบบ low context เช่น สังคมตะวันตกโดยรวม จะมีความแตกต่างกับการสื่อสารด้วยวัจนภาษาของสังคมตะวันออก ซึ่งมีการสื่อสารแบบ High context กล่าวคือความหมายของสารที่สื่อผ่านทาง วัจนภาษา จะมีบริบทแวดล้อมอยู่มากมายจน ‘สาร’ ที่สื่อออกมาไม่อาจจะตีความได้เพียงสิ่งที่เห็นด้วยตาแต่จะต้องคำนึงถึงบริบทที่แวดล้อมอยู่ด้วย เช่น การยิ้ม ที่ความหมายส่วนใหญ่สื่อความเป็นสากล คือ ความสุข ความยินดี ฯลฯ แต่คนบางชาติมีบริบทของการยิ้มต่างกัน Barna (ใน Bennette, 1998 หน้า 176-177) เล่าถึงสิ่งที่ได้ยินจากนักศึกษาชายชาวญี่ปุ่นคนหนึ่งว่า ตอนที่เขาเห็นนักศึกษาหญิงของอเมริกันยิ้มให้เขา รู้สึกกระอักกระอ่วนใจเพราะในญี่ปุ่นการส่งยิ้มให้คนแปลกหน้าโดยเฉพาะการที่ผู้ชายยิ้มให้ผู้หญิงเป็นการสื่อความหมายว่าผู้ชายคนนั้นสนใจในตัวผู้หญิง ส่วนนักศึกษาจากเกาหลีเล่าว่าเพื่อนอเมริกันซึ่งไปเยี่ยมเขาที่เกาหลีตั้งข้อสังเกตว่าคนเกาหลีไม่ค่อยมีความเป็นมิตรเพราะคนเกาหลีไม่ยิ้มและไม่พูดกับเขา ที่จริงแล้วไม่ใช่เช่นนั้นแต่เป็นเพราะคนเกาหลีไม่ยิ้มกับคนแปลกหน้า การที่จะยิ้มกับใครต้องอาศัยเวลาให้รู้จักคนคนนั้นดีพอ เสียก่อน ในกรณีของนักศึกษาอาหรับเมื่อนักศึกษาอเมริกันยิ้มให้เขาต้องรีบวิ่งเข้าไปดูกระจกเพื่อตรวจสอบว่ามีอะไรผิดปกติในตัวหรือในเครื่องแต่งกายทั้งนี้เพราะคนอาหรับจะยิ้มให้คนแปลกหน้าเมื่อมีอะไรผิดปกติเท่านั้น ส่วนนักศึกษาจากเวียดนามที่มาจากสังคมที่สงบเรียบง่ายแต่ค่อนข้างจะเคร่งครัดให้ความเห็นว่าคนอเมริกันผิวเผินเพราะยิ้มให้คนแปลกหน้าง่ายทั้งหมดที่กล่าวถึงมาชี้ให้เห็นว่าวัจนภาษามีทั้งส่วนที่มีความหมายเป็นสากลและความหมายเฉพาะวัฒนธรรม ส่วนที่



เป็นสากลคือส่วนที่อยู่เหนือนี้ตามทฤษฎีของภูเขาน้ำแข็ง แต่ส่วนที่มีความหมายเฉพาะวัฒนธรรมเป็นส่วนที่จมอยู่ใต้น้ำและถือเป็นมิติที่ยากและเป็นอุปสรรคมากที่สุดมิติหนึ่งของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ดังนั้น การปล่อยให้สื่อสารผ่านอวัจนภาษาดำเนินไปตามครรลองโดยไม่พยายามศึกษาความแตกต่างของความหมายในแต่ละวัฒนธรรมอาจมีแนวโน้มที่จะสื่อ ความหมายออกมาในทางลบ เช่นกรณีที่คนไทยยิ้มเมื่อเห็นนักท่องเที่ยวหัวก้ม หรือลูกถูกยุงกัด ยิ้มเมื่อไม่เข้าใจ หรือการใช้อวัจนภาษาผ่านทางน้ำเสียง เช่น ตะโกนให้คนช่วยเมื่อไม่เข้าใจด้วยเสียงที่ดัง การหลบตาขณะสนทนากับนักท่องเที่ยว ฯลฯ ส่วนที่สื่อความหมายในทางบวกนั้น ข้อมูลเชิงปริมาณในตารางที่ 8 และการแจกแจงภาษาที่นักท่องเที่ยวกล่าวถึงคนไทยในหน้า 160-161 แสดงให้เห็นถึงลักษณะเด่นของคนไทยที่ใช้อวัจนภาษาในทางที่เป็นคุณประโยชน์ต่อการสื่อสาร เช่น การแสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน ความสุภาพ ความอบอุ่น ความเป็นมิตร ความมีน้ำใจ ความสดใส วาจา ฯลฯ การรับความหมายที่แท้จริงเกี่ยวกับลักษณะหรือคุณสมบัติเหล่านี้จะรับผ่านทางอวัจนภาษาอย่างเดียวยังคงไม่ได้ถ้าไม่มี การแสดงออกทางสีหน้าท่าทาง น้ำเสียง และการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว ในทำนองเดียวกันการสื่อความหมายในด้านลบก็อาจจะมาจากอวัจนภาษาที่ไม่เข้ากับ ความหมายทางคำพูด หรือบางกรณีก็ไม่มีคำพูดหรือภาษาประกอบ ซึ่งนำไปสู่การรับความหมายที่นักท่องเที่ยวถึงตัวอย่างเหล่านี้ได้พบจากการศึกษาเป็นการย้ำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการสร้างหรือพัฒนาคนสำหรับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเห็นถึงความสำคัญที่จะต้องรวมความสำคัญขององค์ประกอบนี้เข้าไว้ใน การเรียนการสอนหรือการอบรมด้วย

ในเรื่องของเวลาที่ได้พบจากการศึกษาปรากฏว่าไม่ค่อยพบความหะหลวมในเรื่องเวลานัดหมาย กล่าวคือคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่ต้องเกี่ยวข้องกับเวลาซึ่งมักจะเป็นมัคคุเทศก์หรือตัวแทนจากบริษัทท่องเที่ยวที่ต้องไปเยี่ยมเยียนนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแขกของบริษัท ในการศึกษาได้พบว่าคนเหล่านี้รักษาเวลาค่อนข้างจะเคร่งครัด อาจจะเนื่องมาจากคุณสมบัติของการมี cultural relativism คือสามารถเชื่อมโยงส่วนที่ดีจากหลากหลายวัฒนธรรมเข้ามาเป็นประโยชน์ในการสื่อสาร เป็นที่น่าสังเกตว่าในหลายกรณีคนที่ไม่ตรงเวลากลับเป็นนักท่องเที่ยว ดังที่ตัวแทนจากบริษัทท่องเที่ยวสองคนบอกว่าบ่อยครั้งไปตามเวลานัดแล้วพบว่านักท่องเที่ยวยังไม่ตื่น แต่ตัวแทนเหล่านี้ก็เข้าใจเพราะคิดว่าการมาเที่ยวพักผ่อนนักท่องเที่ยวคงอยากทำตามสบายและหลุดออกจากวิถีปฏิบัติปกติของตน ความหะหลวมของเวลาในการสื่อสารของคนไทยพบมากในการให้ข้อมูล คนไทยส่วนมากจะให้ข้อมูลเรื่องเวลาตามที่ตนเองประมาณ ไม่ใช่จากความเป็นจริง อีกประการหนึ่งที่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญเรื่องเวลาคือมักจะปล่อยให้นักท่องเที่ยวรอเป็นเวลานาน และบางครั้งไม่มีการกำหนดกรอบเวลาที่กิจกรรมหรือการแก้ปัญหาแต่จะอย่างไรจะใช้เวลาเท่าไร ในส่วนนี้ได้พบว่าค่อนข้างเป็นปัญหาในการสื่อสารและก่อให้เกิดความหงุดหงิดใจแก่นักท่องเที่ยว

แม้ว่าอวัจนภาษาจะเป็นส่วนที่สื่อความหมายได้มากกว่าเมื่อเทียบกับอวัจนภาษา แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ความสามารถทางอวัจนภาษามีความสำคัญน้อยกว่า องค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารจะมีเพียงอย่างเดียวหนึ่งไม่ได้ จะต้องรวมทั้งอวัจนกรรมและอวัจนกรรมถึงจะทำให้การสื่อสารดำเนินไปอย่างราบรื่น การวิจัยนี้ได้พบว่าความสามารถทางภาษาและการสื่อสารของคนไทยทั้งสามกลุ่มแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ภาษาและอวัจนภาษาของคนไทย คือ กลุ่มที่สามารถสื่อสารได้ดีและสร้างความประทับใจนั้น นอกจากนักท่องเที่ยวจะรับสารผ่านทางภาษาอังกฤษซึ่งคนกลุ่มนี้สามารถใช้ได้ดีและเหมาะสมแล้วยังได้รับผ่านอวัจนภาษาที่สื่อออกมาในทางด้านบวกอีกด้วย กลุ่มที่สามารถสื่อสารได้พอประมาณก็เช่นกันแม้จะเป็นกลุ่มที่มีภาษาไม่มากนัก แต่ด้วยการแสดงออกที่ดีสุภาพ เป็นมิตรและอบอุ่นมีน้ำใจ เช่นการไหว้พร้อมกับการกล่าวว่า “สวัสดีค่ะ/ ครับ” และรอยยิ้มที่แสดงการต้อนรับหรือขอบคุณอย่างจริงใจ หรือการพยายามช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างจริงใจ ก็สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ไม่น้อย ส่วนกลุ่มที่สื่อสารไม่ได้เพราะไม่มีทั้งอวัจนและอวัจนภาษา ที่น่าสังเกตคือคนที่ เป็นเจ้าของ หรือ เป็นคนเรียกแขกตามร้านตัดเสื้อแม้

จะมีภาษาดีแต่ก็ไม่สามารถสร้างความประทับใจได้เลยเพราะมีอวัจนกรรมที่ไม่เหมาะสม และในหลายกรณีที่มีการสื่อสารล้มเหลวไปเลยเพราะนักท่องเที่ยวไม่ยอมพูดด้วย ดังนั้นการสื่อสารจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบพื้นฐานทั้งสององค์ประกอบของอวัจนกรรมและอวัจนกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการสื่อสารนั้นเป็นการสื่อสารระหว่างคนต่างภาษาและต่างวัฒนธรรม

### **อิทธิพลและความเกี่ยวพันของวัฒนธรรมทางการสื่อสารของคนไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว**

ภาพรวมของการสื่อสารที่เห็นในบทวิเคราะห์มีอิทธิพลและความเกี่ยวพันต่อการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยในภาคการท่องเที่ยวทั้งในด้านบวกและลบ ในส่วนที่เป็นด้านบวกซึ่งได้นำเสนอและวิเคราะห์ให้เห็นความเป็นมา นับเป็นส่วนที่ช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ได้เห็นว่าแท้จริงแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากมีความพยายาม ความอดทน และความตั้งใจที่จะสื่อสารกับคนไทย โดยไม่มีความคาดหวังมากนักว่าจะต้องพูดให้สมบูรณ์แบบ ที่เป็นดังนี้ส่วนหนึ่งอาจจะเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนมากมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยว จะเห็นได้จากตารางที่ 11 หน้า 212 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่สัมผัสภาษามีประสบการณ์ในการเดินทางไปยังประเทศต่าง ๆ มาแล้วเป็นส่วนมาก มีเพียงร้อยละ 5 เท่านั้นที่เพิ่งเดินทางมายังประเทศไทยเป็นประเทศแรกและนับเป็นการเดินทางครั้งแรก แม้ว่าข้อมูลจากรายการที่ 12 หน้า 213 จะชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.9) เพิ่งเคยเดินทางมายังประเทศไทยเป็นครั้งแรกก็ตาม ประสบการณ์จากการที่เคยเดินทางไปยังประเทศอื่น ๆ อาจจะเป็นทั้งด้านบวกและลบสำหรับการมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก ในส่วนที่เป็นบวกคือส่วนที่ได้พบว่าคนไทยมีการสื่อสารในมิติของวัฒนธรรมเป็นที่น่าประทับใจกว่าบางประเทศที่เคยไปมา ในทำนองเดียวกันส่วนที่เป็นลบซึ่งนักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่หนึ่งพูดถึงคือความอ่อนแอด้านภาษาอังกฤษของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้แม้จะไม่ถึงกับเป็นประเด็นที่นักท่องเที่ยววิพากษ์ในเชิงลบมากนักแต่ก็น่าจะนำมาพิจารณาเพื่อพัฒนาให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ได้ ในส่วนที่เป็นด้านลบหรือเป็นจุดอ่อนการวิเคราะห์ก็ได้ชี้ให้เห็นว่ามีเหตุปัจจัยอะไรที่ทำให้การสื่อสารในบางเรื่องและบางวิธีเป็นจุดอ่อน ในบางเรื่องมิได้เป็นทั้งบวกและลบแต่เป็นส่วนที่น่าจะพิจารณาในแง่ของความเหมาะสมและความเป็นสากลโดยที่ไม่ต้องทิ้งความเป็นไทย เช่น การที่คนไทยค้อมตัวหรือแม้แต่ นั่งกับพื้นในการบริการเครื่องดื่มแก่แขกในที่บางแห่ง การที่ต้องอดทนอย่างมากเพราะถือว่านักท่องเที่ยวเป็น “แขก” หรือ “ผู้มาเยือน” เป็นต้น

ตารางที่ 11 จำนวนประเทศที่นักท่องเที่ยวเดินทาง

| จำนวนประเทศ | จำนวนคน    | ร้อยละ     |
|-------------|------------|------------|
| 1 ประเทศ    | 8          | 5.0        |
| 2 ประเทศ    | 9          | 5.6        |
| 3 ประเทศ    | 12         | 7.5        |
| 4 ประเทศ    | 8          | 5.0        |
| 5 ประเทศ    | 12         | 7.5        |
| 6 ประเทศ    | 7          | 4.3        |
| 7 ประเทศ    | 6          | 3.7        |
| 8 ประเทศ    | 6          | 3.7        |
| 9 ประเทศ    | 2          | 1.2        |
| 10 ประเทศ   | 12         | 7.5        |
| 11 ประเทศ   | 8          | 5.0        |
| 12 ประเทศ   | 5          | 3.1        |
| 13 ประเทศ   | 4          | 2.5        |
| 14 ประเทศ   | 2          | 1.2        |
| 15 ประเทศ   | 13         | 8.1        |
| 16 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 17 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 18 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 20 ประเทศ   | 20         | 12.4       |
| 23 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 25 ประเทศ   | 3          | 1.9        |
| 28 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 30 ประเทศ   | 4          | 2.5        |
| 32 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 35 ประเทศ   | 4          | 2.5        |
| 40 ประเทศ   | 4          | 2.5        |
| 47 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 50 ประเทศ   | 2          | 1.2        |
| 53 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 55 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| 90 ประเทศ   | 1          | 0.6        |
| <b>รวม</b>  | <b>161</b> | <b>100</b> |

ตารางที่ 12 จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย

| จำนวนครั้ง  | จำนวนคน    | ร้อยละของนักท่องเที่ยว |
|-------------|------------|------------------------|
| 1 ครั้ง     | 98         | 60.9                   |
| 2 ครั้ง     | 22         | 13.7                   |
| 3 ครั้ง     | 12         | 7.5                    |
| 4 ครั้ง     | 7          | 4.3                    |
| 5 ครั้ง     | 5          | 3.1                    |
| 7 ครั้ง     | 2          | 1.2                    |
| 8 ครั้ง     | 2          | 1.2                    |
| 10 ครั้ง    | 2          | 1.2                    |
| 15 ครั้ง*   | 3          | 1.9                    |
| 20 ครั้ง*   | 1          | 0.6                    |
| 27 ครั้ง*   | 1          | 0.6                    |
| 30 ครั้ง*   | 2          | 1.2                    |
| 40 ครั้ง*   | 1          | 0.6                    |
| 50 ครั้ง*   | 1          | 0.6                    |
| 96 ครั้ง**  | 1          | 0.6                    |
| 100 ครั้ง** | 1          | 0.6                    |
| <b>รวม</b>  | <b>161</b> | <b>100</b>             |

\* เก้าคนนี้เป็นทั้งนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ

\*\* นักท่องเที่ยวทั้งสองคนนี้มีบิดาเป็นนักบินจึงได้นับรวมการเดินทางทั้งหมดตั้งแต่เริ่มมาบิดา

ในการศึกษามิติต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการสื่อสารได้พบว่าส่วนที่เป็นมิติทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการสื่อสารมากกว่ามิติอื่นทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมเป็นส่วนที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ถ้า “นามธรรม” ในส่วนนี้สื่อความหมายดีสื่อสารก็จะได้รับสิ่งที่ เป็นบวกและก็จะมักจะเก็บส่วนนั้นไว้เป็นความประทับใจ แต่ส่วนที่เป็นลบบ่อยครั้งไม่ได้มีการพูดอธิบาย ปัญหาหรือความรู้สึกลบเหล่านั้นออกมาให้กระจ่างชัด สื่อสารจึงเกิดความไม่เข้าใจเหล่านั้นไว้เป็นความฝังใจ ส่วนที่เป็นลบจึงยิ่งเพิ่มอุปสรรคปัญหาให้แก่การสื่อสารระหว่างคนที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมต่อกันมากยิ่งขึ้น เมื่อใดที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพบลักษณะการแสดงออกที่ไม่ดี ไม่เหมาะสมนักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มที่จะสะสมที่ได้พบเห็นไปสู่สถานะของการ “generalise” คือการพูดโดยรวมว่าคนไทยมีแนวโน้มจะเป็นอย่างที่เขาพบเห็น และยิ่งถ้าพบบ่อยมากขึ้นทัศนคติเหล่านั้นจะแปรเปลี่ยนไปเป็น “stereotype” คือการเหมารวมว่าทุกคนเป็นอย่างนั้น เมื่อไรที่เริ่มเข้าสู่สภาวะดังกล่าว ความพยายามในการสื่อสารในทุกวิถีทางก็จะลดลงแนวโน้มของความนึกคิดในด้านลบจะส่งผลให้หวาดระแวงและไม่ยอมรับการสื่อสารของคนไทยมากขึ้น

การหาแนวทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ ในวันที่ 20-21 เมษายน 2544 ณ จังหวัดเชียงใหม่ได้มีการพูดถึงวาระแห่งชาติที่จะนำไปสู่การวางรากฐานการท่องเที่ยวที่มั่นคงเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตได้

อย่างต่อเนื่องยาวนานและยั่งยืน และได้มีความพยายามที่จะนำผลจากการประชุมนี้ไปสู่ภาคปฏิบัติ<sup>9</sup> หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างก็กระตือรือร้นเสนอแผนงานต่าง ๆ ไปยังจังหวัด ถึงกระนั้นก็ก็ตามการท่องเที่ยวของภูเก็ตก็ยังคงไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก โดยเฉพาะในส่วนของ “คน” ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โรงแรม บริษัทท่องเที่ยว และภาคบริการต่าง ๆ ยังคงประสบปัญหาในการแสวงหาคนที่มีความสามารถเข้าสู่หน่วยงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวของภูเก็ตที่ผ่านมาเติบโตรวดเร็วเกินไปก็ได้จึงทำให้การเตรียมกำลังคนที่พร้อมจะรองรับและสร้างเสริมความเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพของภูเก็ตไม่สามารถจะสนองตอบได้ทัน

การท่องเที่ยวต้องการกำลังคนที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้าน และหนึ่งในคุณภาพเหล่านั้น คือ คุณภาพทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ผลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงคุณภาพทางการสื่อสารที่ยังไม่เพียงพอในกลุ่มคนภาคการท่องเที่ยวหลายส่วน การปรับปรุงคุณภาพของกำลังคนเหล่านั้น ไม่สามารถทำได้ง่ายด้ายเพียงการจัดอบรมแท้จริงแล้วปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพการสื่อสารของคนในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตยังมีโจทย์ปัญหาอีกหลายประการที่ทุกฝ่ายจะต้องพยายามหาคำตอบร่วมกัน ในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ ณ จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้กล่าวถึงได้มีการพูดถึงคุณประโยชน์ซึ่งภาคเศรษฐกิจนี้จะ “กระจายออกสู่ชุมชนชนบทและโน้มนำไปสู่การเสริมสร้างวัฒนธรรมและความเป็นไทยที่เข้มแข็ง” แต่เศรษฐกิจจากภาคการท่องเที่ยวนี้จะ “กระจายออกสู่ชุมชนชนบท” ได้อย่างไร “ความเป็นไทยที่เข้มแข็ง” คืออะไร มีเนื้อหา ขอบเขต และการปฏิบัติแค่ไหน ใครจะเป็นคนวางกรอบ ใครจะปฏิบัติ ใครจะประสานงาน “ความเป็นไทยที่เข้มแข็ง” ควรจะบูรณาการเข้ากับแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไร คำถามเหล่านี้ต้องการคำตอบที่ชัดเจนเพื่อที่จะให้นโยบายในการพัฒนาภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก (A world class tourist destination) ไปถึงจุดหมาย หน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องผนึกกำลังกันเพื่อแสวงหาคำตอบ ทั้งนี้เพราะคำตอบต่อคำถามเหล่านี้จะเป็นแนวทางในการช่วยกันสร้างทรัพยากรบุคคลให้เป็นระบบและมีทิศทางที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ข้อสรุปจากการศึกษาวิจัยเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของคำตอบที่จะชี้ให้เห็นว่าหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องในระดับจังหวัด (และบางเรื่องอาจเป็นระดับประเทศ) ควรให้ความสนใจในเรื่องใด และ อย่างไร เพื่อช่วยให้จังหวัดภูเก็ตเดินไปสู่จุดหมายของความเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกดังที่รัฐบาลได้วางนโยบายไว้

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าภาษาอังกฤษของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตค่อนข้างอ่อน โดยเฉพาะเมื่อคำนึงถึงสภาพความเป็นเมืองท่องเที่ยวของภูเก็ตทั้งที่ผ่านมา ในปัจจุบัน และจะยิ่งไม่พอมากขึ้นถ้าจะจัดวางภูเก็ตให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก อย่างไรก็ตามถ้าดูภาพรวมของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวค่อนข้างพอใจต่อการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวโดยรวม โดยเฉพาะต่อกลุ่มพนักงานส่วนหน้าของ โรงแรม มัคคุเทศก์ และพนักงานบริการในร้านอาหารระดับดี

การที่นักท่องเที่ยวส่วนมากสะท้อนการยอมรับต่อการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เพราะไม่ได้มองเฉพาะองค์ประกอบของภาษา ถ้ามองแยกส่วนเฉพาะความสามารถทางภาษาอังกฤษเพียงอย่างเดียวที่นักท่องเที่ยวรับได้ และ ระบุออกมาด้วย “ระดับความพอใจ” นั้นเป็นเพราะความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารของคนไทยส่วนใหญ่มีเพียงแค่ว่าพูดได้ หรือ พูดสื่อสารกันรู้เรื่อง แต่จุดแข็งที่เข้ามาช่วยถ่วงดุลย์ให้นักท่องเที่ยวพอใจต่อการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว คือ ความสุภาพ ความตั้งใจและความพยายามที่จะสื่อสารสำหรับความสุภาพนักท่องเที่ยวส่วนมากบอกว่าไม่ได้อยู่ที่ตัวภาษาหรือวัจนกรรมมากนัก แต่อยู่ที่อวัจนกรรมหรือวิธีการ

9

เอกสารประกอบการประชุม, จ. เชียงใหม่, 2544 : หน้า 1

สื่อสารมากกว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญในการสื่อสารของคนไทยหมายถึงความมีอัธยาศัย ความมีน้ำใจไมตรีและธรรมชาติอันดีงามซึ่งนักท่องเที่ยวรวมเรียกว่า “good nature” ในด้านของความตั้งใจและความพยายามที่จะสื่อสาร ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าคนไทยที่มีการสื่อสารดีเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยว คือคนที่มีความตั้งใจและมีความพยายามที่จะสื่อสาร

สิ่งที่ยืนยันว่าองค์ประกอบของการสื่อสารทั้งสองประการนี้เป็นส่วนสำคัญที่เข้ามายกระดับการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารของคนไทยคือ เมื่อนักท่องเที่ยวต้องสื่อสารกับคนไทยคนใดหรือกลุ่มใดที่ไม่มีลักษณะสองประการนี้ เสียงที่สะท้อนออกมาจะกลายเป็นลบทันที การทดสอบข้อมูลนี้ได้รับการยืนยันจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสามแหล่งอย่างชัดเจน

ในด้านความสามารถของคนไทยผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นสองแนวทางใหญ่ ๆ คือ ความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่ม และ ระดับบุคคล ในระดับกลุ่มผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพบ่งชี้ว่า คนไทยในภาคการท่องเที่ยว ที่มีทักษะการสื่อสารเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว มากที่สุด คือ คนไทยในกลุ่มโรงแรม รองลงไปคือคนไทยในกลุ่มมัคคุเทศก์ และ พนักงานบริการในร้านอาหาร อย่างไรก็ตามข้อมูลได้ชี้ให้เห็นว่าในระดับบุคคลได้พบคนที่มีความสามารถในการสื่อสารในเกือบทุกกลุ่มรวมทั้งกลุ่มคนขับรถรับจ้างที่ผลการศึกษาบ่งชี้ว่าเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยที่สุดรองจากกลุ่มคนขายของ ผลจากการศึกษารุ่นนี้ชี้ให้เห็นว่าไม่ว่าจะอยู่กลุ่มไหนหรืออาชีพอะไรโอกาสที่จะพัฒนาความสามารถทางการสื่อสารย่อมเป็นไปได้ถ้าหากมีความชัดเจนในปัจจุบันที่มีผลต่อความสามารถทางการสื่อสารของคนไทยมีความชัดเจนต่อสาเหตุที่มีผลต่อระดับความสามารถในการสื่อสารและมีความชัดเจนในการใช้องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตให้เป็นประโยชน์

นอกเหนือจากสิ่งที่ได้ศึกษาค้นพบจากนักท่องเที่ยวแล้ว การศึกษาจากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวด้วยกระบวนการต่าง ๆ ของการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า คนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่สามารถสื่อสารได้ดีหรือค่อนข้างดีมีจุดเด่นต่าง ๆ ดังนี้

- **มีความสามารถในการเชิงวัฒนธรรมและสังคม (socio-cultural competence)** เป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ ชอบคบหาพูดคุยกับผู้คน มีการโอภาปราศรัย เป็นคนช่างสังเกตและรับรู้ความหมายจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (able to observe habitual behaviour) ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นด้วยว่าความสามารถในเชิงวัฒนธรรมและสังคมจะมาด้วยกันกับความสามารถในการใช้ภาษา และบุคลิกที่สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนเหล่านี้ใช้ภาษาได้ดี จึงมีลักษณะผ่อนคลาย และสามารถพูดคุยกับนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นธรรมชาติ หรือเป็นเพราะกลุ่มคนเหล่านี้มีลักษณะเช่นนี้จึงยิ่งช่วยเพิ่มโอกาสให้แก่ตัวเองในการพัฒนาวัฒนธรรมการสื่อสาร
- **มีทักษะทางการสื่อสาร (communication skills)** สามารถหายุทธวิธีต่าง ๆ มาใช้ในการสื่อ และรับความหมายเมื่อมีข้อจำกัดทางภาษา รู้จักที่จะสังเกตนักท่องเที่ยว รู้จักปรับภาษาและการสื่อสารให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เช่น ใช้ภาษาอย่างไรกับคนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ และนักท่องเที่ยวจากชาติอื่น ๆ เลือกใช้รูปแบบที่แตกต่างกันอย่างไว้กับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม แต่ละประเภท เป็นต้น
- **มีความสามารถในการถ่ายโอนสิ่งที่ดีในภาษาไทยไปใช้ในการสื่อสารผ่านภาษาอังกฤษ** สิ่งที่ดี ๆ ดังกล่าวได้แก่ ความรู้ความเข้าใจทั้งด้านภาษาและวัฒนธรรมของไทยและนำไปใช้ หรืออธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างถูกต้องและเหมาะสมในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ
- **มีองค์ประกอบที่ดีในวัฒนธรรมของตัวเอง** องค์ประกอบเหล่านี้อาจอยู่ในตัวตนโดยธรรมชาติ หรือเรียนรู้จากห้องเรียน และ เพิ่มเติมจากประสบการณ์ เช่น ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ความสุภาพ ความเป็นมิตร ความอบอุ่น และ

ความมีน้ำใจ ฯลฯ มีความใส่ใจและเอื้ออาทรต่อคนที่สื่อสารด้วย และสิ่งสำคัญคือมีทักษะในการสื่อสารเหล่านี้ไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

- **มีใจกว้างพร้อมที่จะเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของตนเอง และของคู่สื่อสาร** มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน เช่นการทักทาย การขอบคุณ ฯลฯ
- **มีปัจจัยผลักดัน** แรงจูงใจด้านการเงิน การที่ภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวการหารายได้จากการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยากแต่คนที่จะสามารถหารายได้จากการท่องเที่ยวได้มากหรือน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับความรู้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ดังนั้นคนในภูเก็ตจึงมีความกระตือรือร้นที่จะเพิ่มพูนภาษาอังกฤษให้แก่ตนเองมากเป็นพิเศษ และเมื่อมีโอกาสทำงานในภาคการท่องเที่ยว แรงจูงใจส่วนนี้ก็เป็นปัจจัยผลักดันให้มีความตั้งใจและพยายามที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพราะการสื่อสารที่ดี คือ ความพอใจ และความพอใจ มักจะนำมาซึ่งเงินรางวัลหรือการเป็น “ลูกค้าประจำ”
- **แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและสังคม** คนไทยในภาคการท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อยซึ่งชอบที่จะมีโอกาสพบผู้คนจากหลากหลายชาติ หลากหลายภาษา คนเหล่านั้นระบุนว่าการมีโอกาสพบคนต่างชาติทำให้โลกทัศน์กว้างขึ้น ได้ทราบว่าคุณชาตินั้น เขาอยู่กันอย่างไร มีประเพณีวัฒนธรรมอะไรบ้าง มีโอกาสได้เรียนรู้อะไรมากมาย โดยเฉพาะภาษา วิธีคิด และแม้แต่ช่องทางทำกินในต่างประเทศ คนเหล่านั้นจึงมีความตั้งใจและความพยายามในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะมีภาษาแค่ไหนเพียงใด
- **แรงจูงใจด้านการศึกษา** ภูเก็ตเป็นเมืองที่มีชาวต่างชาติต่างภาษามาตั้งหลักแหล่งมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย จะพบเห็นบ้านเรือน และบริษัทต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยชาวต่างประเทศได้ทุกหนทุกแห่งในเกาะ บุคลากรในภาคต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวก็เป็นชาวต่างชาติเป็นส่วนมาก สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศเช่นนี้ทำให้คนในจังหวัดมีโอกาสที่จะเรียนรู้ภาษาจากสถานการณ์จริงมากกว่าที่อื่น ๆ นักศึกษามักจะต้องมีการสัมภาษณ์ชาวต่างประเทศเป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่งของหลักสูตรภาษาอังกฤษ เพราะเป็นกิจกรรมที่ทำได้ไม่ยากในจังหวัดภูเก็ต

#### สาเหตุที่มีผลต่อระดับความสามารถในการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าคนไทยที่มีไม่มีความสามารถในการสื่อสารคือคนที่**ไม่มีความตั้งใจและไม่มีความพยายามที่จะสื่อสาร** แม้จะมีโอกาสพบเห็นคนต่างชาติมากมายรอบตัวทั้งในวิถีชีวิตปกติ และในการประกอบอาชีพ ก็ยังคงตื่นกลัว และขาดความมั่นใจที่จะสื่อสาร ข้อค้นพบจากการศึกษาชี้ให้เห็นประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นจุดอ่อนในการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวดังนี้

- ขาดยุทธวิธีที่จะสื่อสาร ไม่สามารถ หรือไม่พยายาม คิดหาวิธีการที่จะนำความคิดผ่านไปยังคู่สื่อสาร
- ภาษาอังกฤษไม่เพียงพอที่จะสื่อสาร
- ขาดความคิดรวบยอด (concept) และ ความเข้าใจ (perception) ต่อภาพรวมของภาษา ซึ่งอาจเนื่องมาจากการเรียนรู้แบบท่องจำ เน้นไวยากรณ์ และแปล (Grammar-translation Method) หรือเรียนรู้ผ่านกรรมวิธีที่ล้าสมัย (traditional method) จึงทำให้ไม่มีวิธีการถ่ายโอนความรู้ ความเข้าใจจากภาษาไทยไปใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสมในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ และการเรียนดังกล่าวทำให้ขาดวิธีการหาความหมายจากบริบท ให้ความสนใจคำแต่ละคำ หรือความหมายโดด ๆ ของแต่ละวลี โดยไม่ดูความหมายรวม สิ่งเหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร เพราะไม่สามารถรับความหมายในสิ่งที่นักท่องเที่ยวสื่อสารมาได้ถูกต้องตรงตามสถานการณ์ หรือได้แต่ไม่ครบถ้วนหรือ ผิดเพี้ยนไป

- ขาดคุณลักษณะพื้นฐานของคนให้บริการและขาดสำนวนพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับงานบริการ อาทิเช่น การรู้จักโอกาสปราศรัยเพื่อแสดงความใส่ใจในเรื่องราวของคู่สื่อสาร เช่น “How was your flight?” “Have a nice day!” “Enjoy your trip.” “Have a good holiday.” “Have a good trip. Is everything alright?” “How was your stay at the hotel?”
- ใช้วลีภาษาไม่เหมาะกับสถานการณ์ เช่น ยิ้มเมื่อไม่เข้าใจ เงียบ เมื่อควรจะอธิบาย
- ไม่มีความเข้าใจและไม่มีความลึกซึ้งในวัฒนธรรมของตนเองเพียงพอ ทำให้ไม่มีความชัดเจนว่าอะไรที่ควรจะทำไว้ ใช้ปฏิบัติในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อะไรที่ไม่ควรเก็บไว้ ในส่วนที่เกี่ยวกับการสื่อสารไม่มีความชัดเจนว่าตรงไหนเป็นสิ่งที่น่าจะนำไปใช้ในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ส่วนไหนจะต้องปรับเปลี่ยน

### สาเหตุ

- ขาดโอกาสที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อปรับสิ่งที่เรียนมาแต่เดิมให้เข้ากับสภาพความเป็นจริงของการใช้ภาษา สาเหตุนี้เมื่อนำมาวิเคราะห์กับแนวคิดทฤษฎีทางการสอนภาษาแล้วอนุมานได้ว่าคนที่มีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในภาคการท่องเที่ยวผ่านการเรียนภาษาอังกฤษมาจากวิธีการท่องจำ เน้นไวยากรณ์ และแปล (Grammar-translation Method) ซึ่งแท้จริงแล้วก็เป็นฐานที่ดีในการเรียนภาษา แต่ต้องนำมาปรับแต่งให้เข้ากับการใช้ในภาคการท่องเที่ยว ซึ่ง ต้องการภาษาในการสื่อสารที่สุภาพ เหมาะสม สามารถสื่ออรรถาธิบายไม่ตรีไปยังคู่สื่อสารได้ แม้จะเรียนภาษามาด้วยวิธี ท่องจำ เน้นไวยากรณ์ และแปล ก็สามารถปรับให้รู้จัก เข้าใจ และนำภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมไปใช้ได้ ถ้าคนไทยในภาคการสื่อสารเหล่านั้นมีความตั้งใจที่จะเรียนรู้ และมีโอกาสรับการอบรมเพิ่มเติมในสิ่งที่เหมาะกับอาชีพ
- ข้อจำกัดในทางด้านอาชีพที่จะต้องทำมาหากินอยู่ตลอดเวลาทำให้ยากที่จะเรียนรู้ หรือเข้ารับการอบรมเพิ่มเติม
- ขาดกรอบความรู้ทางวัฒนธรรม การมีโอกาสสื่อสารกับชาวต่างชาติมีโอกาสได้พบเห็นการกระทำ การประพฤติปฏิบัติของชาวต่างชาติ แต่ไม่มีกรอบความรู้เพียงพอที่จะกรองและนำส่วนที่ดีมาไว้เป็นตัวอยางในการสื่อสาร

### **องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต**

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอทั้งหมดในงานศึกษานี้จะเห็นได้ว่าภูเก็ตมีทั้งองค์ประกอบที่เกื้อหนุนและเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปองค์ประกอบทั้งสองด้านได้ดังนี้

#### **องค์ประกอบที่เกื้อหนุน**

การที่ภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวหลายชาติ หลายภาษา จำนวนมากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูเก็ต ทำให้คนภูเก็ตที่ยังมิได้เข้าสู่ภาคการท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่จะเรียนภาษาต่างประเทศ เพื่อที่จะมีโอกาสได้ทำงานในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายได้ดีเมื่อเทียบกับรายได้จากการทำงานในภาคอื่น ๆ ส่วนคนที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยวอยู่แล้วการพบเห็นและจำเป็นต้องสื่อสารกับคนต่างชาติอยู่เป็นประจำเป็นทำไม่ให้เกิดอาการตื่นกลัวที่จะต้องพูดภาษาอังกฤษ แม้อาการตื่นกลัวจะพอมีบ้างในระยะแรก แต่ สภาพที่เรียกได้ว่าถูกรายล้อมด้วยชาวต่างชาติช่วยให้อาการตื่นกลัวจางหายไปเร็วกว่าคนที่ได้เคยพบเห็นในจังหวัดอื่น ๆ ที่ไม่ค่อยมีชาวต่างชาติ นอกจากนี้สภาวะและความจำเป็นที่ต้องสื่อสารทำให้คนต้องพยายามพูดภาษาอังกฤษไม่ว่าจะเป็นการพูดแบบไหน อยางไร ถ้าเป็นคนที่ไม่ค่อยกลัวก็ทำงานไป เรียนรู้ไปจากสถานการณ์จริง คนที่กลัวก็พยายามดิ้นรนที่จะหาทางเรียนภาษาจากแหล่งสอนภาษาต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายทั่วทั้งเกาะ



(ดู ผนวก ข เพิ่มเติม) โดยสรุปแล้วสภาพความเป็นเมืองท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตเป็นองค์ประกอบที่เกื้อหนุนในการสร้างแรงจูงใจสำหรับการเรียนภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้คนทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด

นอกจากแรงจูงใจที่เป็นองค์ประกอบสำคัญมากของการเรียนภาษาแล้ว การที่ผู้คนในภูเก็ตมีโอกาสพบและสื่อสารกับคนต่างชาติไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาตั้งหลักแหล่งในภูเก็ต ทำให้คนภูเก็ตได้มีโอกาสสัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมจากของจริงผ่านผู้คนต่างชาติเหล่านั้นที่แต่ละคน แต่ละชาติต่างก็นับเป็น “วัฒนธรรมเดินได้” ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง วัฒนธรรมที่คนภูเก็ตสามารถเรียนรู้จาก “วัฒนธรรมเดินได้” เหล่านั้นเป็นทั้งส่วนที่เป็นสุนทรียะ (objective culture) เช่น ศิลปะ วรรณคดี ดนตรี ละคร ฯลฯ และส่วนที่เป็นความเชื่อ พฤติกรรม หรือ ค่านิยมต่าง (subjective culture) ทำให้คนภูเก็ตมีฐานที่ค่อนข้างจะพร้อมในการเป็น “พลเมืองนานาชาติ” ถ้ามีการส่งเสริมและการจัดการที่เหมาะสม

### องค์ประกอบที่เป็นอุปสรรค

แม้การวิจัยเรื่องนี้จะมุ่งหาข้อมูลเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมแต่กระบวนการในการหาข้อมูล ก็ทำให้ได้รับรู้ และ เรียนรู้ เกี่ยวกับองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของภูเก็ตหลายประการ ส่วนหนึ่งของการเรียนรู้จากของจริงที่ผ่านมาและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ

- ภูเก็ต ยังไม่มีความพร้อมด้านการจัดการเรื่องข้อมูลข่าวสารสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางมาถึง จะเห็นได้จากจุดผ่านสำคัญ ๆ ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังเกาะภูเก็ต (ไม่นับรวมการเข้ามาทางเรือ) คือที่สนามบิน และ สถานีขนส่ง นักท่องเที่ยวไม่มีจุดศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารของทางราชการ ที่จะไปสอบถามได้ โดยเฉพาะที่สถานีขนส่งแทบไม่มีใครที่นักท่องเที่ยวจะหันไปหาเพื่อขอทราบข้อมูลสำคัญ ๆ ที่เขาควรต้องทราบในฐานะของคนที่ยังเดินทางมาถึง นักท่องเที่ยวส่วนมากจึงต้องพึ่งพาคนขับรถตุ๊กตุ๊ก และมอเตอร์ไซค์รับจ้างซึ่งภาษาแทบไม่พอที่จะสื่อสาร ส่วนที่สนามบิน แม้จะมีหน่วยงานมากมายทั้งที่เป็นของรัฐและเอกชน แต่หน่วยงานเหล่านั้นก็มีความประจำของตัว การช่วยเหลือที่ให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นการให้ในลักษณะของน้ำใจในกรอบจำกัดของข้อมูล นอกจากนี้ความไม่พร้อมของภาษาก็เป็นอุปสรรคสำคัญ ในการสื่อสาร การไม่มีศูนย์กลางข้อมูลทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองโดยไม่มีบริษัทท่องเที่ยวเป็นฝ่ายจัดการเรื่องต่าง ๆ รู้สึกถึงความเสี่ยงในหลาย ๆ ด้าน เช่น เสี่ยงที่จะถูกหลอกเรื่องราคาค่าโดยสารรถเข้าเมือง เสี่ยงที่จะถูกพาไปพักโรงแรมที่ผู้ให้ข้อมูลได้ส่วนแบ่งจากการขาย เสี่ยงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ฯลฯ
- ไม่มีระบบขนส่งมวลชนที่พร้อมรับนักท่องเที่ยวทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ที่สถานีขนส่งถ้ามองในแง่ปริมาณนักท่องเที่ยวอาจมีรถให้เลือกมากมาย แต่ในแง่คุณภาพคือต้องเช่าเหมาคัน เพราะทั้งรถตุ๊กตุ๊ก และรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างถือเป็นรถเช่าส่วนบุคคลที่จะเรียกร้อยราคาจากนักท่องเที่ยวเกินกว่าที่กำหนดไว้ได้โดยไมยาก ที่สนามบินมีทางเลือกสามทาง ทางที่ถูกที่สุดคือการเลือกนั่งรถสองแถว แต่นั่นหมายความว่านักท่องเที่ยวต้องพร้อมที่จะมีเวลานั่งรถชมเกาะโดยไม่มีใครสามารถให้ข้อมูลอะไรได้เพราะคนที่โดยสารรถชนิดนี้มักจะไม่มีการพูดภาษาอังกฤษได้ แต่ที่สำคัญไปกว่านั้นคือนักท่องเที่ยวจะต้องพยายามหาหนทางที่จะทราบว่าการโดยสารรถชนิดนี้ต้องไปขึ้นที่ไหน เสียค่าโดยสารเท่าไร รถจะไปที่ไหนบ้าง และผู้ที่จะให้ข้อมูลในเรื่องนี้ก็ไม่อาจจะหาได้ง่ายนักแม้แต่ประชาสัมพันธ์ของการท่าอากาศยานก็ไม่สามารถจะให้ข้อมูลได้ ทางที่สอง คือ เลือกนั่งรถตู้โดยสารที่มีข้อดีคือไม่แพงมาก แต่มีข้อจำกัดคือ ไม่ทราบแน่ชัดว่าจะออกได้เมื่อไร เพราะบริษัทจะต้องรอให้มีผู้โดยสารครบทุกที่นั่งเสียก่อน และรถตู้จะนำคนไปส่งเฉพาะจุดใหญ่ ๆ ในเมืองเท่านั้น ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งคือคนขับรถตู้โดยสารดังกล่าวนี้ส่วนมากไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ ซึ่งบ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวบอกว่าเขามีดม่นไปหมดและพยายามทุกวิถีทางที่จะไปให้ถึงจุดหมาย

(“I was left in the dark, trying my very best to figure out how to get to my desired destination.”) ทางสุดท้ายซึ่งสะดวกที่สุด คือ รถลีมูซีน หมายถึง รถเก๋งเช่าเหมาคันไปส่ง ณ จุดที่ต้องการแต่นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเองน้อยคนมากที่จะเลือก เพราะส่วนมากบอกว่า “too expensive”

- ที่สำคัญที่สุดและเกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษาวิจัยเรื่องนี้คือกฎเก็ดยังไม่มีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ที่จะเป็เมืองท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความพร้อมในที่นี่มิได้มองเฉพาะภาษา แต่หมายรวมไปถึง ความเป็นสากลที่ไม่จำเป็นต้องทิ้งส่วนของความเป็นไทย ปัญหาของทรัพยากรมนุษย์ที่สรุปได้จากการศึกษาคือ

ก. **การคัดสรรคนในภาครัฐเข้าสู่หน่วยงานที่ต้องติดต่อกับนักท่องเที่ยว** กลุ่มที่ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นปัญหาในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่ค่อนข้างชัดเจน คือกลุ่มเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เจ้าหน้าที่ศุลกากร และตำรวจ กลุ่มที่มีการพาดพิงถึงแต่ในระดับที่ไม่มากนัก คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนของสำนักงานขนส่งจังหวัด ประเด็นหลัก ๆ ที่ เป็นปัญหาคือ หน่วยงานต้นสังกัดของบุคคลากรกลุ่มนี้ไม่ได้จัดให้ความรู้ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเป็นเกณฑ์หนึ่งในการคัดสรรคนเข้าสู่ตำแหน่ง ส่วนมากมักจะเน้นความรู้ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่หลักเป็นเกณฑ์ อย่างไรก็ตามในการศึกษาก็ได้พบคนรุ่นใหม่ในกลุ่มนี้ที่มีทักษะในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม มีมิตรไมตรีต่อกับนักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากมีเป็นจำนวนน้อยจึงไม่มีผลในการถ่วงดุลย์ความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีต่อกลุ่มโดยรวมได้

ข. **ความไม่เพียงพอของบุคลากรในหน่วยงานที่ต้องติดต่อกับนักท่องเที่ยว** ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐในกลุ่มเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เจ้าหน้าที่ศุลกากร และตำรวจ เป็นสามกลุ่มแรก ที่นักท่องเที่ยวจะต้องสื่อสารด้วย การมีบุคลากรไม่เพียงพอนำไปสู่ปัญหาใหญ่ ๆ สองประการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารคือ 1) บุคลากรต้องทำงานแข่งกับเวลาเพื่อให้ทันกับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางเข้ามา และ ต้องปฏิบัติหน้าที่ติดต่อกันยาวนานถึง 15 ชั่วโมง ทำให้อ่อนเพลียจนไม่สามารถจะแสดงความมีมิตรไมตรีในการสื่อสารใด ๆ ได้ โดยเฉพาะการที่ต้องสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศภายใต้ข้อจำกัดของเวลา และสภาพร่างกายที่อ่อนล้า ยิ่งเป็นความยากลำบากอย่างยิ่ง 2) บุคลากรไม่สามารถเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนทักษะทางการสื่อสารและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ภาษาได้ เพราะต้องให้ความสำคัญกับงานประจำ หมายถึงต้องมีคนที่จะทำให้งานในหน้าที่ดำเนินไปได้โดยไม่ชะงักงัน ดังนั้นความพยายามของหน่วยงานต้นสังกัดในอันที่จะพัฒนาบุคลากรที่ผ่านมาจึงไม่เคยประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

ค. **ความไม่มีเอกภาพในการจัดอบรมบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว** การจัดการศึกษาและการจัดอบรมเกี่ยวกับการเรียนรู้และการใช้ภาษาอังกฤษของภูเก็ต เช่นเดียวกับจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศ คือต่างคนต่างทำจึงก่อให้เกิดทั้งความซ้ำซ้อนและช่องว่าง คือ เมื่อหน่วยงานใดได้รับงบประมาณในการจัดกิจกรรมก็จัดไปตามความต้องการของผู้ให้งบประมาณ กลุ่มคนที่มักจะได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้คือ คนที่สังกัดอยู่กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งในภาคการท่องเที่ยว ผู้ที่ได้รับการอบรมจึงมักจะเป็นกลุ่มซ้ำ ๆ ในขณะที่ประชาชนทั่วไปซึ่งประกอบอาชีพอิสระ โดยเฉพาะกลุ่มที่ทำมาค้าขายเล็ก ๆ ของตัวเองมักจะไม่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการอบรมเพราะยุ่งอยู่กับการทำมาหากิน สภาพของการที่ต่างคนต่างทำโดยขาดการรวมศูนย์ก่อให้เกิดปัญหาหลายประการดังนี้

- 1) ขาดการเผยแพร่ รับรู้ แลกเปลี่ยน ข่าวสารต่อกันและกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 2) ขาดแผนงานที่ชัดเจนในการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- 3) ขาดมาตรฐานการรับประกันคุณภาพหลักสูตรซึ่งเป็นที่ยอมรับร่วมกัน
  - 4) ขาดแรงผลักดันร่วมกันที่จะทำให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมซึ่งเป็นความสามารถที่จำเป็นมากในการสร้างคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
- ง. **ความไม่สมจริงในการจัดหลักสูตร** หลักสูตรในที่นี่จะแยกเป็นสองส่วน คือ หลักสูตรสำหรับการอบรมระยะสั้น และ หลักสูตรในโปรแกรมการศึกษา
- 1) **หลักสูตรสำหรับการอบรมระยะสั้น** ดังที่กล่าวไว้ในข้อ ค. คือการจัดอบรมส่วนมากเกิดขึ้นเพราะมีงบประมาณสนับสนุน ดังนั้นการเข้ารับการอบรมจึงเกิดขึ้นเป็นช่วง ๆ ในช่วงที่มีการอบรมคนบางคนอาจไม่สามารถเข้าร่วมได้ คนที่สามารถเข้าร่วมได้ก็อาจร่วมได้ไม่สม่ำเสมอ และแม้ผู้ที่เข้าเรียนสม่ำเสมอก็ได้เรียนรู้เฉพาะช่วงเวลาที่ได้รับอบรมซึ่งส่วนมากจะเป็นช่วงสั้น ๆ การเรียนรู้ในลักษณะของ “การเรียนรู้ตลอดชีวิต” จึงเกิดขึ้นไม่ได้ ภาษาที่ได้จากการอบรมในลักษณะนี้จึงมักจะไม่เพียงพอที่จะนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการเรียนจบแล้วก็แล้วกันซึ่งมิใช่ธรรมชาติของการเรียนภาษาที่จะต้องมีการเรียนและนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ ไม่เช่นนั้นสิ่งที่เรียนมาก็จะเหลือเพียงส่วนที่เป็นความรู้ (cognitive academic language proficiency -Cummins, 1980) ส่วนที่จะนำไปใช้ประโยชน์จริง ๆ คือส่วนที่เป็นทักษะสำหรับการสื่อสาร (Basic Communication Skills) หายไป ทั้งนี้เพราะภาษาเป็นวิชาที่ต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ และต้องใช้ใช้อย่างสม่ำเสมอ มิใช่เพียงการอบรมเล็ก ๆ น้อย ๆ 20 -30 ชั่วโมงแล้วจะสามารถหวังผลสัมฤทธิ์ได้
  - 2) **หลักสูตรในโปรแกรมการศึกษา** แม้หลักสูตรในโปรแกรมการศึกษาส่วนมากจะมีมิติทางวัฒนธรรมอยู่บ้าง แต่ก็ยังไม่เข้มข้นมากพอที่จะช่วยยกระดับความรู้ เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและ ความสามารถในการนำสิ่งเหล่านี้ไปใช้ ที่พบจากการศึกษาใน “โครงการเรียนรู้เรียนไวเรียนได้ด้วยตัวเอง” ของโครงการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (ปี พ.ศ. 2540) ที่ได้เข้าไปศึกษาวิธีการเรียนการสอนภาษาของโรงเรียนต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต ผวนกับข้อมูลที่ได้จากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวทั้งจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ได้พบว่าวิธีการเรียน การสอนภาษาอังกฤษเป็นการเรียนรู้ภาษาโดยไม่มีกิจกรรมที่จะจุดประกายให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรมซึ่งนับเป็นพื้นฐานของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
- การไม่มีมาตรการดูแลผู้คนในภาคท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวส่วนมากในภูเก็ตถูกตามติดเพื่อให้ชื่อของหรือคะยั้นคะยอให้ใช้บริการนับเป็นการบั่นทอนคุณภาพการท่องเที่ยว เป็นประเด็นหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากพูดถึง

### ข้อเสนอแนะ

#### ● ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้สอนภาษาอังกฤษ

เมื่อมองจุดเด่นและจุดด้อยของการสื่อสารที่ได้พบจากการศึกษาในครั้งนี้จะเห็นว่า หลายประเด็นมิใช่สิ่งใหม่ในการเรียนการสอนภาษา แต่ประเด็นเหล่านั้นสามารถที่จะช่วยยืนยันให้ผู้รับผิดชอบและผู้ที่มีส่วนในการสอนภาษาอังกฤษมีความชัดเจนยิ่งขึ้นว่าการเรียนภาษาที่สามารถจะนำไปใช้ได้จริง และโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ต้องใช้สื่อสารกับคนที่มาจากวัฒนธรรมหลากหลาย ซึ่งมีทั้งที่ คล้ายคลึงกับเรา และ แตกต่างไปจากเรา ควรจะต้องจัดหลักสูตรอย่างไรให้มีลักษณะที่สมจริงที่สุด มีอะไรที่น่าจะคำนึงถึง หรือ ย้ำเตือนเป็นพิเศษ

กลยุทธ์ที่ควรจะนำมาผนวกไว้กับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้เหมาะกับสภาพการเป็นเมืองท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตคือ

1. การจัดหลักสูตรในห้องเรียนที่มีบูรณาการของวัฒนธรรมและภาษาที่มีความหลากหลาย ความสมจริง และ ความสมดุลย์

- **ความหลากหลาย** คือ มีความหลากหลายของวัฒนธรรมในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก ซึ่งอาจใช้สถิติและแนวโน้มของชาติต่าง ๆ ที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเป็นแนวทาง แต่สิ่งสำคัญที่สุดที่จะต้องมีในหลักสูตรคือ ความรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้องแท้จริงในเรื่องราวและวัฒนธรรมของตนเอง เพราะคนไทยในภาคการท่องเที่ยวจะต้องสามารถพูดถึง หรือ อธิบายเรื่องราว และวัฒนธรรมของตนเองได้ เพราะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง แต่ที่สำคัญมากกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว คือ การรู้เรื่องราว และวัฒนธรรมของตนเองจะทำให้คนไทยทำหน้าที่เป็น “ทูตวัฒนธรรม” ที่สมจริงและน่าภาคภูมิใจในการประพฤติปฏิบัติตน มีความสามารถที่จะแยกแยะสิ่งที่เหมาะสม และไม่เหมาะสมจากสายธารวัฒนธรรมอันหลากหลายที่แวดล้อมอยู่ในลักษณะของงานที่ทำ
- **ความสมจริง** คือ ความสมจริงของภาษา และวัฒนธรรมที่นำมาใช้ในหลักสูตร ทั้งในแง่ของความคิด มุมมอง และความทันยุค ทันสมัย

ในทางภาษา ศัพท์สำนวน และกฎเกณฑ์ไวยากรณ์หลายอย่าง เป็นสิ่งที่จดจำ ถ่ายทอด และเรียนรู้ กันมา โดยอาจจะไม่ได้มีการทบทวน หรือตรวจสอบว่ามีการใช้กันอยู่หรือไม่นอกห้องเรียน คนที่สอนภาษามักจะถูกวิพากษ์วิจารณ์อยู่บ่อย ๆ ในเรื่องนี้ เช่น Hall (1989 หน้า132-133) ซึ่งพูดถึงภาษากับการสื่อสาร และการสอนในห้องเรียนว่า

“The classroom is the only place where the classroom form of the language will be found. It is a monument to the human intellect that it has been able to overcome the handicap of classroom instruction and move into the living language.” และ  
 “Situational dialects of these types frequently make use of restricted codes – and remember, restricted codes are for the insider. Everything is condensed: grammar, vocabulary, intonation. All the rules that are so carefully learned in the classroom go right out of the window.”

ในทางวัฒนธรรม ในส่วนของวัฒนธรรมไทย แม้ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ธรรมเนียม ประเพณี และการประพฤติปฏิบัติส่วนมากเป็นสิ่งที่ควรจรรักษาไว้ และ ทำความเข้าใจให้ต้องแท้แต่ก็มีบางสิ่งบางอย่างที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาเพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัยมากขึ้น เช่น การเกรงใจในวัฒนธรรมไทย ควรจะให้มีการเรียนรู้ความคิดความหมายดั้งเดิม มีการอภิปรายในกลุ่มผู้เรียนว่าส่วนไหนที่น่าที่จะยังคงรักษาไว้ และส่วนไหนที่จะต้องเปลี่ยนไป เมื่อเราเข้ามาสู่ยุคที่สังคมเปิดกว้างกว่าเดิม แนวคิดเดิมที่ผู้เรียนควรต้องเกรงใจครู ในส่วนที่เกี่ยวกับการเคารพและให้เกียรติกันก็น่าจะเก็บไว้ได้ แต่ส่วนที่ผู้เรียนสงสัยและเห็นว่าครูไม่ถูกแต่ไม่กล้าพูด ไม่กล้าถาม เพราะเกรงใจครูควรมีการส่งเสริมให้มีการเปลี่ยนแปลง หลักสูตรน่าจะมีส่วนที่ครอบคลุมวัฒนธรรมทำนองนี้ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ทั้งส่วนที่เป็นวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การรู้จักขัดแย้งอย่างสุภาพ เพราะโลกแห่งความจริงผู้เรียนจะต้องพบสิ่งเหล่านี้ และพบมากขึ้น ในสถานการณ์

ที่ต้องมีการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ผู้เรียนจะต้องมีการสนทนาแลกเปลี่ยนกับผู้ที่มีมาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ตัวอย่าง เช่น ค่านิยมเรื่องเกรงใจในวัฒนธรรมไทยที่กล่าวแล้ว ถ้าผู้เรียนยังคงเรียนรู้เรื่องนี้ในความหมายดั้งเดิมของไทย โดยที่หลักสูตรไม่เปิดโอกาสให้เห็นมุมมองใหม่ ๆ เมื่อผู้เรียนออกไปพบความจริง เช่น ต้องไปสื่อสารกับคนที่มาจากสังคมตะวันตก ก็จะเกิดความสับสนเพราะสังคมตะวันตกให้ค่าของความเกรงใจในแต่ละสถานการณ์ต่างกับของไทย เช่นในสถานการณ์ของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือ การเจรจาธุรกิจ ผู้ที่ยังคงรักษาความเกรงใจในคุณค่าเดิมของวัฒนธรรมไทยอาจถูกมองจากคู่เจรจาที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันว่าเป็นคนอ่อนแอ อ่อนข้อ ไม่กล้าที่จะเริ่มทำอะไรใหม่ ๆ และ อาจถูกเขาเปรียบจากคู่เจรจาได้ Klausner (1993, หน้า 258) ได้พูดเรื่องนี้ไว้ว่า “To the *farang* with this emphasis on quality, frankness and directness, the tendency to show deference and avoid imposing upon someone often appears to indicate a lack of initiative, weakness and subservience. These qualities are one which will hardly recommend one for advancement in the faring business world.”

### **ความสมดุลย์ คือ**

ก. ดุลยภาพของภาษาและวัฒนธรรม ทั้งสองส่วนควรจะต้องมีสัดส่วนพอ ๆ กัน เพราะ วัฒนธรรม เป็นเนื้อหา เป็นส่วนของความคิด ในขณะที่ ภาษา เป็นวิถีทางที่จะนำความคิดไปยังคู่สื่อสาร ความไม่สมดุลย์ของส่วนใดส่วนหนึ่งจะทำให้การสื่อสารไม่สมบูรณ์ ทั้งนี้เพราะคนที่มีความคิดดี มีเนื้อหาแน่น แต่ไม่มีหนทางถ่ายทอดไปยังคู่สื่อสาร ความคิดเหล่านั้นก็เปล่าประโยชน์ นักท่องเที่ยวหลายคนพูดถึงการที่คนไทยหลายคนในภาคการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถพูดถึงเรื่องราวต่าง ๆ ของภูเก็ต และ เมืองไทยได้ว่าอาจเป็นเพราะไม่มีภาษาพอที่จะพูด โดยนับเดียวกันคนที่มีความคิดดีแต่ไม่มีเนื้อหาที่ไม่เรื่องราวที่จะพูด ดังนั้นหลักสูตรจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความสมดุลย์ของทั้งภาษา และ วัฒนธรรม

ข. ดุลยภาพของวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมต่างชาติ วัฒนธรรมทั้งสองส่วนนี้ก็จะต้องมีความสมดุลย์เช่นกัน การเรียนรู้เรื่องของเรามากกว่าของคนอื่นอาจนำไปสู่การหลงชาติและหลงวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร เพราะจะทำให้คนคนนั้นมีแนวโน้มที่จะพูดเรื่องของตัวเองโดยไม่ใส่ใจในเรื่องของคนอื่น นอกเหนือจากนี้ ดุลยภาพของหลักสูตรที่ดีจะต้องมองถึงสัดส่วนของเนื้อหา ความสามารถทางการวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็น ของผู้เรียนด้วย หลักสูตรจะต้องรวมส่วนที่ผู้เรียนสามารถฝึกฝนที่จะมองความเหมือน ความต่างของวัฒนธรรมต่าง ๆ และที่มาของความเหมือน ความต่าง เหล่านั้นได้พอสมควร มิใช่เป็นการท่องจำเพียงอย่างเดียว

ค. ดุลยภาพของวัฒนธรรมต่างชาติ ได้กล่าวไว้แล้วพอสังเขปในตอนต้นว่า การเลือกที่จะรวมวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ เข้ามาไว้ในหลักสูตร ควรจะต้องดูความหลากหลาย และจะต้องจัดความหลากหลายนั้นให้มีความสมดุลย์ ด้วยเหตุผลเดียวกับข้อ ข. กล่าวคือ ผู้เรียนควรมีโอกาสเห็นความแตกต่างของวัฒนธรรมซึ่งเป็นภูมิหลังของนักท่องเที่ยวอย่างหลากหลายเพื่อให้มีฐานความคิดพอที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่มาจากที่ต่าง ๆ ได้โดย ไม่จำกัดอยู่เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

## 2. การสอนให้ “เข้าถึง” วัฒนธรรม มิใช่เพียง “รู้” วัฒนธรรม

การสอนวัฒนธรรมในห้องเรียนนั้นไม่ควรจะมุ่งเน้นเนื้อหาจนเกินไปนัก แต่ควรเน้นการ “เข้าถึง” วัฒนธรรม ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมมากกว่า ทั้งนี้เพราะ วัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ดังที่ Wongbiasaj (2003) พูดถึงวัฒนธรรมและการเรียนรู้วัฒนธรรมไว้ในเอกสารประกอบการบรรยายในการประชุมวิชาการประจำปีของสมาคมครูผู้สอนภาษาอังกฤษแห่งประเทศไทยไว้ว่า “Culture is diverse, dynamic and fluid in the

sense that it can change, usually as a result of the influence of other cultures. In learning a new culture one should be sensitive and open to its diversity and changeability.” ดังนั้นการเรียนการสอนวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ แม้ว่าจะต้องผนวกเนื้อหาของวัฒนธรรม เข้าไปบ้าง แต่จุดเน้นควรเป็นกระบวนการทางวัฒนธรรม ซึ่ง สามารถเกิดขึ้นได้ในชั้นเรียน โดย ผู้สอนจัดกระบวนการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับผู้สอน รวมไปถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยตนเอง การจัดการสอนเช่นนี้นอกจากผู้เรียนจะได้ตัววัฒนธรรมซึ่งเป็นเนื้อหาในการสื่อสารแล้ว กระบวนการทางวัฒนธรรมยังเกิดขึ้นจากการที่ผู้เรียนเรียนรู้จากกันและกันพร้อม ๆ กันไปกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนมี Jin และ Cortazzi (1998) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมและการเรียนภาษาต่างประเทศในห้องเรียนว่ามีนัยของการเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Learning) โดยธรรมชาติอยู่แล้ว สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้เรียนไปสู่การเรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของภาษาต่างประเทศนั้น ๆ และที่สำคัญก็คือ การเรียนรู้วัฒนธรรมของคนอื่นทำให้ผู้เรียนมีความตระหนักและมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของตัวเองไปด้วยโดยอัตโนมัติถ้าผู้สอนมีวิธีการที่เหมาะสม ทั้งนี้เพราะการที่คนเราจะกล่าวถึงวัฒนธรรมอื่นใดโดยไม่ผูกโยงกับวัฒนธรรมของตัวเองเป็นสิ่งที่ขัดกับธรรมชาติ และด้วยความรู้ ความเข้าใจทั้งวัฒนธรรมเขาและวัฒนธรรมเราอันเกิดจากการเรียนการสอนในห้องเรียนนี้เองที่ทำให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้” Jen และ Cortazzi เชื่อว่าวิธีนี้จะช่วยนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้วย

**การสอนให้รู้จักถาม** ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการเรียนแบบเข้าถึงวัฒนธรรม และเป็น **การสร้างวัฒนธรรมการเรียนในห้องเรียน (Culture of Learning)** เป็นมิติสำคัญที่จะต้องพิจารณาในการจัดการเรียนการสอน วัฒนธรรมการรู้จักถามจะช่วยในการพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้เรียนโดยอัตโนมัติ ช่วยให้ผู้เรียนได้ค่อย ๆ เรียนรู้ว่า ควรทำตัวอย่างใดให้เหมาะสมในห้องเรียนเช่น เมื่อไรควรถาม หากต้องการถามควรถามด้วยคำถามแบบใด มีอะไรที่ควรถาม อะไรไม่ควรถาม ด้วยวัฒนธรรมการเรียนเช่นนี้ผู้เรียนจะได้รับการพัฒนาให้มีคุณสมบัติของความเป็นผู้ใฝ่รู้ใฝ่เรียนอย่างจริงจัง (deep-rooted expectations) รู้จักใช้ประโยชน์จากห้องเรียนในการฝึกการปฏิบัติตนที่เหมาะสม ฝึกรับรู้และตีความพฤติกรรมของผู้อื่น อันเป็นนัยของการเริ่มต้นมี “สายตา” ให้กับวัฒนธรรม เพราะวัฒนธรรมที่แตกต่างในระดับชาติเริ่มมาจากความแตกต่างระหว่างบุคคล

ดังนั้นการเรียนการสอนที่จะช่วยให้มีการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพเข้าสู่ภาคการท่องเที่ยว ผู้สอนจะต้องมีความชัดเจนว่าหัวใจของการเรียนเพื่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม จะต้องมีการบวนการปฏิสัมพันธ์ มีการซักถาม การอภิปราย เป็น องค์ประกอบสำคัญในกระบวนการเรียนการสอน องค์ประกอบเหล่านี้จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำสิ่งที่ได้จากห้องเรียนไปใช้ได้สมจริงสมจังมากขึ้นในโลกที่ผู้ใช้ภาษาต้องมีการสื่อสารสองทางกับคนจากหลากหลายวัฒนธรรม

### 3. การสอนให้ “เข้าถึง” ภาษา มิใช่เพียง “รู้” ภาษา

การ “เข้าถึง” ภาษา มิได้หมายความว่าต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องภาษา หากแต่การ “เข้าถึง” ภาษา หมายถึง การเรียนรู้ภาษาพอประมาณกับการนำไปใช้ และต้องสอนให้ผู้เรียนเรียนรู้อย่างเข้าใจให้มากที่สุดว่า การใช้กฎเกณฑ์ศัพท์ สำนวน หรือการออกเสียงต่าง ๆ มีที่มาอย่างไร ที่สำคัญมากอีกประการหนึ่งคือ ต้องทำให้ผู้เรียนทราบว่าการไม่ใส่ใจต่อความถูกต้องของบางสิ่งบางอย่างในการใช้ภาษามีผลต่อการสื่อสารอย่างไร มิใช่การจดจำกฎเกณฑ์โดยไม่มี ความเข้าใจ เพราะการเรียนด้วยการจำเช่นนั้นผู้เรียนมีแนวโน้มที่จะแยกส่วนที่จดจำออกจากการใช้ ไม่นำมาบูรณาการเข้ากับการใช้ภาษา ทราบแต่เพียงว่ากฎเกณฑ์เหล่านั้นคืออะไร แต่ไม่ทราบว่ามี ความหมายอย่างไร มีความสำคัญต่อการสื่อสารเช่นไร การออกเสียงที่ไม่ถูกทำให้สื่อสารสับสน หรือรับความหมายไม่ได้ อย่างไรก็ตาม มิใช่เพียงการพยายามสอนให้

ออกเสียงถูกต้องโดยผู้เรียนไม่ทราบว่าจะถูกไปทำไม เพราะเหตุใด หรือ หลักเกณฑ์สำคัญของการเรียงคำในภาษาไทย และภาษาอังกฤษต่างกันอย่างไร การชี้ให้เห็นลักษณะสำคัญ ๆ โดยการเปรียบเทียบภาษาไทยซึ่งเป็นภาษาต้นแบบของผู้เรียน กับภาษาอังกฤษ ก็เป็น วิธีการสอนที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าถึงภาษาได้อีกวิธีหนึ่ง ช่วยให้ผู้เรียนสามารถถ่ายโอนส่วนที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการสื่อสารในภาษาไทยมาใช้ในภาษาอังกฤษ และ รู้จักที่จะหลีกเลี่ยงไม่ถ่ายโอนส่วนที่เป็นปัญหาจากภาษาไทยมาใช้ในการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ การชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างหลัก ๆ ของภาษาไทยและภาษาอังกฤษยังช่วยไม่ให้ผู้เรียนใช้วิธีแปลตรงตัวมาจากภาษาไทยอันเนื่องมาจากความไม่เข้าใจภาษาด้วย วิธีการสอนเหล่านี้จะช่วยให้ผู้เรียน “เข้าถึง” ภาษา และสามารถนำความเข้าใจเหล่านี้ไปเป็นกรอบในการประยุกต์ใช้กับส่วนของภาษาใหม่ ๆ ที่จะพบนอกห้องเรียน

สิ่งที่จะต้องพิจารณาในการทำบทเรียนและวิธีการสอนคือ

- **การคัดสรร ศัพท์ และสำนวนที่ ผู้เรียนจำเป็นต้องใช้เพื่อการสื่อสารในการประกอบอาชีพ**

ในการวางรากฐานการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะต้องสอนให้ผู้เรียนรู้จักศัพท์ และสำนวนที่จำเป็นในการทำงาน โดยการฝึกให้ผู้เรียนเรียนรู้สำนวนเหล่านั้น โดยมีความชัดเจนในความหมาย ความสำคัญ และการนำไปใช้ มีใช้การ ท่องจำ ตัวอย่างสำนวนหลัก ๆ ที่คนในภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องทราบ ได้แก่

ก. สำนวนที่ใช้ในการทักทาย การเรียกขาน การโอภาปราศรัย และ เอื้ออาทร เช่น “Good morning, sir/madam/ Mr. ...” “How was your flight?” “Have a nice day!” “Enjoy your trip.” “Have a good holiday.” “Have a good trip. Is everything alright?” “How was your stay at the hotel?”

ข. สำนวนที่ใช้ในการขอให้พนักงานท่องเที่ยวทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เช่น “Please fill in the registration form.” “Kindly fill in the registration form, please.” “Kindly sign here, please.”

ค. สำนวนที่ใช้เพื่อบอกให้นักท่องเที่ยวรอ หรือ สำนวนที่ใช้เพื่อการบอกกล่าวว่าจะทำอะไรให้ เช่น “Moment, please.” “Certainly, I'll get it for you.”

ง. สำนวนสุภาพในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น “Would you like to see the menu, sir/madam?” “Would you like to have a look at our menu, sir/madam?” “Would you mind giving me...?” “Would you mind waiting here. The car will pick you up in a minute.” “Excuse me. Would you like to park in the parking area over there.” “Excuse me. I'm afraid this is a no-parking area. I can show you to the parking area if you like.”

จ. สำนวนที่ใช้หลังจากกล่าวลา เช่น “Have a safe trip home.” “I hope you had a good time in Phuket.” “I look forward to serving you again soon.” “I hope to see you again.”

- **การสอนให้ผู้เรียนเชื่อมโยงมิติทางวัฒนธรรมเข้ากับทักษะในการใช้ภาษาและทักษะทางการสื่อสาร**

การที่จะทำให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงหลาย ๆ สิ่งหลาย ๆ อย่างเข้าด้วยกันผู้สอนจะต้องสร้างบทเรียนที่กระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาคุณสมบัตินในเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Socio-cultural Competence) ซึ่ง Chen และ Starosta (1998) เห็นว่าความสามารถดังกล่าวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากขององค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพราะความสามารถด้านนี้ทำให้คนเราสื่อสารกับผู้อื่นที่มีวัฒนธรรมต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม ถูกกาลเทศะ รู้ขอบเขตของการสื่อสารกับผู้อื่น และมีวุฒิภาวะทางจิตใจสามารถปรับตัวปรับใจให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ Cooper (1998) ก็เป็นอีกคนหนึ่ง ที่ให้ความเห็นว่าความสามารถทางสังคม และ วัฒนธรรมเป็นจุดเชื่อมต่อ

ช่องว่างของการสื่อสารระหว่างผู้คนที่ต่างวัฒนธรรม ความสามารถนี้จะทำให้ผู้เรียนมีจุดเชื่อมต่อกับความสามารถอื่น ๆ อีกหลายอย่างซึ่งจะช่วยในการพัฒนาทักษะทางการสื่อสาร เช่น 1) ความเชื่อมโยงและความคิดสร้างสรรค์ในการใช้ภาษา (Interpersonal and creative use of language) 2) ทักษะทางการจัดระบบและทักษะการคิด (Organisational and thinking skills) Cooper ได้แนะนำว่าการที่จะเตรียมบุคลากรให้เข้าสู่สถานที่ทำงานที่มีผู้คนจากหลากหลายวัฒนธรรมและสังคมนั้น ควรเน้นประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural aspects) ไว้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ และควรเริ่มสอนกันตั้งแต่วัยต้น ๆ ไม่ใช่เริ่มที่ระดับอุดมศึกษา โดยจัดให้การเรียนการสอนภาษาครอบคลุมประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรมสองระดับ ระดับแรกเป็นการสอนภาษาพร้อมกับการแทรกความรู้เรื่องวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นภาษาที่สอน และระดับที่สองนั้นเป็นการฝึกให้ผู้เรียนเรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของภาษาพร้อม ๆ กับรู้วัฒนธรรมของตนเอง เช่น รู้ว่าเจ้าของภาษามีข้อกำหนดอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมของการใช้ภาษา (select appropriate register) และควรใช้ภาษาเช่นใดในบริบทและ กาลเทศะใด (Choose when to speak) นอกจากนี้ยังควรสอนเรื่องความเชื่อมโยงของการใช้วัจนภาษากับวัฒนธรรม เช่น การไหว้ การยิ้มที่เข้ากับสถานการณ์และเรื่องที่กำลังสื่อ เป็นต้น ซึ่งให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการไม่เชื่อมโยงวัจนภาษากับความหมายและความแตกต่างทางวัฒนธรรมเช่น การยิ้มเมื่อเห็นใครกำลังมีปัญหา หรือการเดินจากไปเพื่อบอกว่าไม่เข้าใจ เป็นต้น

ดังนั้นหากจะต้องเตรียมคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของภูเก็ตให้มีความพร้อมทางด้านภาษาอังกฤษและการสื่อสารกับคนจากวัฒนธรรมหลากหลายจากทั่วโลก ประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรมและวิธีการที่จะต้องเชื่อมโยงทุกมิติของการสื่อสารเข้าด้วยกันในการจัดทำบทเรียนและการสอนก็น่าจะได้รับการคำนึงถึงเป็นพิเศษ

#### 4. การจัดสอนที่เน้นวิธีการมากกว่าผลสัมฤทธิ์ - การสอนยุทธวิธีทางการสื่อสาร

แม้ว่าการสอนที่ดีจะต้องนำวิชาการ ความรู้ และสถานการณ์ ต่าง ๆ ในโลกของความจริงเข้ามาในห้องเรียน เพื่อให้ขบวนการเรียนรู้มีความสมจริง แต่ความเป็นจริงที่โลกและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ วิชาการ ความรู้ และสถานการณ์ ต่าง ๆ ที่ผู้เรียนเรียนรู้ในห้องเรียนอาจจะแตกต่างจากของจริงที่ผู้เรียนจะพบในโลกของความจริง และโลกของการทำงาน ดังนั้นสิ่งที่ผู้สอนจะต้องเน้นอยู่เสมอ คือ สอนให้ผู้เรียนมียุทธวิธีในการสื่อสารพร้อมที่จะช่วยตัวเอง เพื่อให้ผู้เรียนเป็นผู้ที่สามารถสื่อสารได้จริงในโลกของการทำงาน เรียนรู้การแก้ปัญหาโดยใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสาร เช่น การรู้จักใช้บริบทและความหมายในการพยายามทำความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวนำมา และ โดยนัยเดียวกันในการสื่อความหมายของเราออกไป หรือ การเรียนรู้ที่จะใช้สิ่งที่มีอยู่ หรือ ที่พบเห็นรอบตัว เช่นภาพ วัสดุ และของจริง ๆ เช่นอาหาร เครื่องปรุงที่ใช้ประกอบอาหาร และ ท่าทางต่าง ๆ ที่คิดขึ้นมา เป็นต้น

5. การจัดการเรียนการสอนที่สามารถปลูกฝังนิสัยใฝ่รู้ใฝ่เรียน บรรยากาศของการทำงานในภาคการท่องเที่ยวคือบรรยากาศของการเรียนรู้ ผู้ที่ทำงานมีโอกาสพบคนใหม่ และสถานการณ์ใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ถ้าผู้สอนมีบทเรียนและวิธีการสอนที่ทำให้ผู้เรียนมีนิสัยใฝ่รู้ใฝ่เรียน เมื่อออกไปทำงานคนเหล่านั้นจะมีความมั่นใจใฝ่รู้ใฝ่เรียนไปใช้ในการเรียนรู้ทั้งจากนักท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็น “ครู” ในสถานการณ์จริง และ จากการพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากสิ่งรอบตัวซึ่งมีอยู่มากมาย

**ข้อเสนอแนะสำหรับจังหวัด** - หน่วยงานที่เกี่ยวข้องระดับจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และ เทศบาล

#### 1. การบริหารจัดการในการจัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ

ดังที่ได้กล่าวไว้ในส่วนของปัจจัยส่งเสริมของจังหวัดข้างต้นว่าภูมิก่อนเกิดมีนักท่องเที่ยวหลายชาติ หลายภาษา ทำ



ให้คนภูเก็ตรู้ว่ามีแรงจูงใจที่จะเรียนภาษาต่างประเทศ และขณะนี้ทั่วทั้งจังหวัดก็มีการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศอยู่มากมายหลายแห่งทั้งที่ดำเนินงานโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชน แต่การสอนภาษาต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต (ซึ่งจะขอจำกัดการพูดถึงเฉพาะภาษาอังกฤษ) นั้นเป็นการดำเนินการที่กระจัดกระจายและไม่มีเอกภาพ แต่ละหน่วยงานก็จัดหลักสูตร และจัดสอนไปตามที่เห็นว่าเหมาะสม (ดู ผนวก ช ประกอบ)

เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในจังหวัดภูเก็ตมีเอกภาพ และมีแนวทางที่ชัดเจน จังหวัดน่าจะมี **ศูนย์ประสานงานการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ** ที่มีภารกิจหลัก ๆ 4 ประการได้แก่

1. รวบรวมและประมวลข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอน ภาษาอังกฤษทั่วทั้งจังหวัด เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบว่าในจังหวัดภูเก็ตมีการเรียน การสอนภาษาอังกฤษที่ไหน อย่างไร
2. ประสานงานในการระดมความคิดและระดมทรัพยากรเพื่อวางแนวทางการสอนภาษาอังกฤษของจังหวัด ให้ชัดเจนว่า ความต้องการ และความเหมาะสมของการจัดสอนภาษาอังกฤษควรจะดำเนินไปในแนวไหน อย่างไร โดยใช้แผนพัฒนาจังหวัดเป็นเข็มทิศ เพื่อพยายามตอบโจทย์ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษหลาย ๆ คำถามที่ยกขึ้นไว้เป็นตัวอย่างในตอนท้ายของการอภิปรายสรุปในบทนี้
3. ประสานงานในการระดมความคิดและระดมทรัพยากรเพื่อจัดสรรงบประมาณ หรือเงินอุดหนุน และ ภารกิจในการจัดสอนภาษาอังกฤษให้เหมาะกับแนวทางในข้อ 2. และเหมาะกับศักยภาพของแต่ละหน่วยงาน เช่น การจัดอบรมภาษาอังกฤษพื้นฐานให้แก่ประชาชนทั่วไปหน่วยงานใดควรเป็นผู้ดำเนินการ ภาษา ภาษาอังกฤษที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่ม หน่วยงานใดควรเป็นผู้ดำเนินการ ฯลฯ เป็นต้น
4. ประสานงานในการจัดทำมาตรฐานภาษาอังกฤษในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้การสื่อสารของบุคลากรกลุ่มต่าง ๆ ในภาคการท่องเที่ยว มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว และ เหมาะกับการจัดวางตำแหน่งของจังหวัดให้เป็นเมืองนานาชาติ

ในระบที่ยังไม่มีศูนย์ประสานงานตามข้อเสนอแนะข้างต้น จังหวัดควรมีแนวทางและมาตรการที่ชัดเจนในการช่วยเหลือประชาชนที่ประกอบอาชีพอิสระเล็ก ๆ เลี้ยงตัวเองอยู่ในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยนี้เรียกว่า “คนกลุ่มรากหญ้า” ให้มีโอกาสเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เหมาะสมและเป็นที่ประทับใจ เพราะประชาชนทั่วไปเหล่านี้เป็นกลุ่มที่ขาดโอกาสในการเรียนหรือการอบรมเพิ่มเติมมากที่สุดตลอดเวลาที่ผ่านมา

แนวทางเบื้องต้นที่จังหวัดอาจจะนำไปพิจารณาช่วยเหลือประชาชนกลุ่มนี้ คือ

- จัดอบรมภาษาอังกฤษเบื้องต้นเพื่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม โดยทำเป็นระยะสั้น ๆ ในช่วงเวลาที่ค่อนข้างจะหลากหลาย และเลือกจัดในชุมชนท้องถิ่นเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนในระดับ “รากหญ้า” ได้มีโอกาสในการเริ่มต้นเรียนรู้ภาษาและการสื่อสารที่เหมาะสมกับอาชีพและสิ่งแวดล้อมของความเป็นเมืองท่องเที่ยว
- จัดแนะนำวิธีการเรียนรู้ด้วยตนเองคู่กับชุดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเองเพื่อที่จะให้คนกลุ่มนี้ได้มีโอกาสเรียนภาษาอังกฤษอย่างจริงจัง มิใช่ดำเนินการแบบ “โถมให้” เมื่อรัฐบาลจัดสรรงบประมาณให้มาโดยที่ผู้เรียนไม่มีความพร้อม ทั้งความรู้พื้นฐาน และเวลาเรียน และไม่มีความต่อเนื่อง ทำให้เกิดการสูญเปล่าทั้งเวลาและเงินของรัฐ ของผู้จัด และ ของผู้เรียนเอง
- จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชน หรือประสานงานกับศูนย์ชุมชนที่มีอยู่แล้ว เพื่อคอยให้คำแนะนำและติดตามผลการเรียน จากชุดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเอง ตามที่ได้จัดให้ (ตาม ข้อ ข)

สำหรับคนไทยในภาคการท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ก็ควรมีการจัดอบรมและจัดชุดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเองให้เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อยกระดับภาษาอังกฤษของแต่ละกลุ่มให้สูงขึ้น เป็นการเตรียมคนให้พร้อมสำหรับแผนภูมิต้องเมืองนานาชาติ แต่ไม่ว่าจะเป็นการเรียนการสอนในห้องเรียนหรือโดยผ่านสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองก็ตาม ควรคำนึงถึงระดับความสามารถที่คนไทยในแต่ละกลุ่มอาชีพจะสามารถพัฒนาได้ การเรียนการสอนไม่ว่าจะเป็นในห้องเรียน หรือในการจัดชุดเรียนรู้ด้วยตนเองควรแทรกทักษะทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Skills) ไว้ในระดับที่เหมาะสมกับผู้เรียนในแต่ละระดับความสามารถ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนรู้เขาเรา มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาต่างประเทศนั้น ๆ รู้ว่าสิ่งใดควรหรือไม่ควรพูด ใช้ภาษาแบบใดจึงจะเหมาะสม และในขณะเดียวกันกระบวนการในการเรียนการสอนก็ควรส่งเสริม หรือ กระตุ้นให้ผู้เรียนมีความตระหนักในภาษาและวัฒนธรรมของไทยด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้เรียนรู้ความเหมือนและความต่างระหว่างภาษาและวัฒนธรรมและจะได้นำไปปรับใช้ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในชีวิตจริงต่อไป

ในการออกแบบวิชาภาษาอังกฤษสำหรับกลุ่มอาชีพต่าง ๆ โดยเฉพาะคนท้องถิ่นหรือชาวบ้านทั่วไปนั้น ควรเน้นภาษาให้ตรงกับอาชีพ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ และเพื่อให้เหมาะสมกับเวลาของผู้เรียน บทเรียนควรมีลักษณะเบ็ดเสร็จที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและพร้อมใช้ เน้นการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมโดยไม่ต้องเน้นไวยากรณ์ ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้ ไม่มีพื้นฐานภาษาอังกฤษอย่างเป็นระบบ การพูดถึงไวยากรณ์จะเป็นสิ่งที่ยากต่อการทำความเข้าใจ แต่ควรชี้ให้เห็นถึงลักษณะของการใช้ภาษา ความเหมือน ความคล้าย หรือ ความแตกต่างของภาษาไทย และภาษาอังกฤษ นอกจากนั้นภาษาควรเป็นภาษาเฉพาะอาชีพ ที่มี ลักษณะของการใช้ภาษา (Language Functions) ชัดเจน มีคำศัพท์หลัก ๆ ของอาชีพนั้น ๆ ด้วย ตัวอย่างเช่น

ภาษาของงานบริการนวด ควรครอบคลุม การทักทาย การบอกราคา ระยะเวลา การอธิบายลักษณะบริการนวดแต่ละอย่าง การนัดหมายเวลา เวลาเปิด-ปิด ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเช่น น้ำมันนวด ผลิตภัณฑ์อะไร ให้คำศัพท์ที่ผสมผสานต่าง ๆ การใช้ภาษาสุภาพเพื่อบอกให้แขกนั่ง นอนคว่ำ นอนหงาย หรือเปลี่ยนท่า การถามว่าต้องการนวดแรงหรือเบา การแสดงความเอาใจใส่เอื้ออาทรระหว่างให้บริการ เช่น รู้จักถามแขกว่า พอใจกับการนวดหรือไม่ ชอบแบบไหน แนะนำเทคนิคการฟังเมื่อแขกตอบกลับมา การรู้จักโอภาปราศรัยเล็ก ๆ น้อย ในช่วงก่อน หรือ หลังบริการ เช่นการถามทุกข์สุข การใช้สำนวนภาษาง่าย ๆ เพื่อถามถึงการท่องเที่ยวในภูเก็ต หรือพูดเกี่ยวกับดินฟ้าอากาศ เป็นต้น

สำหรับการจัดอบรมให้แก่นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปที่มีพื้นฐานทางภาษาพอสมควร การจัดโปรแกรมอบรมควรพิจารณาจุดท่องเที่ยวเด่น ๆ ของจังหวัดในทุกแบบเพื่อเตรียมคนให้พร้อมที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวของภูเก็ตในหลายลักษณะ การเตรียมคนดังกล่าวอาจคำนึงถึงข้อมูลการท่องเที่ยวและเรื่องราวที่ควรจัดอบรมตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้นำเสนอไว้ในตารางที่ 5 บทที่ 1

**2. จัดทำจุดให้ข้อมูลท่องเที่ยวที่สนามบิน สถานีขนส่ง และสถานีตำรวจ** โดยมีบุคลากรที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ มีความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมซึ่งหมายถึงได้รับการฝึกอบรมในการต้อนรับ การให้ข้อมูล การดูแลจัดการในการแก้ปัญหา หรือ ประสานงานให้แก่นักท่องเที่ยว ในระยะที่อาจจะยังมีปัญหาในการหาบุคลากรมาประจำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบ (ซึ่งน่าจะเป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัด) อาจจะพิจารณาจัดจ้างนักศึกษาที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่กำหนดไว้ผัดผ่อนกันเข้าประจำจุด เพื่อปฏิบัติการไปก่อน

**3. หน่วยงานที่นักท่องเที่ยวระบุว่ามีปัญหาในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เจ้าหน้าที่ศุลกากร และตำรวจ (ทั้งตำรวจท่องเที่ยว และตำรวจ ภูธร) ควรพิจารณาเกี่ยวกับบุคลากรในสังกัด 3 แนวทาง ดังนี้**

- จัดอบรมแบบเข้มและจริงจัง ให้แก่บุคลากรในสังกัด เน้นความรู้ ความเข้าใจและการใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการปฏิบัติงาน โดยอาจพิจารณาให้ความรู้ความสามารถในการสื่อสารของบุคลากรเป็นเกณฑ์หนึ่งในการพิจารณาให้ความดีความชอบ การพิจารณาความรู้ความสามารถในการสื่อสารของบุคลากรควรใช้ตรรกะที่ชัดเจนที่เป็นรูปธรรมจากนักท่งเที่ยว หรือผู้ที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร
- เสนอหน่วยเหนือในการจัดสรรกำลังคนให้พอกับภารกิจ เพื่อที่จะให้บุคลากรไม่เหน็ดเหนื่อยกับการทำงานจนไม่สามารถสวมบทบาทของความเป็นเจ้าบ้านที่ดีได้
- ในการคัดสรรและจัดวางกำลังคนควรพิจารณาคุณลักษณะและคุณสมบัติของคนให้เหมาะกับตำแหน่ง **คุณลักษณะ**ของบุคลากรในหน่วยงานเหล่านี้ จะต้องเป็นคนยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัย ความเป็นมิตรและอบอุ่น ในส่วนของ**คุณสมบัติ** บุคลากรในหน่วยงานเหล่านี้จะต้องมีความสามารถและทักษะในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมตามที่พูดถึงในงานศึกษาวิจัยเรื่องนี้

#### 4. การทำความเข้าใจกับกลุ่มคนที่สร้างความรำคาญให้แก่นักท่องเที่ยว และ/หรือจัดทำมาตรการเพื่อจัดระเบียบคนกลุ่มนี้

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้างต้นว่าคนเรียกลูกค้าตามร้านตัดเสื้อและคนขับรถตุ๊กตุ๊ก สร้างความรำคาญให้แก่นักท่องเที่ยวมาก แต่ปรากฏว่าคนเรียกลูกค้าตามร้านตัดเสื้อทั้งหมดเป็นคนเนปาล หรือคนพม่า หน่วยงานที่รับผิดชอบของจังหวัดควรพิจารณาทำความเข้าใจกับบุคคลกลุ่มนี้ หรือจัดทำมาตรการที่เหมาะสมในการจัดระเบียบคนเหล่านี้เพื่อมิให้เป็นจุดที่เป็นปัญหาต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่น มีการจัดทำระบบข้อมูลของผู้ที่ทำงานในส่วนนี้ (และในภาคการท่องเที่ยวอื่น ๆ ถ้าทำได้) ให้เป็นระบบเพื่อการจัดอบรมและคอยดูแลควบคุมมาตรฐานการให้บริการ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับสำหรับหน่วยงานการท่องเที่ยว

- ควรมีการจัดทำข้อมูลสั้น ๆ (tips) บอกกล่าวลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของคนไทยที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวรับทราบ เช่น ความเงียบของคนไทย สื่อความหมาย อะไรบ้าง [ รักษาหน้าของผู้พูด ของผู้ฟัง หลีกเลี่ยงการเผชิญหน้า ฯลฯ] การยิ้ม ในการตอบรับคำบ่น [ต้องการให้คู่มือสื่อสารหายโกรธ เป็นการขอโทษ ตกใจกลัว ปกปิดความอึดอัดใจ ฯลฯ] การพยักหน้า [เข้าใจ หรือ จบการสนทนาเพราะไม่เข้าใจ]
- ควรมีการจัดทำข้อมูลสั้น ๆ (tips) เปรียบเทียบลักษณะเด่น ๆ ของคนแต่ละภาค เช่น คนทางเหนืออ่อนหวาน ยิ้มง่าย คนทางใต้ เสียงดัง ชิงชัง ตรงไปตรงมา เพื่อมิให้เกิดปัญหาต่อภาพลักษณ์ของคนไทยอันจะมีผลต่อการสื่อสารในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ฯลฯ เป็นต้น]
- ควรมีการจัดทำข้อมูลสั้น ๆ เพื่ออธิบายสิ่งที่คนไทยไม่ชอบให้นักท่องเที่ยวกระทำต่อคนไทยพร้อมที่มาทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นการให้เหตุผลที่ชัดเจนต่อนักท่องเที่ยว

#### การนำผลไปใช้ ผลจากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้โดยตรงได้ในงานต่อไปนี้

- การเรียนการสอนภาษาอังกฤษ และ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศเพื่อจุดประสงค์เฉพาะอย่าง (Foreign Languages for Specific Purposes) – เน้นหลักสูตรภาษาต่างประเทศสำหรับธุรกิจบริการ

- ใช้เป็นข้อมูลในการทำหลักสูตรการสอนภาษาต่างประเทศเพื่อจุดประสงค์เฉพาะอย่าง (Languages for Specific Purposes) – เน้นหลักสูตรภาษาต่างประเทศสำหรับธุรกิจบริการ และการสอนภาษาในบริบทของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
- การจัดอบรมภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการ
- การจัดชุดการเรียนภาษาด้วยตนเองสำหรับกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจท่องเที่ยว และ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว<sup>10</sup>

นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาข้อมูลสำหรับการแจกจ่ายเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ระหว่างคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อผลักดันให้เกิดให้เป็นเมืองนานาชาติที่มีคุณภาพตามนโยบายของรัฐบาล

### ข้อจำกัดของงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาการหลัก ๆ 2 สาขาวิชา คือ การเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ในอาณาบริเวณของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากแห่งหนึ่งของประเทศ คือจังหวัดภูเก็ต และเป็นการศึกษาหัวข้อนี้ครั้งแรกในจังหวัดนี้ กรอบของการศึกษาจึงได้วางไว้ค่อนข้างจะกว้างเพื่อให้สามารถมองเห็นปัญหาในมุมมองกว้างเสียก่อน การศึกษาครั้งนี้จึงมีข้อจำกัดในแง่ของการมองปัญหาเฉพาะของกลุ่มคนไทยกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

ดังนั้นข้อเสนอแนะในการศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยนี้คือ การศึกษาลักษณะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคนไทยกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในเชิงลึก หรือศึกษาลักษณะการสื่อสารของนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในเชิงลึก โดยเฉพาะกลุ่มซึ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวกระแสหลักของประเทศ หรือของจังหวัด

<sup>10</sup> ขณะนี้โครงการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต กำลังดำเนินการจัดทำชุดการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการบริการให้แก่กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ของจังหวัดภูเก็ต จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มคนให้บริการนวด คนขับรถตุ๊กตุ๊ก พนักงานร้านขายของที่ระลึก และพนักงานบริการร้านอาหาร และจะดำเนินการสำหรับกลุ่มรากหญ้ากลุ่มอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องในปีต่อไป

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2541). **การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (downloaded 2/15/01, 10.50 AM). **บทคัดย่อการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2545-2549)** <http://www.tat.or.th/tat/masterplan>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **วาระแห่งชาติเพื่อ "การท่องเที่ยวยั่งยืน"**. เอกสารประกอบการประชุม (เมษายน), เชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **รายชื่อที่พักในจังหวัดภูเก็ต**. ภูเก็ต.
- การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย. (2540). **English for Thai Hosts**. กรุงเทพฯ.
- กุศล เอี่ยมอรุณ, บรรณาธิการ. (2536). **ภูเก็ต**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สารคดี.
- จิตติมา สุขผลิน. (2539). **แนวทางกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจิม ชุมเกตุ. (2535). **"ลักษณะสังคมไทย" ในหนังสือชุด เอกสารประกอบการให้ความรู้ทางวัฒนธรรมแก่ผู้เดินทางไปต่างประเทศ**. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.
- ชุติมา ศรีชาย. (2545). **การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดในงานเขียนของนักศึกษาบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ณัฐพร แสงประดับ. (2527). **การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่เป็นผลจากการพัฒนาการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีหมู่บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ. (2539). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับความมั่นคงแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ.
- เบญจมา ยอดดำเนิน-แอ็ดติงค์และคณะ. (2541). **การศึกษาเชิงคุณภาพ: เทคนิคการวิจัยภาคสนาม**. นครปฐม : โครงการเผยแพร่ข่าวสารและการศึกษาด้านประชากร สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2526). **English for Hotel Staff**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์การพิมพ์ .
- "ประวัติโรงเรียนภูเก็ตไทยหัว" (2542) **หนังสือที่ระลึกพิธีเปิดอาคารใหม่ ฉลองครบรอบ 90 ปี ภูเก็ตไทยหัว**. ภูเก็ต : บริษัทโรงพิมพ์กองทัพ.
- พรทิพย์ สุขกุล, พวงเล็ก ศิริทวี, และแสงจันทร์ (บุญยปรพรรณานนท์) พุทธิเรญรัตน์. (2534) **ภาษาอังกฤษสำหรับตำรวจท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรพิมล เสนะวงศ์. (2541). **การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมผ่านภาษาอังกฤษในบริบทสังคมไทย: ยุทธวิธีและแบบแผนการแปร**. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัทยา สายหนู. (2517). **ความเข้าใจเกี่ยวกับกลไกของสังคม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เคล็ดไทย.
- พิมพ์ภาภรณ์ สุวัตติกุล, และ อติศา เตียว. (2532). **ภาษาอังกฤษสำหรับตำรวจท่องเที่ยว**. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภัทรานุจ แสงจันทร์ (2542). **สถานภาพการศึกษาวิจัยทางการสื่อสารระดับวัฒนธรรมในประเทศไทย**. งานวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล

- ภัทรียา ณ นคร. (2544). *Looking Good*. กรุงเทพฯ: บริษัทพิวเจอร์พับลิชชิง จำกัด.
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โครงการสถาบันภาษา. (2540) *โครงการเรียนรู้เรียนไวยากรณ์ได้ด้วยตนเอง*. ภูเก็ต  
เมตตา วิวัฒน์นุกุล. (2536). *ลักษณะและปัญหาการสื่อสารต่างวัฒนธรรมในบรรษัทนานาชาติในประเทศไทย*.  
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- รุ่งทิพย์ ว่องปฏิบัติกร. (2542). *ความเป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีต่อภูเก็ต*. วิทยา  
นิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ. (2514). “ลักษณะการปกครองประเทศสยามแต่โบราณ” :  
**ปรากฏ ณ สามัคยาจารย์สมาคม เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2470 จากหนังสืออ่านประกอบคำบรรยาย  
พื้นฐานอารยธรรมไทย**. พระนคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานจังหวัดภูเก็ต. (2544). *สถิติสำคัญจังหวัดภูเก็ต*. ฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล. ภูเก็ต.
- สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย. *ชุดวิชาภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานโรงแรม*. (วิดิทัศน์). กรุงเทพฯ.
- สุดารา สุจฉายา, บรรณานุกรม. (2543). *ภูเก็ต*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สารคดี.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2537). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- เสฐียรโกเศศ. (2528). *ฟื้นความหลัง*. กรุงเทพฯ : เทียนวรรณ.
- อมรา พงศาพิชญ์. (2545). *ความหลากหลายทางวัฒนธรรม กระบวนทัศน์และบทบาทในประชาสังคม*.  
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทุมพร (ทองอุไทย) จามรมาน. (2537). *การทำวิจัยเชิงสำรวจ*. กรุงเทพฯ : ฟันนี่พับลิชชิง.
- แอนดรูว์ บิ๊กส์. (2543). *เมืองไทยในสายตามม*. กรุงเทพฯ. ดับเบิลเดย์.
- แอนดรูว์ บิ๊กส์. (2545). *Oops! ผิดอีกแล้ว*. กรุงเทพฯ. ดับเบิลเดย์.
- แอนดรูว์ บิ๊กส์. (2545). *วิธีพูดภาษาอังกฤษเหมือนฝรั่ง*. กรุงเทพฯ. ดับเบิลเดย์.
- Adamson, D. (1989) *International Hotel English*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Asante, M. K. and Gudykunst (Eds.). (1989) *Handbook of International and Intercultural Communication*.  
New Delhi: Sage Publications, Inc.
- Axtell, R. E. (1998) *Gestures: The Do's and Taboos of Body Language Around the World*. New York: John  
Wiley & Sons, Inc.
- Baik, M. J. and Shim, R. J. (1995) “Language, Culture, and Ideology in the English Textbooks of Two  
Koreas.” In Tickoo, M.L. (Ed.) *Language and Culture in Multilingual Societies*. Singapore:  
Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Barna, L. M. (1998) “Stumbling Blocks in Intercultural Communication” In Bennett, M.J. (Ed) *Basic  
Concepts of Intercultural Communication*. Maine: Intercultural Press.
- Barnlund, D. (1998) “Communication in a Global Village” In Bennett, M.J. (Ed) *Basic Concepts of  
Intercultural Communication*. Maine: Intercultural Press.
- Bennett, M. J. (1998) *Basic Concepts of Intercultural Communication*. Maine: Intercultural Press.
- Birdwhistell, R. L. (1995) “Background to Kinesics” ETC, vol. 13, 10-18.
- Bornmann, G. (2001) “Where you go’ Teaching Thai Students About Speech Acts.” *Thai TESOL Bulletin*,  
Vol. 14, No. 2. 16-20.

- Brown, H. D. (1994) **Principles of Language Learning and Teaching**. New Jersey: Prentice Hall.
- Brown, H. D. (2000) **Principles of Language Learning and Teaching**. 4<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall Regents
- Burgoon, J. K. (1996) "Nonverbal Signals" In Knapp, M.L. and Miller, G.R. (Eds.) **Handbook of Interpersonal Communication**. CA: Sage.
- Byram, M. (1995) "Intercultural Competence and Mobility in Multinational Contexts: A European View". In Tickoo, M. L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Carroll, J.B. (Ed) (1956) **Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf**. MA: MIT Press.
- Chappel, S. J. and Lane, D. (1998) "Cultural Dimensions of Hospitality Service Provision." In **Proceedings of Tourism and Hotel Industry in Indo-China & South East Asia: Development, Marketing, and Sustainability**. Conference held in 1998 by University of Houston, Universite d' Angers, Prince of Songkla University, at Phuket, Thailand.
- Chen, G. M. (1989) **Dimensions of Intercultural Communication Competence**.  
<http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Chen, G. M. and Starosta, W. J. (1998) **Foundations of Intercultural Communication**. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Chomsky, N. (1965) **Aspects of the Theory of Syntax**. Cambridge: MIT Press.
- Condon, J. C. (1981) "Values and Ethic in Communication Across culture: Some notes on the North American case". **Communication**, Vol. 6, 255-265.
- Cooper, A. (1998) "Mind the Gap! An Ethnographic Approach to Cross-cultural Workplace Communication Research" In M. Byram and M. Fleming (Eds.) **Language Learning in Intercultural Perspective**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cummins, J. 1980 "The Construct of Language Proficiency in Bilingual Education". In J.E. Alatis (ed) 1980 **Georgetoen Roundtable on Languages and Linguistics**. Washington, D.C.: Georgetown University Press.
- Dickinson, L. (1988) **Self-instruction in Language Learning**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dodd, C.H. (1982) **Dynamics of Intercultural Communication**. Dubuques, IA: Brown.
- Dresser, N. (1996) **Multicultural Manners: New Rules of Etiquette for a Changing Society**. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Duckworth, M. (1995) **At Your Service**. Oxford: Oxford University Press.
- Ellis, R. (1997) **Second Language Acquisition**. Oxford: Oxford University Press.
- Faerch, C. and Kasper, G. (1984) "Two ways of Defining Communications Strategies" **Language Learning**. Vol. 34, 45-63.

- Fantini, A. E. (1995) "An Expanded Goal for Language Education: Developing Intercultural Communicative Competence." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Fritz, J. M. (1988): **An Analysis of the Foreign Language Needs of Students Preparing for Careers in Tourism Management (French Text)**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Foschi and Hales. (1979) "The theoretical role of cross-cultural comparisons in experimental social psychology." In Eckensberger, W., Lonner, W. and Poortinga, Y. (Eds.) **Cross-cultural contributions to psychology**. Netherland: Swets and Zeitlinger.
- Gao, M. C. F. (1998) **Influence of Native Culture and Language on Intercultural Communication: The Case of PRC Student Immigrants in Australia**. [www.immi.se/intercultural/](http://www.immi.se/intercultural/). (Downloaded 5/12/2001).
- Gardner, R. (1985) **Social Psychology and Second Language Learning: The Role of Attitudes and Motivation**. London: Edward Arnold.
- Gass, S. and Selinker, L. (Eds.) (1984) **Language Transfer in Language Learning**. Newbury House.
- Gladstone, C. B. (1998) "Cross-Cultural Communication in the Development of Tourist Markets for Indo-China: Implications for Management Training." In **Proceedings of Tourism and Hotel Industry in Indo-China & South East Asia: Development, Marketing, and Sustainability**. Conference held in 1998 by University of Houston, Universite d' Angers, Prince of Songkla University, at Phuket, Thailand.
- Gonzalez, A. (1995) "The Cultural Content in English as an International Auxiliary Language (EIAL): Problems And Issues." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Gudykunst, W. B. (1985) "Intercultural Communication: Current Status and Proposed Directions." In Dervin, B. and Voigt, M. J. (Eds.) **Progress in Communication Sciences**. New Jersey: Ablex. Vol. 6, 1-46.
- Hall, E. T. (1998) "The Power of Hidden Differences" In Milton J. B. (Ed.) **Basic concepts of Intercultural Communication**. Maine: Intercultural Press, Inc.
- Hall, E.T. (1994) "Monochronic and Polychronic Time". In Samovar, L.A. and Porter, R.E. (Eds.) **Intercultural Communication: A Reader**. CA: Wardsworth.
- Hall, E. T. (1989) **Beyond Culture**. New York: Anchor Books/Doubleday.
- Hall, E. T. (1966) **The Hidden Dimension**. New York: Anchor Books/Doubleday.
- Hall, E. T. (1966) "High and Low Context Communication." **Paper presented at the annual meeting of the American Anthropological Association in Pittsburgh, Pennsylvania, November 1996**.
- Hall, E. T. (1959) **The Silent Language**. New York: Anchor Books/Doubleday.
- Harmer, M. R. (1982) **The Effects of an Intercultural Communication Workshop on American Participants' Intercultural Communication Competence**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).



- Hammer, M. R. (1987) "Behavioral Dimensions of Intercultural Effectiveness: Application and Extension". **International Journal of Intercultural Relations**. Vol. 11, 5-88.
- Hammer, M. R., Gudykunst, W.B. and Wiseman, R.L. (1978) "Dimensions of Intercultural Effectiveness: An exploratory Study." **International Journal of Intercultural Relations**. vol. 2, 382-392.
- Harding, K. (1998) **Going International: English for Tourism**. Oxford: Oxford University Press.
- Harkess, S. and Wherly, M. (1984) **You're Welcome! English for hotel reception**. London: The British Council and the Centre for British Teachers.
- Hilgard, E. R., Atkinson, R.C. and Atkinson, R. L. (1971) **Introduction to Psychology**, fifth edition. San Diego, Calif.: Hartcourt Brace Jovanovich Inc.
- Hofstede. (1991) **Culture and Organizations: Software of the Mind**. London: McGraw Hill.
- Jacob, M. and Strutt, P. (1997) **English for International Tourism**. Essex: Longman.
- Jin, L. and Cortazzi, M. (1998) "The Culture the Learner Brings: A Bridge or a Barrier?" In M. Byram and M. Fleming (Eds.) **Language Learning in Intercultural Perspective**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jones, L. (1998) **Welcome: English for the travel and tourism industry**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jong, W. D. (1996) **Open Frontiers**. Oxford: Heinemann.
- Kachru, B. B. (1995) "The Speaking Tree: A Medium of Plural Canons." In Tickoo, M. L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Kachru, Y. (1995) "Cultural Meaning in World Englishes: Speech Acts and Rhetorical Styles." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Kellerman, E., Bongaerts, T. and Poulisse, N. (1987) "Strategy and System in L2 Referential Communication." In R. Ellis (ed.) **Second Language Acquisition in Context**. London: Prentice Hall.
- Kirkpatrick, A. A. (1995) "Language Culture and Methodology." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Klausner, W. J. (1997) **Thai Culture in Transition**. The Siam Society, Bangkok: Thailand.
- Klausner, W. J. (1993) **Reflections on Thai Culture**. The Siam Society, Bangkok: Thailand
- Klausner, W. J. (1986) "Old Phuket, Historical Retrospect of Junk Ceylon Island" **The Journal of the Siam Society**. Bangkok: Thailand.
- Knapp, M. L. and Hall, J. A. (1997) **Nonverbal Communication in Human Interaction**. (4<sup>th</sup> Edition). New York: Harcourt Brace.
- Krashen, S. (1982). **Principles and Practice in Second Language Acquisition**. Oxford: Pergamon.
- Krasnick, H. (1995) "The Role of Linguaculture and Intercultural Communication in ASEAN in the Year 2020: Prospects and Predictions." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies** Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd

- Lee, W. (1989) **Intercultural Communication: A Testbench of the Theory of Activity (Communication)**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Lee, L. (1998) **Transitions 1**. Oxford: Oxford University Press.
- Lee, L. (1999) **Transitions 2**. Oxford: Oxford University Press.
- Lee, L. and Brockman, T. (2001) **Explorations 2**. Oxford: Oxford University Press.
- Leigh, J. (1998) **Implications of Universal and Parochial Behavior for Intercultural Communication**. [www.immi.se/intercultural/](http://www.immi.se/intercultural/). (Downloaded 5/12/2001).
- Lightbown, M. P. and Spada, N. (1999) **How Languages are Learned**. 2<sup>nd</sup> ed. Oxford: Oxford University Press.
- Levine, D. R. and Adelman, M.B. (1993) **Beyond Language: Cross-Cultural Communication**. New Jersey: Prentice Hall Regents.
- Leclerc, D. (1999) **A Cross-cultural Analysis of Perceived Communication Competence: Tour Guides in the Tourism Context**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Lofland, J. (1971) **Analyzing Social Settings**. CA: Wadsworth.
- Lustig, M. W. and Koester, J. (1993) **Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures**. New York: Harper Collins College Publishers.
- Mao, L. R. (1995) "Understanding Self and Face through Compliment Responses." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- McIver, N. (1979) **The Sadrina Project**. London: BBC English by Television .
- McReynolds, S. N. (1992) **Intercultural Communication Training: State of the Art**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Mead, G. H. (1934) **Mind, Self, and Society**. Chicago: University of Chicago Press.
- Mehrabian, A. (1972) **Nonverbal Communication**. IL: Aldine.
- Merton, R.K. (1949) "Patterns of Influence: Local and Cosmopolitan Influentials" In Paul F. L. and Frank N. S. (Eds.) **Communication Research, 1948-49**. New York: Harper.
- Meier, R. (1963) Information Input Overload: Features of Growth in Communication- Oriented Institutions. **Libri (Copenhegen)**. Vol. 13, No. 1, 1-44.
- Meyer, J. A. (1986) **A Study of the Management: Intercultural Communication Conflict under Time Restraints between Customer Contact Employees and Customers in Asian Airlines**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Mitchell, M. and Corr, J. (1996) **The Complete Idiot's Guide to Etiquette**. New York: Alpha Books.
- Nicholls, J. (1995) "Cultural Pluralism and the Multicultural Curriculum: Ethical Issues and English Language Textbooks in Canada." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.

- Pacino, M. A. (1988) **Intercultural Communication and Its Use in Education as a Training Tool for School Personnel (Administrators, Counselors, and Teachers)**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Phillips, G. M. (1983) A Competent View of "Competence." **Communication Education**, Vol. 33, 25-36.
- Revell, R. and Stott, C. (1982) **Five Star English**. Oxford: Oxford University Press.
- Revell, R. and Stott, T. (1988) **Highly Recommended**. Oxford: Oxford University Press.
- Rich, A. (1974) **Interracial Communication**. New York: Harper and Row.
- Richards, J. C., et.al. (1997) **New Interchange: English for International Communication**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Riley, D. (1995) **Check Your Vocabulary for Hotels, Tourism & Catering Management**. Middlesex: Peter Collin Publishing Ltd .
- Riley, P. (1989b) "Social Identity and Intercultural Communication". **Levende Talen**, Vol. 443, 488-93.
- Rogers, E.M. and Steinfatt, T.M. (1999) **Intercultural Communication**. Illinois: Waveland Press, Inc.
- Ruben, B.D. and Kealey, D.T. (1979) "Behavioral Assessment of Communication Competency and the Prediction of Cross-cultural Adaptation." **International Journal of Intercultural Relations**. Vol. 3, 15-47.
- Saravanan, V. (1995) "Linguistic and Cultural Maintenance through Education for Minority Groups in Singapore." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Sapir, E. (1945) **Language: An Introduction to the Study of Speech**. New York: Harcourt, Brace & World, Inc.
- Seelholff (1991) **Improving Communication**. Michigan: Educational Institute of American Hotel & Motel Association
- Sharma, (1981) "Error Analysis: Why and How?" **English Teaching Forum**, XIX (3), 21-25.
- Scarcella, R. C. and Oxford, R. L. (1992) **The Tapestry of Language Learning: The Individual in the Communicative Classroom**. Boston: Heinle & Heinle.
- Schragl-Lorden, K. (1984) **English for Hotel Staff**. London: Bell & Hyman.
- Schumann, J. H. (1978) **The Pidginisation Process: A Model For Second Language Acquisition**. Lowley: Newbury House.
- Scollon, R. and Scollon, S. W. (2001) **Intercultural Communication**. (2<sup>nd</sup> Edition). Massachusetts: Blackwell Publishers Ltd.
- Seal, B. (2001). **Academic Encounters**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Simmel, G. (1950) **The Sociology of Georg Simmel** (Translated by Kurt, H. W). New York: Free Press.
- Smith, B. A. (1991) **Improving Communication**. Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Simmel, G. (1921) "The Social Significance of the 'Stranger'" In Robert, E. P. and Earnest, W.B. (Eds.) **Introduction to the Science of Sociology**. Chicago: University of Chicago Press.

- Singer, M. R. (1987) **Intercultural Communication: A Perceptual Approach**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Spolsky, B. (1998) **Sociolinguistics**. Oxford: Oxford University Press.
- Stott, T. and Holt R. (1991) **Frist Class:English for Tourism**. Oxford: Oxford University Press.
- Stewart, E. C. (1978) "Outline of Intercultural Communication." In Casmir, F.L. (Ed.) **Intercultural and International Communication**. Washington, DC: University Press of America.
- Sullivan, H. S. (1947) **Conceptions of Modern Psychiatry**. New York: William Alanson White Psychiatric Foundations.
- Sumner, W. G. (1940) **Folkways**. Boston: Ginn.
- Tarone, E. (1980) "Communication strategies, foreigner talk and repair in interlanguage" **Language Learning**. Vol. 30. No.2, 417 – 431.
- Terrill , M. M.(1982) **The Rationale for and the Design of an Interdisciplinary Semester Course with a Global Perspective: Intercultural Communication for Eighth- and Ninth- Grade Students**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Thongton, K. (1992) **Phuket: A Cultural Handbook**. Phuket: Phuket Community College .
- Tickoo, M. L. (1995) "A View from the Asian English-Language Classroom." In Tickoo, M.L. (Ed.) **Language and Culture in Multilingual Societies**. Singapore: Sherson Publishing House Pte Ltd.
- Trager, G. L. (1958) " Paralanguage: A first approximation." **Studies in Linguistics**. Vol. 13, 1-12.
- Tsuda, Y. (1985) **Language Inequality and Distortion in Intercultural Communication: A Critical Theory Approach (Ideology, Esperanto)**. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (Downloaded 5/12/2001).
- Tubbs, S. L. and Moss, S. (1994) **Human Communication**. (7<sup>th</sup> Edition). New York: McGraw-Hill.
- Utawanit, K. (1992) **Communicative English for Hotel Personnel**. Bangkok: Thammasat University Press.
- Utawanit, K. (1985) **Communicative English for Tourism**. Bangkok: Thammasat University Press.
- Viney, P. (1994 ) **Survival English**. Oxford: Heinemann Publishers Ltd.
- Viney, P. and Viney, K., (1996) **Handshake: a course in communication**. Oxford: Oxford University Press.
- Watzlawick, P., Beavin, J. and Jackson, D. (1967) **The Pragmatics of Human Communication**. New York: Norton.
- Widdowson, H.G. 1978 **Teaching Language as a Communication**. Oxford: Oxford University Press.
- Wongbaisaj, S. (2003) "Culture Competence Skills: A Learner-Empowering Approach to Culture Learning". **The 23<sup>rd</sup> Thailand TESOL International Conference: ELT 2003: Culture, Content and Competency**. Bangkok: Thailand.
- World Tourism Organization. (downloaded 2/15/01, 12.15 PM). **Global Code of Ethics for Tourism**, [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

RESEARCH TOPIC:

**Set 1 : Foreign Tourists** No.

*“Intercultural Communication: A Factor for Developing and Promoting National Tourism”*

**Aim:** To find out satisfaction, problems and limitations between you and Thais working in various tourism sectors in Phuket

We would be most appreciative if you could kindly complete this questionnaire.

**The information received from you will be treated most confidentially and will be used for our study purpose ONLY.**

**Part I The respondent’s data**

**Official Use**

- |                                                                                                                                             |                          |                          |                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Nationality _____                                                                                                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Language <input type="checkbox"/> Use English as the first language                                                                      |                          |                          | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Use English as a foreign language                                                                                  |                          |                          |                          |
| 3. Gender: <input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female                                                                    |                          |                          | <input type="checkbox"/> |
| 4. Age <input type="checkbox"/> 19 and younger <input type="checkbox"/> 20-29 <input type="checkbox"/> 30-39 <input type="checkbox"/> 40-49 |                          |                          | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 50-59 <input type="checkbox"/> 60-69 <input type="checkbox"/> 70 and older                                         |                          |                          |                          |

**Part II Travelling information**

- How many times have you travelled abroad? \_\_\_\_\_
- Approximately how many countries? \_\_\_\_\_
- How many times have you come to Thailand? \_\_\_\_\_
- Please give the number of days you stayed in Phuket this time. \_\_\_\_\_
- Your purpose in coming to Phuket
- Travel
- Other (Please specify) \_\_\_\_\_

**Part III Communication experience with local Thais in the following tourism sectors:**

**These are the groups of Thais in this research. Please make an  in front of the groups with which you communicated with during your stay.**

- Immigration Officers/ Custom officers
- Public relation officers at the airport
- Drivers
- Tour representatives
- Tour guides
- Waiters/waitresses
- Shop assistants
- Tourism entrepreneurs, e.g. massage, bungy jump, spa
- Bar boys/girls
- Hotel personnel
- Tourist police

**Please specify other groups, if not included above: \_\_\_\_\_**

The term “*Communication experience*” in this research refers to your communicative interaction via English with the Thais working in the above tourism sectors in Phuket only. Our study focuses on:

- The use of language (English)
- Non-verbal communication (gestures & voice)
- Cultural aspects of communication (e.g. beliefs, values, basic knowledge of their home/country and basic worldview)

### **A. The Use of language**

Please circle the number of each item that reflects the true feeling/experience you had about the use of English by Thais working in various tourism sectors in Phuket.

5 = very satisfied    4 = satisfied    3 = somewhat satisfied    2 = dissatisfied    1 = very dissatisfied

• **How would you rank Thais’ use of English?**

- |            |   |   |   |   |   |                          |
|------------|---|---|---|---|---|--------------------------|
| a. correct | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b. fluent  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| c. clear   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| d. polite  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |

• **How would you rank Thais’ ability to understand and respond to you in English?**

- |                                                                                                                   |   |   |   |   |   |                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|--------------------------|
| a. their understanding of what you said                                                                           | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b. the appropriateness of their responses                                                                         | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| c. their expression showing that they understood you<br>(e.g. repeated your phrases, I see. All right, sir/madam) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| d. checking or asking back when they did not understand you.                                                      | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |

### **B. Non-verbal communication (gestures & voice)**

Please circle the number of each item that reflects the true feeling/experience you had about the use of gestures and voice by Thais working in the tourism sectors in Phuket as specified on page 1.

• **How would you rank your satisfaction about their use of gestures in communication?**

- |                                                             |   |   |   |   |   |                          |
|-------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|--------------------------|
| a. eye contact                                              | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b. smiling or laughing                                      | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| c. politeness/courtesy                                      | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| d. appropriateness of gestures                              | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| e. the use of space (distance while communicating with you) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |

• **How would you rank your satisfaction towards the use of voice in their communication?**

- |                                 |   |   |   |   |   |                          |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|--------------------------|
| (e.g. tone, loudness, shouting) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|--------------------------|

### **C. Cultural aspects in communication (e.g. beliefs, values, basic knowledge of their**

**home/country and basic worldview)**

- **Please rank your satisfaction about the cultural communication of Thais you associated with.**

|                                                                                                                |   |   |   |   |   |                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|--------------------------|
| a. Greetings and saying goodbye                                                                                | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b. Addressing (e.g. using first name in the first meeting, using sir/madam, You!, Friend!, Papa! Hey You! etc) | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| c. Responding to your request/invitation                                                                       | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| d. Requesting you do something                                                                                 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| e. Giving information                                                                                          | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| f. Giving directions                                                                                           | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| g. Explaining something                                                                                        | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| h. Dealing with your complaint/s                                                                               | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| i. Making small talk (e.g. said something about weather, age, salary, etc.)                                    | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| j. Being silent (saying nothing)/smiling about what you said                                                   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| k. Offering help (e.g. helping without your request, being close to you all the time to help, etc.)            | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| l. Sharing knowledge of their own region, e.g. basic geography of Thailand, Phuket                             | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| m. Sharing knowledge of your country/culture, e.g. basic geography, history or people of your country          | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| n. Knowing your habitual behaviour, (e.g. what type of holiday you like, how much privacy you care for, etc.)  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | <input type="checkbox"/> |

- **Please compare the difficulties in communicative aspects you had with Thais working in the tourist sectors in Phuket as specified above.**

|       |                                                                                      |                      |                           |                          |                          |                          |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|       | <b>1 = least difficult</b>                                                           | <b>2 = difficult</b> | <b>3 = most difficult</b> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| _____ | The use of language (English)                                                        |                      |                           | <input type="checkbox"/> |                          |                          |
| _____ | Non-verbal communication (gestures & voice)                                          |                      |                           | <input type="checkbox"/> |                          |                          |
| _____ | Culture (beliefs, values, basic knowledge of their home/country and basic worldview) |                      |                           | <input type="checkbox"/> |                          |                          |

- **Please write one of the groups below with whose communication you were:**

☺ **most satisfied:** \_\_\_\_\_

☹ **least satisfied:** \_\_\_\_\_

1. Immigration officers/ Custom Officers
2. Public relation officers at the airport
3. Drivers
4. Tour representatives
5. Tour guides
6. Waiters/waitresses
7. Shop assistants
8. Tourism entrepreneurs, e.g. masseuses, bungy jump, spa
9. Bar boys/girls
10. Hotel personnel
11. Tourist police

- **Please note the overall positive and negative feelings you obtained from your communication with Thais in the tourism sectors during this trip.**

POSITIVE \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

NEGATIVE \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

☺ We truly appreciate your kind cooperation in providing the above valuable information. We do hope that our findings from this research study will be beneficial to you and other visitors.

**If convenient**, please provide us the information in the box below.

Your name \_\_\_\_\_

Contact address: Home: \_\_\_\_\_

Office: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

e-mail : \_\_\_\_\_



## ผนวก ข สรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชุดที่ 1

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1** ผู้บริหารระดับกลาง กองตรวจคนเข้าเมือง ภูเก็ต

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 13 พ.ย. 44 เวลา 14.10 น.

### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

#### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย (Intercultural Knowledge) มีความสำคัญมากในการทำงานโดยเฉพาะงานในหน้าที่เจ้าพนักงานตรวจคนเข้าเมืองซึ่งต้องเจอนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมาก นักท่องเที่ยวบางคนก็สุขภาพไม่สร้างปัญหา สื่อสารกันได้ง่าย แต่บางคนก็มีปัญหามากมายไปหมด ไม่พอใจในทุกอย่าง

#### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

ในการสื่อสารเจ้าหน้าที่จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจความแตกต่างของบุคคล แต่สิ่งเหล่านี้ค่อนข้างเป็นปัญหาในองค์กรเพราะ

1. เจ้าหน้าที่ยังคงขาดคุณภาพ มีการบรรจุคนเข้าทำงานโดยใช้เส้นสาย
2. ขาดจริยธรรม
3. ขาดการพัฒนาองค์กร
4. ขาดภาษา

ปัญหาข้างต้นนำไปสู่สิ่งที่ถือว่าเป็นอุปสรรคของการสื่อสารเพราะผู้ปฏิบัติงานน้อยคนที่จะทำงานด้วยหัวใจ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญเบื้องต้นของการสื่อสารกับคนที่มาติดต่อ เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เข้ามาด้วยเส้นสาย จึงไม่มีคุณสมบัติที่ตรงกับงานในหน้าที่ซึ่งต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ต้องมีความรู้ภาษาต่างประเทศ หรือสนใจที่จะเรียนรู้ทั้งภาษาวัฒนธรรมและการสื่อสาร ถ้าไม่สนใจสิ่งเหล่านี้ก็จะทำให้ปฏิบัติตนไม่เหมาะสม เช่น บางครั้งพูดจาเล่นหัวกับผู้มาติดต่อจนเกินขีด ไม่คำนึงถึงกาลเทศะ ไม่มีจิตบริการ (service mind) คือ ไม่ตรงต่อเวลา (เข้าช้า พักเที่ยงเร็ว เลิกเร็ว) และไม่ทำงานเสาร์-อาทิตย์ ไม่รับเรื่องร้องเรียนของชาวต่างประเทศ แม้จะมีตู้รับเรื่องร้องเรียน เรื่องร้องเรียนก็ไม่ถึงผู้บังคับบัญชา เพราะมีคนแอบไปไขตู้และกำจัดเสียก่อน

นอกจากนี้ยังมีปัญหาในด้านจำนวนคน สถานภาพของที่ทำงาน สภาพปัจจุบัน ข้าราชการตามรายชื่อ 42 คน แต่อยู่ทำงานเพียง 36 ที่เหลือช่วยราชการที่อื่นทำให้มีคนไม่พอกับงาน คนที่ทำก็ทำมากจนทำให้เหนื่อยล้าและให้บริการไม่ดีเท่าที่ควรไม่อยากสื่อสาร หน้าตาไม่ยิ้มแย้ม

**ข. แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร** เนื่องจากการทำงานราชการมีกรอบกำหนดไว้ตายตัวโดยจะต้องเดินตามนโยบายที่หน่วยเหนือจัดวางไว้จึงยากที่จะพูดถึงแนวนโยบายใด ๆ ในเรื่องนี้ อย่างไรก็ตามก็ได้แสดงความคิดเห็นว่าในการแบ่งงานถ้าไม่มีเส้นพรมแดนของทุกฝ่ายมากนัก บางที่การทำงานอาจมีความยืดหยุ่นได้มากกว่านี้ คือมีการช่วยเหลือกันได้บ้าง หรือให้ข้อคิดเห็นกันได้บ้างเมื่อเกิดปัญหา แต่เมื่อมีการแบ่งหน้าที่กันชัดเจนก็ไม่ค่อยมีคนที่ยอมจะข้ามพรมแดนไปช่วยกันเพราะดูเหมือนการก้าวล่วงงานของคนอื่น

**ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ** อยากให้องค์กรเห็นความสำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมากกว่านี้ มีการจัดอบรมและจริงจังกับการพัฒนาคน อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาก็มีการจัดอบรมภาษาอังกฤษและในการอบรมอาจารย์ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของภาษาสุขภาพและการใช้ภาษาให้ถูกกาลเทศะ แต่ไม่มีการอบรมอย่างต่อเนื่อง

พอนาน ๆ ไปสิ่งที่ได้เรียนรู้มาก็เลื่อน ๆ ไป อีกอย่างหนึ่งคือ พื้นฐานทางภาษาของเจ้าหน้าที่หลาย ๆ คนน้อยอาจเป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้ยากต่อการจัดอบรม

## ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2 เจ้าของและผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมระดับดี และ กรรมการสมาคมโรงแรมไทย สาขาภาคใต้

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 13 พ.ย. 44 เวลา 16.00 น.

### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

#### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

ต้องยอมรับว่าวัฒนธรรมและความเป็นไทยเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวไทย ซึ่งรวมวิถีชีวิต ( Ways of life) และ พิธีกรรมท้องถิ่น เช่น การแต่งตัว กินเจ ตรุษจีน พ้อต่อ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เมื่อรวมกับจุดแข็งของคนไทย คือเป็นกันเอง มีอัธยาศัยไมตรี นับเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวของไทย เป็นจุดที่สำคัญกว่าภาษา และนับเป็นสิ่งที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นในส่วนของสมาคมโรงแรม และในโรงแรมซึ่งดูแลอยู่จึงให้ความสำคัญต่อความเป็นไทยมาก มีการฝึกอบรมให้พนักงานรู้คุณค่าของความเป็นไทย ให้ทักทายแขกด้วยการไหว้และยิ้มต้อนรับ แต่คนไทยในภาคการท่องเที่ยวของภูเก็ต มีทั้งคนภูเก็ตเอง ซึ่งเป็นคน ชี้อาย ไม่สังคม ไม่ค่อยโอภาปราศรัย แต่มีน้ำใจ และ อีกกลุ่มหนึ่งคือคนที่อพยพมาทำมาหากินในภูเก็ต ผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านนี้มองว่า คนกลุ่มนี้มุ่ง แต่จะเอาประโยชน์ ไม่จริงใจ ทำให้เกิดความไม่ประทับใจ ( bad impression) ในหมู่นักท่องเที่ยว ดังนั้นปัญหาเรื่องบุคลากรในภาคนี้จึงเป็นเรื่องใหญ่ในธุรกิจท่องเที่ยวที่จะต้องปรับปรุงให้คนเข้าใจและปฏิบัติไปในแนวเดียวกัน คือมีความเป็นเจ้าบ้าน เป็นไทย และพร้อมที่จะบอกกล่าวแก่นักท่องเที่ยวในสิ่งที่เขาทำไม่ถูกต้อง

#### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

คนไทยไม่ค่อยพูด หรืออธิบาย เนื่องจากสาเหตุสองประการคือ ภาษาไม่พอ และมีความเกรงใจกลัวนักท่องเที่ยวโกรธ ดังนั้นในการสื่อสารจึงพูดเฉพาะสิ่งที่จำเป็นในหน้าที่ นอกจากนี้การที่ภาษาไม่พอยังทำให้ขาดโอกาสที่จะอธิบายวัฒนธรรมของเราให้นักท่องเที่ยวทราบ

### ข. แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

“คน” เป็นปัจจัยสำคัญ แม้วัฒนธรรมจะสำคัญแต่คนเป็นคนสื่อวัฒนธรรมดังนั้นนโยบายในการบริหารจึงให้ความสำคัญในการฝึกคน การที่จะเริ่มฝึกคนต้องทราบธรรมชาติและพื้นเพที่มาของคนที่จะรับการฝึกเสียก่อน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านนี้ให้ความเห็นว่าคนภูเก็ตมักจะไม่รู้สึกรู้ว่าการทำงานโรงแรมเป็นงานบริการ ผู้ใหญ่ก็ไม่ค่อยชอบให้ลูกหลานทำงานนี้ ในบรรดาคนทางใต้ ท่านมองว่าคนจังหวัดตรังเป็นคนที่มีฝึ่ง่าย และเหมาะกับงานให้บริการ (Service Industries)

ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย (Intercultural Knowledge) เป็นสิ่งจำเป็นแต่อยากให้ผู้ให้วัฒนธรรมของตนเองให้ชัดเจนด้วย เพื่อปราชญ์นักท่องเที่ยวและอธิบายเขาได้เมื่อเขาไม่เคาพวัฒนธรรมของเรา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านนี้เห็นว่าถ้าพนักงานท่องเที่ยวไม่ให้เกียรติเรา เราก็ไม่ต้องให้เกียรติเขา ต้องรักศักดิ์ศรีของตนเองมีความเห็นว่าวัฒนธรรมคือการให้เกียรติเจ้าของบ้าน คนไทยบางครั้งก็ใจดีเกินไป อะไรก็ได้ ในการอบรมบุคลากร ควรเน้นเรื่องวัฒนธรรมของตัวเอง เช่น การไหว้ การโอภาปราศรัย และรู้จักวัฒนธรรมสากล เช่น การรักษาเวลา การพูดตรงไปตรงมาแต่สุภาพ การรักษาคำพูด วัฒนธรรมในการให้บริการ เช่น รู้จักสังเกต และจดจำชื่อแขก

ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ อยากให้ทุกคนมีความชัดเจนเรื่องของไทย รู้จักให้ถ่องแท้ทั้งของประเทศและของท้องถิ่น พร้อมกันนี้ก็ต้องรู้จักแยกแยะสิ่งดีและสิ่งที่ไม่เหมาะสมไม่ควรของชาติอื่น ๆ ด้วย กล่าวที่จะเป็นตัวของตัวเอง กล่าวที่จะบอกนักท่องเที่ยวในสิ่งที่เขาปฏิบัติไม่ถูก เพราะนักท่องเที่ยวต้องเข้ามาเรียนรู้เรื่องของเราด้วย

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3** เจ้าของและผู้จัดการสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต (ชาวแคนาดา เคยเป็นผู้จัดการด้านฝึกอบรมและประชาสัมพันธ์ของโรงแรม Boathouse ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูเก็ตมาแล้ว 6 ปี)

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 13 พ.ย. 44 เวลา 17.30 น.

ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

#### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ผูกโยงซึ่งกันและกัน แม้ว่านักท่องเที่ยวบางคนดูเหมือนจะไม่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรมและเดินทางเพียงเพื่อจะเปลี่ยนสถานที่เท่านั้น แต่ไม่ว่าเขาจะเข้าพักในโรงแรมที่เป็นตะวันตกเพียงใดและไม่ออกไปไหนนอกจากบริเวณโรงแรมก็ตาม เขาก็ต้องพบความเป็นท้องถิ่น และเป็นการพบที่จำกัด ดังนั้นคนท้องถิ่นเหล่านั้นยังต้องสื่อวัฒนธรรมที่ถูกต้องให้แก่นักท่องเที่ยวเพราะเป็นตัวแทนของคนท้องถิ่นกลุ่มเดียวกันที่นักท่องเที่ยวพบ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวทั่วไปมักสนใจที่จะรับรู้รับทราบวัฒนธรรมของประเทศที่ตัวไปเที่ยว ในความคิดของเขาเขามองว่าความคิดความอ่านของคนกับเบ้าวัฒนธรรมที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว คนคิดอย่างไรจะสะท้อนออกมาในการให้บริการนักท่องเที่ยว ผลผลิตผลิตภัณฑ์ของงานศิลปะ (crafts) ก็เป็นการสะท้อนความคิดของคนท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้ต่างก็มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว

#### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

แม้ว่าโดยภาพรวมแล้วคนไทยมีภาษาอังกฤษไม่ค่อยดีนัก แต่สิ่งที่เป็นปัญหามากกว่าภาษาคือคนไทยมักจะสื่อสารทางเดียว ไม่ค่อยศึกษาหรือสังเกตความแตกต่างของกลุ่มสื่อสาร มักจะมองคนที่พบ แบบ “เหมารวม” (Generalise / stereotype) เช่น พบคน เยอรมัน เพียงคน หรือสองคนมักจะบอกว่าคนเยอรมันทั้งหมดเป็นอย่างนั้น (generalise the whole nationality) อีกสิ่งหนึ่งที่คนไทยต้องปรับปรุงคือ การฟัง (Listening) ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อสารมากคนไทยมักไม่ค่อยฟังและพยายามทำความเข้าใจกับสิ่งที่อีกฝ่ายหนึ่งพูดมาจึงมักตอบไม่ตรงคำถาม หรือในการทำงานบางครั้งก็ทำผิดไปจากที่ตั้ง

ข. แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร ในฐานะผู้บริหารเขาอยากเห็นบุคลากรในวงการท่องเที่ยว “รู้เขารู้เรา” คือไม่ใช่รู้แต่เรื่องของตัว และวัฒนธรรมของตัวเท่านั้นแต่ควรต้องให้ความสนใจและเรียนรู้ด้วยว่าคนชาติอื่นที่ติดต่อด้วยเขามีวัฒนธรรมอย่างไรมีวิถีชีวิตอย่างไร มีวิธีทำงานอย่างไร บุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวจะมีเพียงรอยยิ้มมีความสุขพออ่อนหวานละอ้อหยาดอย่างเดียวไม่พอ ต้องมีประสิทธิภาพและต้องรู้จักนักท่องเที่ยวด้วย

ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านนี้ได้ใช้ประสบการณ์ที่ได้เคยทำงานกับคนไทยมานานให้มุมมองเกี่ยวกับการทำงานและการสื่อสารของคนไทยซึ่งสรุปได้คือ

- คนไทยทำงานโดยขาดการฝึกฝนเตรียมตัว ( lack training)
- คนไทยค่อนข้างชาตินิยม ซึ่งความเป็นชาตินิยม (nationalistic) ถ้าอยู่ในขีดที่พอดีก็ดี แต่บ่อยครั้งที่เกินขีดพอดี

- มีลักษณะเป็นมิตร แต่ไม่ค่อยจริงจัง (let it gone be by gone) จะมีชีวิตของความเป็นมิตร สิ่งที่ชาวต่างชาติให้ไป เช่นความจริงใจ ความเป็นมิตร เขาต้องการเห็นคนไทยให้ความจริงใจ และความเป็นมิตรกลับมาเช่นกัน ( the same in return) ซึ่งบางครั้งก็เหมือนมีแต่จะมีประโยชน์แอบแฝง
- อยากให้อ่าน / ศึกษาวัฒนธรรมของตน (ของไทย) ให้ลึกซึ้ง
- ให้ข้อสังเกตความต่างของคนต่างชาติในเมืองไทย

คนที่มาเที่ยวเพื่อพักผ่อน (holiday makers)

กับ

คนที่มาทำงาน (workers)



ทุกอย่างสวยสดงดงาม

จะเห็นของจริงซึ่งมีความเข้าใจ

e.g. land of smile, wonderful experience

ยิ่งขึ้นว่าหลายสิ่งหลายอย่างที่เห็นตอนเป็นนักท่องเที่ยวเที่ยวมาได้เป็นเช่นนั้นเสมอไป เช่นยิ้มของไทยมีความหมายหลายอย่างซ่อนเร้นอยู่ ความเป็นมิตร

น้ำคบหา (congeniality for holiday makers)

แต่ไม่ใช่สำหรับคนที่มาอยู่ทำงานเป็นด้วยนาน ๆ

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4 ผู้บริหารระดับสูงของการทำอากาศยานภูเก็ต

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 14 พ.ย. 44 เวลา 15.30 น.

#### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

##### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมมีความสำคัญมากในการท่องเที่ยว คนไทยทุกคนต้องเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมไทย และเราก็ต้องทราบบรรยากาศของเขาด้วย เพื่อจะได้ต้อนรับเขาให้ถูกต้องอย่างไรก็ตามได้สังเกตว่าฝรั่งแตกต่างกัน ถ้ามาจากยุโรปตะวันออก เขาก็อาจไม่คาดหวังอะไรมากเพราะเมืองไทยดีกว่าบ้านเขามาก แต่ถ้ามาจากยุโรปเหนือ ก็จะคาดหวังระดับของการให้บริการค่อนข้างมาก สิ่งเหล่านี้เราต้องเรียนรู้เพื่อให้บริการเขาถูก และการให้บริการถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม

##### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

ภาษาใบ้ (non-verbal) สำคัญกว่าการใช้ภาษาให้ถูกต้อง เช่น I do that already. คนฟังน่าจะเข้าใจว่าทำแล้วแม้ภาษาจะไม่ถูกต้อง ดังนั้นในการสื่อสารควรอบรมมารยาทมากกว่าภาษา อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่ค่อนข้างถึง คือ แม้คนจะมีมารยาทและได้รับการอบรมมากเพียงใดแต่ถ้าต้องทำงานมากเกินไปก็ “ไม่มีใจ” ที่จะสื่อสาร เช่นเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง ค่อนข้างมีปัญหา เพราะมีคนน้อย ต้องเห็นใจในความเหนื่อยบางครั้งจึง ทำให้ไม่คิดถึงผู้รับบริการ

##### ข. แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

การทำอากาศยานฯ ให้มีความสำคัญกับการอบรมและพัฒนาการบุคลากรมาก ในทางการสื่อสารได้จัดการอบรมให้เจ้าหน้าที่เป็นประจำ มีการทำเอกสารและจัดทำเทปให้แก่บุคลากรเพื่อที่จะหยิบฟังหยิบใช้ได้ตลอดเวลาหลังการอบรม คือ English for Thai Hosts การทำฯ ชี้แจงให้เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายเข้าใจถึงบทบาทของการเป็นเจ้าบ้าน แต่แท้จริงแล้ว การทำฯ ไม่ได้รับผิดชอบเฉพาะบุคลากรของตัวเอง เพราะเป็นเจ้าของสถานที่ที่มีหน้าที่จัดสรรงานให้เอกชน

หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งส่วนหน้า เช่น บริษัทรถเช่า บริษัททัวร์ต่าง ๆ ดังนั้นการที่ต้องคอยรับฟังความคิดเห็นที่ผู้ใช้บริการมีต่อบุคลากรทุกฝ่ายของการทำด้วยส่วนไหนที่จัดการได้เองก็จะจัดการ เช่นบริษัทรถเช่า หรือ เคาน์เตอร์ทัวร์ ถ้าผู้บริการร้องเรียนมาก และสอบดูแล้วว่าเป็นความจริงก็ไม่ต่อสัญญา ดังนั้นจึงต้องคอยติดตามควบคุมดูแลคุณภาพของทุกฝ่ายที่เข้ามาใช้สถานที่ของการทำในการทำธุรกิจ การทำจึงเป็นเหมือน “เจ้าภาพ” ของบริษัท หรือองค์กรนั้น ๆ อีกชั้นหนึ่งในการให้บริการแก่ผู้มาเยือน และสื่อสารกับแขกที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

#### ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ในส่วนนี้ไม่มีข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอะไรมากเพราะจริง ๆ แล้ว การทำงานของทุกฝ่ายในท่าอากาศยานถือว่ามีประสิทธิภาพเพราะ ISO จัดให้อยู่ในระดับเกรด B ก็ถือว่าอยู่ในระดับที่รับได้มีคุณภาพรับประกันอยู่แล้ว

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5 กรรมการผู้จัดการบริษัทซึ่งให้บริการเช่ารถและจัดคิวรถตู้ของการท่าฯ มา 9 ปีแล้ว

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 14 พ.ย. 44 เวลา 16.45 น.

#### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

##### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

เห็นว่าวัฒนธรรมสำคัญผูกใจนักท่องเที่ยวและลูกค้า น้ำใจของคนไทยก็สำคัญ เช่น เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาติดต่อที่บริษัทก็จะเชิญให้เขานั่งและหาน้ำอัดลมให้ดื่มเสมอเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นจากการปฏิบัติจริง ๆ ว่าคนไทยเป็นอย่างนี้ มีน้ำใจ ตลอดเวลาของการทำธุรกิจเช่ารถได้พบได้สังเกตว่าการทำธุรกิจโดยเสนอความเป็นไทย ๆ เข้าไปด้วยจะสามารถดึงดูดลูกค้าได้ดีกว่าการทำธุรกิจเพียงอย่างเดียวโดยไม่คิดถึงอะไรเลย นอกจากนี้การรู้จักวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวก็เป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้นการทำธุรกิจจึงต้องมีความรู้เรื่องวัฒนธรรม การรู้วัฒนธรรมทั้งของตนเองและของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งจำเป็นในธุรกิจท่องเที่ยว

##### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

คนที่ขับรถภาษาไม่ค่อยมาก แต่ก็ต้องให้เขาได้ทราบสิ่งหลัก ๆ ที่เขาต้องใช้ต้องพูด บางคนทีภาษาดีหน่อยก็จะให้เป็น “ไกด์” ไปด้วย คนขับรถของบริษัทนับว่าเป็นมีคุณค่าก็เบื้องต้น ก่อนแนะนำแขกให้ไปเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ได้หาแผ่นพับ ให้ บอกเรื่องนั้น ๆ ให้ หรือพาไปเอง เช่นนักท่องเที่ยวเช่ารถไปเที่ยวรอบเกาะก็ให้คนขับรถพาไปแวะตามจุดต่าง ๆ หรือสถานที่วัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น วัดฉลอง และให้อธิบายไปด้วย

ปัญหาในการสื่อสารของคนขับรถโดยทั่ว ๆ ไปในจังหวัดภูเก็ต คือ สื่อภาษาไม่ตรงกับกับนักท่องเที่ยว เขาเปรียบนักท่องเที่ยว ขับรถเร็ว ใช้รถเก่า บริษัทจึงเห็นความสำคัญ และ อบรมคนขับรถของบริษัทไม่ให้เขาเปรียบนักท่องเที่ยว พยายามเข้าใจภาษาที่นักท่องเที่ยวใช้ ถ้าไม่เข้าใจให้ถามด้วยวาจาสุภาพ การแต่งกายต้องเรียบร้อย พยายามรักษาบุคลิกภาพ

ในการสื่อสารทั่ว ๆ ไปเห็นว่าวัจนภาษา (non-verbal) สำคัญกว่าวัจนภาษา (verbal) เพราะสามารถสื่อด้วย “ตัวช่วย” ได้พอสมควรยกเว้นเรื่องที่พิเศษมากจริง ๆ และต้องการคำอธิบาย

#### ข. แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

ให้ความสำคัญกับความเป็นไทย ความมีน้ำใจไมตรี ความสุภาพมีมารยาทเรียบร้อย การแต่งกายก็ต้องดี สุภาพโดยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นคนอบรมเองตอนที่รับคนเข้าทำงานใหม่ ๆ และจะได้เรียกประชุมชี้แจงทุกเดือน เพื่อขอให้รักษามาตรฐาน

ในการทำงานถ้าใครถูกร้องเรียนว่าทำตัวไม่เหมาะสมหรือไม่สุภาพ หากตรวจสอบดูแล้วเป็นจริงก็จะดักเตือน แต่ถ้าดักเตือนแล้วยังคงพูดจา หรือปฏิบัติตัวไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวก็จะให้ออก แต่ส่วนมากแล้วไม่ค่อยมีปัญหาที่ทราบ เพราะแขกชม หรือไม่เช่นนั้นแขกก็เฉย ๆ คิดว่าถ้ามีปัญหาเขาคงไม่เฉย ๆ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากจะตรงไปตรงมา และต้องการให้ได้รับบริการคุ้มค่างบเงินที่เสียไป หากไม่คุ้มค่าเขาจะร้องเรียน

อีกประการหนึ่งที่บริษัทต้องระวังมากคือถ้าบริษัททำไม่ดีก็จะไม่ได้รับการพิจารณาจากการทำอากาศยานฯ ให้ต่อสัญญาเช่า ดังนั้นคุณภาพของการทำงานจึงถูกคุมอยู่แล้วจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

#### ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

มีคนบ่นว่าอัตราค่าบริการแพงเกินไปคือ ค่ารถ เข้าเมือง 350 บาท ไปป่าตอง 480 บาท (อัตราในช่วงเวลาที่สัมภาระ) จริง ๆ แล้วบริษัทมีค่าใช้จ่ายมากและภูเก็ตเองก็เป็นเมืองที่แพง ดังนั้นอัตราค่าบริการที่ตั้งไว้จึงเป็นอัตราที่เหมาะสมกับสภาพค่าครองชีพของภูเก็ต ถ้าจะให้ค่าบริการถูกลงต้องปรับระดับค่าครองชีพของภูเก็ตเพราะทุกคนบ่นมากกว่าค่าครองชีพในภูเก็ตสูงซึ่งก็ไม่ทราบจะอธิบายอย่างไร อาจเป็นเพราะภูเก็ตวางตำแหน่งของตัวเองไว้เป็นเมืองนานาชาติก็เป็นได้

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6 ผู้จัดการโรงแรมระดับดีแห่งหนึ่งที่ป่าตอง (ชาวเยอรมัน)

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 15 พ.ย. 44 เวลา 11.30 น.

#### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

##### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

เรามองว่าวัฒนธรรมเป็นมิติที่สำคัญมาก ๆ สำหรับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ไหนก็อยากจะเห็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของที่นั้น ๆ เช่นพิพิธภัณฑ์ชาติชนวิทยา (folklore museum) หรืออาจไม่ถึงกับจัดเป็นระบบพิพิธภัณฑ์แต่การรวบรวมงานศิลปะของชาวบ้านให้เป็นที่เป็นที่ทาง หรือมีหมู่บ้านที่ทำงานศิลปะและทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวก็ดี นักท่องเที่ยวควรจะได้มีโอกาสพบเห็น ได้สัมผัสสิ่งดี ๆ ของที่ที่ตัวเองไปเที่ยว สิ่งเหล่านี้ไม่ค่อยมีให้เห็นในภูเก็ตซึ่งต่างจากภาคอื่น ๆ ที่เขาพบเห็น เขาชี้ให้ดูงานดินปั้นเป็นรูปหมูหลายตัวในสวนของโรงแรมซึ่งไปพบเห็นที่ลำปางและซื้อมาไว้ในสวนของโรงแรม เขาบอกว่างานเหล่านี้เป็นงานศิลปะที่น่ารักน่าสนใจซึ่งที่เมืองเหนือสามารถจะพบเห็นลักษณะของหมู่บ้านที่ทำงานศิลปะเหล่านี้ได้ทั่วไป นักท่องเที่ยวจะตื่นตาตื่นใจมากถ้าได้พบเห็นสิ่งเหล่านี้บ้างในภูเก็ต

##### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

เขาบอกว่าเขาไม่ค่อยหนักใจในการสื่อสารของพนักงานคนไทยในโรงแรมที่เขารับผิดชอบอยู่ คนเหล่านี้สื่อสารได้ดีพอสมควร แต่ที่น่าสนใจคือคนไทยสามารถใช้กิริยา และ ภาษาท่าทางในการสื่อสารได้ดี คนไทยทั่ว ๆ ไปก็เป็นเช่นนี้คือสื่อสารได้ ขึ้นชมอวัจนภาษา (Thai body language) และความเป็นไทย แต่บางทีในความเป็นไทยคนไทยก็ “น่ารักเกินไป” จนไม่กล้าที่จะบอกหรือห้ามนักท่องเที่ยวเมื่อเขาทำอะไรไม่เหมาะสม (“Thais are too nice to tell the tourists when they do something inappropriately or do something against their culture”)

อย่างไรก็ตามบางกลุ่มก็มีการสื่อสารที่หยาบอันเนื่องมาจากการเห็นแก่เงิน เช่น คนขับรถตุ๊กตุ๊กบางคน ให้ความสำคัญกับเงิน และให้ค่า ของ “Commission Value” มากกว่าน้ำใจอันงดงามที่คนไทยเคยมี เขาเล่าว่าเมื่อเร็ว ๆ นี้แขกของโรงแรมต่อว่าเรื่องของคนขับรถตุ๊กตุ๊ก ใช้ภาษาที่หยาบคายมากกับเขาเมื่อเขาปฏิเสธไม่ยอมขึ้นรถ (ดูจดหมายที่แขกเขียนถึงเขาในหน้าสุดท้ายของภาคผนวกนี้)

### ข. แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

ในธุรกิจบริการเขามองว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการให้บริการมากกว่าภาษา เขาจึงเน้นประสิทธิภาพของการให้บริการเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือการสื่อสาร นอกจากนี้เขามักจะประทับใจในลักษณะของคนมากกว่าอย่างอื่น เช่น ความเป็นไทยเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในสายตาของนักท่องเที่ยว คนไทยน่าจะเก็บสิ่งนี้ได้ ไม่ว่าจะเป็นรอยยิ้ม ความมีน้ำใจ ในความคิดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านนี้เขาให้น้ำหนักเรื่องนี้มากในการรับคนเข้าทำงาน เขาเชื่อว่าเขาสามารถสอนภาษาอังกฤษให้กับคนทำงานได้ แต่สอนความงดงามของความเป็นไทยไม่ได้ เพราะเป็น สิ่งที่มีอยู่ในตัวคน เขาขอขอบคุณไปยังผู้ที่มีความรับผิดชอบในการผลิตคนให้แก่ภาคการท่องเที่ยวและภาคบริการให้เน้นความเป็นไทยในการสร้างคน เขาบอกว่าบัณฑิตที่มีความเป็นไทยผนวกกับความสามารถทางการสื่อสารจะมีแต้มต่อในการทำงานในภาคนี้มาก

### ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

- นักท่องเที่ยวควรศึกษาเรื่องไทยและเข้าใจความรู้สึกของคนไทย ถ้าคนไทยพบเห็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ให้เกียรติคนไทยก็ควรบอกกล่าวเขา เราไม่ควรกลัวมากนักที่จะสูญเสียนักท่องเที่ยว ถ้าภูเก็ตมีสิ่งน่ารักนักท่องเที่ยวก็จะกลับมาเอง และถ้าสมมุติว่านักท่องเที่ยวคนเดิมไม่กลับมา (no repeat tourists) แต่นักท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ไม่ซ้ำหน้าภูมิก็คงจะไม่มีวันขาดนักท่องเที่ยวเพราะจากประสบการณ์ในวงการท่องเที่ยวเขาบอกว่าชาวต่างชาติเกือบทุกคนมีความฝันอยู่อย่างหนึ่งว่าขอให้ได้มาพบเห็นภูมิก็คงสักครั้งหนึ่งในชีวิต หากจะลองคิดคำนวณดูว่าถ้าชาวต่างชาติแต่ละคนเดินทางมาภูมิก็คงแค่เพียงครั้งเดียวในชีวิตภูมิก็คงจะมี สายธารของนักท่องเที่ยวที่รินไหลมาอย่างไม่ขาดสายอยู่แล้ว ดังนั้นสิ่งที่คนในภาคการท่องเที่ยวทุกคนควรทำคือทำการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ คนที่เคยคิดว่าอยากมาสักครั้งหนึ่งในชีวิตจะได้กลับมาอีก
- ภาชนะที่องค์การบริหารส่วนตำบลเก็บไปจากโรงแรมน่าจะปันส่วนมาสร้างเสริมความแข็งแกร่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย เพื่อส่งเสริมให้วัฒนธรรมท้องถิ่นเกิดได้และมีความแข็งแกร่ง
- คนที่ทำงานในโรงแรมส่วนใหญ่น่ารัก มีอัธยาศัยดี และภูมิก็คงดีที่มีธรรมชาติงดงามสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา แต่น่าเสียดายที่ความงดงามของสิ่ง ๆ เหล่านี้ถูกบั่นทอนด้วยคนทำงานบริการในภูมิกิจำนวนมากที่ หิวเงิน” (desperate for money) จนไม่เห็นความงดงามใด ๆ เมืองไร้ระเบียบ พ่อค้าแม่ค้าเร่งเติมไปหมดจะว่าไปแล้ว “Phuket is ugly” โดยเฉพาะถ้าเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น หัวหิน หรือทางเหนือ

### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7 กรรมการผู้จัดการกลุ่มโรงแรมระดับดีและเก่าแก่แห่งหนึ่งของภูเก็ต

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 22 พ.ย. 44 เวลา 18.00 น.

### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

#### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวโดยที่ยากจะปฏิเสธ แม้หาดทราย ชายทะเล แสงแดด ฯลฯ จะเป็นเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวส่วนมากที่มากูเกิด แต่ถ้าเขาได้พบสิ่งที่เป็นลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น และของผู้คน สิ่งเหล่านั้นก็จะเสริมให้การท่องเที่ยวมีเสน่ห์และมีความหมายมากยิ่งขึ้น

#### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

ในการสื่อสารทั้งวันภาษาและอวัจนภาษาต่างก็มีความจำเป็น อย่างไรก็ตามวัจนภาษาไม่ถึงกับเป็นปัญหาโดยตัวของมันเอง แต่เมื่อผูกโยงเข้ากับวัฒนธรรมแล้วนั้นแหละบ่อยครั้งที่เกิดปัญหา เช่น การยิ้มหรือหัวเราะที่ผิด

กาลเทศะ บ่อยครั้งที่คนไทยหัวเราะขำที่ผิดทาง จนถูกฝรั่งถามไถ่ ๆ ว่า “What’s so funny about it?” แต่ถ้าดูโดยรวมแล้วแม้สิ่งเหล่านี้จะมีความสำคัญ แต่ก็ไม่น่าจะให้ความสำคัญกับ ภาษา ในการสื่อสาร มากกว่าน่าจะ อบรมให้เขาสามารถใช้ภาษาในระดับที่สื่อสารได้ เพราะภาษาเป็นเครื่องมือที่จะทำให้คนเข้าใจกัน เพียงแต่ว่าคนสอนต้องไม่ลืมที่จะสอดแทรกวัฒนธรรมและอวัจนภาษา (Non-Verbal Aspect) เข้าไว้ในบทเรียนด้วย

#### ข. แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

ได้พยายามทุกวิถีทางที่จะทำให้พนักงานมีความรู้และเข้าใจลึกซึ้งถึงคำว่า “ผู้ให้บริการ” โดยการหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถมาจัดสอนให้แก่พนักงานทุกระดับซึ่งไม่เพียงแต่อบรมเรื่องภาษาและการสื่อสารเท่านั้น ยังจัดให้พนักงานทุกฝ่ายได้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าใจงานที่รับผิดชอบด้วย เช่นงานด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อม การประหยัดพลังงาน ฯลฯ

#### ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

- ในการศึกษาทั้งคนไทยของเราที่ทำงานในวงการท่องเที่ยวและชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวบ้านเรา เราน่าจะศึกษาความพอใจ ความต้องการของเขามากกว่าของเรา เพราะในด้านการขาย ฝ่ายเราถือเป็นผู้ให้บริการ “Service Providers” เราจะต้องรู้จัก “ผู้ซื้อบริการ”
- ปัญหาของการสื่อสารและคุณภาพในการให้บริการผูกติดอยู่กับตัวบุคคลและการฝึกอบรม ซึ่งมีปัญหาค่อนข้างมากโดยเฉพาะสำหรับเจ้าของกิจการ เพราะคนที่ได้รับการ อบรมเมื่อมีความรู้มากขึ้น ก็มักจะออกไปทำงานที่อื่นเนื่องจากได้เงินเดือนสูงกว่า กลายเป็นว่าการ อบรม ทำให้เจ้าของกิจการมีโอกาสสูญเสียบุคลากร (turnover) สูง

#### **ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8** ผู้บริหารระดับสูงซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารที่โนนหาน

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 13 พ.ย. 44 เวลา 10.30 น.

#### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

##### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ผู้ทำงานในธุรกิจการท่องเที่ยวต้องเปิดใจเรียนรู้และปรับตัวให้ทำงานได้กับผู้คนจากต่างวัฒนธรรม ซึ่งต้องการเวลาในการเข้าใจและปรับตัวเพราะหลายๆอย่าง คนไทยที่ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังไม่เคยรู้ไม่เคยเห็นมาก่อน

##### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

- คนไทยมักพูดอ้อมๆ นักท่องเที่ยวทางยุโรป หรือทางตะวันตกมักจะพูดตรงๆ มีลักษณะตรงไปตรงมา ต้องเป็นไปตามที่สั่ง เช่นสั่งอาหารอะไรต้องได้ตามที่สั่ง แต่คนไทยอะไรก็ได้ ไม่พูดอะไร ทานไปทั้งที่ไม่ได้สั่งอย่างนั้นและไม่โมโห ไม่คอยตำหนิ มีความยืดหยุ่น
- พนักงานไม่รู้จักใช้ภาษาสุภาพหรือภาษาที่เป็นทางการและเหมาะสม เช่น ถามลูกค้าว่า What you want? แทนที่จะถามว่า What would you like? หรือ Would you like...?
- เมื่อภาษาของพนักงานไม่พอก็เกิดการเข้าใจผิด เช่น ลูกค้าสั่งว่า One sparerib and salad too. พนักงานเข้าใจผิดว่า ‘too’ คือ ‘สอง’ นำสลัดมาให้สองที่เป็นต้น ที่ผิดพลาดเช่นนี้เป็นเพราะพนักงานไม่ได้สอบถาม (confirm) หรือถามกลับให้แน่ใจ (checking back) ว่าลูกค้าสั่งอาหารอะไรบ้าง



ข. แนวนโยบายและแนวทางปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

ได้ชี้แจงให้พนักงานเห็นความสำคัญของการให้บริการที่เป็นมิตร แต่ในด้านการสื่อสารนั้นไม่ได้จัดอบรมให้อย่างเป็นทางการ พนักงานมักจะถามเรื่องภาษาอังกฤษถ้ามีปัญหาในการสื่อสารกับลูกค้า หรือต้องการจะสื่ออะไร แล้วพูดไม่ได้ก็จะถามเป็นแต่ครั้งไป

ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

อยากให้โรงเรียนเน้นการสอนภาษาสุภาพและเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคนที่ทำงานในอุตสาหกรรมบริการ

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9** ผู้บริหารระดับสูงซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารที่หาดกะตะ

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 13 พ.ย. 44 เวลา 17.30 น.

ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมคือวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วิธีการคิด ความเชื่อ วิธีการมอง ที่ต่างกันไปตามท้องที่และวัฒนธรรม วัฒนธรรมสำคัญต่อการท่องเที่ยว เพราะวัฒนธรรมคือการใช้ชีวิต มารยาทบางอย่างที่คนไทยทำชาวต่างประเทศอาจเห็นว่าไม่เหมาะสม หรือในทางกลับกันสิ่งที่ชาวต่างประเทศทำคนไทยก็อาจเห็นว่าไม่เหมาะสม

2. ประเด็นทางการสื่อสาร

ภาษาของพนักงานที่ร้านไม่พอที่จะแนะนำอาหารได้นอกจากอาหารง่าย ๆ ภาษาท่าทาง (อวัจนภาษา) จึงมีส่วนช่วยอย่างมากในการทำงานในร้านอาหารโดยเฉพาะในกรณีที่ลูกค้าและพนักงานเสิร์ฟต่างก็ไม่ใช้เจ้าของภาษาทั้งคู่ จำเป็นต้องอาศัยภาษาท่าทางช่วยมาก

ข. แนวนโยบายและแนวทางปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

ไม่ได้จัดอบรมด้านการภาษาหรือสื่อสารอย่างเป็นทางการ แต่จะ สอนและอบรมให้เมื่อสังเกตความผิดพลาดของพนักงาน หรือเมื่อพนักงานมาขอคำปรึกษา

ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

- อยากให้ผู้รับผิดชอบในการสร้างบุคลากรให้แก่ภาคการท่องเที่ยวมีการอบรม หรือ สอนโดยเน้นให้บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวมีสำนึกที่ดี มีความเอื้ออาทร มีน้ำใจ มีความรับผิดชอบ
- อยากให้มีหนังสือที่สอนเกี่ยวกับมารยาทที่ควรปฏิบัติ ซึ่งรวมมารยาทของทุกชาติหลักๆ ไม่ใช่เฉพาะของไทย เช่นการเข้าแถวรอคิว ระยะเวลาทางการยืนขณะสนทนา เป็นต้น

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10** ผู้บริหารระดับสูงซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารในเมืองภูเก็ต

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 14 พ.ย. 44 เวลา 10.00 น.

ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมสำคัญต่อการท่องเที่ยว ถ้าเข้าใจทั้งวัฒนธรรมของเขาและของเราด้วยจะดีมากที่จะทำงานในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเองก็ควรจะมีวัฒนธรรมหลัก ๆ ของไทยด้วย

2. ประเด็นทางการสื่อสาร

การฟังของพนักงานไม่ค่อยดี ฟังลูกค้าไม่ค่อยเข้าใจ ไม่รู้เรื่อง ต้องให้เจ้าของร้านมาช่วยบ่อย ๆ

#### ข. แนวนโยบายและแนวทางปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

อบรมพนักงานผ่านการประชุมทุกเช้า ( morning brief) ก่อนจะเปิดร้าน จะพูดคุยกับพนักงานเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในวันก่อนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเดิมอีก และเพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจมากขึ้น

#### ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การเตรียมคนให้มาทำงานในงานบริการนั้นควรเน้นการปลูกฝังให้มีความรับผิดชอบ มีสำนึกที่ดีและมีความพยายาม ความสามารถทางภาษาก็สำคัญแต่ถ้าไม่มีความรับผิดชอบและสำนึกที่ดีแล้วก็ไม่ต้องการรับเข้ามาทำงานด้วย ถ้าให้เลือกระหว่างคนที่ทำงานได้ดี เก่งภาษา สื่อสารได้อย่างดี แต่ไม่มีความรับผิดชอบหรือสำนึกที่ดี กับอีกคนหนึ่งที่มีทั้งความรับผิดชอบ สำนึกที่ดีและมีความพยายามแต่ภาษาไม่ค่อยดีนัก จะเลือกคนหลังเข้ามาทำงานด้วย เพราะเชื่อว่าการมีคุณสมบัติทั้งสามอย่างนี้เป็นจุดเริ่มต้นที่ดี และความสามารถทางภาษานั้นเป็นสิ่งที่เรียนรู้และฝึกฝนได้

#### **ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 11** ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทท่องเที่ยวในเมืองภูเก็ต

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 14 พ.ย. 44 เวลา 11.00 น.

#### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

##### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน ผู้ที่ทำงานในธุรกิจการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความเข้าใจด้านวัฒนธรรมที่หลากหลายเพื่อที่จะทำงานกับคนต่างวัฒนธรรมได้อย่างคล่องตัว ความเข้าใจที่ว่านี้คือ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น ของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

##### 2. ประเด็นทางการสื่อสาร

- พนักงานพูดกับลูกค้าโดยไม่มองหน้า ไม่มีการมองตา ( eye contact)
- พนักงานใช้คำถามที่ไม่เหมาะสมเช่นเพื่อนชาวต่างชาติที่สนิทคนหนึ่งโทรศัพท์มาหา พนักงานรับโทรศัพท์แล้วถามว่า Who are you? ในความหมายที่จะขอทราบชื่อผู้โทรมา ซึ่งเป็นคำถามที่ค่อนข้างไม่สุภาพ
- พนักงานที่ภาษาไม่ค่อยดีนักไม่มีทักษะในการจัดการกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการหลายคนในเวลาเดียวกัน ไม่มีการเชิญให้นักท่องเที่ยวนั่งรอในขณะที่กำลังให้บริการอีกคนหนึ่งอยู่ และไม่มองหน้านักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินเข้ามาในบริษัท มักจะก้มหน้าก้มตากับเอกสาร

มาใช้บริการหลายคนในเวลาเดียวกัน ไม่มีการเชิญให้นักท่องเที่ยวนั่งรอในขณะที่กำลังให้บริการอีกคนหนึ่งอยู่ และไม่มองหน้านักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินเข้ามาในบริษัท มักจะก้มหน้าก้มตากับเอกสาร

#### ข. แนวนโยบายและแนวทางปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

มีการชี้แจงให้พนักงานทราบถึงความสำคัญของการบริการที่ถูกต้องและเป็นมิตร ส่วนด้านการสื่อสารหรือภาษาก็จะแนะนำเป็นจุดๆไปเมื่อพนักงานถาม หรือเมื่อสังเกตเห็นความผิดพลาดของพนักงาน

#### ค. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

อยากให้บุคลากรไทยมีความรู้เกี่ยวกับประเทศและวัฒนธรรมไทย รวมทั้งเข้าใจวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวด้วยเพื่อจะได้ทราบว่าควรทำอย่างไรที่จะให้คนจากหลากหลายวัฒนธรรม อยู่เมืองไทย เที่ยวเมืองไทยอย่างมีความสุข บุคลากรเองก็จะได้ทำงานอย่างมีความสุขด้วย

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 12 ผู้บริหารระดับกลางซึ่งเป็นผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรม (Training Manager) ของโรงแรมระดับตีบริเวณหาดลาгуนา**

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 15 พ.ย. 44 เวลา 19.20 น.

ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกันมากและมีความสำคัญเพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่า คนถื่นนั้นๆ มีความคิด มีค่านิยมอย่างไร นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพราะส่วนหนึ่งคือ ต้องการมาดูวัฒนธรรม ความเป็นไทย วัฒนธรรมดั้งเดิมจึงเป็นจุดขายเป็นสิ่งดึงดูดใจให้คนอยากมาเที่ยว

2. ประเด็นทางการสื่อสาร

- วัฒนธรรมไทยสอนให้เกรงใจ ให้ผู้น้อยเคารพเชื่อฟังผู้ใหญ่ ไม่กล้าเปิดเผยความรู้สึกจริงๆ สังเกตเห็นเวลาแขกพูดกับพนักงานบางคน พูดไป 2 - 3 ประโยคแล้ว พนักงานไม่เข้าใจไม่รู้เรื่อง แต่พยักหน้า ทำให้แขกไม่พอใจ

- ในเรื่องการบอกทาง คนไทยไม่ถูกสอนให้อ่านแผนที่ เวล่านักท่องเที่ยวถามทาง ตนเองไม่รู้ อธิบายไม่ถูกต้องอยากช่วย พยายามบอก แต่บอกผิดๆ

- ผู้ให้บริการบางคนเห็นแก่ได้ สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ดี แต่สร้างทำเป็นไม่เข้าใจ เช่น เสแสร้งว่าไม่เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แล้วหลอกให้ซื้อบริการในสิ่งที่ไม่ดี หรือไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น ตกลงไปส่งป่าตอง คิดราคาแล้ว พอแขกเปลี่ยนไปจะเข้าเมืองแทนซึ่งระยะทางไกลกว่าป่าตองมาก ก็ยังคงคิดราคาเท่าไปป่าตอง แกล้งทำเป็นไม่รู้เรื่องเมื่อแขกซักถาม ทั้ๆ ที่สามารถสื่อสารกันได้ดี เข้าใจดี

- ชาวยุโรปตะวันตกมีภาษาท่าทางแสดงออกชัดเจน แต่คนไทยไม่สอนให้แสดงออก ชอบเก็บซ่อนความรู้สึกทำให้ไม่เข้าใจสีหน้า หรือภาษาท่าทางของแขก เช่น เมื่อแขกเริ่มโกรธเขาหน้าบึ้ง กอดอก พนักงานก็ไม่เข้าใจว่าเขาโกรธ ยังเข้าไปต่อแยะทำให้เกิดปัญหา หรือแขกขยับตาเป็น การทักทาย พนักงานไม่เข้าใจท่าทางนั้น หว่าแขกเจ้าชู้

ข. แนวนโยบายและ แนวทางปฏิบัติในฐานะที่เป็นผู้บริหาร

1. มีการชี้แจง โดยเฉพาะในเรื่องภาษาท่าทาง จะจ้างอาจารย์ต่างชาติมาสอน เพื่อให้พนักงานเข้าใจว่าภาษาท่าทางแต่ละอย่างที่แตกต่างกันแสดงออกนั้นหมายความว่าอย่างไร

2. มีการอบรม เตรียมความพร้อมให้บุคลากร

3. มีการอบรมภาษา แต่ไม่อบรมภาษาในงาน เป็นการสอนพื้นฐานมากกว่า เช่น ภาษาสุภาพ ต้องพูดอย่างไร พนักงานซึ่งอายุมาก จะสอนยาก พนักงานไม่ค่อยเข้าใจ ทุ่มงบประมาณในจุดนี้มาก เป็นล้าน ทำมา 2 ปีแล้ว ในส่วนของผู้บริหารจะมีหลักสูตร อบรมให้โดยเฉพาะเช่น การอบรมวัฒนธรรมสำหรับการบริหาร Cultural Management Training โดยอบรมให้ผู้บริหารระดับผู้จัดการ (manager) ขึ้นไป ไทย – ฝรั่งเศส จำนวนเท่ากัน ในแต่ละครั้ง จัดอบรมทุกๆ 6 เดือน มีการชี้แจงว่า วัฒนธรรมของทั้ง 2 ฝ่าย ต่างกันอย่างไร คนไทยให้ความสำคัญกับเรื่องของความปรองดอง ความเป็นมิตรไมตรี (relationship) ส่วนชาวต่างชาติจะเน้นผลลัพธ์ของงาน (result) ในการอบรมจะมีประเด็นต่างๆ หรือกรณีศึกษา (case study) ให้แต่ละฝ่ายแสดงความคิดเห็น แนวคิด แต่ละคนจะออกมาต่างกัน คนไทยจะรอมชอม แต่ฝรั่งเศสจะวิจารณ์ตรงประเด็น ได้มีการชี้แจงให้เห็นข้อดีของแต่ละฝ่ายและให้นำมาปรับใช้ให้ปรับเข้าหากัน ให้เข้าใจในจุดอ่อนของแต่ละฝ่าย หลังจากได้รับการอบรม

พนักงานตื่นตื่นที่จะพูดภาษาอังกฤษที่ได้เรียนมา คนที่มีพื้นฐานภาษาดีจะนำไปใช้ได้ทันที คนภาษาไม่มีติด ๆ หล่น ๆ บ้าง โดยภาพรวมแล้ว การอบรมได้ผลดีมาก แยกชมว่าพนักงานภาษาดี

4. ได้รับข้อมูลย้อนกลับจากนักท่องเที่ยวและบุคลากรชาวไทย

ข้อมูลย้อนกลับจากนักท่องเที่ยว : ทุกวันอังคารทางโรงแรมจะเชิญแขก 80 คน เพื่อเลี้ยงอาหาร เครื่องดื่มฟรี 1 ชั่วโมง แล้วสอบถามในเรื่องการให้บริการ อาหาร อื่นๆ คำตอบที่ได้รับส่วนมากสรุปได้ว่า

- ชื่นชอบอัธยาศัยของพนักงาน
- ชื่นชมความตั้งใจ ในการทำงานแม้ว่าภาษาอาจไม่ดี
- อยากให้พนักงานภาษาดีกว่านี้ โรงแรมระดับ 5 ดาว พนักงานได้ตอบคำขอร้องที่ง่าย ๆ (simple request) ได้
- ในห้องอาหารของโรงแรมบางครั้งแขกบ่น เรื่อง พนักงานไม่เอาใจใส่แขก ต้องให้เรียก และให้คอยนาน “She/He leaves me alone in the dark.”
- ข้อมูลย้อนกลับจากพนักงาน : พนักงานไม่ค่อยมีปัญหาเพราะจะสอนไว้ว่า ถ้าพูดไม่ได้ให้บอก Sorry, don't understand, I will get the manager.

ข.. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยว แต่สัญลักษณ์ บ้ายบอกทิศทาง ยังมีปัญหาในเรื่องความไม่เด่นชัด ไม่เพียงพอ และชำรุดแล้วไม่ซ่อม
2. อยากให้มีการสอนประชาชนในเรื่องการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน เช่น การทักทาย การบอกทาง อาจ จะมี web สอนภาษา สื่อต่างๆ
3. องค์กรรัฐควรมีส่วนช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยว การให้บริการ ภาคโรงแรม บริษัท ห้างร้าน พยายาม ฝึกอบรมตัวเองให้พนักงานพูดภาษาอังกฤษได้อยู่แล้ว ที่โรงแรมมีการบันทึกไว้หมดว่าแขกชอบอะไร นิสัยเป็นอย่างไร กินอะไร ให้ส่วนรัฐช่วยปรับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาคน ควรสนับสนุนปัจจัยต่างๆ ที่เอื้ออำนวย เช่น จัดทำป้ายต่างๆ ให้ชัดเจน เพียงพอ ตั้งแต่สนามบินไปเลย

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 13** ผู้บริหารระดับกลาง ซึ่งเป็นผู้จัดการบริษัทท่องเที่ยวสำนักงานภูเก็ต

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 16 พ.ย. 44 เวลา 16.00 น.

ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกันมากและมีความสำคัญ เพราะต่างก็จะต้องเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกัน หากไม่เข้าใจก็อาจจะก่อให้เกิดปัญหาได้ เช่น คนไทยมักจะมีอารมณ์เกรงใจ แต่ลูกค้าชาวต่างชาติมักไม่มีความเกรงใจ จะเอาแต่ประโยชน์ตน บางครั้งให้ติดต่อโรงแรมที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่บริษัทติดต่อด้วยหรือ บางครั้งมาติดต่อในเวลาพักกลางวันก็จะไม่เกรงใจว่าพนักงานต้องหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

2. ประเด็นการสื่อสาร

ในการสื่อสารกัน บางครั้งไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิด เนื่องจากชาวต่างชาติแต่ละชาติมีสำเนียงที่ต่างกันมาก ในการสื่อสารกันบางเรื่องก็สามารถเดาได้ เช่นการขยาดตัว แต่ในเรื่องอื่นๆ ที่ยากๆ ไม่สามารถเดาได้ว่าลูกค้าต้องการอะไร ต้องมีการถามซ้ำ และ ให้อธิบาย

- คนขับรถซึ่งภาษาดีสามารถสื่อสารกับลูกค้าเข้าใจดี แต่มีปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าเพราะลูกค้าไม่เข้าใจวัฒนธรรมของเรา เช่น คนขับรถมีพระตั้งหน้ารถ ลูกค้าฝรั่งยกเท้าขึ้นตั้งระดับเดียวกับพระ เมื่อคนขับรถอธิบายว่าไม่ควรทำเช่นนั้นเพราะอะไร ลูกค้าเอาเท้าลง แต่อีกสักพักก็ยกเท้าวางที่เดิมอีก
- คนไทยชอบกินอาหารรสเผ็ดจนน้ำตาไหลฝรั่งไม่เข้าใจว่าในเมื่อเผ็ดจนน้ำตาไหลแล้วทำไมไม่หยุดกิน ในขณะที่รับประทานอาหาร ฝรั่งสั่งน้ำมูกแรง แต่คนไทยจะเกรงใจจะทำแบบกระมิดกระเมี้ยน

#### ข. แนวนโยบายและแนวทางปฏิบัติในฐานะผู้บริหาร

1. มีการชี้แจง เช่น ถ้าลูกค้าเป็นคนอังกฤษ หากมีสิ่งผิดพลาดมักจะมีปัญหา เขาจะเรียกค่าเสียหายเลย แต่ถ้าเป็นคนออสเตรเลีย ก็จะยืดหยุ่น พอคุยตกลงกันได้ มีการชี้แจงให้เข้าใจว่าลูกค้าแต่ละชาติมีธรรมเนียมชาตินิสัยที่ต่างกันอย่างไรร

2. มีการอบรม เตรียมความพร้อมให้บุคลากร อยู่ 4 ลักษณะ คือ

- 1 การพูดจาอย่างไรจะสร้างความประทับใจ คำพูดอย่างไรจึงสละสลวย
- 2 อบรมเกี่ยวกับงานในหน้าที่ จัด 3 ครั้งต่อปีและนอกเหนือจากการอบรมแล้ว ในส่วนของมัคคุเทศก์จะมีการให้เขียนเนื้อหาที่จะพูดมาให้ดูก่อนว่าจะพูดอะไร ส่วนมากภาษาของ มัคคุเทศก์ จะดี ความรู้ในเนื้อหาที่ดี สามารถสื่อสารตอบโต้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- 3 อบรมเฉพาะหัวข้อ เช่น วัฒนธรรมของคนอังกฤษเป็นอย่างไร เป็นต้น จัดเป็นครั้งคราวไป
- 4 ประชุมเพื่อพิจารณาปัญหาต่างๆ ที่เกิดกับลูกค้า เดือนละ 1 ครั้ง

3. ได้สังเกตการทำงานของบุคลากรและเห็นว่าการทำงานของบุคลากรพัฒนาขึ้นได้รับรางวัลที่ 1 representative ดีเยี่ยมจากหน่วยงานภาคการท่องเที่ยวของประเทศอังกฤษ เนื่องจาก representative บริการดี ช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้ลูกค้า ไปเยี่ยมเยียนและดูแลเอาใจใส่ลูกค้าดี

4. ได้รับข้อมูลย้อนกลับจากนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนมากจะได้รับคำชมเชยจากลูกค้าว่ามัคคุเทศก์ บริการดี โดยผ่านทางแบบสอบถาม , e-mail , และโดยวาจา

#### ค. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. อยากให้บุคลากรสามารถสื่อสารภาษาได้ลึกซึ้ง ไม่ใช่ใช้ภาษาได้แค่พื้นๆ
2. ป้ายบอกทาง และป้ายแนะนำอื่นๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ และไม่ชัดเจน บางแห่งก็ยังไม่ถูกต้อง
3. ราคาโรงแรม อาหาร แพงกว่าในกรุงเทพฯ และราคาตัวเครื่องบินภายในประเทศค่อนข้างแพง ควรปรับสาธารณูปโภคให้ได้มาตรฐานกว่านี้

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 14 ผู้บริหารระดับสูงของหอการค้าจังหวัดภูเก็ต

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 9 พ.ย. 44 เวลา 15.30 น.

#### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

คิดว่าวัฒนธรรมกับธุรกิจท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกันเป็นอย่างมาก หากท้องถิ่นอนุรักษ์วัฒนธรรมดี ๆ ไปได้จะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมจึงมีความสำคัญมาก ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมาเที่ยวมากขึ้น

## 2. ประเด็นการสื่อสาร

- ผู้บริการและผู้ให้บริการมองปัญหาต่างกัน
- พนักงานยังไม่เข้าใจวัฒนธรรมบางอย่างของต่างชาติ ตัวอย่างเช่น สุนัขมาหยอกลูกฝรั่งที่ชายหาด พนักงานหัวเราะ แต่ไม่ได้คิดจริงจังอะไร เพียงแค่คิดว่าสุนัข ต้องการจะเล่นกับเด็ก แต่ฝรั่งโกรธมากคิดว่าหัวเราะเยาะ เพราะเขากังวลกลัวสุนัขที่กัดลูกเป็นโรค ฝรั่งถูกขู่กัด พนักงานหัวเราะคิดว่าไม่ใช่เรื่องใหญ่โต อดีก็พยายามให้ทา แต่ฝรั่งเขาโกรธว่า หัวเราะทำไม กังวลว่าเขาจะเป็นอะไรมากหรือไม่ ฝรั่งชอบตบหัว พนักงานรับไม่ได้

### ข. แนวนโยบายและ แนวทางปฏิบัติในฐานะที่เป็นผู้บริหาร

1. ได้ชี้แจงให้บุคลากรเห็นความสำคัญของการสื่อสาร โดยมีความเข้าใจในเรื่องของวัฒนธรรมของกันและกัน เช่น การพูดกับแขกที่สุภาพ ควรพูดอย่างไร ควรมีการทักทายอย่างไร
2. มีการอบรม เตรียมความพร้อมให้บุคลากรโดยการอบรมภาษาอังกฤษให้แก่พนักงาน ในเนื้อหาที่มีการสอดแทรกในเรื่องวัฒนธรรม
3. ได้สังเกตการทำงานของบุคลากรและได้พบว่าบุคลากรเมื่ออบรมแล้ว ได้นำสิ่งที่ได้ไปปฏิบัติ พัฒนางานให้ดีขึ้นโดยส่วนมาก
4. ได้รับข้อมูลย้อนกลับจากนักท่องเที่ยวและบุคลากรชาวไทย ข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับบริการนั้นมักจะได้รับคำชมมากกว่าติเตียน

**คำชม** จากจดหมายเขียนกลับมาชม / กรอกแบบฟอร์มที่มีอยู่ในห้องพัก ชมในเรื่องสถานที่ การให้บริการอาหาร อื่นๆ

**คำติ** เมื่อแขกเดินทางมาถึงต้องการเข้าพักเร็วๆ เพื่อจะได้พักผ่อน แต่บางครั้งมาช่วงที่แขกลงทะเบียนเข้าพัก (check in) มากๆ ทำให้ล่าช้า แขกจะไม่พอใจ

ส่วนข้อมูลย้อนกลับจากพนักงาน : แขกบางคนเอาแต่ใจ จู้จู้จุกจิก พนักงานมักจะเอาไปบ่นกันในหมู่เพื่อนฝูง หากหัวหน้าหรือผู้บริหารได้ยิน ก็จะเรียกมาคุย และสร้างความเข้าใจใหม่กว่าให้ถอดทน ให้บริการแขกให้ดีที่สุด

### ค. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ

ในเรื่องสถานที่ อยากให้ทุกคนมองว่า ภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวชนิดใด ไม่ใช่จะตักตวงแต่ผลประโยชน์ อยากให้ชายหาดมีสิ่งแวดล้อมเหมือนกับเมื่อ 20 ปีที่แล้ว ไม่อยากให้มีสิ่งแปลกปลอม เช่น ร่ม เก้าอี้ ร้านค้า มากเกินไป ส่วนโรงแรมที่พัก ควรมีการปรับปรุงตลอดเวลา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ในเรื่องการบริการ คนไทยมองอะไรไม่เป็นปัญหา มาก ยิ้มง่าย เป็นมิตร ซึ่งเป็นทั้งข้อดีและข้อเสีย บางเรื่องเรามองเป็นเรื่องเล็ก อาจจะเป็นเรื่องที่ใหญ่สำหรับแขก ทำให้เข้าใจผิดกัน แขกไม่พอใจ

ในเรื่องของภาษาเป็นปัญหาสำคัญ อยากให้พนักงานมีประสบการณ์ด้านภาษาและสื่อภาษาได้ดีกว่านี้ เพราะในด้านการบริการดีอยู่แล้ว หากมั่นใจในการสื่อภาษามากขึ้น ก็จะทำให้การบริการทำได้เต็มที่ ตัวอย่างเช่น พนักงานที่ได้รับคำชมและได้รับรางวัลจากแขกเป็นประจำ มักจะเป็นคนที่ภาษาดี เพราะช่วยให้เขามีความมั่นใจในการบริการ และสามารถบริการได้เต็มที่ถูกใจแขก

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 15** ผู้บริหารระดับสูงของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต  
วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 13 พ.ย. 44 เวลา 13.00 น.

### ก. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

#### 1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวกับวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกันและมีความสำคัญมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้มาดูธรรมชาติอย่างเดียว แต่ดูว่าชาตินั้น ว่าเป็นมาอย่างไร มีแรงจูงใจอะไรบ้าง เช่น ไหว้ ของไทยสวยงาม คำว่า "สวัสดี" มีความละเอียดอ่อน ทุกโรงแรม เมื่อแขกมาลงทะเบียนเข้าพักต้องไหว้แขก ๆ จะประทับใจที่ให้ความเคารพ

#### 2. ประเด็นการสื่อสาร

- คนไทยไม่ก้าวร้าว ความสบายๆ คือไทยแท้ นักท่องเที่ยวไม่รู้ลึกเกร็งไม่รู้ลึกถูกจับผิดไม่รู้ลึกถูกทอดทิ้ง
- คนไทยเต็มใจช่วยเหลือ ฝรั่งเศสมอเตอร์ไซค์ ประสบอุบัติเหตุ ก็จะช่วยเหลือ มีความเอื้ออาทร เป็นคนจิตใจดี ค่านิยมท้องถิ่น คือเอื้ออาทร ทำบุญไม่หวังผล สุขใจที่ได้ช่วย
- อุปสรรคใหญ่ในการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษคือ ธรรมเนียมต่างชาติดกับคนไทยต่างกัน เราไม่เข้าใจ พูดได้ แต่เป็นการพูดตามหน้าที่ เช่น เมื่อถูกทักว่า How are you? ก็จะตอบว่า I'm fine and you? หรือ ยิ้มไม่ตอบ หรือ พูดอย่างอื่น ไปเลย เช่น Can I help you?
- ชอบถามเรื่องส่วนตัว เช่น ทำงานอะไร แต่งงานหรือยัง มีลูกกี่คน ฝรั่งเศสถือ หากอยากบอกเขาจะบอกเอง
- พนักงานที่จบปริญญาตรีประมาณ 20% ที่ภาษาพอใช้ได้ นอกนั้นภาษาแย่มาก การออกเสียงไม่ดีเลย คิดว่าภาษามีปัญหามากกว่าวัฒนธรรม วัฒนธรรมไม่เข้าใจกันก็มีบ้างแต่ภาษาสำคัญมาก

### ข. แนวนโยบายและ แนวทางปฏิบัติในฐานะที่เป็นผู้บริหาร

1. ไม่มีการชี้แจงให้บุคลากรเห็นความสำคัญของการสื่อสารและความเข้าใจในเรื่องของวัฒนธรรมของกันและกัน

#### 2. การอบรม เตรียมความพร้อมให้บุคลากร

- มีการอบรม (Training)
- ปฐมนิเทศ (Orientation)
- อบรมเกี่ยวกับงาน (On the job training)
  - งานในหน้าที่
  - การบริการ
- อบรมภาษา และสอนเรื่องวัฒนธรรมด้วย เช่น แขกโรงแรมส่วนใหญ่เป็นญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นมีลักษณะเฉพาะตัวคือผู้หญิงคือเข้าเท่าหลังถ้าจะคุยให้คุยกับสามี เขาจะไม่พอใจ ถ้าไปพูดกับภรรยาเขา และเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นให้ขอโทษเลย ส่งดอกไม้ขอโทษ ถ้ารับแล้วแสดงว่าให้อภัย
- ทักษะคติ (Attitude) สอนให้มีจิตใจในการให้บริการ (service mind) ถือว่าสำคัญกว่าทุกสิ่ง เน้นให้พนักงานใจเย็น แม้ภาษาไม่ดีก็สามารถทำให้ลูกค้าพอใจได้ จึงเน้นสอนให้พนักงานมีทัศนคติที่ดี พนักงานบางคนภาษาดีเกินไปแต่ไม่รู้จักกาลเทศะ ไปตำหนิแขกทำให้แขกไม่พอใจ

3. ได้สังเกตการทำงานของบุคลากรเสมอ หลังจากอบรมแล้วต้องพัฒนาขึ้น ถ้าไม่พัฒนาต้องพิจารณาตัวเอง

4. ได้รับข้อมูลย้อนกลับจากนักท่องเที่ยวและบุคลากรชาวไทย

นักท่องเที่ยว : ดินน้อย : ส่วนมากเป็นเรื่องคุยกันไม่รู้เรื่อง เช่น คนอังกฤษสั่ง fish & chip สำหรับมื้อกลางวัน แต่ไม่มีในเมนูของโรงแรมพนักงานไม่เข้าใจก็ไม่แจ้งผู้จัดการ พยายามแก้ปัญหาเอง จึงนำอาหารมาผิดแขกเกรงใจก็ต้องกินในสิ่งที่ไม่ได้สั่ง จากแบบสอบถาม แขกบอกว่าต้องการให้พนักงานปรับปรุงภาษา

พนักงาน : มีปัญหาไม่ค่อยบอก จะบอกเฉพาะเรื่องที่แสบประทับใจ

ค. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ

อยากให้ส่งเสริมด้านวัฒนธรรมให้มากขึ้น ให้ต่างชาติเข้าใจเรามากขึ้น ไม่ใช่เราไปปรับมากจนเกินไป ให้ส่งเสริมวัฒนธรรมกระจายทุกภาค ไม่ใช่ขายเฉพาะวัฒนธรรมชาวเหนือ ส่วนมากเรามักจะส่งเสริมในเรื่องของสถานที่มา ในส่วนของวัฒนธรรมนั้น อยากให้ทำอย่างมาเลเซีย เขาพยายามส่งเสริมวัฒนธรรมของเขาอย่างมาก ในเรื่องนี้เรายังต้องยกวามาก

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 16** ผู้บริหารระดับสูงซึ่งเป็นผู้จัดการทั่วไปของอุทยานอาหารไทยในภูเก็ต

วันและเวลาที่สัมภาษณ์ 12 พ.ย. 44 เวลา 11.00 น.

ก.. แนวคิดและข้อสังเกตในเรื่องของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

1. ความสำคัญของวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

คิดว่าวัฒนธรรมกับธุรกิจท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกันมากและ มีความสำคัญ จะเห็นได้ว่าที่อุทยานอาหารจะเน้นเรื่องวัฒนธรรมมาก ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ของอุทยานอาหารเอง ตั้งแต่เขาก้าวเท้า เข้ามาก็จะเห็นเป็นเรือนทรงไทย การแต่งกายของพนักงาน การไหว้ทักทาย ยิ้มแย้มแจ่มใส นักท่องเที่ยวถึงได้ชอบมาร้าน แทนที่จะไปห้องอาหารในโรงแรม เมื่อมาเป็นผู้จัดการที่นี่ ก็พยายามละลายพฤติกรรมพนักงาน เห็นว่าคนใต้ไม่อ่อนหวาน ไม่ยิ้มแย้มพยายามเน้นให้พูดอ่อนน้อม ค่ะ ขา ไหว้แขกเพราะแขกจะประทับใจ เช่น ส่วนมากแขกที่เป็นคนจีน ชักถามมัคคุเทศก์ว่าจะพูดทักทายอย่างไร และพยายามไหว้ตอบพนักงาน แต่เขาไหว้ไม่สวย พอมาเห็นพนักงานไหว้สวยก็พยายามทำตามแขกจะพูดทักทาย สวัสดิ์ครับ สวัสดิ์ค่ะ โดยไม่เข้าใจความแตกต่างของครับ ค่ะ บางครั้งผู้หญิงพูดสวัสดิ์ครับ พนักงานก็จะสอนให้พูดให้ถูกต้อง

2. ประเด็นการสื่อสาร

- ปัญหาส่วนใหญ่ : แยกพูดภาษาอังกฤษไม่ได้ เช่น อิสราเอล พูดภาษาอังกฤษไม่ได้ ฮอลแลนด์ พูดศัพท์
- ปัญหาเรื่องการสั่งอาหาร Tour organizer สั่งอาหารไทยให้แขก ถึงแม้จะเป็นอาหารไทย ฝรั่งเศสมักถามหาขนมปังปังหรือขนมปังกลม แต่ที่ร้านไม่มี bakery จึงจัดให้ได้ตามรายการอาหารที่สั่งไว้เท่านั้น
- ปัญหาเกี่ยวกับภาษา

พนักงาน : เวลาฝรั่งเศสเรื่องต่างๆ ไปข้างนอก พนักงานตอบไม่ได้ พนักงานขาดความรู้เกี่ยวกับภูเก็ต ฝรั่งเศสไม่พอใจ เช่นถามว่าจากที่นี่ไปป่าตองกี่กิโลเมตร ไปอย่างไร พนักงานตอบไม่ได้ ยามสื่อสารไม่ได้ ศักยภาพไม่พอ บางครั้งแขกจะถามมาเป็นด่านแรก

ข. แนวนโยบายและ แนวทางปฏิบัติในฐานะที่เป็นผู้บริหาร

1. ได้ชี้แจงให้บุคลากรเห็นความสำคัญของการสื่อสาร โดยมีความเข้าใจในเรื่องของวัฒนธรรมของกันและกัน ดังนี้

- ได้มีการชี้แจงให้พนักงานเข้าใจแขกแต่ละชาติเสมอ มีนโยบายในการคัดสรรพนักงานตั้งแต่แรกเข้า โดยการสอบข้อเขียน เสร็จแล้ว เมื่อครบ 10 คนขึ้นไปมีการปฐมนิเทศ จะคุยเป็นเบื้องต้นในการให้บริการ เช่น ให้สังเกตพฤติกรรมลูกค้า ถ้าไม่เข้าใจภาษาพูด ให้พยายามสื่อสารด้วยท่าทาง มือประกอบ เช่น พนักงานทำความสะอาด



ต้องบอกได้ว่า ห้องน้ำอยู่ไหน ,ฝรั่ง (อิสราเอล) ไม่ชอบนั่งบริเวณเดียวกับคนจีน เพราะคนจีนเสียงดัง ไม่มีมารยาท

2. มีการอบรม เตรียมความพร้อมให้บุคลากร ประมาณ 3 เดือน/ครั้ง

**หัวข้อ** 1. มนุษยสัมพันธ์

2. บุคลิกภาพ การอยู่กับคนหมู่มาก

3. เรื่องความสะอาดความมีระเบียบ

4. ภาษา จ้างอาจารย์จากศูนย์สอนภาษามาสอนโดยทางอุทยานอาหารจะกำหนดเนื้อหา หัวข้อให้ โดยมีการผนวกเรื่องวัฒนธรรมเข้าไปด้วย

3. ได้สังเกตการทำงานของบุคลากร หลังจากอบรม แล้ว มีการประเมินผล (evaluate) และตรวจสอบ (recheck) ว่ามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องหรือไม่ บางคนแรกเข้าไม่มีพื้นฐานในการให้บริการ หลังจากอบรมทำงานไปได้สักระยะ หนึ่งก็จะดูว่ามีการพัฒนาหรือไม่ หากบางคนไม่มีการพัฒนา มีการเรียกคุยและทดสอบตัวต่อตัว

3. ได้รับข้อมูลย้อนกลับจากนักท่องเที่ยวและบุคลากรชาวไทย

- มีแบบสอบถามตามแผนกต่างๆ และ ส่งเข้าที่ประชุมทุก 15 วัน และยังมีแบบสอบถามให้พนักงานขับรถรถออกเรื่องอาหาร เพราะจะมี buffet เลี้ยง พนักงานขับรถของรถทัวร์ แล้วส่งแบบสอบถามให้ผู้จัดการทั่วไปอ่านทุกวันสวนโกด์ เลี้ยงที่เคาน์เตอร์บาร์ จะสอบถามด้วยวาจา

- ข้อมูลย้อนกลับ : ในเรื่องสถานที่ การบริการดี 80%

**นักท่องเที่ยว :** เรื่องการสื่อสารมีน้อยมาก บางครั้งปัญหาเกิดจากโกด์เอง เรียกร้องค่าน้ำ (มีให้อยู่แล้ว) ไปบวกเพิ่มกับแขก โดยบอกไว้กับแคชเชียร์ แขกสอบถามราคาอาหาร ต่อหัวไม่เท่ากัน แขกไม่พอใจ

**พนักงาน :** พนักงานบ่น เจอลูกค้าสิงคโปร์ มาเลเซีย จุกจิกมาก มารยาทไม่ดี จะยั่วว่าให้พนักงานทน เช่น ลูกค้านำของเปลี่ยนแปลงการจัดสถานที่ตลอดเวลา ส่วนแขกยุโรปสุภาพ ให้เกียรติ ชมมาก ส่วนมากแขกประทับใจอาหารไทย เช่น เมื่อมีการสาธิตทำอาหารไทย เช่น ข้าวเหนียวปากหม้อ ก็จะทำให้แขกลองทำ บางครั้งในงานจัดเลี้ยง ก็จะสร้างความประทับใจให้แขกโดยการแจกลูกชุบซึ่งปั้นเป็นพริกหรือผลไม้ แล้วอธิบายว่าเป็นขนมแขก จะประทับใจมาก พนักงานที่สาธิตการทำ ภาษาไม่ดีพอจะอธิบายอาหารได้ จะให้ผู้จัดการอธิบายแทน

**ค.. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นๆ**

1. ไม่อยากเห็นอุบัติเหตุมีตัวเหมือนพญา แขกจะหายไปหมด สังเกตว่าผู้ให้บริการบางคนไม่มีนิสัยรักการบริการ เห็นแก่ตัว แสวงหาผลประโยชน์ ทำลายภาพพจน์ประเทศ หลอกลูกค้า ต้องปลุกฝังใจรักบริการ เอื้ออาทรพร้อมจะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทุกๆ ไป

2. สื่อมีส่วนทำให้ภาพพจน์ป่าต้องเสียหาย เช่น ปีนี้อาตองเจ็บมาก เพราะออกข่าวเรื่องน้ำท่วม

3. ไม่อยากให้ลองผิดลองถูก บางคนมีความรู้แต่พูดแล้วฝรั่งไม่เข้าใจ ทำไมเมียฝรั่งพูดไม่ถูกหลักไวยากรณ์แต่ฝรั่งเข้าใจ จึงอยากให้นักท่องเที่ยวรู้กับประสบการณ์เข้าด้วยกัน บางครั้งร้านจะให้ฝรั่งแต่งทำเป็นลูกค้านั่งรับบริการ ให้ช่วยประเมินพนักงานว่าให้บริการเป็นอย่างไร สามารถสื่อสารกัน เข้าใจหรือไม่

4. ควรมีการเพิ่มความรู้อื่นๆ อย่างน้อยในเรื่องการทักทาย ให้ใช้ภาษาของแขกไปเลย เช่น ลูกค้านั่ง ก็ให้ทักทายเป็นภาษาจีน

จดหมายร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวที่เขียนถึงผู้จัดการโรงแรมแห่งหนึ่งที่ป่าตอง

13 NOV 2001

Deas Mr. Ms. Holiday Inn Phuket

In front of your hotel - main entrance -  
are Tuk-Tuk man offering their  
service. If you tell them - no thank you

I got yesterday evening<sup>21<sup>10</sup></sup> as reply

Fuck you.

Security man. did not say anything  
but did <sup>not</sup> do anything - maybe he do not  
speak english.

I told the Tuk tuk driver that I did  
not like what he said, and that it was  
impolite to talk like that.

Then he walked behind me and  
was impressing me with fighting/boxing  
attitude. I really do not like this.

#627 VIP RP GUEST

name HAMSTRA . WATSE

I am now 3 years your guest, but I hope  
you find a group of fixed-civilised  
TukTuk men - for your hotel.

~~HAMSTRA~~

## ผนวก ค สรุปรูปการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ชุดที่ 2

\*KI ที่ปรากฏในบันทึกหมายถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) การบันทึกข้อมูลได้ใช้วิธีสรุปประเด็น แต่บางตอนที่ผู้ให้ข้อมูลเน้นมาก ๆ หรือเป็นเรื่องสำคัญ จะวงเล็บคำพูดที่เป็นคำพูดเดิม (direct quotations) ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญไว้ด้วย \*\* วลีภาษาอังกฤษที่ปรากฏในสรุปข้อมูลได้บันทึกตรงตามที่ได้รับฟังมาแม้จะผิดไวยากรณ์

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ 1 (KI 1) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2545**

**ข้อมูลของKI 1:** เป็นชาว Scotch/British ปัจจุบันเป็นอาจารย์สอนภาษาอังกฤษ ของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต KI 1 ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ มีอายุอยู่ใน ช่วง40-49 ได้เคยเดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว ประมาณ 100 ครั้ง โดยเดินทางไปยังประเทศต่าง ๆ ประมาณ 20 ประเทศ ในส่วนของประเทศไทยได้เดินทางมาแล้ว 3 ครั้ง รวมทั้งครั้งนี้ด้วย ในครั้งนี้ KI 1 ได้พำนักอยู่ในประเทศไทยจนถึงวันสัมภาษณ์รวมแล้ว 270 วัน จุดประสงค์ที่เลือกมาทำงานที่เมืองไทยเพราะต้องการศึกษาวัฒนธรรมไทยควบคู่ไปกับการทำงาน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเมืองไทยได้มีโอกาสสื่อสารกับคนไทยทุกระดับและทุกสาขาอาชีพ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง คนขับรถ มัคคุเทศก์ ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว พนักงานเสิร์ฟ คนขายของ คนทำงานบาร์ พนักงานโรงแรม ตำรวจทั้งที่เป็นตำรวจท่องเที่ยวและตำรวจทั่ว ๆ ไป กลุ่มคนที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกือบทุกประเภท เช่น ผู้ให้บริการนวด ผู้ให้บริการสปา ผู้ให้บริการ bungy jump ตลอดจนกลุ่มวิชาชีพ เช่น แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ของรัฐ พนักงานมหาวิทยาลัย และอาจารย์

### ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ KI 1

#### ก. การใช้วัจนภาษา (The Use of Language)

##### 1. ภาพรวมของการใช้วัจนภาษา

KI 1 บอกว่า ภาษาของคนไทยอยู่ในระดับพื้นฐานมาก การใช้ไวยากรณ์ค่อนข้างจะไม่สมบูรณ์ แต่ก็เข้าใจได้ไม่ยาก (...very basic and very easily understood though not grammatically perfect...) การให้ข้อมูล การดูแลเรื่องต่าง ๆ เช่น การออกตั๋วรถ ตัวเรือ ทำได้ดี อย่างไรก็ตาม KI 1 รู้สึกว่าคนไทยมักจะให้ข้อมูลไม่ครบ ตัวอย่างหนึ่งที่ KI 1 พูดถึงคือต้องรอรถอยู่สองชั่วโมงโดยที่ผู้รับผิดชอบไม่ชี้แจงให้ทราบว่าจะรอนานขนาดนั้น เวลาตั้งสองชั่วโมงสามารถจะทำอะไรได้มากมาย แต่คนที่รับผิดชอบทำให้ทุกคนที่รออยู่เข้าใจว่ารถจะออกในนาทีใดนาทีหนึ่ง ไม่ต้องไปไหน KI 1 บอกว่าการให้ข้อมูลแบบนี้ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหงุดหงิด (frustrated) จนมีสำนวนที่รู้กันทั่วไปเกี่ยวกับ "Thai time" ถ้าเป็นที่ยุโรปทุกอย่างต้องชัดเจน เช่นถ้ารถจะออกหกโมงก็ต้องบอกว่า "We'll be leaving at six o'clock." ระหว่างนั้นคนเขาจะได้ใช้เวลาของเขาถูกว่าจะไปเดินเล่น หรืออ่านหนังสือ หรือทำอะไรที่เขาควรจะทำ

ในฐานะที่เป็นอาจารย์สอนภาษาอังกฤษ KI 1 บอกว่า การสอนภาษาที่เป็นการทำท่องจำ (memorize from scripts) เป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงอย่างยิ่งเพราะผู้เรียนจะไม่ได้ภาพรวมของการใช้ภาษา และการสอนที่ถูกต้องควรจะเริ่มในระดับต้นของการเรียน เพราะยากที่จะมาแก้หรือเริ่มใหม่มหาวิทยาลัย

##### 2. การใช้ภาษาเฉพาะเรื่อง

###### 2.1. การเรียกขาน (Addressing)

การที่คนไทยหลายคนเรียกนักท่องเที่ยวว่า Papa, Mama, Sister ฯลฯ KI 1 บอกว่าถ้าถูกเรียกเช่นนั้น ก็จะเฉย ๆ แต่จากประสบการณ์ KI 1 พบแต่คนที่เรียกว่า Sister ตอนแรก ๆ ก็รู้สึกนิดหน่อย แต่ตอนหลังเข้าใจว่าเป็นธรรมเนียม

นิยมไทยที่จะ “take people into their family circle” สิ่งที่ KI 1 รู้สึกตะขิดตะขวงแต่เข้ามาคือ การที่คนไทยเรียกผู้หญิงว่า “Sir” ถ้าโอกาสเหมาะก็จะบอกไปว่า “Sir” ใช้เรียกผู้ชาย

## 2.2 การใช้คำหรือวลีที่ไม่สื่อความหมายในภาษาอังกฤษ (Using unfamiliar words or phrases)

คำเหล่านี้ส่วนมากแปลตรงไปจากภาษาไทยเช่น water fish (น้ำปลา), finish already (เสร็จแล้ว) , She have big milk. (เธอมีหน้าอกใหญ่ – คนไทยที่ใช้วลีนี้ใช้คำว่า ‘have’) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบอกว่าตอนที่เดินทางในฐานะนักท่องเที่ยว รู้สึกสับสนไม่เข้าใจความหมาย แต่ตอนนี้พอเข้าใจได้ โดยเฉพาะเมื่อได้สื่อสารกับคนไทยมาก ๆ ทำให้ทราบว่สิ่งเหล่านี้เป็น การใช้จากโครงสร้างภาษาไทย ในการตรวจสอบข้อมูลได้นำประโยคที่เป็นไทยมาก ๆ ที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาถาม KI 1 เช่น

- ประโยคที่คนให้เช่ารถมอเตอร์ไซด์พูด: “You rent seven o'clock morning, you take back one o'clock night.” (เช่าเจ็ดโมงเช้า ต้องคืน เวลา เจ็ดโมงเย็น)
- ประโยคที่ ผู้ให้บริการนัดคนหนึ่งบอกแก่นักท่องเที่ยว “Open eight o'clock thirty minute, close four o'clock thirty. If you say five o'clock, I wait for you.”
- ประโยคซึ่งคนที่ให้เช่าร่มบังแดดที่หาดกะรนอธิบายแก่นักท่องเที่ยวคือ “Not same, not same. Hotel no have umbrella. This only Karon Umbrella Service Group , same everywhere . No have umbrella for hotel.”

KI 1 พูดถึงประโยคแรกว่า “hopeless” เพราะคนไทยใช้ โครงสร้างของการบอกเวลา (time structure) ไปใช้ในภาษาอังกฤษซึ่งมีระบบการบอกเวลาที่ต่างกัน ประโยคที่สองก็เช่นกัน KI 1 บอกว่าโดยรวม ๆ พอจะรู้เรื่อง แต่ตอนที่บอกว่า “eight o'clock thirty minute” ต้องใช้เวลาคิด ส่วนประโยคที่สาม KI 1 บอกว่า “confusing” ทั้งสองประโยคไม่สามารถสื่อความให้คนที่ไม่รู้ภาษาไทยเข้าใจได้ เพราะประโยคลักษณะนี้ใช้การพูดไปจากภาษาไทย ประโยคดังกล่าวเป็นปัญหาทั้งระดับคำ และระดับโครงสร้าง

น่าสังเกตว่าการใช้ภาษาในทำนองใกล้เคียงกันคือการใช้การพูดไปจากภาษาไทย แต่ถ้าเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวก็พอจะเดาความได้บ้าง เช่นการอธิบายประเพณีกินเจตอนที่ผู้วิจัยได้รับฟังจากการสังเกตคือ “Vegetarian festival, people eat vegetable, no eat meat, wear white. Cut . (ชี้ไปที่ลิ้น)If fresh, back same same; if not fresh, not same same...” เมื่อนำมาทดสอบ KI 1 บอกว่าตอนนี้เข้าใจ แต่ถ้าเป็นตอนที่มาเมืองไทยครั้งแรกได้ยินคำอธิบายแบบนี้จะงงมากกว่าพูดอะไร

## 2.3 การใช้คำและรูปแบบที่ผิด (Words VS Forms errors)

เมื่อถูกถามว่าระหว่างการเลือกคำที่ผิดกับปริบท (word forms) กับ การใช้รูปแบบที่ผิด (form errors) แบบไหนยากต่อการเข้าใจมากกว่ากัน KI 1 ตอบว่า การใช้คำผิดกับปริบท เข้าใจได้ยากกว่า ดังที่ได้พูดถึงกันโดยชัดเจนจากตัวอย่าง ข้างต้น

## 2.4 การออกเสียง (Pronunciation)

ผู้วิจัยได้นำตัวอย่างการออกเสียงที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลทดสอบกับ KI 1 เช่น /fit - ฟิช/ (fish), /bed - เมท/ (bread), /plomplem - พลอมแพลม/ (problems) , /baw bed/ (brown bread), /ochid - โอชิด/ (orchid), /kilomiter - กิลอไมเตอ / (kilometer or kilometre) ปรากฏว่า KI 1 ไม่เข้าใจ ยกเว้น /plomplem - พลอมแพลม/ (problems) เพราะได้ยินบ่อยและปริบทก็มีส่วนช่วยมากเนื่องจากปริบทของการใช้คำ นี้ค่อนข้างจะจำกัด

## 2.5 การแบ่งวรรคตอน (Pausing)

ผู้วิจัยได้นำตัวอย่างการแบ่งวรรคตอนที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลทดสอบกับ KI 1 เช่น “You want sailing chair.” ซึ่งคนไทยที่พูดประโยคนี้พูด sailing กับ chair ติดกันหมายถึง ‘เก้าอี้สำหรับเล่น เรือ’ ซึ่งไม่มีความหมาย เพราะไม่มีเก้าอี้ชนิดนั้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นคนไทยเราจะเข้าใจได้ว่า คนพูดตั้งใจจะถามว่า ต้องการนั่งเรือ หรือเช่าเก้าอี้นั่งเล่นที่ชายหาดไหม แต่เมื่อทดสอบกับ KI 1 เขาบอกว่า “impossible” แม้จะให้ ฟังซ้ำ ๆ กันหลายครั้งก็ไม่เข้าใจ อีกตัวอย่างหนึ่งที่นำมาทดสอบคือ “You want sit chair?” KI 1 พอจะเดาความหมายของประโยคนี้ได้

## 2.6 ความสามารถในการฟังและการโต้ตอบ (Ability to listen and to respond)

KI 1 บอกว่านักท่องเที่ยวมักจะประเมินว่าคนไทยมีความสามารถในการฟังและการโต้ตอบค่อนข้างจะ ต่ำ ที่พูดอย่างนี้เพราะคนไทย ไม่มีการแสดงออก หรือ พูดออกมาให้ชัดเจนว่าเข้าใจหรือไม่เข้าใจ นักท่องเที่ยว ค่อนข้างจะหงุดหงิดและอึดอัดกับคนไทยที่เมื่อพูดอะไรไปแล้วมักจะเงิบ ที่ยิ่งไปกว่านั้นคือทำไปตามที่ตัวคิดเมื่อไม่เข้าใจ ตามสถานที่ใหญ่ ๆ ก็พอจะพบบ้างสำหรับคนไทยซึ่งคุ้นเคยในการพูดจาสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่จะทวน ถามเมื่อไม่แน่ใจ หรือ ถามกลับว่า O. K. หรือ พูดซ้ำในสิ่งที่พูด (Echoing) แต่ส่วนมากจะไม่ ดังนั้นความรู้สึกกังวลโดยเฉพาะเมื่อสั่งอาหารหรือเครื่องดื่มคือไม่สามารถจะมั่นใจได้เลยว่าจะได้เครื่องดื่มหรืออาหารตามที่สั่งไป หรือไม่ จากประสบการณ์พบว่าส่วนมากจะไม่ได้ตามสั่งเพราะพนักงานจะทำไปตามที่เขาเข้าใจ (They take what they think you said.) เมื่อถามว่าเขาสามารถจะบอกจากหน้าตาได้หรือไม่ว่าเข้าใจหรือไม่เข้าใจ ได้รับคำตอบว่า “ No, they are pretty expressionless and very little verbal feedback ” บ่อยครั้งที่อาจพูดได้ว่า “ They don't communicate at all. ”

สำหรับความเหมาะสมของวลีที่ใช้ตอบรับ เช่น All right., I see, I understand. มีน้อยมาก น่าจะเนื่องมาจากปัญหาในการฟังดังกล่าวข้างต้น ถ้าพอจะมีบ้างคือพูดซ้ำในสิ่งที่พูดไป หรือพูดว่า OK ได้พบว่าเมื่อส่วนมากไม่ตอบก็ยาก ที่จะพูดถึงความเหมาะสม หรือไม่เหมาะสม จริง ๆ แล้วการไม่ตอบถือเป็น “an inappropriate response” และส่วนนี้ควรได้รับการดูแลเพราะเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยว หงุดหงิด กังวล ว่ามีการสื่อสารเกิดขึ้นหรือไม่ [Often they (Thais) said OK or yes, Madam, they then walked away, didn't get a clue. But it's obvious for what happened next that they didn't understand.]

ผู้วิจัยได้ขอให้ KI 1 ชี้ให้เห็นชัด ๆ ว่าจากประสบการณ์ของเขามีอะไรที่เรียกว่าสื่อสารกับคนไทยด้วยภาษาไม่ได้เลย (UNINTELLIGIBLE in communicating with local Thais) KI 1 บอกว่าส่วนที่ต้องการข้อมูลจาก “ด้านแรก” ของสถานที่ต่าง ๆ ควรจะต้องพอเข้าใจภาษาอังกฤษพื้นฐานได้ ข้อมูลที่ติดไว้ตามสถานที่ต่าง ๆ ควรมีภาษาอังกฤษคู่กับภาษาไทย สองสิ่งนี้จำเป็นและเป็นเรื่องสำคัญต่อนักท่องเที่ยว เช่น ยามของสำนักงานสำคัญ ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องติดต่อด้วย ตัวอย่างเช่นตอนที่มาภูเก็ตครั้งแรก ยามที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองย่อยที่อำเภอฉลองไม่มีภาษาเลย KI 1 ถามว่าสำนักงานเปิดเมื่อไร และชี้ไปที่ป้ายบอกเวลาเปิด - ปิด ที่เขียนเป็นภาษาไทย ยามได้แต่ส่ายหน้า สื่อสารไม่ได้ อีกประสบการณ์หนึ่งคือ เมื่อต้องการจะไปที่ “peer road” บริเวณอำเภอฉลอง แล้วเกิดหลงทาง ได้เข้าไปสอบถามที่สถานีตำรวจและหยุดถามตำรวจ หลายแห่ง “three police stations and five police stops” สิ่งนี้ตำรวจพูดเป็นภาษาอังกฤษอย่างเดียวคือ “my area” นอกนั้นพูดภาษาไทยซึ่งไม่สามารถสื่อสารกันได้ KI 1 ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงจึงหาเจอ KI 1 ย้ำว่าสิ่งที่คนไทยขาดมากคือ การบอก ทิศทาง (directions) และการขอให้ทำอะไร (instructions) เมื่อถามว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมามีประสบการณ์มากขึ้นได้มองเห็นพัฒนาการการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารของคนไทยมากขึ้นไหม KI 1 ตอบว่าค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะเมื่อคิดถึงความจริงที่ว่าภูเก็ตรับนักท่องเที่ยวทุกวัน วันละมาก ๆ การใช้ภาษาของคนน่าจะพัฒนาไปได้มากกว่านี้ แต่ถึงทุกวันนี้ KI 1 ยังคง “get a little surprise everyday” ซึ่งใน

บริบทของการสัมภาษณ์กันในวันนั้นหมายถึง จนถึงทุกวันนี้เขาก็ยังพบการใช้ภาษาของคนไทยในวงการท่องเที่ยวที่ยังคงสื่อสารกันไม่ได้อยู่ทุกวัน

ส่วนที่พอจะเข้าใจแต่มีประเด็นปัญหาสำคัญในการสื่อสาร (INTELLIGIBLE but serious in communicating with local Thais) ที่คิดได้คือ การตรวจรักษาในโรงพยาบาล ที่โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในภูเก็ตหมอนคนหนึ่งพูดกับ KI 1 หลังการตรวจรักษาว่า “ I’m very sorry, I don’t know the word.” การที่หมอสื่อสารได้แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าคืออะไรเป็นเรื่องสำคัญในการสื่อสาร เพราะทำให้เขาคิดกังวลว่าต้องเป็นเรื่องร้ายแรงมากหมองถึงหาคำไม่ได้ KI 1 บรรยายความรู้สึกของเขาในตอนนั้นว่า “ I really lost at this point. And I left depressed feeling that what he couldn’t tell me was terrible. It left me traumatic for the whole week.” ซึ่งเขาได้ทราบต่อมาด้วยตัวของเขาเองว่าสิ่งที่หมอบอกไม่ถูกนั้นไม่ได้เป็นเรื่องร้ายแรงอะไร แต่วิธีการที่หมอพยายามจะบอกมีนัยของการตีความว่าเป็นเรื่องร้ายแรงจนหมอไม่ทราบจะบอกอย่างไร

ในส่วนที่ถือว่าสื่อสารกันได้แต่ยังคงมีข้อบกพร่องอยู่และน่าจะทำให้ดีขึ้นได้มีอะไรบ้าง (INTELLIGIBLE and light error in communicating with local Thais) KI 1 บอกว่าในส่วนนี้น่าจะเป็นเรื่องศัพท์ (vocabulary) ควบคู่กับมารยาทในการสื่อสาร (mannerism) KI 1 ได้ใช้ประสบการณ์อธิบายสิ่งที่พูดถึงคือ การสื่อสารของตำรวจ ว่าในการเดินทางครั้งหนึ่งอยู่ ๆ ก็มีตำรวจขึ้นมาบนรถโดยสารตอนตี 5 ขณะที่ทุกคนกำลังหลับอยู่และตะโกนผ่านไมโครโฟนว่า “ You... check...you belonging... you.” เขาบอกว่าภาษาเข้าใจได้ ความตั้งใจที่จะดูแลคนเดินทางก็น่าจะดีเพราะคงเป็นการเตือนให้ทุกคนระวังเข้าของ KI 1 บอกว่าความตั้งใจดังกล่าวเป็นสิ่งที่ดีเขาจากสถานการณ์ว่าน่าจะเป็นเช่นนั้น ที่ต้องเตือนเพราะไม่มีการพูดเกริ่นนำหรือสรุปใด ๆ ทั้งสิ้นนอกจากคำพูดที่พูดให้ฟัง KI 1 บอกว่าถ้าตำรวจได้เรียนรู้มารยาทของการสื่อสารในสถานการณ์เช่นนั้น และเลือกใช้ภาษาที่สุภาพ มีบริบทที่ชัดเจนกว่านั้นก็น่าจะยอมรับได้แม้จะเป็นเวลา ตี 5 (5.00 น.) ก็ตาม

## **ข. การใช้วัจนภาษา (The Use of Non-verbal Language)**

### **1. ภาพรวมของการใช้วัจนภาษา**

KI 1 มีความรู้สึกที่ติดต่อการใช้วัจนภาษาของคนไทย สิ่งแรกที่พูดถึงคือการยิ้ม ซึ่งพบได้ทุกหนทุกแห่ง การไหว้ก็เป็นสิ่งสวยงาม นอกจากนั้นก็เป็นการใช้ท่าทางซึ่งไปยังสิ่งต่างที่พูดถึง ไม่มีอะไรที่จะพูดถึงมากนักในแง่ของการใช้วัจนภาษาโดยรวม แต่ KI 1 กลับพูดถึง การคะยั้นคะยอให้ซื้อของหรือซื้อบริการ ซึ่งแม้จะเป็นสิ่งที่พบได้ทั่วไป ในที่ที่มีการท่องเที่ยวมาก ๆ แต่เขาก็ยังรู้สึกอยู่ดีว่าคนไทยค่อนข้าง pushy อาจจะเป็นรองคนบาทเล็กน้อยแต่ก็ยังมากมายอยู่ดี เป็นสิ่งที่ทำความรำคาญให้แก่นักท่องเที่ยวมาก

### **2. การใช้วัจนภาษาเฉพาะเรื่อง**

#### **2.1 การยิ้ม (Smiling)**

KI 1 ได้เรียนรู้ว่าการยิ้มของคนไทยไม่ได้สื่อถึงความสุข หรือความรื่นรมย์เสมอไป เมื่อไรที่ถามหรือพูดอะไรแล้วคนไทยยิ้ม KI 1 บอกว่าสร้างความกังวลใจให้ทุกครั้ง “step back and ask myself what’s the problem” เพราะรอยยิ้มของคนไทยอาจสื่อว่าคนนั้นอาจไม่เข้าใจสิ่งที่พูด อาจกังวล อาจประหม่า อาจรู้สึกไม่พอใจหรือรู้สึกว่าถูกดูหมิ่นดูแคลน KI 1 อยากให้พูดออกมามากกว่าคืออะไร เช่น ไม่เข้าใจ ไม่พอใจ จะเข้าใจกันมากกว่า บางทีก็ยิ้มในเรื่องที่ serious มาก ๆ เช่นล่าสุดที่เจอในห้องเรียนเมื่อขอให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการก่อการร้าย (terrorism) ที่กระทบประเทศไทยอันเนื่องมาจากการที่ประเทศทางตะวันตกกำลังจัดภูเกิดให้เป็นแดนอันตราย (blacklisted) ที่นักท่องเที่ยวไม่ควรจะมาเที่ยวในขณะนี้ นักศึกษายิ้มแทนคำตอบ เป็นสิ่งที่ทำให้หงุดหงิดมาก จน

ต้องบอกไปว่า “ Nothing funny about your country and your island being blacklisted. You have to be serious and open your eyes...” ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่เราจะต้องพูดถึงความเหมาะสมความควรของการยิ้ม ไม่ใช่ยิ้มไปเรื่อย ๆ ในทุกโอกาส

## 2.2 การมองตา (Eye contact)

KI 1 บอกว่าการการมองกัน ถือเป็นเรื่องสำคัญในการสื่อสาร และ KI 1 ก็ไม่ค่อยพบสิ่งที่เป็นปัญหาในเรื่องเหล่านี้จากกลุ่มคนไทยที่ได้สื่อสารด้วย

## 2.3 การใช้ท่าทางที่ไม่เหมาะสม (Using appropriated gesture)

ได้ตรวจสอบประเด็นที่นักท่องเที่ยวบางคนให้ข้อสังเกตว่าคนไทยใช้ท่าทางมากไปบางอย่างควรพูดก็ไม่พูด เช่นการบอกราคาของแทนที่จะบอกว่าอะไรเท่าไรกลับบอกกันด้วยเครื่องคิดเลข KI 1 บอกว่าสำหรับเขาแล้วเป็นการสื่อสารที่วิเศษสุด เพราะตัวเลขเป็นเรื่องยากที่จะพูด แทนที่จะพูดกันเฉย ๆ การใช้เครื่องคิดเลขชัดเจนกว่า เสียเวลาน้อยกว่า แต่มิได้หมายความว่านอกเหนือจากนั้นแล้วไม่พูดอะไรกันอีกเลย หรือ การรับของไปจากมือแล้วไม่พูดอะไร หรือท่าทางบางอย่างที่ตั้งใจจะใช้สื่อแต่ไม่เหมาะสมมาก ๆ KI 1 เล่าถึงประสบการณ์ในการกรอกแบบฟอร์มเกี่ยวกับการซื้อรถครั้งหนึ่งที่ฝ่ายทะเบียนรถซึ่ง KI 1 บอกว่าเขากรอกผิด ๆ ถูก ๆ เพราะแบบฟอร์มของคนไทยกรอกยากมาก ทุกครั้งที่กรอกผิดพนักงานที่เฝ้าดูอยู่จะเอาปากกามาตีปากกาเขาเป็นอย่างนั้นอยู่ทุกครั้ง เขาบอกคนที่ไปด้วยว่าเขารับไม่ได้อีกต่อไปแล้ว ซึ่ง KI 1 เชื่อว่าพนักงานผู้นั้นคงฟังออกเพราะมีความระมัดระวังในการใช้ภาษาท่าทางมากขึ้น หลังจากนั้น KI 1 บอกว่าการใช้ท่าทางเช่นนั้นเป็นมรรยาทที่แย่มาก ๆ ที่จริงแล้วไม่นับว่าสิ่งเหล่านี้เป็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมเพราะการกระทำแบบนี้มนุษย์ทุกชาติทุกภาษาก็เข้าใจได้ว่าเป็นสิ่งที่ไม่ควรกระทำไม่ว่าจะกับใครก็ตาม (“This is what she should not do with any human beings, anyone at all.”) KI 1 ได้ให้ข้อสังเกตว่าพนักงานของรัฐซึ่งเขาใช้คำว่า “people in brown uniform or people in authority, very often they can be very upper-handed.” คนกลุ่มนี้มีมักใช้ภาษาท่าทางกับคนที่มาติดต่อด้วยในทำนอง “ เจ้าขุนมูลนาย ” (upper-handed หรือ arrogant ซึ่งเป็นอีกคำหนึ่งที่เขาใช้บรรยายกลุ่มคนที่ใช้ลักษณะท่าทางแบบนี้ในการสื่อสาร)

การพยักหน้าให้เข้าไปหา หรือเมื่อเสร็จจากการตรวจเอกสารเป็นการส่งสัญญาณว่าเสร็จแล้วไปได้ ท่าทางเหล่านี้ KI 1 บอกว่าเป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีมาก ๆ แก่นักท่องเที่ยว (It's very often these people in authority will leave visitors with a bad taste, and they'd rather not go back there.) คนเหล่านี้เป็น powerful representative เพราะเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวทุกคนมีโอกาสพบและสื่อสารด้วย KI 1 บอกอีกด้วยว่าแม้พนักงานท่องเที่ยวจะพบคนดี ๆ นำรัก็มีอัตราค้ายแต่ถ้าเจอเจ้าหน้าที่ที่ไม่สุภาพเพียงคนหรือสองคน “That officer can sound your picture quite strongly. It's heartbreaking and off-putting.”

ท่าทางอีกอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวกล่าวถึงมากคือ การเดินหนีไปเฉย ๆ เมื่อไม่เข้าใจ สำหรับ KI 1 แล้วเป็นการแสดงความไม่ยินดี หรือแสดงความไม่เป็นมิตรมาก ๆ (hostile) ถือว่าไม่สุภาพ แม้นักท่องเที่ยวบางคนอาจพอเข้าใจว่าเป็นการแสดงออกถึงความไม่เข้าใจและไม่ทราบจะทำอย่างไรแต่ก็เป็นการแสดงออกที่ถือว่าไม่ควรกระทำอยู่ดี

## 2.4 การรักษาระยะห่าง (Spacing)

การรักษาระยะห่าง ในที่นี้หมายถึงรวมถึง ท่าทางที่แสดงความสนิทสนม เช่น การจับมือถือแขนนักท่องเที่ยว การไปโอบกอดเขา ทั้ง ๆ ที่ยังมิได้สนิทสนมกัน KI 1 บอกว่าสำหรับเขาแล้วถือเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล แล้วแต่ประสบการณ์ที่เติบโตมา KI 1 เองไม่ถือเรื่องนี้เพราะเขาเติบโตมาโดยมีความคุ้นเคยกับการแสดงออกด้วยการสัมผัส (touching ) เช่น เขาเคยเจอคนขับรถมอเตอร์ไซด์รับจ้างคนหนึ่งซึ่งจับมือเขาเมื่อเขาจ่ายเงิน เขาบอกว่าเขารู้สึกถึงความไม่เป็นมิตร ไม่ได้ถือเป็นเรื่องไม่ควรหรือไม่สุภาพ แต่โดยปกติแล้วคนที่ไม่สนิทสนมกันก็ ไม่ควรจะต้องโอบกอด

หรือจูบ แค่เพียงจับมืออย่างมีมิตรไมตรี (a warm handshake) ก็น่าจะพอ ยกเว้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีปัญหา เช่น ทำของหาย หรือมีข่าวร้าย การโอบกอดแสดงความเห็นใจก็นับว่าควรกระทำเพราะเป็นการให้ความรู้สึกอบอุ่น หรือนักท่องเที่ยวจะแสดงความขอบคุณต่อคนไทยโดยการโอบกอดในกรณีที่เกิดเรื่องเช่นนี้ก็ไม่น่าว่าดีเช่นกัน

## 2.5. การใช้น้ำเสียง (Using voice)

การตะโกนต่อหน้านักท่องเที่ยว แม้จะเป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวพบเห็นอยู่บ่อย ๆ ในเมืองท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นคนขับรถตุ๊กตุ๊ก คนนวดหรือเด็กขายดอกไม้ เป็นเรื่องที่น่ารำคาญและรับยาก การที่มีคนมาตะโกนเรียก Hello Madame เป็นลิบ ๆ ครั้งเป็นสิ่งที่ทนได้ยากที่สุด ที่ป่าตองมีมากกว่าที่อื่น ในทางตรงกันข้ามกับการ ตะโกน คนไทยอีกกลุ่มหนึ่งจะพูดกับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำเสียงที่ค่อยมาก KI 1 บอกว่าการพูดค่อยเกินไปก็น่ารำคาญเช่นกัน ที่จริงแล้วเขา บอกว่า “ I like gentleness in people but not too gentle.” ดังนั้นการใช้เสียงในการสื่อสารโดยการปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ

การสื่อสารอีกอย่างหนึ่งที่อยู่ในเรื่องนี้และเป็นสิ่งที่พบมากเช่นกันในการเก็บข้อมูลคือการที่คนไทยใช้การเย็บเป็นการโต้ตอบ เขาถือเป็นเรื่อง “bad” หมายถึงไม่เหมาะสมอย่างยิ่งโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวแสดงความไม่พอใจ (complaint) คนที่รับผิดชอบต้องพูดอะไรสักอย่างหนึ่งเพราะนักท่องเที่ยวกำลัง ไม่พอใจ การเย็บจะยิ่งทำให้ไม่พอใจมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม KI 1 บอกว่าเขาไม่ได้เจอการแสดงออกของการตอบกลับด้วยการเย็บ หรือนิ่งเฉยมากนักในภูเก็ต

ในส่วนสรุปของการใช้วัจนภาษา ผู้วิจัยได้ขอให้ KI 1 ชี้ให้เห็นชัด ๆ ว่าจากประสบการณ์ของเขามีอะไรที่เรียกได้ว่าสื่อสารกับคนไทยด้วยวัจนภาษาไม่ได้เลย (UNINTELLIGIBLE in communicating with local Thais) KI 1 บอกว่าเขาคิดไม่ออก อาจจะเป็นเพราะไม่มีประเด็นปัญหาในการใช้ภาษาในการสื่อสารมากจนเข้าใจกันไม่ได้ก็เป็นได้ ส่วนที่พอจะเข้าใจแต่มีประเด็นปัญหาสำคัญในการสื่อความ (INTELLIGIBLE but serious in communicating with local Thais) ก็เช่นกัน KI 1 บอกว่าไม่มีประสบการณ์ที่พอจะบอกได้ แต่ส่วนที่ถือว่าสื่อสารกันได้แต่ยังคงมีข้อบกพร่องอยู่และน่าจะช่วยให้ดีขึ้นได้ (INTELLIGIBLE and light error in communicating with local Thais) คือการสื่อสารกับนายแพทย์ผู้หนึ่งเพื่อบอกว่าเขาต้องการจะตัดไหมออกจากแผลที่เขาไปซึ่งหมอลืมไปสนิทในเรื่องนี้ KI 1 พยายามพูดเพื่อให้หมอลืมใจแต่ในขณะที่ยังสื่อกันไม่ได้ความ KI 1 ได้ยกมือไหว้หมอล้อมกับพูดว่า please แต่ยังไม่ทันจะชี้ไปที่ไหมเพื่อขอให้หมอลืมใจให้ หมอคิดว่าเขายกมือไหว้เพื่อกล่าวลา หมอก็ บอกลาแล้วบอกว่า “ Have a nice day.” KI 1 บอกว่า “ No.. No..” แล้วยกมือไหว้หมอล้อมอีกครั้งหนึ่ง หมอก็เข้ามาจับมือแล้วบอกลา เขาต้องพยายามหาโอกาสชี้ไปที่แผลแล้วทำท่าตัดไหม หมอจึงคิดได้ว่าเขาไปพบหมอล้อมทำไม KI 1 บอกว่า วัจนภาษาที่เป็นปัญหาในสถานการณ์นี้น่าจะมาจากกรไหว้ เพราะการไหว้แท้จริงแล้วเป็นความลึกซึ้งมากจนนักท่องเที่ยวหลายคนคิดไปไม่ถึงถึงการชี้ที่ผิดที่ผิดทาง

## ค. วัฒนธรรมในการสื่อสาร (Intercultural Communication)

### 1. ภาพรวม

ในภาพรวมคือความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีมิตรไมตรี แต่ส่วนที่ค่อนข้าง “ shocked ” ตอนมาเมืองไทยใหม่ๆ คือการที่คนไทยไม่สื่อสารกลับในสิ่งที่ไม่เข้าใจ แต่ตอนนี้พอเข้าใจและคิดว่าเป็นส่วนหนึ่งของ “ education process ” โดยเฉพาะตอนที่สอนเรื่อง Listening Process เมื่อถึงขั้นตอนที่ต้องประเมินสิ่งที่ได้รับฟังได้พบว่า นักศึกษาประเมินไม่ได้ KI 1 พยายามหาสาเหตุและพบว่านักศึกษาจะประเมินได้อย่างไรในเมื่อไม่ทราบว่าเขาควรจะจับเนื้อหาได้แค่ไหนในสิ่งที่คนพูดมา (“What information now do I need to know to understand what I have heard”) KI 1 บอกว่าคนไทย



จะต้องเรียนรู้ที่จะรู้สึกกับสิ่งที่ได้ยินและค้นหาให้ได้ว่ามีอะไรอีกที่จะต้องรู้ (How do I feel about what I have heard. What more do I need to know.) ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใดคนไทยจะต้องมีวัฒนธรรมในการที่จะถามตนเองให้ได้ว่า เราเข้าใจสิ่งที่เราพูดไปหรือเปล่ามิใช่พูดเป็นนกแก้วนกขุนทอง (Did I understand what I've just said? Did I understand what I have just read?) ขั้นตอนคือต้องเรียนรู้ที่จะพูดว่า “ Excuse me. I don't understand. Please tell me again? ” สิ่งเหล่านี้จะเป็นฐานสำคัญที่จะช่วยให้ระบบการสื่อสารของคนไทยดีขึ้น KI 1 คิดว่าระบบการศึกษาจะช่วยให้อาจารย์สอนในการสื่อสารของคนไทยดีขึ้นแต่ต้องเริ่มตั้งแต่ระดับต้น ๆ สอนให้คนรู้จักที่จะถาม รู้จักที่จะค้นหาตนเอง และพยายามลดเรื่องการรักษาหน้า (saving face) กลัวการเสียหน้าที่ที่จะต้องถามเมื่อไม่รู้หรือไม่เข้าใจ หรือไม่รู้เลยว่าจะถามอะไร

ในบทบาทของครู KI 1 ได้เล่าถึงประสบการณ์ในการปรับส่วนนี้ โดยพยายามขอให้นักศึกษาพูดหรือยอมรับออกมาว่ารู้หรือไม่รู้อะไรแค่ไหน เช่น เมื่อให้อ่านอะไรก็จะพยายามถามว่านักศึกษาเข้าใจสิ่งที่อ่านมากน้อยแค่ไหน ตอนแรกนักศึกษาเงียบ KI 1 ต้องพยายามสอนให้คิดโดยถามว่าหลังจากอ่านแล้วใครเข้าใจก็เปอร์เซ็นต์ โดยการถามนำ เช่น 80% - 70% - 60% แม้ตอนแรก ๆ เปอร์เซ็นต์ที่นักศึกษาเข้าใจจะต่ำมากและเขาค่อนข้างจะตกใจ แต่ก็นับว่าเป็นการดีที่ได้รู้ว่าคุณครูอยู่ตรงไหนจะได้สอนและพูดจาสื่อสารกันได้อย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง (It's a good beginning to get them to come out , to get them to learn and to get them to communicate.) KI 1 ย้ำอีกว่าเรื่องของคนไทยไม่รู้ว่าคุณครูสื่อสารอะไร ไม่เข้าใจอะไร หรือแม้แต่จะสื่อออกมาว่าไม่เข้าใจ เป็นสิ่งที่เขาตกใจมาก ตอนที่มาเมืองไทยใหม่ ๆ

## 2. ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมในการสื่อสาร

### 2.1. การทักทายและการกล่าวลา (Greetings and Saying goodbye)

การทักทายและการกล่าวลาด้วยการไหว้แท้จริงแล้วเป็นวัฒนธรรมไทยที่งดงามมาก แต่ก็มีส่วนที่ยากสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเมืองไทยในระยะสั้น ๆ โดยเฉพาะกลุ่มที่พยายามจะตอบด้วยการไหว้กลับ แต่ก็ไม่สามารถจะทำได้ถูกว่าควรไหว้ใครอย่างไร สูง หรือต่ำเพียงใด เพราะมักจะทำแล้วไม่ถูกและกลายเป็นเรื่องซ้ำกัน KI 1 เคยเห็นนักท่องเที่ยวลุกจากโต๊ะอาหารแล้วไหว้พนักงานเสิร์ฟ ตัวเขาเองทุกวันนี้พยายามบอกพรรคพวกเพื่อนฝูงที่มาเที่ยวเมืองไทยในระยะเวลานี้เพียงสองอาทิตย์ว่า อย่าพยายามที่จะตอบการไหว้ด้วยการไหว้กลับ เพราะการไหว้ของไทยเป็น “a very deeply rooted cultural thing, and it's very complex” เป็นวัฒนธรรมที่มีความลึกซึ้งมาก ในความเป็นไทยและยากเกินกว่าที่นักท่องเที่ยวที่มาเพียงชั่วระยะเวลาสั้น ๆ จะสามารถเข้าใจได้ ทั้งนี้เพราะการไหว้มิได้เป็นเพียงสัญลักษณ์ของการทักทายหรือการลา มีอะไรมากมายอยู่ในการไหว้ของคนไทย (“It's not just a symbol of 'wai'; there're a lot in it.”) ผู้วิจัยได้ขอให้ KI 1 ให้ความเห็นในการสื่อสารของไทยในส่วนนี้สองตัวอย่างคือการไหว้โดยไม่ยิ้ม หรือไม่พูดไม่จา เป็นสิ่งที่ไม่น่าจะทำ เพราะการไหว้มีความหมายไม่ใช่ทำไปเรื่อยเปื่อย

- การลาโดยใช้คำพูดว่า “ I'm sure you will come back.” KI 1 เข้าใจว่าคนพูดต้องการแสดงไมตรีถือว่าเป็นการพูดลาที่รับได้ ไม่ได้รู้สึกว่าเป็นการ “ ทักทัก ” ให้เขากลับมาอีก ส่วนที่ถามว่า “ Where you go? ” แน่ใจว่าคนทางยุโรปซึ่งมีความเป็นส่วนตัวสูงคงไม่ต้องการให้ถามเช่นนั้น แต่ก็คิดว่าคนส่วนมากน่าจะเข้าใจว่าคนถามคงไม่ตั้งใจและ KI 1 คิดว่านักท่องเที่ยวยุโรปที่เคยถูกถามเช่นนั้นอาจจะบอกไปตรง ๆ ว่าเขาไม่ชอบให้ถามแบบนี้

### 2.2 การเรียกขาน (Addressing) – ดูฉบับภาษา ข้อ 2.1 ด้วย

การเรียกนักท่องเที่ยวแล้วตามด้วยการเสนอขาย เช่น Hello - come and look. / Hello have a seat. Have drink.? Hello... sit down. / Hello, sir, madam...seafood...seafood. Hello, Island? (a boatman) KI 1 ถือว่าเป็นเรื่องปกติของการท่องเที่ยว ที่ไหน ๆ ก็เป็นอย่างนี้ (Everyone tries to make a living out of a tourist that is

walking by and it's perfectly understandable.”) คนที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจะมองการสื่อสารแบบนี้เป็นเรื่องปกติ แต่ในสังคมที่ไม่ได้ทำมาหากินและเป็นสังคม “civilized” (ซึ่งเป็นคำที่ KI 1 ใช้) แน่ใจว่าเขาจะไม่นำการทักทายซึ่งเป็นการแสดงออกที่ดีไปปะปนกับการค้าขาย แต่เนื่องจากภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวการเรียกนักท่องเที่ยวแล้วตามด้วยการเสนอขายแบบนี้ไม่ถึงกับชอบแต่รับได้

### 2.3 การเข้าไปหา (Approaching)

ในส่วนของคนไทยที่ชอบเข้าชี้ให้ชื่อของ KI 1 บอกว่าเป็นความไม่ฉลาดของคนขายและเท่ากับเสียลูกค้าไปตั้งแต่ยังไม่ทันเริ่มต้น เพราะนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนอังกฤษหรือยุโรปมักจะเดินเลี้ยวไปถ้ามีใครมาเข้าชี้เช่นนั้น ทั้งนี้เพราะมีร้านค้าดี ๆ ที่ไม่เข้าชี้ให้นักท่องเที่ยวชื่อของอยู่มากพอควร

### 2.4. การตอบกลับ (Responding) แบบที่ตัวเองคาดการณ์ว่าจะถูกถามโดยไม่ฟังคำถาม เช่น

- พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมเมื่อได้รับคำถามเกี่ยวกับเรื่องสระน้ำว่าอนุญาตให้คนนอกด้วยหรือไม่ กลับตอบเรื่องห้องและราคา
- พนักงานที่ยืนคอยเรียกแขกตรงเมนูหน้าร้านอาหารซึ่งเมื่อถูกถามว่า ซอบงานแบบนี้ใหม่ เธอตอบว่า “Spicy prawn soup , fried chicken with cashew nut, delicious.”
- คนขายสับปะรด เมื่อถูกถามว่า สับปะรดที่กองขายอยู่ ปลูกที่ไหน คนขายตอบว่า “Fifteen baht .” KI 1 บอกว่าคนเหล่านั้นมี “stock replies” ต่อ “stock questions” เพราะเขาไม่มีความตั้งใจและไม่มีความสามารถที่จะตอบคำถาม อาจจะเป็นเพราะคิดว่าไม่จำเป็นต้องฟัง หรือฟังแล้วจับใจความไม่ได้และไม่รู้ด้วย ว่าตัวเองไม่เข้าใจ ดังนั้นการสอนภาษาจึงควรใช้วิธีการสอนที่ผสมผสานทุกส่วนของการใช้ภาษาไปพร้อม ๆ กัน สอนให้คนรู้จักนำไปใช้ ไม่ใช่การท่องจำและใช้เป็นหุ่นยนต์ (robot) KI 1 เองก็มีประสบการณ์ทำนองนี้ครั้งหนึ่ง เขามีเรื่องไม่พอใจในการให้บริการและขอพบผู้จัดการโดยพูดว่า “ I really upset about this and I want to speak to the Manager.” พนักงานตอบกลับมาอย่างนอบน้อมว่า “Thank you very much.”
- การตอบว่า “ Yes.” ด้วยท่าทีที่ไม่เข้าใจคำถามหรือไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด KI 1 บอกว่าการตอบแบบนี้ “...can cause a big problem...” เพราะภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยว มาตรฐานการตอบของคนควรจะดีกว่านี้ การตอบ yes โดยไม่เข้าใจอาจทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจผิดในเรื่องที่สื่อสารมากมายเกินกว่าที่จะคาดคิด
- การที่คนไทยหันไปถามคนอื่นเมื่อไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวถามหรือพูดด้วย KI 1 บอกว่าตอนแรกเขาไม่ชอบ “I don't like it.” แต่เมื่อคิดดูดี ๆ แล้วกลับรู้สึกดีเพราะคนคนนั้นให้ความใส่ใจต่อคนที่ถาม ต้องการให้คำตอบที่ดีและถูกต้อง จึงต้องหันไปถามคนอื่นเพื่อให้ได้คำตอบมา KI 1 ไม่ถือว่าการกระทำเช่นนั้นไม่สุภาพ ถือว่าเป็นความไม่รู้ แต่ถ้ารู้จักพูดว่า “ Wait a moment.” ได้ก็น่าจะดี แต่ถ้าเป็นคนที่มีการศึกษาเช่นครูบาอาจารย์เขาบอกว่าเขาคาดหวัง “a high response.”
- การที่คนไทยเงิบ หรือทำหน้างง ๆ เป็นการตอบกลับ ได้พูดถึงไว้แล้วในส่วนของอวัจนภาษา
- การต่อราคาแล้วทำท่าเดินไปเพื่อจะสื่อว่าไม่สนใจที่จะซื้อหรือไม่ในวันธรรมดาของผู้ให้ข้อมูล KI 1 บอกว่าเรื่องการต่อราคาโดยปกติแล้วไม่มีในวันธรรมดาของเขา ทุกอย่างเป็นราคาที่กำหนดกันไว้แล้วไม่มีการต่อรอง เท่าที่นึกได้มีเพียงร้านขายของเก่าในอังกฤษที่มีการต่อรองกันแต่ไม่ได้สังเกตว่ามีการทำที่เดินจากไปเพื่อให้คนขายยอมตามราคาที่ต่อรองราคากันหรือไม่ แต่การกระทำดังกล่าวเป็นท่าทางที่เกิดขึ้นได้ในทุกวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับราคาและการต่อรองเขาขอถือโอกาสพูดถึงประสบการณ์ที่หัวลำโพง ที่ KI 1 รู้สึกถึงเกียรติและ shocked มาก ตอนที่เขามาเมืองไทยใหม่ ๆ ทุกอย่างใหม่ไปหมดลักษณะเช่นนี้คนที่ไม่ซื้อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยวจะจับได้และพยายามจะ

หลอกลวง แต่ตอนนั้นไม่ทันคิดเพราะเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใน สถานที่ที่ KI 1 เรียกว่า “government run” คือที่สถานีหัวลำโพง เป็นสถานที่ทำงานของรัฐ KI 1 กำลังแบกเป้ผู้มีคนเดินมาทักทายและถามว่ามีอะไรให้ช่วยไหม KI 1 บอกว่าต้องการทำสองอย่างคือฝากกระเป๋าและซื้อตั๋วไปเกาะสมุย ชายคนนั้นก็บอกว่า “follow me please” หลังจากนั้นเขาก็เดินนำไปที่แผนกของตัวมีเคาน์เตอร์ที่เขียนว่า Information จัดการเรื่องตั๋วให้เสร็จเรียบร้อย แต่ KI 1 ทราบจากนักท่องเที่ยวด้วยกันที่ถนนข้าวสารในเวลาต่อมาว่า KI 1 ซื้อตั๋วมากกว่าราคาปกติสองเท่า เขาบอกว่าจนถึงทุกวันนี้ก็ยังไม่เข้าใจว่าสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้อย่างไร ในสถานที่ราชการ ที่เคาน์เตอร์ที่มีป้ายชัดเจนว่า INFORMATION เขาย้ำด้วยประโยคที่ยังค้างใจมาจนถึงทุกวันนี้ว่า “ If the counter said “ information ” of the booking office of the main station under the government run with officials in their brown uniform; they are government pay, I was disgusted.” สิ่งที่เขาย้ำมากคือการหลอกลวงนักท่องเที่ยวอาจมีได้ในทุกประเทศ แต่ต้องไม่ใช่สถานที่ราชการและโดยคนของรัฐ

- การที่คนไทยมีปฏิกิริยาตอบกลับเมื่อถูกดูหมิ่นเหยียดหยามจากนักท่องเที่ยว KI 1 เข้าใจที่ไม่มีใครสามารถรับได้ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ไม่ว่าจะเป็นชาติ ครอบครัวยุค หรือตัวเองถูกสบประมาท แต่สิ่งที่ยากจะขอคือขออย่าให้คนที่ประสบการณืเช่นนั้นเหมารวมว่าคนอังกฤษ หรือคนอเมริกัน หรือคนชาติไหนก็ตาม หยาบคายอย่างนั้น ในขณะที่เดียวกันก็อยากจะทำให้เข้าใจเช่นเดียวกันว่าคนที่กำลังเดินทาง กำลังปรับตัวเองเข้ากับ ความแตกต่างเมื่อเจออะไรที่เป็นปัญหาหรือเป็นเรื่องยุ่งยากมาก ๆ ก็จะสามารถเสียและระเบิดอะไรออกมาได้ สิ่งนี้นักท่องเที่ยวจะระเบิดออกมาในสถานการณ์อย่างนั้นเป็นการแสดงอารมณ์ต่อปัญหา มิใช่ต่อตัวบุคคล หรือต่อเชื้อชาติ และในความเป็นจริงนักท่องเที่ยวคนนั้นกำลังอยู่ในสภาพที่เขาเรียกว่า “wound up” สาเหตุอาจเป็นเพียงส่วนน้อยนิดของประเทศนั้น ๆ ก็ได้ KI 1 ยกตัวอย่างเหตุการณ์ที่เจอครั้งหนึ่งก่อนออกจากประเทศอียิปต์มีชาวตะวันตกคนหนึ่งพูดใส่หน้าเจ้าหน้าที่เมื่อถูกถามว่า “ Where you want to go, sir? ” KI 1 ตอบว่า “ Out of here. I want to leave Egypt. I want to go to somewhere a bit more civilized because Egyptians are driving me crazy. I will never be coming back..” ทั้งที่ทุกคนทราบดีว่าอียิปต์เป็นประเทศที่ขึ้นชื่อว่าเป็นแดนอารยธรรมเก่าแก่ของโลก สิ่งที่ KI 1 ฝากไว้ให้คิดคือเมื่อไรที่เราเจอสถานการณ์เช่นนั้นขอให้พยายามใช้สิ่งที่ดีมาก ๆ ในความเป็นไทยคือ “ ไม่เป็นไร ” เข้าควบคุมสถานการณ์ เขาบอกว่าการที่นักท่องเที่ยว “upset ” จนต้องพูดสบประมาทออกมาได้แบบนั้นมักจะมาจากกการสื่อสารที่เป็นปัญหาต่อกัน

(They = Thai, must realized that the person saying that must have been very upset and that person has been very wound up to a state of this. They should not take it personally. This is where “ maipenrai ” should really be picking. It’s a wonderful cultural thing: “ maipenrai ”, I love it - it’s a very endearing policy about Thai people. But they do lose the “ maipenrai ” policy when it’s involved their own people being insulted. They forget “maipenrai”. Please remember that they should not take it personally because he did not make the person like that. It took a lot of people to make the person feel that way. When people are complaining like that they must have poor communication because if they were good communicators , they would not get in to that situation in the first place.”)

## 2.5 การขอให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Requesting you do something)

KI 1 บอกว่าไม่ได้สังเกตในเรื่องนี้มากเท่าที่นึกได้มักจะพบใน “people in brown uniform” ซึ่งหมายถึงเจ้าหน้าที่ของ

รัฐ หรือ ข้าราชการ ซึ่ง KI 1 พูดซ้ำอีกว่าเป็นคนที่ชอบใช้วิธีการสื่อสารที่แสดงออกค่อนข้างชัดเจนถึงความรู้สึกว่าเขาเป็น “ upper-handed ” คือทำตัวเหนือกว่าผู้ที่สื่อสารด้วย แต่การขอให้ทำอะไรโดยดึงไปจากมือเฉย ๆ หรือโดยใช้เพียงท่าทางและไม่พูดอะไรเลยในหลายกรณีเป็นสิ่งที่ไม่ควร อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวสามารถดูได้จากเจตนาและต้องดูด้วยว่าเป็นท่าทางที่พอรับได้หรือเปล่า

## 2.6 การให้ข้อมูล (Giving information)

KI 1 บอกว่าเรื่องการให้ข้อมูลมีบ่อยครั้งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจคลาดเคลื่อน (misleading) เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นกับตัว KI 1 บ่อยมาก และหลายกรณีไม่ได้เนื่องมาจากปัญหาของการใช้ภาษา KI 1 ยกตัวอย่างเรื่องที่เกิดขึ้นกับเขาที่สถานีหัวลำโพงอีกครั้งว่าทุกคนที่เกี่ยวข้องไม่มีปัญหาเรื่องภาษา เขาบอกว่าคนไทยที่ “ทำมาหากิน” กับนักท่องเที่ยวมีความสามารถในการแยกแยะได้ดีว่านักท่องเที่ยวคนไหน “มือใหม่” เขาจะเข้ามาหาทันทีและยกเรื่องต่าง ๆ มาบอก เขาเปรียบเทียบประสบการณ์ที่พบระหว่างช่วงแรก ๆ ที่มา กรุงเทพฯ กับที่ ภูเก็ตว่าที่กรุงเทพฯ คนขับรถตุ๊กตุ๊ก จะรีบรี่เข้ามาหาเขาและบอกว่า “ Today is a very special Buddha Day , I'll take you where you want to go. But first if you want to visit a temple , I can take you to a gem store or a cloth store because it's Buddha Day I will get extra money , but I need a stamp.” แต่ที่ภูเก็ตถ้าคนขับรถอยากได้ตราประทับจากร้านค้าในการพานักท่องเที่ยวไป เขาก็จะบอกตรง ๆ ซึ่งดีกว่า การเอาเรื่องศาสนามาอ้างเพื่อหากินเป็นสิ่งที่น่าเกลียดมาก KI 1 พบการให้ข้อมูลที่เป็นลักษณะ “misleading” คือแฝงเข้ามากับเรื่องโน้นเรื่องนี้ และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใหม่ ๆ มักจะเชื่อ แต่ก็มักจะทราบทีหลังว่าตัวเองได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงไปตรงมา

## 2.7 การบอกทาง (Giving directions)

ได้พูดไว้แล้วในส่วนของภาษาว่าคนไทยมีปัญหามากในการบอกทาง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมคือการยอมรับว่าไม่ทราบและ ไม่บอกในสิ่งที่ผิด ๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องเสียเวลาไปโดยไม่จำเป็น

## 2.8 การอธิบาย (Explaining)

สิ่งแรกที่ KI 1 บอกเกี่ยวกับคนไทยคือ “ There is NO explanation. ” KI 1 พูดซ้ำเรื่องที่บริษัททัวร์แห่งหนึ่งปล่อยให้เขา รอโดยไม่อธิบาย แต่ KI 1 มองในแง่ที่ว่าบริษัทนั้นกลัวจะเสียลูกค้ามากกว่าลักษณะทางวัฒนธรรมอีกสิ่งหนึ่งที่ KI 1 พูดเกี่ยวกับการอธิบาย คือเมื่อต้องอธิบายอะไรที่เป็นเรื่อง “serious” ต้อง explain seriously “ไม่พูดไป หัวเราะไป หรือเล่นไป นักท่องเที่ยวต้องการความจริงจังในสถานการณ์ที่จริงจัง

## 2.9 การจัดการกับปัญหา (Dealing with complaints)

ต่อคำถามที่ว่ารับเรื่องของคนไทยไม่อธิบายให้นักท่องเที่ยวทราบที่กำลังทำอะไรอยู่ในระหว่างที่ช่วยแก้ปัญหาอย่างไร KI 1 ตอบว่ารับยากมากเพราะยามที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาเขาย่อมจะขาดความอดทนและพร้อมที่จะโกรธมากกว่าเดิมถ้าไม่ทราบว่าคนที่เกี่ยวข้องกำลังหาหนทางช่วยอยู่ KI 1 เห็นว่า โดยปกติแล้วคนไทยเป็นคนที่พร้อมจะช่วยเหลือแก้ปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถแต่ไม่มีการสื่อสาร ไม่มีการบอกกล่าวให้ทราบว่า จะดำเนินการให้อย่างไร และบ่อยครั้งมีแต่ “ instructions ” เช่น ให้รออยู่ หรือให้นำเอกสารมาเพิ่มเติม เป็นต้น บรรยากาศเช่นนี้ทำให้ตัว KI 1 “ frustrated ”

## 2.10 การเสนอให้ความช่วยเหลือ (Offering help)

โดยทั่วไปแล้วคนไทยดีมาก แต่ก็มีบางกลุ่มที่เสนอความช่วยเหลือโดยมีผลประโยชน์ บางสิ่งบางอย่างซ่อนอยู่ โดยเขาอ้างถึงคนขับรถที่ได้พูดมาแล้วในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูล (ดู ข้อ 2.6) อีกประเด็นหนึ่งที่สอบถามคือการให้ความช่วยเหลือ “ จากหัวใจ ” ด้วยความรู้สึกที่อยากจะขอบคุณเช่นที่คนเรือแถมการเดินทางไปเที่ยวเกาะให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อตอบแทนน้ำใจที่นักท่องเที่ยวดีต่อเขา แต่ไม่ได้สอบถามนักท่องเที่ยวเสียก่อนว่าเขาสะดวกหรือไม่ ใน

ประเด็นนี้ KI 1 บอกว่าเขาเข้าใจว่าดีคนไทยเป็นคน “generous” แต่ก็มักจะเป็นเช่นนี้บ่อย ๆ คือเสนออะไรโดยไม่ได้คำนึงว่าอีกฝ่ายจะสะดวก หรือมีเวลาหรือเปล่า แต่เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นน้ำใจเขาไม่ต้องการจะเห็นคนไทยเปลี่ยนแม้สิ่งที่เสนอมายก่อก่อให้เกิดความไม่สะดวก แต่นักท่องเที่ยวก็บอกไปได้ เช่นไม่มีเวลา หรือ บางครั้งตามร้านอาหารคนไทยจะผสมเครื่องดื่มแถมให้ถ้าถูกใจกันแม้เราจะไม่ชอบ หรือไม่อยากจะดื่มแล้ว คนไทยก็จะให้ KI 1 รู้สึกว่าคนไทยให้ในลักษณะที่เรียกได้ว่าจะให้เสียอย่าง (We want to give you this drink.) ที่จริงก็ไม่ใช่เรื่องเสียหายที่คนไทยจะเก็บสิ่งเหล่านี้ไว้ เป็นลักษณะเฉพาะที่ดึงดูดใจของความเป็นไทย แม้สิ่งเหล่านี้จะเป็นความมีน้ำใจที่อาจจะมากเกินไปสักนิดซึ่ง KI 1 ใจว่า “It’s a generosity almost to a fault, but that’s such a beautiful part of their nature. It’s a very common thing of Thai people. This kind of offering comes from their heart, I don’t want Thai people to change their personality.” นอกเหนือจากสถานการณ์ดังกล่าวแล้ว KI 1 มีประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของคนไทยมากทีเดียวเขาบอกว่า “I witnessed a lot of kindness here.” เช่นเมื่อรถมอเตอร์ไซค์เสียก็จะมีคนขับรถมอเตอร์ไซค์รับจ้างที่ผ่านไปมาหยุดถามว่า “Where you go?” โดยที่ชัดเจนว่าไม่ได้ถามเพื่อต้องการเงินทองใด ๆ เป็นความตั้งใจที่จะช่วยจริง ๆ เมื่อทราบปัญหาแล้วก็บอกพาไปร้านซ่อมที่อยู่ใกล้ ๆ ตรง หัวมุมถนน เป็นต้น เขาบอกว่า “That’s beautiful.” “beautiful” คือคนยอมที่จะเสียเวลาหยุดรถยอมที่จะเสียเวลาของการทำมาหากินเพื่อช่วยคนอื่น แม้เพียงแค่หยุดถามก็นับว่าเป็นความงดงาม

### 2.11 การโอภาปราศรัย (Making small talk)

การพูดจาเล็กน้อย ๆ กับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินออกจากเครื่องบิน เช่น “Welcome to Thailand.” “How was your flight?” หรือพนักงานโรงแรมทักทายแขกหลังจากที่เขาเข้าพักมาแล้ว เช่น “Did you sleep well last night?” หรือการแสดงน้ำใจ เช่น “I hope you enjoy your stay here.” ฯลฯ KI 1 บอกว่า “It’s very important. It’s always good to say: ‘Have a good trip.’”

เมื่อถามว่า KI 1 ได้รับการโอภาปราศรัยจากคนไทยบ่อยไหม เขาบอกว่าบ่อยมาก จริง ๆ แล้วเกือบทุกที่ที่ได้ไปได้พบคนไทยมีการพูดจาถามไถ่ เช่น “What’s your name?” “Where’re you from?” “How old are you?” ประโยคหลังนี้เขาบอกว่าเขาได้แต่รับฟังเฉย ๆ ยิ้ม ๆ แต่ไม่ตอบ ตอนมาเมืองไทยใหม่ๆ ในฐานะที่เป็นคนอังกฤษ ซึ่งถือเป็นมรรยาทมากที่สุดจะไม่ถามคนเรื่องอายุโดยเฉพาะกับผู้หญิง เขาบอกว่า “It’s so funny to come here and found that almost all people asked me ‘How old are you?’” ในทุกสถานการณ์ KI 1 เล่าให้ฟังว่าคนขับมอเตอร์ไซค์คนหนึ่งหันมาโอภาปราศรัยกับเขาในขณะที่กำลังนำมอเตอร์ไซค์ขึ้นไปยังที่ลาดชันโดยถามว่า “How old are you?” KI 1 ไม่แน่ใจจึงถามซ้ำอีกว่า “pardon” คนขับมอเตอร์ไซค์ก็พูดซ้ำด้วยเสียงที่ดังมากแข่งกับเครื่องยนต์ว่า “How old are you?” KI 1 บอกว่าเขารู้สึกขำมากกว่าจะโกรธ ที่ขำมากเพราะสถานการณ์ไม่ได้เอื้ออำนวยที่จะต้องถามไถ่กัน แต่ในวันนั้นคนขับมอรถยังอุตสาหะแสดงไมตรีด้วยการหันมาถามซ้ำ และอีกคำถามหนึ่งซึ่งได้ ยินค่อนข้างบ่อยที่คนไทยมักถามนักท่องเที่ยว ชาย - หญิงที่เกี่ยวข้องกันว่า “Are you husband and wife?” KI 1 บอกว่าคำถามเหล่านี้เป็นคำถามที่ผู้ฟังรู้สึกกระอักกระอ่วน (awkward) แต่ก็เข้าใจว่าเป็นคำถามที่คนไทยใช้ไปโดยไม่ทราบมากกว่าที่จะตั้งใจเป็นอย่างอื่น เขาบอกว่าสิ่งเหล่านี้เป็น “an innocent coming...” นักท่องเที่ยวจะเข้าใจ

### 2.12 การสนทนากับนักท่องเที่ยวในเรื่องที่เกี่ยวกับท้องถิ่น บ้านเมือง และวัฒนธรรม

#### (Sharing knowledge and culture)

KI 1 บอกว่าขึ้นอยู่กับบุคคล แต่ส่วนมากจะพูดเรื่องราวที่เกี่ยวกับตัวเอง เช่น เรื่องครอบครัว มีลูกกี่คน ที่บ้านทำอะไร หรือเมื่อเห็นนักท่องเที่ยวใส่ของไทย ๆ ก็อาจจะทักขึ้นมาว่า ในท้องถิ่นเขาก็มีทำของแบบนี้ คนไทยพูดเรื่องพวกนี้เหมือนกันแต่เป็นในลักษณะของ “small talk” มากกว่าจะเป็นการสนทนากันจริง ๆ จัง ๆ KI 1 ใช้คำว่า

“superficial: It’s superficial.” เขาคิดว่าที่คนไทยไม่สนทนาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น บ้านเมือง และวัฒนธรรม ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นเพราะข้อจำกัดของภาษา อีกส่วนหนึ่งน่าจะเนื่องมาจากการขาดความรู้เรื่องของตนเอง แต่สิ่งที่น่าจะเป็นสาเหตุมากกว่าในความคิดเห็นของ KI 1 คือ ขณะที่คนไทยทำงานท่องเที่ยวที่ต้องสื่อสารกับคนต่างภาษาลักษณะของงานจะมีความกดดัน (There is a pressure on them. And sometime you aren’t relaxed to think about discussing over aspects of Thailand.) อย่างไรก็ตามถ้าเป็นเรื่องเฉพาะ เช่นการไม่ใช้เก้าอี้คนหรือของ การไม่เหยียบธรณีประตู อะไรต่าง ๆ เหล่านี้คนไทยก็พูดให้นักท่องเที่ยวฟังเหมือนกัน หรือถ้าโอกาสเหมาะ เช่นปีที่แล้วในช่วงลอยกระทง เจ้าของบังกะโลที่ KI 1 พักก็ได้เล่าให้ฟังยืดยาว เกี่ยวกับประเพณีลอยกระทง โดยสรุปแล้วถ้าโอกาสเหมาะและภาษาพอ KI 1 เชื่อว่าคนไทยจะสนทนาเรื่องราว ประเพณี ความเชื่อต่าง ๆ ของคนไทยเหมือนกัน

ในทางตรงกันข้ามความสนใจของคนไทยในเรื่องไกลตัวออกไป เช่นเรื่องบ้านเมือง ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว มีน้อยมาก ในความคิดของ KI 1: “ Thai people are not globally aware. It wouldn’t occur to Thai people so much to want to know about Scotland<sup>1</sup>, for example.” อีกอย่างหนึ่งที่เขารู้สึกคือคนไทยไม่ค่อยมี “ awareness of what other people do...” ซึ่ง KI 1 บอกว่าต่างจากคนยุโรปที่เรียนรู้ตลอดเวลาว่ามีคนชาติอื่น ๆ อยู่ร่วมกับตน และทุกชาติมีความแตกต่าง KI 1 รู้สึกว่าคนไทยมีความรู้สึกในความเป็นชาติค่อนข้างสูงและมักจะคาดหวังให้คนชาติอื่นปฏิบัติตัวเหมือนคนไทย เขาบอกว่า “ Thai people are not very open.” ผู้วิจัยถามว่าเขาตั้งใจจะบอกว่าคุณคนไทยมีความเป็นชาตินิยมสูง (nationalistic) ใช่หรือไม่ KI 1 บอกว่านั่นคือความหมายที่เขาต้องการบอกแต่รู้สึกว่าเป็นคำที่อาจจะทำให้ผู้วิจัยรู้สึกไม่ดี (offend) จึงเลี่ยง ไปใช้การอธิบายแทน

- **ความคิดเห็นต่อการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติแสดงความรักกันอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ** KI 1 บอกว่าตัวเขาเองไม่ค่อยพบ แต่ถ้าเป็นลักษณะของ “ puppy love ” เดินจูมมือกัน โอบกอดกัน จูบกันบ้างเล็กน้อย ๆ เป็นสิ่งที่พอรับได้ แต่ถ้ามากกว่านั้นแม้ในบ้านเมืองเขาเองก็ไม่ค่อยมีให้เห็นบ่อยนัก ในเมืองไทย KI 1 บอกว่าไม่ค่อยพบเห็นหรืออาจจะเป็นเพราะไม่ได้สังเกตก็เป็นได้

- **การที่คนไทยพูดตำหนิ หรือ แสดงอาการไม่พอใจที่นักท่องเที่ยวโอบกอด หรือจูบกันในที่สาธารณะ** โดยไม่ใส่ใจว่าที่นั่นคือเมืองไทยซึ่งเป็นประเทศที่ไม่แสดงความรักกันอย่างโจ่งแจ้งในที่สาธารณะ KI 1 บอกว่าสำหรับเขาแล้ว “100% respect for the Thai person who felt offended.” KI 1 บอกว่าคนที่มาเมืองไทยควรจะต้องศึกษาเรื่องนี้มาบ้างก่อนมาเมืองไทย มีหนังสือเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ให้อ่านมากมาย นักท่องเที่ยว “ should really know these things.”

KI 1 เล่าให้ฟังเพิ่มเติมว่าเขาเห็นนักศึกษา ชาย-หญิงคู่หนึ่งในชั้นนั่งลูบผมกันระหว่างที่ดูวิดีโอซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเรียน เขาบอกว่า “ I’m really shocked.” หลังจากนั้นเขาบอกนักศึกษาทั้งชั้นว่า “No monkey grooming in my class. I don’t want to see any of that.” เขาบอกว่านักศึกษาไทยเปลี่ยนไปมากเขาแปลกใจมากที่เห็นสิ่งเหล่านี้ในมหาวิทยาลัย ในประเทศที่เคร่งครัดเรื่องการแสดงความรักอย่างเปิดเผยเช่นประเทศไทย

สรุปแล้ว KI 1 เห็นว่าเมื่อไรก็ตามที่นักท่องเที่ยวไม่ให้ความสำคัญ หรือไม่เคารพต่อวัฒนธรรมของเรา เรามีสิทธิเต็มที่ที่จะแสดงความไม่พอใจไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกด้วยวาจาหรือท่าทาง ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวต้องเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนเลือกมาเที่ยว เมื่อไรที่ KI 1 เห็นคนตะวันตกด้วยกันทำอะไรที่ขัดกับ วัฒนธรรมของเรา KI 1 บอกว่าเขารู้สึกอับอาย และบางครั้งก็ shocked ที่นักท่องเที่ยวแสดงกิริยาอาการที่ไม่เหมาะสมในประเทศของคนอื่น

### 2.13 การสังเกตหรือให้ความใส่ใจต่อความชอบหรือรสนิยมของนักท่องเที่ยว (Knowing the tourist's habitual behaviour)

KI 1 บอกว่าเขาสังเกตพบบ้างเหมือนกันถ้ากำลังพักผ่อนอยู่ที่ชายหาดที่คนไทยบางกลุ่มจะไม่เข้าไปรบกวนเข้าซื้อ ขยายบริการ หรือ พยายามขายของ แต่ ถ้าเดินตามถนนกลับตรงกันข้ามผู้คนพยายามเรียกให้ซื้อของ ให้ตัดเสื้อ ให้ขึ้นรถ ได้ยินแต่ Madam... Madame...Madam... นับสิบ ๆ ครั้ง ก่อให้เกิดความรำคาญและหงุดหงิดมาก แม้จะพยายามทำความเข้าใจว่าเมืองท่องเที่ยวต้องเป็นแบบนี้ แต่ก็อยากจะบอกว่าคุณกลุ่มคนที่ไม่สังเกต ไม่รู้รสนิยมของนักท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่สูญเสียโอกาสที่จะได้เงินจากนักท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่รู้จักสังเกต รู้จักจังหวะว่าเมื่อไรควรถึงเวลาที่จะเสนอขายอะไร เมื่อไรควรรักษาระยะห่าง นักท่องเที่ยวจะไม่มีวันซื้อของหรือซื้อบริการเพื่อตัดความรำคาญเด็ดขาด

ในการสรุปประเด็นเกี่ยวกับวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้ขอให้ KI 1 ชี้ให้เห็นชัด ๆ ว่าจากประสบการณ์ของเขามีอะไรที่เรียกได้ว่าไม่สามารถเข้าใจกันได้เลยในส่วนของวัฒนธรรม (UNINTELLIGIBLE in communicating with local Thais regarding the cultural aspect) KI 1 บอกว่าความขัดแย้งในตัวคน เขาอธิบายเรื่องนี้ว่า โดยปกติแล้วคนไทยมีลักษณะสงบนิ่งมาก (pretty restrained) โดยเฉพาะเวลาไปวัดนั่งฟังธรรมหรือฟังสวด คนไทยจะสงบมากอย่างน่านับถือ แต่ในขณะที่เดียวกันคนไทยไม่มีลักษณะที่เขาเรียกว่า “perpetuity” คือไม่ได้สงบนิ่งอย่างนั้นเสมอไป ตรงกันข้ามเขากลับพบว่าคนไทยโมโหง่ายมาก ในหลาย ๆ เรื่องที่ไม่น่าจะโมโห KI 1 บอกว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เขาไม่เข้าใจอย่างยิ่ง ได้แต่คิดว่าถ้าคนไทยจะลดระดับความนิ่ง ความสงบลงสักนิด แสดงออกเมื่อไม่พอใจบ้าง ความโมโหรุนแรงพลันแล่นในบางเรื่องที่ไม่จำเป็นจะต้องโมโหเสียอารมณ์น่าจะดีขึ้นเพราะการแสดงออกเมื่อไม่พอใจเป็นการถ่ายเทความกดดันออกจากตัว KI 1 บอกว่าในสก็อตแลนด์ซึ่งเป็นประเทศของผู้ให้ข้อมูลมีคำพูดอยู่ประโยคหนึ่งที่ว่า “Don't bottle up your problems.” ทั้งนี้เพราะการเก็บสะสมความไม่พอใจไว้มาก ๆ เมื่อถึงตอนที่มันล้นขึ้นมาก็จะควบคุมตัวเองไม่ได้ เขาพบเห็นสิ่งเหล่านี้บ่อยมากในเมืองไทย บางทีคนทำงานบาร์สามารถถูกขั่นยิง ลูกขั่นฆ่าคนในเรื่องที่ไม่ถึงกับต้องฆ่าแกงกันเลย ถ้าเพียงแต่จะพูดกันและหัดที่จะเผชิญหน้ากันก่อนที่เรื่องจะลุกลาม

ส่วนที่พอจะเข้าใจแต่มีประเด็นปัญหาสำคัญในการสื่อสาร (INTELLIGIBLE but serious in communicating with local Thais regarding the cultural aspect) KI 1 บอกว่าส่วนนี้พาดพันกับส่วนที่เป็นภาษา แต่เขาถือว่าเป็นวัฒนธรรม คือ การตอบคำถาม Yes. No. เช่น That man is coming, isn't it? คนไทยจะตอบว่า “Yes” เมื่อต้องการบอกว่า “No.” (ผู้ชายคนนั้นจะไม่มาใช่ไหม .... ใช่ค่ะ ... หมายถึงว่าเขาจะไม่มา : ผู้วิจัย) ความคิดเล็ก ๆ ของคำตอบลักษณะนี้น่าจะมาจากวัฒนธรรมการคิดที่ต่างกัน ส่วนการตอบ Yes หรือ No ของคนไทยก็เช่นกันเป็นเรื่อง “tricky” ที่บ่อยครั้งมักจะไม่ตรงกับความหมายที่ต้องการพูด

ในส่วนที่ถือว่าสื่อสารกันได้แต่ยังคงมีข้อบกพร่องอยู่และน่าจะช่วยให้ดีขึ้นได้ (INTELLIGIBLE and light error in communicating with local Thais regarding the cultural aspect) น่าจะเป็นการเสนอความช่วยเหลือที่ผิดจังหวะ เช่น KI 1 เล่าว่าบ่อยครั้งที่กำลังถือของได้ที่อยู่ แต่คนไทยมักจะฉวยไปช่วยถือ โดยอาจจะพูด หรือไม่พูดว่า May I help you? เขาบอกว่าการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการ “distracting” เพราะไม่ได้ตั้งใจ ไม่ได้คิดว่าจะมีใครมาช่วย เมื่อมีคนมาช่วยทำให้จังหวะการถือ และ การเดินเสียไปโดยไม่จำเป็นทั้ง ๆ ที่เป็นความตั้งใจที่ดี ทางที่ดีคือควรจะถามก่อนที่จะคว้าของไปช่วยถือ ถ้าคนพูดบอกว่า No คือ No เป็นการปฏิเสธจริง ๆ ไม่มีการซ่อนความหมายเหมือนที่คนไทยมักจะคิด เพราะ Yes และ No ของคนตะวันตกในบริบทนี้มีความหมายตรงไปตรงมา

**ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ 2 (KI 2)** สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2545

**ข้อมูลของKI 2:** เป็นชายชาวอเมริกัน ปัจจุบันเป็นอาจารย์สอนภาษาอังกฤษ ของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต KI 2 ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ มีอายุอยู่ใน ช่วง20-29 ปี ได้เคยเดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว ประมาณ 11 ครั้ง โดยเดินทางไปยังประเทศต่าง ๆ ประมาณ 8 ประเทศ ในส่วนของประเทศไทยได้เดินทางมาแล้ว 2 ครั้ง รวมทั้งครั้งนี้ด้วย ในครั้งนี้ได้พำนักอยู่ในประเทศไทยจนถึงวันสัมภาษณ์รวมแล้ว 2 ปีกับ 9 เดือน จุดประสงค์ที่เดินทางมาเมืองไทยครั้งแรกคือมาทำงานอาสาสมัครของหน่วยสันติภาพของอเมริกา (United States Peace Corps Volunteer/Thailand) ครั้งที่สองที่เดินทางมาทำงานที่เมืองไทยเพราะต้องการศึกษาวัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการทำงาน ในช่วงเวลาที่ทำงานอยู่ในเมืองไทยได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวไปตามจังหวัดต่างๆและได้มีโอกาสสื่อสารกับคนไทยทุกระดับและทุกสาขาอาชีพ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง คนขับรถ มัคคุเทศก์ ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว พนักงานเสิร์ฟ คนขายของ คนทำงานบาร์ พนักงานโรงแรม ตำรวจ กลุ่มคนที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกือบทุกประเภท เช่น ผู้ให้บริการนวด ผู้ให้บริการ สปา ผู้ให้บริการกีฬาทางน้ำ ตลอดจนกลุ่มวิชาชีพ เช่นผู้บริหารระดับสูงของสถานศึกษา อาจารย์ และ เจ้าหน้าที่สายสนับสนุนของสถานศึกษา

### ก. การใช้วัจนภาษา (The Use of Verbal Language)

#### 1. ภาพรวมของการใช้วัจนภาษา

KI 2 เล่าถึงตอนที่เดินทางเข้ามาเมืองไทยว่าด่านแรกที่พบคนไทยหลังจากลงจากเครื่องบินคือ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งไม่ยิ้ม ไม่แสดงสีหน้าอะไรทั้งนั้น แต่ก็เข้าใจเพราะไม่ได้คาดหวังอะไรมากนักจากเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองไม่ว่าจะของประเทศไหน เพราะมักจะเหมือนกันหมด เครื่องลงเวลาที่สี่ เข้าใจว่าทุกคนคงเหนื่อยล้า

คนไทยส่วนใหญ่ที่ได้พบมักจะไม่มีการศึกษาสูงมากนักและมีภาษาน้อยมากสำหรับหน้าที่การงานหรืออาชีพที่ทำอยู่แต่ก็พยายามสื่อสารจนเข้าใจกันได้ ในส่วนนี้ KI 2 รู้สึกประทับใจ เพราะในความเป็นจริงแล้วไม่จำเป็นต้องพูดได้ถูกต้องสมบูรณ์แบบก็ได้ ขอให้พอเข้าใจ (I've really been impressed by their communication ability even though the English grammar is not correct. The basic point is that they get the point across.) สำหรับการฟังคิดว่าคนไทยส่วนใหญ่จะฟังเข้าใจเพียงแต่พูดจาทวนกลับไม่ได้เท่านั้นเอง ด้วยเหตุที่คนไทยมีข้อจำกัดด้านภาษา จึงมักจะพูดคุยนัดเฉพาะเรื่องงานประจำวันเท่านั้น ถ้าเป็นเรื่องอื่นจะสื่อสารไม่ได้ เช่นคนขับรถ เข้ามาทักทาย ตอรองราคากันได้แต่ถ้าถามเกี่ยวกับสิ่งรอบตัว หรือแม้แต่เรื่องใกล้ตัว เช่นว่า คุณชอบอะไร ไม่ชอบอะไร เขาจะงง สับสนทันที (Many times I tried to have a small talk with them, but they have a lot of difficulty. When you take them out of the situation, they are confused. They can use English only pertaining to their job.) KI 2 กล่าวเพิ่มเติมว่า คนทำงานบริการไม่จำเป็นที่ต้องเก่งภาษามากมายนัก แต่ถ้ามีภาษาดีพอสำหรับพูดคุยเรื่องอื่น ๆ รอบตัวบ้างก็น่าจะดีทั้งนี้ เพราะคนเหล่านั้นจะทำงานได้เงินมากขึ้นกว่าคนที่พูดได้น้อยหรือไม่ได้เลย อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไปก็ไม่ได้คาดหวังว่าภาษาอังกฤษของคนไทยจะต้องถูกต้อง คล่องแคล่วเหมือนเจ้าของภาษา

KI 2 กล่าวว่า จากประสบการณ์ของเขาในกลุ่มที่มีภาษาอังกฤษดีคือกลุ่มที่ทำงานให้กับโรงแรม KI 2 ให้ความคิดเห็นว่า คนกลุ่มนี้มีฐานภาษาอังกฤษมาบ้างแล้วและบางคนก็ผ่านการอบรมมา แต่ถึงภาษาของกลุ่มนี้จะดีที่สุดแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าคนกลุ่มนี้จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวเสมอไป คนที่เขามีการศึกษาน้อยแค่ชั้นประถมหรือมัธยมและสามารถสื่อสารได้ถึงแม้ไม่ถูกต้องก็ตามบางครั้งความพยายามของคนเหล่านี้ก็ทำให้ประทับใจมากกว่า อย่างเช่น พนักงานของร้านอาหาร คนทำงานในบาร์ หรือคนให้บริการเล็ก ๆ KI 2 กล่าวว่า "Those people always seem the most comfortable to me speaking English". จากประสบการณ์ที่ KI 2 ได้พูดคุยกับคนไทย จะสังเกต



พบว่า คนไทยที่เรียนภาษาอังกฤษตามระบบการศึกษา "formal education" จะอายุที่จะพูดภาษาอังกฤษกับคนต่างชาติและจะอายุหรือกลัวที่จะพูดผิดมากกว่าคนที่ไม่ได้เรียนมา ในขณะที่คนที่มีการศึกษาไม่มากนักและไม่ได้เรียนภาษาอังกฤษจากโรงเรียนมักจะมี ความกล้าและไม่อายที่จะพูด และเมื่อไม่อายก็ทำให้พวกเขาสื่อสารได้ "get their point across" และเป็นธรรมชาติมากกว่า "They seem a lot more like real people. Sometimes people who have learned English formally seem like they are very stiff and very cold, not like a friendly heart-to-heart communication."

KI 2 กล่าวเพิ่มเติมว่า ส่วนมากแล้วเมื่อคนไทยรู้ว่าตนไม่สามารถพูดให้อีกฝ่ายเข้าใจได้ ก็จะไม่พูดอะไรหรือบางครั้งอาจรู้ข้อมูลครั้งเดียว ก็จะมองหน้าและบอกว่า I not sure. หรือ I no understand. แต่คนไทยส่วนใหญ่ที่ KI 2 พบนั้น มีความมั่นใจที่จะบอกว่าพวกเขาไม่ทราบ หรือไม่แน่ใจ หรือส่ายหน้าพร้อมกับบอกว่า ไม่แน่ใจ ในเรื่องของการทำความเข้าใจสิ่งที่คนไทยพูดนั้น KI 2 ไม่มีปัญหาเพราะสามารถเดาความหมายโดยรวมได้ แต่เมื่อไรก็ตามที่คนไทยไม่พูดอะไรออกมาเลย หรือไม่พยายามที่จะสื่อสาร ก็จะรู้สึกอึดอัดคับข้องใจ (That causes frustration when Thais don't try to speak or don't make an effort.) ถ้าคนไทยพยายามสื่อสารถึงแม้จะผิดบ้างถูกบ้างก็ตามหรือพยายามทำความเข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวยุคจะดีกว่าการที่ไม่พูดอะไรเลย หรือการเจียบเพียงเพราะว่ากลัวที่จะพูดผิด KI 2 กล่าวเพิ่มเติมว่า คนไทยที่ได้พบที่สื่อสารไม่ได้เลยคือตำรวจ (The most surprising people are the police officers. They do not have English at all. It's quite impossible to speak with them.)

เมื่อถามความคิดเห็นของ KI 2 เกี่ยวกับภาษาอังกฤษของคนไทยในฐานะครูสอนภาษาอังกฤษให้แก่คนไทย KI 2 ตอบว่า จากการพูดคุยกับคนไทยหลายคน พบว่า คนไทยมักจะคิดว่าการที่ได้อยู่ในใกล้ๆ กับเจ้าของภาษาจะทำให้พวกเขาได้ภาษาอังกฤษอย่างรวดเร็วเหมือนอาหารสำเร็จรูป ถึงแม้ว่าความคิดเช่นนี้จะมีส่วนถูกต้องบ้าง แต่ความพยายาม การฝึกฝน การนำไปใช้ด้วยตัวเองน่าจะมีส่วนสำคัญกว่า ("Not just by standing with a foreigner and taking time with the foreigner they would somehow acquire the language.") คนไทยเท่าที่ KI 2 พบมักไม่ค่อยพยายามเท่าที่ควรในการที่จะเรียนรู้หรือใช้ภาษาอังกฤษ (From my experience as a language teacher I feel that the majority of Thai people will not be willing to spend time or put in a very strong effort in acquiring language.)

## 2. การใช้ภาษาเฉพาะเรื่อง

### 2.1. การเรียกขาน (Addressing)

KI 2 กล่าวถึงความรู้สึกและความคิดเห็นเกี่ยวกับคำที่คนไทยมักใช้เรียกขานนักท่องเที่ยวดังนี้

Gentleman เป็นคำเรียกที่สุภาพ เป็นทางการและเหมาะสม KI 2 รู้สึกประทับใจที่ได้รับการเรียกขานอย่างสุภาพเช่นนี้ Papa เป็นคำเรียกผู้ที่ค่อนข้างมีอายุและเป็น "an endearing term" ถ้าตัว自己有อายุและถูกเรียกเช่นนี้ก็จะรู้สึกแปลกๆ เพราะคนเรียกไม่ใช่คนใกล้ชิดหรือมีความสัมพันธ์ทางสายเลือด แต่จะไม่รู้สึกไม่พอใจหรือขุ่นเคืองใจแต่อย่างใดเพราะเดาได้ว่าคนที่เรียกไม่มีภาษาอังกฤษมากพอ

Dad เป็นคำที่ผู้เป็นลูกเท่านั้นที่จะเรียกคำนี้ได้ ถ้าใครเรียกอย่างนี้ KI 2 จะรู้สึกว่าคนเรียกเข้าใจความเป็นส่วนตัวของเขาเกินไป 'Dad' เป็นคำที่คนในครอบครัวเท่านั้นจะใช้เรียกกันได้ KI 2 กล่าวว่า "I would feel offended if somebody called me Dad although I had children. It 's used for a family." เช่นเดียวกับคำว่า Uncle ซึ่งเป็นคำที่คนมีความสัมพันธ์ทางสายเลือดเป็นลูกเป็นหลานกันเท่านั้นถึงจะใช้เรียกกันเช่นนั้นได้แม้จะเป็นคำเรียกที่ไม่ถึงกับรับไม่ได้แต่ก็รู้สึกแปลก "offensive but odd."

**Young man** ถ้าคนที่เรียกมีอายุมากกว่าก็จะเป็นไร เป็นเรื่องธรรมดาที่คนอายุมากกว่าจะเรียกคนอายุน้อยกว่าด้วยคำนี้เพราะที่อเมริกาที่เรียกกันเช่นนี้ แต่ก็ขึ้นอยู่กับน้ำเสียงของคนเรียกด้วยว่าเรียกอย่างสุภาพด้วยเสียงปกติ หรือเสียงแบบแสดงอำนาจ

**Boy** นอกจากเด็กอายุต่ำกว่า 10 ขวบ ไม่มีใครอยากให้คนอื่นเรียกว่า Boy หรือ Girl เพราะถ้าไปเรียกคนที่มีอายุมากกว่านั้นเขาจะรู้สึกไม่พอใจเอามากๆ เพราะอาจมีความหมายว่าคนเรียกกำลังแสดงตัวว่ามีความเหนือกว่า (...quite offended to be addressed as Boy. It means I am superior, it means domineering.)

**Friend/Hello Friend** การเรียก Hello Friend หรือ Friend ไม่มีไรเพราะมีความเป็นไปได้ว่าความเป็นเพื่อนอาจเกิดขึ้นระหว่างคนแปลกหน้าหรือคนรู้จักกันก็ได้แต่ การทักว่า Papa, Mama, Dad, Uncle จะรู้สึกขัดหูขัดตาและจะรู้สึกแปลกๆ บางคนอาจไม่รู้สึกละไรมากเพียงแค่รู้สึกแปลกๆ แต่บางคนเขาอาจไม่ชอบเพราะมันไม่มีทางเป็นไปได้เลยว่าคุณจะสนิทสนมกันจะเกิดขึ้นได้ คนแปลกหน้ากันไม่มีทางมีความสัมพันธ์กันทางสายเลือดอยู่แล้ว ส่วนคำว่า **Darling** ถ้าผู้หญิงเรียกผู้ชายก็พอรับได้อาจจะรู้สึกแปลกเล็กน้อยว่าทำไมคนแปลกหน้าเรียกกันแบบนี้ แต่ด้วยความที่นักท่องเที่ยวเขามาเที่ยวเพื่อพักผ่อนอาจจะเห็นเป็นเรื่องขบขันหรือสนุกที่ถูกเรียกอย่างนั้นแต่ถ้าเป็นคนไทยผู้ชายเรียกนักท่องเที่ยวผู้หญิงอย่างนั้นเขาต้องไม่ชอบแน่ ๆ จะรู้สึกไม่ดีทันที จริงๆ แล้วคำนี้ค่อนข้างจะเป็นคำเรียกที่โบราณและใช้กับคนที่ผู้รักกันและมีความรู้สึกพิเศษต่อกันและกันเท่านั้น ดังนั้นถ้าคนไม่รู้จักกันเรียกกันอย่างนี้จะเป็สิ่งแปลก

**You** เป็นคำที่รุนแรงมากและสามารถทำให้ผู้ถูกเรียกไม่พอใจมาก KI 2 เล่าให้ฟังว่าตอนที่เขามาเมืองไทยใหม่ ๆ คนไทยหลายคนเรียกเขาอย่างนี้ รู้สึกไม่พอใจมาก เขาให้เหตุผลว่าเป็นคำเรียกที่ไม่สุภาพมากและยังรับไม่ได้อยู่จนถึงทุกวันนี้ (When I got here it got my nerves. *You or Hey You!* are very forward, pushy, aggressive to get somebody's attention. It means to me like "I have no time to be kind to you. I have no time to wait for your answer. I want to know right now. I want to get your attention now." Although I've been here for quite a while, I still find it very impolite and offensive.)

ส่วนคำว่า **Boss** เป็นคำที่ฟังแล้วขำเพราะเราไม่ใช่หัวหน้าหรือนายเขา แต่ไม่รู้สึกรู้ว่าคำนี้ไม่สุภาพแต่อย่างไรเพราะคนอเมริกันใช้คำนี้เรียกเพื่อนเป็นคำแสดง

การเรียกผู้หญิงว่า **Sir** เป็นคำเรียกที่ไม่เหมาะสม "Not acceptable and quite offensive" และอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวผู้หญิงคนนั้นไม่พอใจอย่างมากก็ได้ โดยเฉพาะเมื่อคนไทยพูดภาษาอังกฤษกับเขาได้เป็นประโยคแล้วแต่พอลงท้ายด้วยคำนี้เขาอาจเข้าใจว่าเราจงใจจะพูดหยอกอย่างไม่เหมาะสมได้ (It might be an honest mistake or on your purpose that you poke fun at them.) จริงๆ แล้วการจบประโยคด้วย Sir /Ma'am เป็นการทำให้ฟังดูสุภาพมากขึ้น แต่ถ้าพูดผิด เรียกผู้หญิงเป็น Sir แล้ว ไม่พูดคำนี้เสียจะดีกว่าเพราะประโยคที่พูดก็ยังคงสุภาพอยู่และดีกว่าใช้ผิดด้วย

การที่คนไทยเรียกขานนักท่องเที่ยวด้วยคำที่ไม่เหมาะสมหรือไม่สุภาพนั้น KI 2 ให้ความเห็นว่าคนไทยไม่ได้ตั้งใจและอาจเป็นเพราะเขาไม่รู้จริง ๆ (They don't try to be impolite. It's just they don't know it .) คนไทยเหล่านั้นพยายามที่จะสุภาพและเป็นมิตรและต้องการทางทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอย่างนั้นโดยการเรียกต่าง ๆ นานา ๆ ทั้ง ๆ ที่รู้ว่าถ้าแปลความหมายเป็นภาษาอังกฤษแล้ว หมายความว่าอย่างไร ทางที่ดีที่สุด คำที่เหมาะสมและปลอดภัยที่สุดคือคำว่า Sir /Ma'am ไม่ว่าจะเรียกใครก็ไม่ทำให้เขาขุ่นเคืองใจแน่นอน และถ้ารู้จักชื่อนักท่องเที่ยวแล้ว ใช้ชื่อเขาก็จะยิ่งดี เช่น Mr./ Mrs./ Miss ตามด้วยชื่อสกุล แต่การสอนให้คนไทยเรียกแบบนี้ค่อนข้างจะเป็นสิ่งที่ยากเพราะมีวัฒนธรรมการเรียกขานต่างกันมาก ดังนั้นคำที่ดีที่สุดคือ Sir /Ma'am

## 2.2 การใช้คำหรือวลีที่ไม่สื่อความในภาษาอังกฤษ (Using unfamiliar words or phrases)

คำหรือวลีที่ไม่สื่อความเมื่อใช้ในภาษาอังกฤษส่วนมากเป็นคำที่แปลมาจากภาษาไทยโดยตรง เช่น วลีที่ว่า “finished already” นั้น KI 2 เข้าใจเพราะความหมายค่อนข้างตรงไปตรงมา ยิ่งถ้ามีบริบทด้วยแล้วยิ่งไม่มีปัญหา อย่างไรก็ตาม ในฐานะครูสอนภาษาจะคำนึงถึงความหมายที่ซ่อนอยู่ลึก ๆ และความสำคัญของน้ำเสียงที่ใช้ ถ้าพูดด้วยน้ำเสียงที่ไม่ค่อยปกติในร้านอาหารจะหมายความว่า “กินหมดหรือเสร็จแล้วหรือ ทำไมกินเร็วจัง หิวมาจากไหนหรือ” KI 2 กล่าวอีกว่าคำแปลก ๆ ที่คนไทยใช้และมักจะแปลตรงมาจากภาษาไทยนั้น ถ้ามีบริบทช่วยจะเข้าใจ เช่น กรณีหญิงบาร์พูดว่า “She more beautiful. She have big milk.” เพราะบริบทค่อนข้างชัดเจนและภาษามือที่เข้าใจก็ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น คำบางคำที่บริบทไม่ชัดเจนเช่นการบอกเวลา หนึ่งทุ่ม เป็น One o'clock at night นั้น จะคิดว่าดีหนึ่ง แต่ก็ไม่น่าจะเป็นปัญหาอะไรถ้าถามกลับให้แน่ใจ ในกรณีนี้ก็ถามกลับว่า หมายถึงดีหนึ่งหรือเปล่า และคิดว่าถ้าถามกลับเช่นนี้ น่าจะมีโอกาสสูงที่จะเข้าใจถูกต้อง แต่คำบางคำที่แปลจากภาษาไทยและมีความหมายคนละเรื่องหรือให้ภาพที่ผิดไปจากสิ่งที่ต้องการสื่อก็จะไม่เข้าใจถึงแม้จะมีบริบทก็ตาม เช่นคำว่า “น้ำปลา” ถึงแม้จะเป็นบริบทของอาหารก็จะเข้าใจว่ากำลังพูดถึงปลาเป็นตัว ๆ ซึ่งชาวต่างชาติอาจคิดว่าเป็น “A cooked fish in water” (ทั้งนี้เพราะตำแหน่งการวางคำของภาษาอังกฤษและภาษาไทยต่างกัน ภาษาอังกฤษวางคำหลักไว้ในตำแหน่งหลังในขณะที่ภาษาไทยวางไว้ในตำแหน่งแรก การรับความหมายจึงยากที่จะทำได้ถ้าวางตำแหน่งคำผิดที่ – ผู้วิจัย) ไม่ใช่ปลา KI 2 ยกตัวอย่างคำศัพท์ที่คนไทยแปลตรงจากภาษาไทยอีกคำหนึ่งคือ ปลาจืด ซึ่งคนทางภาคอีสานจะใช้คำว่า Rotten Fish. “Isan people make direct translation. They would often offer me if I wanted rotten fish, which is actually fermented fish. When you make the direct translation, it's very very strange because you would never dream of eating something rotten. Now when you turn it around, fermented fish gives the meaning that it's edible, it's not the fish that is going bad.”

เมื่อยกตัวอย่างประโยคที่คนให้เช่าร่มบังแดดที่หาดกระзонอธิบายแก่นักท่องเที่ยว คือ Not same, not same. Hotel no have umbrella. This only Karon Umbrella Service Group, same same everywhere. No have umbrella for hotel. KI 2 บอกว่าเป็นการอธิบายที่เข้าใจยากมาก ไม่เข้าใจ หากใช้คำศัพท์หลักๆ เช่น belong คือ “These umbrellas belong to Kata Umbrella Group. They no belong to hotel.” อาจจะเข้าใจก็ได้

อย่างไรก็ตาม KI 2 กล่าวว่า การพยายามที่จะสื่อสารด้วยวิธีการแปลตรงจากไทยบ้าง ภาษาไม่ค่อยถูกต้องนัก ก็ยังดีกว่าการไม่พูดอะไรเลย ถ้ามีบริบทชัดเจน ใช้ภาษาท่าทางประกอบ หรือแม้แต่การเขียน การวาดรูป ก็จะช่วยให้เข้าใจได้ เมื่อถามว่า จะรู้สึก หงุดหงิด รำคาญหรือไม่ถ้าคนที่มีภาษาน้อยสื่อสารอย่างกระท่อนกระแท่น ใช้คำแปลกๆที่อาจไม่เคยได้ยินมาก่อน ใช้เวลานานกว่าจะคุยกันรู้เรื่อง เขายืนยันว่า ความพยายามที่จะสื่อสารจะแสดงออกถึงความเต็มใจที่จะให้บริการนักท่องเที่ยว แต่การไม่พยายามสื่อสาร การไม่พูดต่างหากที่สร้าง Frustration ให้แก่เขา

## 2.3 การใช้คำที่ผิดและรูปแบบที่ผิดในบริบท (Word errors VS Form errors) ถ้าคำ หรือ Form ที่คนไทยใช้ไม่ทำให้ความหมายแตกต่างไปโดยสิ้นเชิง จะเข้าใจได้ทั้งสองอย่าง โดยเฉพาะถ้าการสื่อสารนั้น ๆ มีบริบทที่ชัดเจนและมีการใช้ภาษาท่าทางช่วย หรือแม้กระทั่งการใช้รูปภาพ หรือการเขียน อย่างเช่นกรณีที่คนไทยคนหนึ่งทำงานในบาร์อธิบายถึงประเพณีกินเจ KI 2 กล่าวว่าจะไม่เข้าใจเลยถ้าไม่มีภาษาท่าทางประกอบ แต่ถ้ามีภาษาท่าทางประกอบจะเข้าใจได้ ถึงแม้ภาษาจะไม่ถูกต้องก็ตาม คำที่ทำหิ้ง คือ ‘fresh’ ไม่เข้าใจว่าอะไรที่ ‘fresh’ ลิ่นหรือ จริงๆแล้วใช้ว่า immediately/ back quickly จะเข้าใจชัดเจนมากกว่า หรือจะใช้วิธีถามกลับให้แน่ใจโดยเฉพาะเรื่องของการนัด

หมายเวลาเพราะต้องให้แน่ใจ ถึงแม้การบอกเวลานั้นของหมอนวดจะไม่ถูกและไม่ชัดเจน ถ้าถามกลับคงได้คำตอบที่ถูกต้อง

**2.4 การออกเสียง (Pronunciation)** KI 2 กล่าวว่า บางคำที่ออกเสียงไม่ถูกเอามาก ๆ ก็จะไม่รู้ความหมายของคำนั้น ๆ เลย ไม่เข้าใจ คำว่า / ฟิช/ (Fish) /เบต/ (Bread) /บาวเบต/ (Brown bread) /บิต/ (Beach) แต่พอพูดในบริบทจะพอเข้าใจความหมายได้ บริบทจะมีส่วนช่วยให้เข้าใจคำที่ออกเสียงผิดได้ดีขึ้น รวมทั้งการใช้ภาษาท่าทางช่วยด้วยก็จะทำให้เข้าใจกันได้ (Sign language, and trying to describe what you are talking about with your hands and body motion also real help. If I were to say “45 kilometer” and use my hands to help, the other person might think “length, size, distance.)

อย่างไรก็ตาม KI 2 พบว่า ปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งที่มักพบบ่อยๆเมื่อสื่อสารกับคนไทยคือ เมื่อ KI 2 ไม่เข้าใจอะไรและขอให้คนไทยคนนั้นพูดซ้ำอีกครั้ง พวกเขา มักจะพูดด้วยความเร็วเท่าเดิม ไม่พูดให้ช้าลง ไม่ว่าจะขอให้พูดซ้ำกี่ครั้งก็ตามและถึงแม้ว่าคนไทยจะพยายามออกเสียงให้ชัดก็ตามแต่ยังพูดเร็วเหมือนเดิม (Even though they try to say the word clearly, they don't stop at each syllable, e.g. Ki-lo-met. They would still say it very fast no matter how many times I ask them to repeat.) KI 2 ให้ความคิดเห็นต่อประเด็นนี้ว่า “The speed of what you are saying something really helps. That's not only word by word, but also phrase by phrase and sentence by sentence.” ถ้าคนไทยพูดให้ช้าลงเมื่อรู้ว่านักท่องเที่ยวไม่เข้าใจ ก็จะช่วยให้ชัดเจนขึ้น นักท่องเที่ยวเองก็อาจจะนึกออกว่าคำนั้นสะกดอย่างไร ถึงไม่ถูกต้องก็อาจเดาคำที่ออกเสียงคล้าย ๆ กันได้ และเมื่อนำมาคิดรวมกับบริบทและภาษาท่าทางที่คนไทยใช้ก็จะทำให้เข้าใจมากขึ้น นอกจากนี้ KI 2 ได้ให้ตัวอย่างเสียงบางเสียงที่คนไทยมักจะมีปัญหาในการออกเสียงและมักจะทำให้ความหมายสับสน ไม่ชัดเจน คือเสียง /v/ และ /w/ เช่นครั้งหนึ่งมีคนขับรถบอกเขาว่าเขาสามารถไปสนามบินด้วยรถตู้ว่า wan KI 2 เพิ่งมาเมืองไทยใหม่ๆ ยังไม่รู้ว่าคนไทยออกเสียง /w/ และ /v/ เป็นเสียงเดียวกัน จึงไม่เข้าใจและนั่งคิดตลอดเวลาที่รอรถว่าเป็นยานพาหนะชนิดไหน ไม่เคยรู้จักมาก่อนเสียงที่คนไทยมีปัญหาอีกสองเสียงคือ /ch/ และ /sh/ ซึ่งจะออกเสียงทั้งสองเสียงนี้เหมือนกัน นอกจากนั้นก็มักจะไม้ออกเสียงท้ายของคำ (final sound) เช่น คำว่า ‘bill’ จะออกเสียงเป็น “บิล” ทำให้บางครั้งยากที่จะเดาความหมายได้ โดยเฉพาะเมื่อไม่มีบริบท และภาษาท่าทางช่วย

**2.5 การแบ่งวรรคตอน (Pausing)** ผู้วิจัยนำตัวอย่างประโยคที่คนไทยพูดโดยไม่แบ่งวรรคตอนที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาทดสอบความเข้าใจของ KI 2 คือ “You want sit chair?” และ “You want sailing chair.” KI 2 กล่าวว่า ประโยคแรกจะคิดว่าคนถามกำลังเรียกลูกค้า ประโยคที่สองเข้าใจว่าเขาขายเก้าอี้ และ KI 2 ก็ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ถึงแม้การพูดของคนไทยจะไม่ค่อยถูกแต่อย่างที่บอกยก่อนหน้านี้คือ บริบทจะช่วยให้เข้าใจ ถ้าเขาพูดที่หาดก็จะเดาได้ว่าเขาชวนให้ซื้อหรือเช่าเก้าอี้ แต่ถ้าถามว่าพูดแบบนี้สุขภาพหรือไม่ ไม่ถึงกับสุขภาพแต่ก็ไม่ถึงกับหยาบคาย แต่นักท่องเที่ยวก็ทราบว่าคุณคนไทยพยายามดีที่สุดในที่ที่จะทำได้ แม้คนไทยจะไม่พูดว่า Please หรือ Would you like..? ก็ไม่คาดหวังว่าเขาจะรู้ภาษาสุขภาพเหล่านี้กันทุกคน แต่เขาใช้ภาษารวมแต่ไม่หยาบคายก็รับได้แล้ว อย่างไรก็ตามถ้าคนไทยมีภาษาที่ถูกต้องและสุขภาพด้วยก็จะยิ่งดีขึ้นจะทำให้ นักท่องเที่ยวอยากกลับไปใช้บริการอีกในครั้งต่อไปเพราะเกิดความประทับใจ KI 2 มีความคาดหวังว่า ในการสื่อสารกับคนต่างชาติต่างภาษาแต่ไม่มีภาษาพอ ภาษาศาสนาในงานบริการคือ รอยยิ้ม และการไม่พูดเสียงดังเกินไป ไม่ตะโกนใส่หน้า (yell at my face) หรือไม่เข้ามาใกล้เกินไป หากภาษาท่าทาง สีหน้าของคนให้บริการแสดงให้เห็นว่าพวกเขามีความเต็มใจและมีความสุขกับการให้บริการใน

ขณะที่ภาษาของเขาไม่ค่อยดีเท่าไร ยังจะดีกว่าและน่าประทับใจกว่าคนให้บริการที่มีภาษาดี พูด Please..thank you... ไวยากรณ์ถูกต้องแต่สีหน้า ภาษาท่าทางเหมือนไม่เต็มใจ

## 2.6 ความสามารถในการฟัง และการโต้ตอบ (Understanding and Responding)

ถ้าเปรียบเทียบระหว่างการพูดกับการฟัง KI 2 เห็นว่าคนไทยจะฟังดีกว่าพูด กล่าวคือฟังเข้าใจ แต่พูดไม่ค่อยได้ คนไทยที่ KI 2 คุยด้วยเมื่อมาเมืองไทยครั้งแรกทำให้ KI 2 เข้าใจว่าคนไทยเหล่านั้นเข้าใจเขาเป็นอย่างดี แต่พวกเขาไม่ทำให้รู้ด้วยคำพูดหรือท่าทางว่าเข้าใจ พวกเขาพยักหน้า ทำหน้าว่าเข้าใจ แต่พอเริ่มใช้บริการก็จะเงียบทันที ไม่พูดอะไรอีก “back to their shell” บางครั้งพูดอะไรไปก็ไม่ได้คาดหวังว่าคนไทยจะเข้าใจทั้งหมดแต่จริง ๆ แล้วพวกเขาเข้าใจ เพียงแต่ไม่พูดเท่านั้น ในขณะที่เดียวกันก็มีคนไทยอีกกลุ่มหนึ่งที่ตรงกันข้ามกับกลุ่มนี้อย่างสิ้นเชิง คือ KI 2 พูดอะไรไปแล้วคนไทยกลุ่มนี้จะมีท่าทางยอมจำนน (submissive) มองที่พื้นและพยักหน้า บางคนอาจไม่พูดอะไร ทำท่าพยักหน้าว่าเข้าใจ บางคนพูดตอบว่า “Yes... yes.” เมื่อ KI 2 ตรวจสอบกลับเพื่อให้แน่ใจว่าคนไทยเข้าใจหรือไม่ พวกเขาก็ยัง “Yes... yes.” หรือพยักหน้าเหมือนเดิมเพื่อจะบอกว่าเข้าใจ แต่เมื่อเหตุการณ์ดำเนินไปไม่ตรงกับที่พูดออกไป KI 2 มาทราบดีแล้วว่าจริง ๆ แล้วพวกเขาไม่เข้าใจเลย ที่เป็นเช่นนี้ KI 2 กล่าวว่าเป็นเพราะคนไทยเหล่านั้นต้องการให้ได้ลูกคำก่อน เรื่องข้างหน้าจะเป็นอย่างไรค่อยว่ากัน คนไทยกลุ่มนี้อาจใจโกง แต่คนไทยกลุ่มแรกที่เข้าใจแต่ไม่ตอบกลับเพื่อแสดงให้ทราบว่าพวกเขาเข้าใจมากแค่ไหน คิดว่าน่าจะเป็นเพราะภาษาเป็นอุปสรรค (language barrier) อย่างไรก็ตามในสถานการณ์เช่นนั้นภาษาท่าทางการพยักหน้าของคู่สื่อสารก็ช่วยให้รู้ว่าเขาเข้าใจ แต่ถ้าพวกเขาพูดพร้อมกับพยักหน้าด้วย เช่น I understand. I got it. I know where you want to go. Alright. ก็จะทำให้แน่ใจและมั่นใจมากขึ้น

สำหรับการตอบกลับ KI 2 ได้ยินคนไทยตอบกลับว่า I see กับ Alright บ้าง แต่ส่วนมากได้ยินว่า I know ซึ่งความหมายค่อนข้างจะไม่ดีและไม่เข้ากับความต้องการบอกว่า I understand. หรือ I see. แต่จะหมายความว่า “ฉันรู้แล้ว ฉันรู้ทุกอย่าง ไม่ต้องพูดก็ได้”

ในการสอบสวน เมื่อคนไทยไม่เข้าใจหรือไม่แน่ใจ ก็เคยได้ยินที่มีการถามกลับบ้าง แต่ส่วนมากแล้วจะไม่ถามทันทีที่ไม่แน่ใจ แต่จะถามหลังจากที่ได้ทำอะไรไปแล้วและเกิดความผิดพลาดหรือไม่ค่อยแน่ใจในสิ่งที่กำลังทำอยู่ (after they've run into a problem or conflict, not right after they are not sure or after they don't understand) เช่น คนขับรถ ทำท่าเข้าใจว่า KI 2 ต้องการไปที่ไหนโดย ขับพาไปเรื่อย ๆ สักพัก พอเริ่มไม่แน่ใจว่าใช้เส้นทางนี้หรือสถานที่นี้หรือไม่ ก็จะถามกลับตอนที่อยู่ในรถและไปจนถึงไหนต่อไหนแล้ว เป็นต้น KI 2 กล่าวด้วยความสงสัยว่าทำไมจึงไม่ถามกันให้แน่ใจก่อนที่ผู้โดยสารจะขึ้นรถ หรืออีกตัวอย่างหนึ่งคือพนักงานร้านอาหารคิดว่าลูกค้าสั่งเครื่องดื่มนี้และไม่ค่อยแน่ใจเท่าไร แต่ก็มักนำมาให้ก่อน ถ้าไม่ใช่สิ่งที่ลูกค้าสั่งค่อยนำมาให้ใหม่แทนที่จะตรวจสอบให้แน่ใจตอนที่ลูกค้าสั่งจะได้นำมาให้ถูกต้องตั้งแต่แรก KI 2 คิดว่าคนไทยที่ทำเช่นนี้ ไม่ได้ทำด้วยความตั้งใจแต่เป็นเพราะว่าพวกเขาอายุที่จะบอกว่า “I'm sorry I don't understand that.” “Could you repeat that?” “Can you say it again?” ค่าง่ายๆเช่น What ? หรือ I don't understand. คนไทยกว่า 90 % รู้จักประโยคนี้แต่ที่พวกเขาไม่พูดเพราะกลัวหรืออายมากกว่า

เมื่อขอให้ KI 2 สรุปความคิดเห็นโดยรวมของการใช้ภาษาของคนไทย เขากล่าวว่าเข้าใจภาษาอังกฤษของคนไทยประมาณ 90 % แต่จะมีปัญหากับคนไทยที่เงียบ ไม่พูด หรือพูดด้วยก็ไม่พูดด้วย “refuse to speak” เดินหนีไปเฉยๆ คนไทยที่มีปัญหาในการสื่อสารมากที่สุดคือตำรวจ จากประสบการณ์ไม่เคยมีครั้งใดที่คุยกับตำรวจเรื่อง เขาไม่มีภาษาเลย สองครั้งที่ตำรวจเรียกให้ KI 2 หยุดรถเพื่อจะอธิบายหรือบอกว่าไปตรงไม่ได้ หรือเลี้ยวซ้ายไม่ได้ เขาไม่สามารถพูดให้เข้าใจได้ ขณะที่ตำรวจเรียกให้ KI 2 หยุดรถนั้น เขา รู้ว่าต้องทำอะไรผิดแน่นอน แต่ไม่รู้ว่าทำอะไรผิด

“They couldn’t explain to me. They said “you” “no” and point, to their head and ask “understand?” They couldn’t get their point across.”

สิ่งที่ KI 2 ย้ำหลายครั้งว่าเป็นปัญหาที่ทำให้เขาอึดอัดกับข้อใจมาก คือการที่คนไทยไม่กล้าพูด ไม่มีความมั่นใจที่จะพูด และไม่มีความพยายามที่จะสื่อสาร เพราะความกลัวที่จะพูดผิด กลัวที่จะฟังไม่เข้าใจ เมื่อไม่พยายามที่จะสื่อสารก็ทำให้เกิด “frustration” ทั้งกับคนไทยและชาวต่างชาติ KI 2 กล่าวเพิ่มเติมว่าสิ่งที่สร้าง “frustration” ให้กับชาวต่างชาติมากที่สุดคือ เมื่อชาวต่างชาติถามอะไรไปแล้ว และคนไทยมีภาษาอังกฤษไม่พอที่จะเข้าใจ หรือพอที่จะตอบได้ ก็จะไม่พูดกับชาวต่างชาติเสียเลย คนไทยคิดว่าการไม่พูดจะดีกว่า (Thais decide not to speak anything because they think not speaking anything is better than making a mistake.) KI 2 เห็นว่าการไม่พูดอะไรเลยเป็นการเสียมารยาทมาก เขากล่าวย้ำว่า “Imagine if we speak to someone and that person doesn't speak with you, it's very rude.” และสำหรับการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวอาจคิดว่าการที่คนไทยไม่พูด คือการไม่พยายามที่จะสื่อสาร และการไม่พยายามที่จะพูดกับนักท่องเที่ยว นั้น อาจตีความได้ว่า “I can't do it and I'm going to close you out and if I can't speak English, it's better if I don't say anything”. การทำเช่นนี้ “would be very frustrated for most foreigners.” KI 2 กล่าวอีกว่า ถ้าคนไทยพูดภาษาอังกฤษไม่ได้ ก็สื่อสารด้วยภาษาไทยก็ยิ่งดี ใช้ภาษาท่าทาง การเขียน การวาดรูป หรืออะไรก็ได้ ยังจะดีกว่าการไม่พูดอะไรเลย นักท่องเที่ยวจะไม่โกรธแต่จะประทับใจถ้าเห็นว่าคนไทยพยายามอย่างเต็มที่ที่จะสื่อสารกับเขา (They would much rather have you speak in Thai, use your hands, use picture, use anything. In our mind it's much more polite and at least I see that you're trying and put effort. I won't get angry. They would always appreciate it if Thai people try to speak.)

## การใช้วัจนภาษา (The Use of Non-Verbal Language)

### 1. ภาพรวมของการใช้วัจนภาษา

KI 2 ให้ความคิดเห็นต่อภาพรวมของการใช้วัจนภาษาของคนไทยว่า คนไทยใช้วัจนภาษาช่วยในการอธิบาย หรือพยายามสื่อให้เข้าใจ แต่ถ้าเทียบกับชาวตะวันตกแล้ว คนไทยใช้ วัจนภาษาน้อยกว่าชาวตะวันตก อย่างไรก็ตาม KI 2 ไม่เคยพบเห็นคนไทยใช้วัจนภาษาที่หยาบคายหรือไม่เหมาะสม KI 2 รู้สึกดีต่อการใช้วัจนภาษาของคนไทย มีบ้างที่บางคนมองไปที่พื้น ไม่สบตาขณะสนทนา แต่เขาก็ไม่ได้คิดว่าคนไทยไม่ยอมพูดกับตน และอาจเป็นเนื่องมาจากวัฒนธรรมของคนไทยก็เป็นได้ KI 2 ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ไม่ว่าคนชาติใด ภาษาใด ถ้าขณะสนทนาพูดคุยกัน ไม่มีการมองหน้า หรือสบตาคู่สนทนาบ้าง ก็จะทำให้รู้สึกได้ว่า “Don't just talk at me, but talk with me.”

### 2. การใช้วัจนภาษาเฉพาะเรื่อง

#### 2.1 การยิ้ม (smiling)

KI 2 ให้ความคิดเห็นต่อการยิ้มในสถานการณ์ต่างๆ ดังนี้

- การยิ้มผิดที่ผิดทางจะทำให้เกิดความอึดอัดกับข้อใจ (frustration) ได้ โดยเฉพาะเมื่อนักท่องเที่ยวมีปัญหา หรือความไม่สะดวก นักท่องเที่ยวจะคิดว่า คนไทยไม่เห็นว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย หรือเป็นเรื่องตลก สำหรับคนไทย (Tourists would think that you are saying to them “I think it's funny that you have a problem”. I am stuck and you laugh at my inconvenience.)
- การยิ้มเมื่อไม่สามารถตอบกลับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวหงุดหงิดได้ ถ้ายิ้มอย่างเดียวโดยไม่บอกว่า เข้าใจหรือไม่เข้าใจ และก็ไม่รู้จะทำอย่างไรต่อ KI 2 บอกว่านักท่องเที่ยวเขามาเที่ยวเพียงไม่กี่วัน มีเวลาไม่มาก

จ่ายเงินมาแล้วก็ต้องอยากให้อุ้ม คงไม่มีนักท่องเที่ยวคนไหนที่จะอยากเสียเวลากับการสื่อสารที่ไม่รู้เรื่องเช่นนี้ ถ้าคนไทยไม่เข้าใจ หรือตอบไม่ได้ ก็ตอบเขาไปตรง ๆ จะดีกว่า เขาจะได้ไม่รู้สึกเสียเวลาในการเดาเอาเองว่า ที่อึมนั้นเข้าใจหรือไม่ หมายความว่าอย่างไร ประโยคง่าย ๆ เช่น I don't know. I'm sorry I don't understand. I will ask someone to help. หรือแม้กระทั่ง What? จะช่วยให้การสื่อสารมีความหมายขึ้นมาก

- การยิ้มเพื่อแสดงความขอโทษ (Smiling as a sign of apologies) โดยที่ไม่พูดอะไร เพียงแต่ยิ้มอย่างเดียว หลังจากที่คนไทยทำอะไรผิดพลาดไปแล้ว หรือเมื่อไม่เข้าใจปัญหาของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับไม่ได้เช่นกัน เพราะการทำเช่นนี้หมายถึงคนไทยไม่เห็นว่าเป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวได้รับจากความผิดพลาดนั้นมีความสำคัญ KI 2 อธิบายว่า “Doing this means you are not taking me seriously.” ถ้าจะให้ดีควรมีคำพูดด้วย เช่น “I don't understand” ซึ่งจะน่ายอมรับได้มากกว่าการยิ้มเพียงอย่างเดียว เพราะอย่างน้อยก็แสดงให้เห็นว่าคนไทยรับฟังปัญหาของนักท่องเที่ยว เพียงแต่ไม่เข้าใจเท่านั้น (It means “I am listening to you, but I'm sorry I don't understand. I am frustrated too.)
- บ่อยครั้งที่คนไทยหัวเราะหรือยิ้มเมื่อได้ยิน KI 2 พูดภาษาไทย แต่ KI 2 ก็ไม่โกรธ ตอนแรก ๆ รู้สึกหงุดหงิดนิดหน่อยแต่ตอนหลังเริ่มเข้าใจว่าคนไทยชอบให้คนต่างชาติพูดภาษาไทย คนไทยภูมิใจในภาษาไทย รักภาษาไทย จากประสบการณ์ของ KI 2 แค่ว่าพูดประโยคเดียวว่า สวัสดีครับ สบายดีไหม คนไทยก็จะประทับใจมาก เพราะ KI 2 มักจะได้รับคำชมว่าเขาพูดภาษาไทยได้ดี ถ้ามองในมุมกลับกันหากคนไทยพูดเพียง “สวัสดีครับ สบายดีไหม” เป็นภาษาอังกฤษ KI 2 จะไม่ชมว่าภาษาอังกฤษของคนนั้นดี
- การยิ้มเพื่อกลบเกลื่อนความไม่พอใจหรือความโกรธของคนไทย KI 2 กล่าวว่า ถ้าเป็นการยิ้มที่อึ้งจริง ๆ คิดว่าคนที่ไม่ใช่คนไทยจะไม่ทราบว่าเป็นจริง ๆ แล้วหลังรอยยิ้มมีอะไรที่ไม่พอใจอยู่ สำหรับคนต่างชาติโดยเฉพาะคนอเมริกันชอบที่จะให้คนไทยบอกตรง ๆ ว่าไม่พอใจ และเพราะอะไรมากกว่า และอธิบายให้ทราบที่ไปที่มา การซ่อนความไม่พอใจเมื่อชาวต่างชาติทำอะไรผิดหรือไม่เหมาะสมและไม่บอกให้เขาทราบว่าเพราะอะไรนั้น ไม่น่าจะดีเพราะชาวต่างชาติคนนั้นอาจไปทำเช่นนั้นกับคนไทยคนอื่น ๆ อีกได้ ถ้าคนไทยอธิบายชาวต่างชาติจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับคนไทยดีขึ้น แต่การบอกให้ทราบตรงไปตรงมาและการอธิบายนั้นจะต้องอธิบายดี ๆ “Keep calm” เช่น ถ้านักท่องเที่ยวจับหัวคนไทย อาจบอกเป็นภาษาง่าย ๆ ว่า “Touch head no good in Thailand.” หรือผู้หญิงที่ไม่ชอบให้นักท่องเที่ยวมาลวนลามแตะเนื้อต้องตัวก็ไม่ต้องแสดงออกไปตรง ๆ บอกให้เขาทราบ เขาจะเข้าใจและไม่ทำ อาจมีบางส่วนน้อยที่ยังทำอยู่ กรณีนี้ก็ไม่ต้องสนใจและ ไม่ต้องบริการนักท่องเที่ยวคนนั้นอีกต่อไปเพราะเขาไม่ให้เกียรติเรา

2.2 การมองตา (Eye Contact) KI 2 กล่าวว่า การมองตาขณะสนทนาเป็นเรื่องสำคัญ ถ้าคู่สนทนาไม่มองหน้า ไม่มองตา จะรู้สึกว่าเขาไม่สุภาพ “It's like “you are not talking to me”.

2.3 การใช้ท่าทางที่ไม่เหมาะสม (Using appropriate gestures) KI 2 ให้ความคิดเห็นต่อการใช้ท่าทางของคนไทยในสถานการณ์ต่างๆ ดังนี้

- ไม่เคยเห็นคนไทยใช้ภาษาท่าทางมากเกินไป และไม่คิดว่าคนไทยใช้ภาษาท่าทางมากเกินไปด้วย การใช้เครื่องคิดเลขจิ้มตัวเลขโดยไม่พูดอะไรก็ได้เพราะเป็นการสื่อสารได้ตรงความหมายแต่อาจจะรู้สึกถึงความห่างเหินของคู่สื่อสารบ้าง (a little cold) การทำเช่นนี้ไม่ทำให้ถึงกับไม่พอใจ แต่ถ้าเทียบกับคนที่เขาจิ้มเครื่องคิดเลขให้ดูและพูดไปพร้อมๆ กันด้วย คนหลังนี้จะน่าประทับใจกว่าและน่าจะทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับไปซื้อของหรือใช้บริการของเขาก

- การยื่นมือมารับของหรือยื่นของให้โดยไม่พูดใด ๆ เลยนั้น ไม่ถึงกับขุ่นเคือง (offensive) แต่ KI 2 เองจะชอบและกลับไปใช้บริการของคนที่ถูกด้วยมากกว่า (I don't take offense to it but I would come back to people who speak with us.) ก่อนมาเมืองไทย KI 2 มีภาพว่าเมืองไทยเป็นเมืองแห่งรอยยิ้ม แต่พอเจอคนตรวจคนเข้าเมือง เขาไม่พูดอะไร ไม่ยิ้ม ประทับตราหนังสือเดินทางอย่างเดียว ถ้าพูดกับนักท่องเที่ยวบ้างก็จะดี แต่ก็ไม่ได้คิดว่า "Oh no this would be terrible, no one in Thailand smiles" KI 2 คิดว่าคนตรวจคนเข้าเมืองของประเทศเหมือนกันคือ มี "stone face" จึงไม่ได้คาดหวังอะไร แต่ถ้าได้รับการทักทายเมื่อเข้าประเทศเป็นจุดแรกน่าจะดีกว่า KI 2 บอกว่า "It would be nicer if they say Hello and greeted you." ในโรงแรมก็เช่นกัน ถ้าแค่นั่งแบบฟอร์มให้กรอกโดยไม่พูดอะไร ก็จะดูเย็นชา (It's a little bit cold and disappointing. It's not terrible but it would be nicer and better and make people come back.)
- การพยักหน้าอย่างเดียวโดยไม่พูดว่าเข้าใจหรือเปล่านั้น เป็นการยากที่จะรู้ได้ว่าจริง ๆ แล้วคนไทยเข้าใจหรือเปล่า จากประสบการณ์ KI 2 ไม่คิดว่าในสถานการณ์เช่นนั้นคนไทยเข้าใจ ถ้าพูดอะไรออกมาพร้อมกับการพยักหน้าจะดีกว่า (I'd prefer them to say something.)
- การพยักหน้าให้เดินตามก็เช่นกัน อาจไม่เข้าใจว่าเขาหมายความว่าอะไร แต่ก็ดีกว่าการไม่ทำอะไรเลย ประสบการณ์ที่ไม่ชอบมากคือ การที่คนขับรถจับแขนหรือเอามือมาแตะหลังหรือที่กระเป๋านำไปขึ้นรถ รู้สึกว่าเขาปฏิบัติกับเราเหมือนเด็ก ๆ ที่ช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ เราโตแล้ว แคบอกเราว่ารถจอดอยู่ที่ไหน ก็จะเดินตามไปได้โดยไม่ต้องจูงแขนไป ถ้าตกลงแล้วว่าจะไปก็หมายความว่าไปไม่เปลี่ยนใจไปกับคนอื่นแน่นอน เช่นเดียวกัน ถ้าไม่ไปก็จะบอกว่าไม่ไปตั้งแต่แรก
- การเดินจากไปเฉย ๆ เมื่อไม่เข้าใจเป็นสิ่งที่ไม่สุภาพมาก อยากให้คนไทยบอกตรง ๆ ว่า ไม่เข้าใจ ถ้าพูดภาษาอังกฤษไม่ได้ก็พูดภาษาไทยและทำท่าทางก็ได้ อย่าเดินจากไปเฉย ๆ โดยไม่พูดไม่จา

#### 2.4 การรักษาระยะห่าง (Spacing)

KI 2 ให้ความเห็นต่อการรักษาระยะห่างในสถานการณ์ต่างๆ ดังนี้

การที่คนไทยกอด จูบแก้ม หรือ จับตัวนักท่องเที่ยวนั้นต้องดูก่อนว่านักท่องเที่ยวรับได้หรือเปล่า หรือเขามากับใคร ถ้ามากับภรรยาเขาอาจรู้สึกอึดอัด ภรรยาเขาก็คงไม่ชอบ การที่คนเพิ่งรู้จักกัน หรือคนแปลกหน้ามากอด หรือจูบกัน เป็นการกระทำที่ค่อนข้างจะ แปลก (odd and strange) แต่ถ้านักท่องเที่ยวกระทำก่อน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากยุโรปซึ่งการกอด จูบ เป็นวัฒนธรรมของเขาอยู่แล้ว และคนไทยเองก็ไม่ถือ ก็ไม่เป็นไร เขาอาจจะทำเพราะต้องการขอบคุณจากใจจริงของเขา (show their real appreciation) ที่มีต่อการต้อนรับและบริการที่ดีของคนไทยก็ได้ สำหรับ KI 2 นั้น เขาไม่เคยกอด หรือจูบคนไทย เพราะถือว่าเป็นคนแปลกหน้ากัน คนอื่นที่ทำอาจเป็นเพราะต้องการแสดงความขอบคุณและความประทับใจที่มีต่อคนไทยดังกล่าวมาแล้ว

#### 2.5 การใช้น้ำเสียง (Using Voice) KI 2 ให้ความเห็นต่อการใช้น้ำเสียงของคนไทยในสถานการณ์ต่างๆ ดังนี้

- การตะโกนเพื่อเรียกหรือชักชวนให้ใช้บริการนั้นไม่สุภาพ แต่เท่าที่เห็นมาคนที่ทำเช่นนั้นที่นั่นที่ได้ลูกค้ามากกว่าที่แยที่สุดคือคนของร้านตัดเสื้อและคนขับรถ KI 2 บอกว่าน่าจะทราบว่ถ้านักท่องเที่ยวต้องการใช้บริการเขาจะถามเอง (The worse are tailors and drivers. They treat us like an idiot, like we are not smart enough to look and read. If we want it we will ask for it.)
- การตะโกนไปมาต่อหน้า หรือกับคนอื่นบริเวณใกล้เคียงนั้นไม่สุภาพ เช่นถ้าเขาไม่เข้าใจก็ไม่ควรตะโกนไปหลังร้านเพื่อถามคนอื่น ควรบอกให้เขกรอแล้วเดินเข้าไปถามเขา ๆ แล้วจึงค่อยกลับมาบอกหรือให้คนอื่นมาช่วย ประโยค



ง่ายๆ เช่น “I’m sorry.” “I don’t understand.” “I’ll ask somebody to help.” หรือ ลื่น ๆ ว่า “I’m sorry.” “One moment, please.” แล้วค่อยเข้าไปเรียกคนอื่นมาช่วย กลับมาแล้วบอกว่า “Thank you for waiting.” เป็นสิ่งที่ดีที่สุด การตะโกนเช่นนี้ไม่ว่าจะเป็นภาษาหรือวัฒนธรรมใดก็ไม่สุภาพ (It’s very rude to shout, no matter what language you use.)

- การที่คนไทยพูดเสียงเบาเกินไปอาจเป็นเพราะไม่มีความมั่นใจ หรือกลัวนักท่องเที่ยว และอาจเป็นเพราะไม่มั่นใจภาษาของตัวเอง อาจไม่ยอมให้ใครทราบบว่าพูดผิด
- การเงียบเมื่อไม่เข้าใจไม่ใช่วิธีการที่ดี ควรจะพูดอะไรสักอย่าง (When Thai people don’t understand, it’s better if they say something. Don’t be silent.)

KI 2 สรุปในส่วนของการใช้วลีภาษาว่า การใช้ภาษาท่าทางนั้น ช่วยให้การสื่อสารบรรลุผลได้ก็จริงแต่การให้คำพูดประกอบด้วยจะดีกว่า และน่าประทับใจกว่า ทั้งสองอย่างต้องไปด้วยกัน อวัจนภาษาบางอย่างอาจตีความได้หลายอย่าง เช่น การพยักหน้าโดยไม่พูดอะไร อาจหมายความว่า “I agree.” หรือ “I have a secret.” หรือ “I know.” หรือ แม้แต่ “Follow me.” นอกจากความหมายจะแตกต่างกันแล้วการใช้วลีภาษาอย่างเดียวกันอาจทำให้การสื่อสารดูเย็นชา เหมือนไม่ใส่ใจ ไม่เต็มใจให้บริการ การมีคำพูดประกอบจะช่วยให้ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น

### ค. วัฒนธรรมในการสื่อสาร (Intercultural Communication)

#### 1. ภาพรวม

ในความคิดเห็นของ KI 2 ต่อประเด็นทางวัฒนธรรมของคนไทยนั้น เขากล่าวว่า คนไทยมีความภูมิใจในวัฒนธรรมของตนมากและยังมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยอยู่มาก คนไทยจะให้ความเป็นมิตรกับคนชาติอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าชาวต่างชาติรู้และเห็นคุณค่าของความเป็นไทย หรือความเก่งของคู่สื่อสาร จากประสบการณ์ได้พบว่า เมื่อบอกคนไทยว่าอาหารที่เขาทำอร่อยมาก หรือ เขาเป็นคนดี น่าเชื่อถือ คนคนนั้นจะกลายเป็นเพื่อนกับคนพูดไปจนชั่วชีวิต (You have a friend for life.) ในขณะที่เดียวกัน KI 2 ได้พบสิ่งที่ตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมของเขาเองและเขาค่อนข้างประหลาดใจมาก (shocked) คือ คนไทยจะเข้มงวด (strict) กับกฎเกณฑ์หรือความเชื่อทางวัฒนธรรมและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างดี แต่กลับละเลย ไม่เข้มงวด ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ของสาธารณะ เช่น ทำผิดกฎจราจร ไม่สวมหมวกกันน็อค ไม่เข้าแถว และลัดคิวคนอื่นโดยไม่สนใจว่าใครมาก่อนมาหลัง พอเป็นเรื่องของการแตะศรีษะ การเดินผ่านหน้าผู้ใหญ่ การไม่ตั้งคำถามกับผู้ใหญ่ การไม่แสดงความคิดเห็นต่อผู้ใหญ่ คนไทยกลับทำตามเป็นอย่างดี KI 2 กล่าวว่า ไม่ได้คิดว่าคนไทยกำลังทำสิ่งที่ผิด เพียงแค่แปลกใจและตกใจเท่านั้น (I respect it, but just shocked) เพราะเป็นการกระทำที่ตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมตะวันตก แต่นี่คือความเป็นไทยอย่างหนึ่งที่ยังคงอยู่ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ไม่ดีแต่อย่างใด เรื่องของวัฒนธรรมเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ต้องอาศัยความเข้าใจซึ่งกันและกัน

#### 2. ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมในการสื่อสาร

##### 2.1 การทักทายและการกล่าวลา (Greetings and saying goodbye)

KI 2 ให้ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมการทักทายและการกล่าวลาของคนไทยในสถานการณ์ต่างๆ ดังนี้

- การไหว้เป็นสิ่งที่สวยงามมากโดยเฉพาะคนที่ทำด้วยความจริงใจ (genuine) จะยิ่งดูสง่างาม (elegant) KI 2 คิดว่านักท่องเที่ยวประทับใจการไหว้ของคนไทยตั้งแต่เมื่อเห็นครั้งแรก รู้สึกว่าได้กลับไปในยุคอดีตอีกครั้งซึ่งเป็นยุคที่ผู้คนมีเวลาทักทายกัน พูดคุยกัน การทักทายหรือลาจากกันโดยการจับมือก็ดี แต่นักท่องเที่ยวอาจคิดว่าธรรมดา เขาได้พบเห็นอยู่บ่อย ๆ เกือบจะทุกวันที่บ้านเมืองเขา อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะทักทายหรือลาด้วยวิธีใดก็ตามทั้งนั้น เช่น ถ้าจับมือกันนักท่องเที่ยวก็จะรู้สึกใกล้ชิดกับคนไทยมากขึ้นเพราะเขาเคยชินกับการทักทายและการลาแบบนี้ ไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่

สำหรับเขา แต่ถ้าคนไทยไหว้ ก็จะดีอีกแบบหนึ่ง จะรู้สึกว่าคุณคนไทยมีวัฒนธรรมของตัวเอง คนไทยจะได้ภูมิใจในความเป็นคนไทย เสมือนว่าคนไทยให้เวลากับผู้มาเยือนให้ผู้มาเยือนมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมของไทย เป็นต้น

- คนไทยที่พบส่วนมากมักจะยิ้มและกล่าวสวัสดิ์พร้อม ๆ กับไหว้ แต่ถ้าเจอแบบไหว้เฉย ๆ โดยไม่พูดไม่ยิ้มอะไร ก็คงดูไม่จริงใจ เท่าไรนัก อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบกับการจับมือแล้ว ถึงแม้คนไทยจะไหว้โดยไม่พูดไม่ยิ้มก็ยังดูสวยงาม น่าสนใจและดูสุภาพกว่า

- มาอีกคือ Please come back. ส่วน Where you go? จะเข้าใจว่าเขาต้องการจะขายทัวร์ให้การที่คนไทยบางคนพูดหลังการกล่าวคำว่า "I'm sure you will come back" แปลกมาก ไม่ควรพูดแบบนี้เพราะมีความหมายว่า ยังไง ๆ คุณก็ต้องกลับมาจ้อเรา มาหาเราจนได้เหมือนกับจะสื่อว่า "We got you" ฟังดูเป็นการจู่โจมและตรงเกินไป (too direct) ที่ควรพูดถ้าต้องการให้เขากลับ

## 2.2 การเรียกขาน (ดูข้อ ก. การใช้วัจนภาษา)

### 2.3 การเข้าไปหา (Approaching)

ถ้าเข้ามาหาและตามด้วยการชักชวนให้ใช้บริการหรือซื้อสินค้าอย่างสุภาพก็รับได้ เพราะเข้าใจว่าการทำธุรกิจจะอยู่เฉยๆ ไม่ได้ การเข้าไปพูดจูงใจนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าคือการทำงานอย่างหนึ่ง เพียงแต่ควรทำอย่างสุภาพ และอย่าตอแยมากเกินไป ต้องมีขอบเขตบ้าง ถ้าเป็นเช่นนั้นก็รับได้ แต่จริง ๆ แล้วจากประสบการณ์ที่ผ่านมา KI 2 พบว่าคนขายของ และคนขายบริการส่วนมากไม่เป็นเช่นนั้น เขาจึงต้องเรียนรู้ที่จะไม่ใส่ใจฟัง ไม่สนใจ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาภูเก็ตครั้งแรกบางคนอาจรู้สึกหงุดหงิด และรู้สึกไม่ดี (get a bad feeling)

### 2.4 การตอบกลับ (Responding) KI 2 ให้ความคิดเห็นต่อการตอบกลับของคนไทยในสถานการณ์ต่าง ๆ ดังนี้

- ถ้าคนไทยไม่ฟังคำถามก่อนตอบและตอบตามความคิดของตนเองที่เตรียมไว้ ก็จะไม่โกรธแต่จะพยายามถามเขาซ้ำ ๆ อีกครั้ง หรือสองครั้ง หลังจากถามซ้ำหลายครั้งแล้วเขายังตอบเหมือนเดิมเรื่อย ๆ ก็หมายความว่า เขาไม่ฟังที่เราพูด จะรู้สึกว่าคุณ และเดินไปหาร้านอื่นหรือคนอื่นแทน (Responding right away without understanding is frustrating)
- ถ้าคนไทยไม่เข้าใจแล้วหันไปถามคนอื่นที่อยู่ใกล้ ๆ กัน KI 2 รับได้ เป็นเรื่องธรรมดามากที่จะทำเช่นนั้น แต่ถ้าบอกนักท่องเที่ยวสักนิดว่า "Moment, please." แล้วค่อยเดินไปถามคนอื่นจะดีกว่า
- การตอบกลับด้วยความเงยหน้านั้นไม่ดี เขาบอกว่า "... frustrating. You should say something."
- การต่อรองราคาแล้วทำท่าเดินจากไปเพื่อจะสื่อว่าไม่สนใจจะซื้อนั้น KI 2 กล่าวว่า ในวัฒนธรรมของเขาก็จะทำท่าเดินจากไปเหมือนกัน แต่คนขายของจะไม่เดินตามเพื่อขอให้กลับไปซื้อของในราคาที่ต่ำลง ตรงกันข้ามกับที่เมืองไทย ถ้านักท่องเที่ยวทำท่าเดินจากไป ไม่สนใจซื้อแล้ว คนขายของก็จะเดินตามไปบอกว่าจะลดราคาให้อีก
- การที่คนไทยมีปฏิกิริยาตอบกลับเมื่อถูกดูหมิ่น เหยียดหยามจากนักท่องเที่ยว KI 2 กล่าวว่า เขาเข้าใจที่คนไทยจะรู้สึกไม่พอใจและได้ตอบกลับ เป็นเรื่องธรรมดาที่เมื่ออีกฝ่ายไม่สุภาพ หยาบคาย อีกฝ่ายหนึ่งก็มีสิทธิที่จะได้ตอบกลับเช่นนั้นด้วยเหมือนกัน (Those tourists can expect Thai people to be rude back to them. They should not be surprised if Thais do the same thing back.)

### 2.5 การขอให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Requesting you do something) (ดูในส่วนของการใช้วัจนภาษา ข้อ ก)

### 2.6 การให้ข้อมูล (Giving information)

KI 2 เล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการให้ข้อมูลของคนไทยว่าไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น ครั้งหนึ่งคนขับรถสามล้อ

บอกราคาว่า “25 baht two people” แต่ตอนเก็บค่าโดยสารกลับเรียกเก็บ 50 บาท ตอนนั้น KI 2 โกรธแต่ก็ให้เงินเขาไป 50 บาท รู้สึกผิดหวังมาก คิดว่าอาจจะเป็น กลลวงของเขาก็ได้ที่ทำเช่นนั้นกับนักท่องเที่ยว และอีกครั้งหนึ่งเคยบอกให้รถตุ๊กตุ๊กไปส่งที่บ้านพักซึ่งช่วงนั้นยังใหม่สำหรับเส้นทางในภูเก็ต คนขับรถพาไปอีกทางหนึ่งซึ่งมาทราบตอนหลังว่าสามารถไปถึงได้เหมือนกัน แต่ตอนนั้นไม่รู้ก็เลยหงุดหงิดและบอกเขาว่าไม่ใช่ทางนี้ KI 2 คิดว่าคนขับตุ๊กตุ๊กจะพาเขาไปที่อื่นที่ไม่อยากไปจะทำให้เสียเวลา ก็เลยเถียงกัน คนขับรถก็ไม่ไหวด้วย บอกให้ KI 2 ลงจากรถและจ่ายเงินให้เขา แล้วเขาก็ทิ้ง KI 2 ไว้ตรงนั้น ถ้าคนขับรถให้ข้อมูลตั้งแต่ต้นว่าสามารถไปได้หลายทาง ก็คงไม่เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นขึ้น บ่อยครั้งที่คนไทยไม่ให้ข้อมูล ไม่ให้ทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว และตัดสินใจแทนนักท่องเที่ยว (He didn't follow my rule or direction. In most cases, it's okay for the driver to take a shortcut or a different route, but the foreigners don't know well enough about the route. So the driver should give this information before they make a decision. The foreigner would love it if they could get their faster or safer. It's always nice to get an option, for example, “I can get you there faster, but you owe me more.” or “It will be longer to go this way but it's safer.” Tourist should get this information before they get into the car.”

เพื่อนของ KI 2 ก็เคยพบกับประสบการณ์ทำนองเดียวกันเมื่อเธอสมัครขอใบอนุญาตอะไรสักอย่างซึ่งต้องใช้รูปประมาณ 6 ใบ ครั้งแรกเจ้าหน้าที่ไม่ได้บอกก่อนว่าไม่ให้ยิ้ม เธอต้องเสียเงินค่าถ่ายรูปครั้งนั้นไป 800 บาท และถ่ายใหม่โดยไม่ยิ้ม ครั้งที่สอง เธอไม่ยิ้มแต่เธอรอบผมไว้ข้างหลัง เจ้าหน้าที่ก็ไม่ยอมรับรูปของเธออีกและบอกว่ารอบผมไม่ได้ เธอเริ่มรู้สึกไม่ดีอย่างมากที่ต้องเสียเงินอีก 800 บาทไปเปล่าๆ เธอจึงต่อว่าเจ้าหน้าที่ว่าทำไมไม่ให้ข้อมูลเหล่านี้ตอนที่เธอมาติดต่อขอใบสมัครและรายละเอียดก่อนที่เธอจะไปถ่ายรูปและเธอจะไม่ยอมเสียเงินถ่ายรูปใหม่อีกครั้งนอกจากหน่วยงานนั้นจะจ่ายเงินให้ และเธอบอกว่าไม่น่าเชื่อที่หน่วยงานนั้นให้เงินค่าถ่ายรูปเธอมาอีก 800 บาทเพื่อถ่ายรูปใหม่อีกครั้ง KI 2 กล่าวว่า จากประสบการณ์ที่ได้รับหลายครั้งนั้นสังเกตว่าคนไทยจะไม่ให้ข้อมูล ไม่อธิบายจนกระทั่งได้เกิดข้อผิดพลาดขึ้นแล้ว

## 2.7. การบอกทาง (Telling Direction)

การบอกทางของคนไทย ไม่แน่นอน (exact) มีลักษณะไม่ชัดเจนเป็น “...something very vague... not specific...” และใช้จุดสังเกต (landmark) อย่างเดียวคือไฟจราจร ไม่ค่อยบอกระยะทางและระยะเวลาเดินทาง KI 2 เล่าประสบการณ์ให้ทราบว่า บ่อยครั้งที่เขาหลงทางเพราะถามทางจากคนไทย คนไทยจะบอกทางเขาอย่างลอย ๆ ไม่ชัดเจน พอเดินตามที่คนไทยบอกก็หาสถานที่ไม่เจอ พอถามอีกคนหนึ่งก็จะบอกให้เดินกลับทางเดิมอีก กลับไป กลับมาอยู่อย่างนั้น KI 2 ใช้วลีว่า “Back and forth two or three times.” ถ้าถามคนไทยสองคนที่อยู่ในบริเวณเดียวกันก็มักจะไม่ได้คำตอบที่เหมือนกัน คนหนึ่งบอกทางหนึ่ง อีกคนบอกอีกทางหนึ่งซึ่งตรงกันข้าม KI 2 กล่าวว่า โดยปกติแล้วถ้าคนไทยไม่ค่อยแน่ใจก็จะไม่พูดอะไร แต่กับการบอกทางไม่ทราบเพราะเหตุใดคนไทยถึงมักจะบอกทั้ง ๆ ที่ไม่รู้หรือไม่แน่ใจ KI 2 พูดเชิงวิพากษ์ว่า “And I don't know what it is about directions that makes Thai people feel like “Oh! I'm pretty confident about this.” และ “I just have to tell them something. Don't go away from me.” บางครั้งดูเหมือนคนไทยจะเข้าใจในสิ่งที่ถามว่าคนถามต้องการไปที่ไหน แต่จริง ๆ แล้วไม่เข้าใจ อาจเป็นไปได้ว่าคนไทยเกิดความกดดันจากความคิดที่ว่าถ้าชาวต่างชาติถามทางแล้วบอกเขาไม่ได้เขาก็จะไม่ยอมไปไหน (He won't go away if I don't tell him something.) KI 2 เข้าใจว่า คนไทยอาจคิดว่าการไม่พูดอะไรแล้วเดินหนีไปเมื่อใครถามอะไรนั้นเป็นการเสียมารยาท จึงต้องพูดหรือบอกอะไรเขาไปสักอย่างแม้จะไม่รู้จริงก็ตาม แต่น่าแปลกที่ถ้าเป็นเรื่องอื่นคนไทยจะไม่พูดหรือเดินหนีไปเลย ๆ มีบางคนเท่านั้นที่บอกว่าเขาไม่รู้ KI 2 บอกว่า “There are some who don't know and they smile, shake their head and say “No”.” ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีมากที่ไม่ว่าใครก็บอกตรงๆว่าไม่รู้ เพราะนักท่องเที่ยว

เที่ยวเดินทาง นั่งรถ นั่งเครื่องบินมาหลายชั่วโมง ต้องแบกกระเป๋า ข้าวของหนัก แต่คนไทยกลับบอกทางให้เขาแบบผิด ๆ ทำให้เขาต้องเหนื่อยกับการเดินกลับไปกลับมา หาโรงแรมไม่เจอ นักท่องเที่ยวจะรู้สึกที่ “I am tired and want to be in a hotel room. I have no time to waste.” และจะไม่เกิดความประทับใจ

ในการบอกทาง คนไทยส่วนใหญ่มักพูดเพียง “walk that way and turn left” หรือ “walk down and turn right and then turn left.” ไม่มีการบอกระยะทางไม่ว่าจะเป็นเมตร กิโลเมตรหรือบอกเป็นระยะเวลา “Distances and time are not included” หรือถ้าบอกก็ไม่แน่นอนว่าไกลเท่าไร ก็เมตรกันแน่ มีครั้งหนึ่ง คนหนึ่งบอกว่า 500 เมตร อีกคนหนึ่งบอกว่า 2500 เมตร ทั้ง ๆ ที่บอก ณ จุดเดียวกัน ไม่บอกระยะเวลาที่นำไปให้พอเดาได้ว่าอยู่ประมาณตรงไหน

## 2.8 การอธิบาย (Explaining)

จากประสบการณ์ของ KI 2 พบว่าคนไทยมักอธิบายอะไรสักอย่างให้ทราบก็เมื่อได้ทำอะไรไม่ถูกไปแล้ว หรือพลาดไปแล้ว และมักจะไม่บอกเหตุผล ที่มาที่ไป ต้องถามหลายคำถามถึงจะรู้ข้อมูลจริงๆ “Naturally, Thais don't give reason. I have to ask for reasons. Very often they can explain to you but they wouldn't tell you until you ask them and dig deep. I don't think it's natural for Thais to give examples or reasons. เช่นนักศึกษาบอกว่าวันลอยกระทงคือวันที่เอากระทงไปลอยน้ำ แต่นั่น ต้องถามต่ออีกหลายคำถามถึงจะรู้ความเป็นไปเป็นมาจริงๆ ต้อง “dig deep to get information.”

## 2.9 การจัดการกับปัญหา (Dealing with Complaints)

KI 2 กล่าวว่า การจัดการกับปัญหาของคนไทยก็เหมือนกับการอธิบายที่คนไทยไม่บอกที่มาที่ไปของปัญหา ไม่บอกว่าจะจัดการอย่างไร ต้องถามและถามถึงจะรู้ “It's a little bit frustrating.” ถ้าการที่คนไทยไม่บอก ไม่อธิบายสาเหตุหรือแม้แต่วิธีการจัดการกับปัญหาของนักท่องเที่ยวเพราะคนไทยมีภาษาไม่พอก็ไม่เป็นไร พอเข้าใจได้ เพราะอย่างน้อยคนไทยก็จัดการแก้ไขให้ แต่ถ้าเขาบอกว่าเป็นเพราะอะไร จะแก้ไขหรือทำอะไรต่อไป ใช้เวลานานเท่าไร ก็จะได้มากกว่า

## 2.10 การเสนอให้ความช่วยเหลือ (Offering help)

- KI 2 เคยมีประสบการณ์ที่คนไทยให้ความช่วยเหลือแล้วมีจุดประสงค์แอบแฝงอยู่ ตอนนั้นกำลังลงจากเรือเพื่อขึ้นไปหาที่พักในเกาะแห่งหนึ่ง มีคนไทยคนหนึ่งเข้ามาช่วยและบอกว่าถ้าต้องการที่พักเขาจะช่วยพาไป ซึ่งก็ดีที่เขามาช่วยเพราะตอนนั้นไม่รู้จะไปพักที่ไหนดี
- การที่คนไทยเสนอให้เดินทางแถมฟรี KI 2 คิดว่า แปลกและไม่แน่ใจว่าควรเชื่อเขาหรือไม่ ทำไมเขาต้องมาเสนอให้ฟรี ๆ ทั้ง ๆ ที่เขาก็ต้องทำมาหากิน จะมาเสียเวลาทำไม การแสดงน้ำใจเป็นสิ่งที่ดีแต่ถ้าไม่บอกกันก่อนว่าเพราะอะไร ก็จะก่อให้เกิดสงสัยและไม่ไว้ใจ การชวนกินข้าวก็พบบ้างที่ต่างจังหวัดทางอีสาน ที่นั่นจะไม่รู้สึกแปลกอะไร เพราะได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับน้ำใจของคนต่างจังหวัดมาบ้างแล้ว แต่ถ้าเป็นที่กรุงเทพ หรือเมืองท่องเที่ยวอย่างภูเก็ต จะรู้สึกแปลกทันทีเพราะคิดว่าตอนนี้ชีวิตของคนในเมืองเปลี่ยนไปแล้ว อีกอย่างที่อเมริกาก็ไม่มีการชักชวนคนแปลกหน้าร่วมวงกินข้าวอย่างนี้ “As a new tourist, it's strange. I wouldn't take it.”

## 2.11 การโอภาปราศรัย (Small talk)

- สำหรับ KI 2 แล้ว การพูด “Did you have a good flight?”, “Did you sleep well last night?”, “Welcome to Thailand”, “I hope you enjoy it” เป็นการพูดจาโอภาปราศรัยที่ดีต่อกัน และเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวประทับใจ เขายกตัวอย่างว่า “And if the immigration official says “Welcome to Thailand” when I arrive, I would feel very welcome. They're making an effort to make tourists stay here.”

- หัวข้อที่คนไทยพูดถึงใน โอบาปราศรัย (small talk) มักจะเป็นการทักทาย คุยกันเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป หัวข้อหลากหลาย เช่นอากาศ อาหาร การเดินทาง บางคนพูดด้วยความจริงใจเป็นธรรมชาติ (genuine) บางคนพูดเหมือนท่องมา (scripted) แต่ก็ยังดีกว่าการทำนิ่งเฉยเหมือนไม่แยแส (ignore) ซึ่งแย่ที่สุด ดีกว่านี้คือ “scripted” ดีที่สุดคือ “genuine”
- KI 2 กล่าวถึงคำถามเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวว่า เมื่อมาเมืองไทยแรกๆ ก็ถูกถามบ้างแต่ไม่ถึงกับโกรธ เพียงแค่ “get a little bit frustrated.” ถ้าคนไทยถามว่า “How old are you?” ก็ไม่รู้สึกละอะไรเพราะที่อเมริกาถามกันในกลุ่มคนที่พอบุคคลกันบ้างแล้ว (US people ask this question after they talk and know each other) ส่วนคำถาม “Are you married?” ก็จะไม่รู้สึกอะไร เพราะมีความเป็นไปได้ “It’s a legitimate question.” โดยเฉพาะเมื่อนักท่องเที่ยวหญิงชายเดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน อาจจะเห็นเป็นเรื่องขำถ้าคนที่เดินทางด้วยเป็นเพียงเพื่อน (I would laugh if I traveled with a friend. In the US these two questions are acceptable, they are not offensive) ในขณะที่สองคำถามนี้เป็นคำถามที่ KI 2 รับผิดชอบไม่ได้และจะรู้สึกไม่พอใจทุกครั้งที่คนไทยถาม คือคำถามที่เกี่ยวกับเรื่องเงินทอง KI 2 บอกว่า “The questions that got my nerve are questions that concern money. “How much money do I earn?, and so on.”

## 2.12 การสนทนากับนักท่องเที่ยวในเรื่องที่เกี่ยวกับท้องถิ่น บ้านเมืองและวัฒนธรรม (Sharing knowledge and culture)

- KI 2 กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า คนไทยมักจะคุยเกี่ยวกับจังหวัดตัวเองและคิดว่าจังหวัดตัวเองดีที่สุด บางครั้งถามเกี่ยวกับประเทศอเมริกาบ้าง ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่อง มาจากรัฐใด ค่าครองชีพที่นั่นเป็นอย่างไร และเมื่อบอกยกตัวอย่างค่าครองชีพหรือราคาของใช้ของกินให้เขาทราบเขาจะตกใจและตื่นเต้นมากที่ได้รู้ ไม่อยากเชื่อ เพราะสำหรับคนไทยนั้นแพงมาก บางทีก็มีการถามว่าคนอเมริกามีความเป็นอยู่อย่างไร และเขาจะไม่ค่อยเชื่อว่าความเป็นอยู่ของคนอเมริกาไม่ได้ดีอย่างที่เขาคิดเสมอไป เพราะภาพที่เขาเห็นคือเป็นประเทศร่ำรวย คนมีทุกอย่างพร้อม
- ในการพูดคุย Small talk ไม่ค่อยได้เรียนรู้ วัฒนธรรมและเรื่องราวในประวัติศาสตร์จากคนไทยในภาคการท่องเที่ยวเท่าไร แต่จะได้จากคนท้องถิ่นทั่วไปมากกว่า ส่วนใหญ่ที่คุยกันนั้นจะเป็น “very small talk” เช่น “What new in sports. What food did you have today? Did you have fun today? Not anything deep” เป็นต้น KI 2 ไม่คิดว่าคนไทยเหล่านี้จะพูดคุยเรื่องราวที่ลึกไปกว่านี้ได้ อย่างบางคนถ้าถามว่าผลไม้ ผักนี้ ใช้ทำอาหารไทยอะไร ปลูกที่นี้ไหม คิดว่าเขาจะตอบไม่ได้
- ความคิดเห็นต่อการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติแสดงความรักกันอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะของ KI 2 คือ การกระทำที่เกินขอบเขตที่คนไทยจะรับได้จะสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีสำหรับนักท่องเที่ยว และคนไทยก็จะคิดว่าคนต่างชาติเป็นเหมือนกันหมด (Thais will make sweeping judgment that all people do that.) แต่ถ้ามองในทางกลับกัน ทุกคนมีความอิสระที่จะแสดงความรัก ความเอาใจใส่ต่อคนที่เขารัก (It is something excessive, but then again, it’s your freedom to show how you feel.) ชาวต่างชาติก็มีความคิดในแบบของเขาเอง คือ สิ่งใดที่พวกเขาเห็นพ่อแม่หรือคนในสังคมของเขาทำมาตลอดชีวิตของเขา ก็น่าจะเป็นสิ่งที่รับกันได้ทั่วไป ถ้าคนไทยรับไม่ได้ก็อย่ามอง อย่าใส่ใจ ต่างฝ่ายต่างก็ยึดติดกับกรอบความคิดและวัฒนธรรมของตน นักท่องเที่ยวจะคิดว่า “I’ve seen people hold hands, kissing on the lips in public in my country. If you are so uptight, you can just turn away and ignore it.” อย่างไรก็ตามถ้าเป็นการกอด จับกันอย่างลึกซึ้งเกินไป ก็เป็นสิ่งที่ใคร ๆ ก็ไม่ควรทำในที่สาธารณะ เพราะไม่ถูกกาลเทศะ

- การที่คนไทยพูดตำหนิ หรือแสดงอาการไม่พอใจที่นักท่องเที่ยวแสดงความรักอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ KI 2 กล่าวว่า นักท่องเที่ยวบางคนแปลกใจที่คนไทยเข้ามายุ่งเรื่องส่วนตัวของเขา และอาจคิดว่าถ้าคนไทยคนอื่น ๆ ไม่ใช่ใจ ไม่ว่าอะไร แล้วทำไมคนไทยคนนั้นจะต้องมาเตือนเตือน แต่ก็ต้องดูด้วยว่า นักท่องเที่ยวทำขนาดไหน ถ้าเป็นการจับมือถือแขนกันตามประสาคนรักกันก็น่าจะเป็นเรื่องธรรมดาที่คนไทยไม่ควรจะไม่พอใจ และคิดว่าไม่มีปัญหาอะไรสำหรับคนไทยเพราะไม่ได้ทำให้ใครเตือนเตือน แต่ถ้าเป็นการกระทำในทาง “sexual” จริง ๆ ก็ธรรมดาที่คนไทยจะไม่พอใจ
- การที่มัคคุเทศก์ทำตามสบายและหัวเราะบ่อย ๆ ขณะนำทัวร์นั้น KI 2 กล่าวว่า เป็นเรื่องที่ได้รับได้เพราะนักท่องเที่ยวเองก็มาเที่ยวเพื่อต้องการการผ่อนคลายและต้องการความสนุกสนาน ถ้ามัคคุเทศก์คนนั้นสามารถทำให้นักท่องเที่ยวหัวเราะ มีความสุข ในขณะที่นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ในกลุ่มก็สนุก มีความสุขไปด้วยก็ไม่น่าจะเป็นปัญหาอะไร

### 2.13 การสังเกตหรือให้ความใส่ใจต่อความชอบหรือรสนิยมของนักท่องเที่ยว (Knowing the tourist's habitual behaviour)

KI 2 บอกว่าเขาไม่ค่อยเคยเจอคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่พยายามสังเกตว่าเขาชอบ หรือไม่ชอบอะไร หงุดหงิดหรือรำคาญกับเรื่องอะไร ตอนมาใหม่ ๆ เขาจะหงุดหงิดกับการรบกวนเข้าซื้อขายบริการ หรือ พยายามขายของมาก แต่ มาตอนนี้เข้าใจสภาพการของคนไทยมากขึ้น และคุ้นเคยกับบรรยากาศของภูเก็ตมากขึ้นคิดว่ามีความเข้าใจสถานการณ์ดีขึ้น แต่ถ้าถามว่าปรารถนาให้นักรบกวนเข้าซื้อขายบริการ หรือ พยายามขายของ หรือพยายามเรียกเข้าร้านน้อยลงหรือไม่เลยไหม นั้นจะเป็นสิ่งวิเศษสุด

KI 2 ได้กล่าวสรุปตอนท้ายว่าการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ หรือภาษาต่างประเทศใดๆก็ตาม ควรแทรกวัฒนธรรมที่มากับตัวภาษาด้วย ไม่ควรเรียนแต่ภาษาอย่างเดียว คนไทยก็มีภาษาและยึดติด “Bound” กับวัฒนธรรมของตน ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ยึดติดกับภาษาและวัฒนธรรมของตน ถ้าทั้งสองวัฒนธรรม เข้าใจพฤติกรรมของกันและกันก็จะทำให้สื่อสารกันได้ดีขึ้น เข้าใจกันมากขึ้น “Thai people don't have to change the way they act. They should at least try to understand why the foreigners behave or act their way. We should not think that “That is wrong”, but it is their way.

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ 3 (KI 3) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2545

**ข้อมูลของKI 3:** เป็นชาวออสเตรเลีย ปัจจุบันเป็นอาจารย์สอนภาษาอังกฤษของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต KI 3 ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ มีอายุอยู่ในช่วง40-49 ปี ได้เคยเดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว ประมาณ 6 ครั้ง โดยเดินทางไปยังประเทศต่าง ๆ ประมาณ 6 ประเทศ ในส่วนของประเทศไทยได้เดินทางมาแล้ว 2 ครั้ง รวมทั้งครั้งนี้ด้วย ในครั้งนี้ได้พำนักอยู่ในประเทศไทยจนถึงวันสัมภาษณ์รวมแล้ว 1 ปี กับ 3 เดือน จุดประสงค์ที่เดินทางมาเมืองไทยครั้งแรกคือ ท่องเที่ยว ครั้งที่สองคือ มาเพราะสามีมาทำธุรกิจที่ภูเก็ต และเธอเองมีอาชีพสอนหนังสือ ช่วงที่อยู่ภูเก็ตได้มีโอกาสสื่อสารกับคนไทยหลายระดับและหลายสาขาอาชีพ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง คนขับรถ พนักงานเสิร์ฟ คนขายของ และ พนักงานโรงแรม

#### ก. การใช้วัจนภาษา (The Use of Verbal Language)

##### 1. ภาพรวมของการใช้วัจนภาษา

โดยทั่ว ๆ ไปแล้ว KI 3 บอกว่า คนไทยในวงการท่องเที่ยวใช้ภาษาค่อนข้างคล่อง สั้นไหลดี แต่มีภาษาค่อนข้างจำกัด คือจะคล่องเฉพาะในงานที่ตนรับผิดชอบ หรือเรื่องที่ตนรู้ ในกรณีนั้นคนไทยสามารถอธิบายได้ดีและค่อนข้างชัดเจน ถึงแม้ว่าไม่ถึงกับใช้ได้ถูกต้อง ก็รับได้ สามารถเข้าใจได้ แต่ถ้าถามเรื่องอื่นนอกเหนือจากนั้นก็

มักจะตอบไม่ค่อยได้ และการใช้ภาษาของคนไทยโดยทั่วไปก็นับว่าสุภาพดี ยังไม่เคยเจอที่ไม่สุภาพ ยกเว้นคนขับรถตุ๊กตุ๊กหน้าโรบินสัน แต่ก็ไม่ถึงกับไม่สุภาพ จะรู้สึกว่ารำคาญมากกว่าเมื่อถูกถามบ่อย ๆ ว่าจะไปไหน ตอนหลังก็เลยใช้วิธีไม่ตอบ ทำเป็นฟังไม่รู้เรื่อง และเดินหนี เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกตามถาม

ในฐานะที่เป็นอาจารย์สอนภาษา คิดว่าคนไทยพูดสื่อได้เข้าใจ รับผิดชอบ ไม่คิดว่าจะต้องแก้ไขอะไรมากมาย และในฐานะที่ตนมาเมืองไทยเพื่อมาอยู่ จึงไม่ได้คลุกคลีกับคนในวงการท่องเที่ยวมากนัก แต่ตามที่ได้มีประสบการณ์พูดคุยก็คิดว่าการใช้ภาษาของพวกเขาใช้ได้

## 2. การใช้ภาษาเฉพาะเรื่อง

### 2.1 การเรียกขาน (Addressing)

การที่คนไทยหลายคนเรียกนักท่องเที่ยวว่า Papa , Mama , Sister ฯลฯ KI 3 คิดว่าไม่สุภาพ แต่ถ้าถูกเรียกเช่นนี้จะมองตอบ ใช้การสื่อสายตาให้รู้ว่าไม่สุภาพ แต่จะไม่พูด เพราะเขาอาจจะไม่รู้ก็ได้ว่าไม่สุภาพ ส่วนการที่คนไทยใช้ “ Sir ” ในการเรียกขานผู้หญิง เป็นแค่ a little or a simple mistake เคยประสบกับตนเองที่โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต เมื่อ KI 3 ถามชายไทยที่ทำงานที่นั่นว่า “Can I ask you some questions?” เขาบอกว่า “ Could you talk to the lady over there ,sir ? ” และนี่ก็ไม่ใช่เป็นครั้งแรกที่ได้ยินการใช้ “ Sir ” ผิด แต่ถ้าได้พูดคุยด้วยสักครู่แล้วเขาใช้ผิดอยู่ตลอดเวลา ก็จะแก้ให้ จะยิ้มกับตัวเอง และจะไม่จริงจัง เรื่องการใช้ “ Sir ” กับผู้หญิง เท่ากับการเรียกขานแบบแรก

### 2.2 การใช้คำ หรือ วลีที่ไม่เป็นภาษาอังกฤษ (Using unfamiliar words or phrases)

การใช้คำ หรือ วลีที่ไม่เป็นภาษาอังกฤษส่วนมากแปลตรงไปจากภาษาไทย เช่น finish already , water fish, She have big milk. KI 3 บอกว่าเข้าใจคำว่า finish already ดีว่าผู้พูดหมายความว่าอย่างไร แต่ไม่เข้าใจคำว่า water fish และจะถามกลับว่า “What does that mean ? สำหรับ She have big milk. พอจะเดาได้ว่า milk หมายถึง breast หรือ chest ส่วนในเรื่องของการที่คนไทยพูดโดยใช้โครงสร้างประโยคเป็นภาษาไทย สำหรับ KI 3 แล้วไม่มีปัญหา ดังตัวอย่างสถานการณ์ต่อไปนี้

- คนให้เช่ารถมอเตอร์ไซค์พูดว่า “ You rent seven o'clock morning , you take back one o'clock at night. ” (เช่าเจ็ดโมงเช้า ต้องคืนเจ็ดโมงเย็น) KI 3 บอกว่าถ้าพูดเช่นนี้ก็พอเข้าใจได้ แต่จะไม่แน่ใจในเรื่องของเวลามากกว่าเพราะรู้ว่าคนไทยมีวิธีการบอกเวลาที่แตกต่างออกไป (different structures for times) เพราะฉะนั้นจะถามกลับเพื่อให้ชัดเจนขึ้นว่า ที่บอกว่า one o'clock night เขาหมายถึง ปายโมงเช้าหรือไม่
- คนให้เช่าร่มบังแดดที่หาดกะรนอธิบายกับนักท่องเที่ยวว่า “ Not same , not same. Hotel no have umbrella. This only Karon Umbrella Service Group, same same everywhere. No have umbrella for hotel .” KI 3 บอกว่า พอเดาได้ว่าเขาหมายความว่าอะไร คิดว่าสถานการณ์แวดล้อมและอวัจนภาษา จะช่วยให้เข้าใจได้ในกรณีนี้ เพราะมองเห็นว่ามีร่มอยู่ตรงนั้น

### 2.3 การใช้คำที่ผิดและรูปแบบที่ผิดในบริบท (Words VS Forms errors)

การใช้คำที่ผิดในบริบท เช่น play swimming , play water , open / close the air-conditioner , open/close television , look T.V. , look movie , today have little guest , have little people , oil cook here (หมอนวดชายหาดอธิบายการใช้ น้ำมันในการนวด) I no have , I no speak English และการใช้รูปแบบที่ผิดในบริบท เช่น หมอนวดชายหาดถามนักท่องเที่ยวเรื่องการนวดว่า “ You like light , soft , you tell me. ” หรือพูดว่า “ You look there , you look here .” หรือที่คนไทยพูดว่า “ Where you go ? ” หรือ “ Where go ? ” , “ where you go to

Patong ? “ (จะไปจุดไหนของป่าตอง) I no understand , no have people , people no eat meat . เท่าที่ฟังตัวอย่างมา KI 3 คิดว่าทั้ง word errors และ form errors ไม่ได้เป็นสิ่งที่ผิดร้ายแรงเพราะเขาสามารถเข้าใจได้

ส่วนการใช้ภาษาในการทำงานใกล้เคียงกันคือ การพูดแบบแปลมาจากภาษาไทย เช่น การอธิบายประเพณีกิน ซึ่งผู้วิจัยได้ไปรับฟังจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม คนไทยอธิบายให้นักท่องเที่ยวฟังว่า “ Vegetarian festival , people eat vegetable , no eat meat , wear white. Cut (ซึ่งไปที่อื่น) .If fresh, back same same, if not fresh, not same same,...” เมื่อทดสอบกับ KI 3 เขาบอกว่าพอมีความรู้เรื่องการกินเจบ้าง จึงเข้าใจเรื่องที่อยู่อธิบายว่าไม่กินผัก ส่วนประโยคหลังก็เข้าใจว่ามีการตัด เพราะมีคำว่า “ cut ” แต่ไม่แน่ใจว่า If fresh, back same; it not fresh, not same same. คนพูดหมายถึงอะไร เพราะสำหรับ KI 3 แล้ว same same น่าจะเป็นลักษณะที่ต้องการสื่อว่า “almost the same thing but not quite...” ดังนั้นน่าจะใช้คำว่า stick together มากกว่า

#### 2.4 การออกเสียง (Pronunciation)

ผู้วิจัยได้นำตัวอย่างการออกเสียงที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลทดสอบกับ KI 3 เช่น /fit - ฟิช/ (fish), /bed - เบท/ (bread), /plomplem - พลอมแพลม/ (problems), /baw bed - บาวเบด/ (brown bread), /ochid - โอชิด/ (orchid), /kilomiter - กิโลมิเตอ / (kilometer or kilometer) ปรากฏว่า KI 3 ไม่ค่อยแน่ใจคำว่า ฟิด ในตอนแรกคิดว่าหมายถึง five แต่พอบอกว่าไม่ใช่ก็เดาอีกครั้งว่าเป็น fish แต่เข้าใจคำว่า พลอมแพลม และ กิโลเมตร หรือ กิโลมิเตอร์ ในทันทีเลย เพราะคิดว่าเคยได้ยินมาก่อน ส่วนคำว่า เบด คิดว่าเป็น bed หรือ bad คำว่า โอชิด คิดว่าเป็น ocean และ ไม่เข้าใจคำว่า บาวเบด

#### 2.5 การแบ่งวรรคตอน (Pausing)

ผู้วิจัยได้นำตัวอย่างการแบ่งวรรคตอนที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลทดสอบกับ KI 3 เช่น “You want sailing chair? ” KI 3 คิดว่าเขาถามว่าคุณต้องการขายเก้าอี้ใหม่ และเมื่อผู้วิจัยบอกว่าจริง ๆ แล้ว เขาต้องการถามว่าต้องการนั่งเรือหรือเช่าเก้าอี้นั่งชายหาดใหม่ KI 3 จึงได้ แนะนำว่า ถ้าเช่นนั้นน่าจะถามว่า “ Do you want to rent a sailing boat or a chair?” ส่วน “You want sit chair? “ KI 3 สามารถเข้าใจได้ดีกว่าประโยคแรก บอกว่าเขาหมายถึง “ Do you want a chair to sit ? “

#### 2.6 ความสามารถในการฟังและการโต้ตอบ (Understanding and Responding)

KI 3 บอกว่ายากเว้นคนที่มีการศึกษาแล้ว โดยทั่วไปคนไทยพูดภาษาอังกฤษไม่ค่อยได้ (Their English is poor.) ไม่ค่อยเข้าใจภาษาอังกฤษ KI 3 ใช้คำว่า poor , และ difficult ส่วนพวกที่ทำงานในวงการท่องเที่ยวก็สามารถใช้ภาษาได้ดีในส่วนที่เป็นงานของตน และได้เรียนรู้เพิ่มเติมขึ้นบ้าง แต่ถ้าคนไทยทั่วไปก็พูดภาษาอังกฤษไม่ได้ และได้ยกตัวอย่างสถานการณ์เมื่อ KI ไปซื้อโต๊ะที่บ๊ิกซี่ และ ขอให้ นำมาส่งที่ มอ. เขาไม่เข้าใจว่า Prince of Songkla University คืออะไร อยู่ที่ไหน แม้แต่รถตุ๊กตุ๊ก คนที่ร้านขายของก็ไม่รู้ ต้องมีที่อยู่เป็นภาษาไทยติดตัวไว้ให้เขาดู และเมื่อไม่รู้ก็ไม่มีการถามกลับ ตาวางเปล่า ไม่พูดอะไร เงียบเฉย แต่ก็รับรู้ได้ว่าเขาไม่เข้าใจ แต่บางคนไม่มีอวัจนภาษาเพื่อแสดงให้รู้เลยว่าเขาไม่เข้าใจ ทำให้เราไม่แน่ใจเหมือนกันว่าเขาเข้าใจหรือไม่ บางคนก็ตอบ Yes เพื่อให้ผู้ถาม feel comfortable หรือเป็นการแสดงความสุภาพ แต่ KI 3 ก็รู้ได้ภายหลังว่าจริง ๆ แล้วไม่ได้เข้าใจเลย สถานการณ์เช่นนี้ก็พบบ่อย ๆ ในห้องเรียนเช่นกัน KI 3 คิดว่า คนไทยสุภาพเกินไป แม้ไม่เข้าใจ ก็ตอบ yes , yes ที่จริงแล้วควรจะถามกลับ หรือบอกให้ชัดเจนไปเลยว่า I don't understand. สำหรับความเหมาะสมของวลีที่ใช้ตอบรับ เช่น All right , I see, I understand แทบไม่พบ มีบ้างถ้าเข้าใจจะพูดว่า OK.

ผู้วิจัยได้ขอให้ KI 3 ชี้ชัด ๆ ว่าจากประสบการณ์ของเขามีอะไรที่เรียกได้ว่าสื่อสารกับคนไทยด้วยภาษาไม่ได้เลย (UNINTELLIGIBLE in communication with local Thais) KI 3 บอกว่าเขาไม่เข้าใจภาษาไทย เพราะฉะนั้น



บางครั้งการใช้อวัจนภาษาอย่างเดียว ไม่อาจทำให้เข้าใจได้ และในเรื่องของ pronunciation ของคนไทยนั้น KI 3 พยายามที่จะฟัง 2-3 ครั้งโดยใช้ บริบทช่วยถึงจะพอเข้าใจได้ ในทางกลับกันถ้าเขาพยายามพูดเป็นภาษาไทยกับคนไทย คนไทยก็ไม่เข้าใจเช่นกัน

ส่วนที่พอจะเข้าใจแต่มีประเด็นปัญหาสำคัญในการสื่อความ (INTELLIGIBLE but serious in communicating with local Thais) KI 3 ไม่คิดว่ามีอะไร

ในส่วนที่ถือว่าสื่อสารกันได้แต่ยังคงมีข้อบกพร่องอยู่และน่าจะทำให้ดีขึ้นได้ (INTELLIGIBLE and light error in communication with local Thais) KI 3 บอกว่าน่าจะเป็นเรื่องไวยากรณ์ เช่น “ We go now ?” “ You like?” ประโยคเหล่านี้เป็นคำถาม แต่ฟังดูเหมือนไม่จบประโยค ไม่ 100% แต่ก็เข้าใจได้

## ข. การใช้อวัจนภาษา (The Use of Non-verbal Language)

### 1. ภาพรวมของการใช้อวัจนภาษา

โดยทั่วไปแล้ว KI 3 บอกว่า ไม่มีปัญหาอะไร คนไทยใช้ท่าทางได้เหมาะสมดี ค่อนข้างสุภาพและขี้อาย มีการ สื่อสายตาดู ไม่เข้าใกล้จนเกินไป ยิ้มเสมอ โดยทั่วไปพูดเสียงดังแต่ไม่มาก คนอิตาเลียนพูดเสียงดังกว่า จึงไม่ถึงกับก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร

### 2. การใช้อวัจนภาษาเฉพาะเรื่อง

#### 2.1 การยิ้ม (smiling) ในกรณีที่คนไทยยิ้มผิดที่ผิดทาง เช่น

- ยิ้มเมื่อไม่เข้าใจ KI 3 คิดว่าเป็นเรื่องที่ค่อนข้างตลก และคงเป็นวิธีเดียวที่จะบอกให้รู้ว่าเขาไม่เข้าใจ ก็เลยไม่รำคาญ แต่คิดว่าถ้ายิ้มแล้วบอกด้วยว่าไม่เข้าใจน่าจะดีกว่า เพราะถ้ายิ้มอย่างเดียวแม้จะรู้ว่าเขาไม่เข้าใจ แต่ก็รู้ได้เพราะเดาและก็คอยไม่แน่ใจ KI 3 บอกว่าถ้าต้องจ้างใครสักคน เมื่อทำผิดพลาดบ่อย ๆ แล้วก็ยิ้ม ก็คงจะทำให้รู้สึกรำคาญเหมือนกัน และจะต้องพยายามทำอะไรสักอย่างให้เขาพูดเขาบอก เพราะรู้ว่าเขาไม่กล้าบอกว่าไม่เข้าใจแต่พยายามที่จะสุภาพ นักศึกษาก็เหมือนกัน เมื่อถามอะไรแล้วไม่เข้าใจ KI 3 จะหงุดหงิด (frustrated) เล็กน้อยแต่ก็ไม่บอกว่าไม่เข้าใจ KI 3 ก็เข้าใจนักศึกษาดีว่าทำไมเป็นเช่นนั้น ก็จะพยายามที่จะถามซ้ำ ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าพวกเขาเข้าใจ

- ยิ้มเมื่อเกิดปัญหา หรือทำอะไรผิดพลาด หรือ ยิ้มเพื่อเป็นการขอโทษ KI 3 คิดว่าเป็นสิ่งดีเพราะเขาพยายาม "calm down" คู่สนทนา

- ถ้าคนไทยยิ้มหรือหัวเราะ เมื่อได้ยิน KI 3 พูดภาษาไทย KI 3 บอกว่าถ้าเขาหัวเราะคิกคักกับตัว KI 3 เอง (giggling in a nice way) ก็รับได้ไม่รู้สึกรำคาญในทางไม่ดี แต่ถ้าเขาหัวเราะด้วยตัวเองก็จะ รู้สึกโกรธ

- ถ้าคนไทยหัวเราะเมื่อเห็น KI 3 หกล้ม หรือ ทำอะไรผิดพลาด KI 3 บอกว่าก็รับได้ ไม่เป็นไรสำหรับในบางสถานการณ์ที่คนไทยยิ้มเพื่อกลบเกลื่อนความไม่พอใจนั้น ผู้วิจัยได้ถาม KI 3 ว่าเคยสังเกตเห็นหรือไม่ KI 3 บอกว่าตนคงไม่แน่ใจการยิ้มลักษณะนี้ว่าเพื่อกลบเกลื่อน แต่ถ้าบอกว่าคนไทยทำก็เชื่อ และเห็นว่าเป็นที่ดีที่พยายามจะสุภาพ แต่ปัญหายังคงอยู่ เพราะฉะนั้นควรพูดออกมาดีกว่า ที่ออสเตรเลียถ้าเกิดปัญหาจะพูดว่ามันเกิดอะไรขึ้น

#### 2.2 การมองตา (Eye contact)

ปกติคนไทยก็มีการมองตาดี แต่ถ้าที่ไม่มองตาในขณะที่สนทนา KI 3 บอกว่าก็คงจะรำคาญเล็กน้อยและพยายามให้เขามองตา เพราะในออสเตรเลียขณะพูดคุยเราจะมองตา ถ้าไม่มอง จะทำให้สงสัยว่าเขาอาจทำอะไรผิดหรือเปล่า แต่เรื่องนี้ก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ด้วย

### 2.3 การใช้ท่าทางที่เหมาะสม (Using appropriate gestures)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับ KI 3 ในประเด็นที่นักท่องเที่ยวบางคนให้ข้อสังเกตและจากที่คณะวิจัยได้ไปสังเกต ดังนี้

- คนไทยใช้ท่าทางมากเกินไป บางอย่างควรพูดก็ไม่พูด เช่น การบอกราคาของ แทนที่จะบอกว่าอะไรทำอะไร กลับบอกกันด้วยเครื่องคิดเลข KI 3 บอกว่าคงรู้สึกรำคาญเล็กน้อย แต่ก็เข้าใจว่าในกรณีที่ยกมานี้ เป็นเพราะอาจจะเกี่ยวข้องกับการต่อรองราคา จึงชัดเจนกว่าถ้าจะแสดงตัวเลข
- การรับของจากมือแล้วไม่พูดอะไร KI 3 บอกว่าถ้าสักครั้งสองครั้งก็ไม่เป็นไร แต่ถ้าบ่อย ๆ ก็รำคาญเหมือนกัน
- การพยักหน้ารับโดยไม่พูดอะไร KI 3 บอกว่า คงรำคาญเล็กน้อย และจะพยายามถามว่า “Do you? Do you?” เพราะต้องการให้แน่ใจว่าเขาพยักหน้ารับและตกลงตามนั้นจริง ๆ แต่คิดว่าน่าจะมีการพูดประกอบด้วย การใช้อวัจนภาษาอย่างเดียวไม่เพียงพอในการสื่อให้ชัดเจน
- การพยักหน้าให้ตามหรือให้เข้าไปหา ถ้าในสถานการณ์เดียว หรือเกิดขึ้นเพียงครั้งสองครั้ง ก็ รับผิดชอบได้ เพราะเข้าใจในความแตกต่างของวัฒนธรรม แต่ถ้าเป็นลูกจ้างแล้วมาทำอย่างนี้บ่อย ๆ จะโกรธ และถือว่าไม่สุภาพ
- เดินหนีเมื่อไม่เข้าใจ KI 3 บอกว่าคงจะรู้สึกรำคาญ เพราะเขาน่าจะต้องพูดอะไรบางอย่าง

### 2.4 การรักษาระยะห่าง (Spacing)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับ KI 3 ในประเด็นที่นักท่องเที่ยวบางคนให้ข้อสังเกตและจากที่คณะวิจัยได้ไปสังเกต ดังนี้ การแสดงท่าทางสนิทสนม เช่น การจับมือถือแขนนักท่องเที่ยว การไปโอบกอด ทั้ง ๆ ที่ยังไม่ได้สนิทสนมกัน KI 3 บอกว่าถ้าจับ กอด นิดหน่อยก็รับได้อย่าให้มากเกินไป ส่วนถ้าถูกจุดแขนให้ไปดูสินค้าก็ไม่ว่าอะไร ไม่รำคาญ สำหรับตัว KI 3 เอง ไม่เคยใกล้ชิดกับคนไทยถึงขนาดจับ กอด แต่ก็ชอบการสัมผัสเล็กน้อย เช่นแตะแขนนักศึกษาเพื่อ "encourage" เขา แต่ก็ไม่ถึงกับกอด จะระมัดระวัง เพราะรู้ว่าคนไทยไม่ชอบแสดงความรัก ด้วยวิธีการนี้ต่อหน้าผู้คน เพราะฉะนั้นถ้าเป็น KI 3 ก็จะไม่ทำเพราะจะทำให้ รู้สึก ไม่สะดวกใจที่เอาแขนไปกอดคนอื่นเขา

### 2.5 การใช้น้ำเสียง (Using voice)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับ KI 3 ในประเด็นที่นักท่องเที่ยวบางคนให้ข้อสังเกตและจากที่คณะวิจัยได้ไปสังเกตดังนี้

- เมื่อคนตะโกนมายังนักท่องเที่ยวเพื่อเสนอบริการ จะรู้สึกรำคาญ
- เมื่อคนไทยตะโกนต่อหน้านักท่องเที่ยว หรือตะโกนเรียกคนอื่น เช่น ในกรณีที่คุยกันไม่รู้เรื่องแล้ว ตะโกนเรียกให้คนอื่นมาช่วย KI 3 บอกว่าประเด็นนี้รับได้ไม่มีปัญหา
- เมื่อคนไทยพูดเสียงค่อยจนเกินไป KI 3 บอกว่ารำคาญเล็กน้อย และจะบอกเขาว่า “Speak up! Speak up!”
- เมื่อคนไทยใช้การเงยเป็นการโต้ตอบ ก็จะพยายามให้เขาตอบกลับให้ได้ด้วย วิธีใดก็ได้ แต่ไม่ใช่เงยเงย ถึงแม้ว่าในที่สุดความพยายามนี้จะไม่ได้รับการตอบสนองก็ตาม

ในส่วนสรุปของอวัจนภาษา ผู้วิจัยได้บอกให้ KI 3 ชี้ชัด ๆ ว่าจากประสบการณ์ของเขามีอะไรที่เรียกได้ว่าสื่อความกับคนไทยด้วยอวัจนภาษาไม่ได้เลย (UNINTELLIGIBLE in communication with local Thais) KI 3 บอกว่า นึกไม่ออก คิดว่าไม่มี ส่วนที่พอจะเข้าใจแต่มีประเด็นปัญหาสำคัญในการสื่อความ (INTELLIGIBLE

but serious in communicating with local Thais) ก็เช่นกัน KI 3 คิดว่า ไม่มี แต่ในส่วนที่ถือว่าสื่อสารกันได้ แต่ยังคงมีข้อบกพร่องอยู่และน่าจะทำได้ดีขึ้นได้ (INTELLIGIBLE and light error in communication with local Thais) KI 3 บอกว่า น่าจะเป็นเรื่อง ไม่เข้าใจก็ไม่ถาม เพราะว่าขี้อายจนเกินไป รู้สึกว่าความเล็กน้อย ไม่ได้เป็นเรื่องใหญ่

## ค. วัฒนธรรมในการสื่อสาร (Intercultural Communication)

### 1. ภาพรวม

KI 3 บอกว่า ประทับใจในรอยยิ้ม ความเป็นมิตรของคนไทย ไม่มีอะไรในส่วนที่เป็นวัฒนธรรมในการสื่อสาร ที่ "shocked" ส่วนถ้าให้แสดงความคิดเห็นในฐานะอาจารย์สอนภาษา ก็ไม่มีความคิดเห็นอะไร นึกไม่ออก

### 2. ลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมในการสื่อสาร

#### 2.1 การกล่าวทักทายหรือกล่าวลา (Greetings and Saying goodbye)

KI 3 บอกว่า ชอบให้คนไทยไหว้เพื่อการทักทายหรือลาจากมากกว่าจับมือ แต่ถ้าไหว้โดยไม่ยิ้ม หรือไม่พูดอะไรเลย จะ ทำให้คิดว่าที่เขาทำเช่นนั้นเพราะหน้าที่ ที่จริงแล้วไม่ยอมทำ ถ้าเมื่อบอกลาแล้ว แล้วพูดต่อด้วยประโยคทำนองว่า "I 'm sure you will come back." หรือ "Where you go? ก็คิดว่าไม่มีปัญหาอะไร ถ้าถามว่าไปไหนก็จะบอกเขาไปว่าจะไปไหน

#### 2.2 การเรียกขาน (Addressing)

การเรียกขานนักท่องเที่ยวแล้วตามด้วยการเสนอขาย เช่น Hello , come and look. / Hello have a seat. Have drink ?/ Hello ..sit down. / Hello , Sir , Madam ...seafood....seafood. / Hello,Island ? KI 3 บอกว่า บางอย่างก็ OK. บางอย่างก็ไม่ เช่น Hello , come and look. มันทันทีทันใดเกินไป ดูไม่สุภาพ หลังจากการทักทายแล้วน่าจะพูดอะไรต่อก่อน เช่น How are you ? Have you a nice day ? What are you interested in ? ก่อนที่จะชวนให้ดูของ ส่วน Hello have a seat. รับได้ ทั้งหมดขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ขึ้นอยู่กับตอนนั้นอยู่ที่ไหน

#### 2.3 การเข้าไปหา (Approaching)

การที่คนไทยชอบเข้าชี้ให้ซื้อของ KI 3 บอกว่าไม่ชอบคนพวกนี้ มันทำให้เราไม่สนใจซื้อไปเลย ไม่ใช่วิธีขายที่ดี

#### 2.4 การตอบกลับ (Responding)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับ KI 3 ในประเด็นการตอบกลับ ต่อไปนี้

- การตอบกลับแบบที่ตัวเองคาดการณ์ว่าจะถูกถามโดยไม่ฟังคำถาม เช่น
  - พนักงานส่วนหน้าของโรงแรมเมื่อได้รับคำถามเกี่ยวกับเรื่องสระน้ำว่าอนุญาตให้คนนอกใช้ด้วยหรือไม่ กลับตอบเรื่องห้องและราคาห้อง
  - พนักงานที่ยืนคอยเรียกแขกตรงเมนูหน้าร้านอาหารซึ่งเมื่อถูกถามว่า ชอบงานแบบนี้ไหม เธอตอบว่า "Spicy prawn soup, fried chicken with cashew nut, delicious.
  - คนขายสับปะรด เมื่อถูกถามว่า สับปะรดที่กองขายอยู่ ปลูกที่ไหน คนขายตอบว่า "fifteen baht." KI 3 บอกว่าราคาดี แต่ก็ต้องอดทน และพยายามถามซ้ำ สถานการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นเพราะ เขาจะรู้เฉพาะสิ่งที่พูดบ่อย ๆ หรือเรื่องในหน้าที่ พยายามอะไรนอกเหนือเขาก็ไม่ฟัง หรืออาจไม่เข้าใจ และพยายามตอบสิ่งที่เขาต้องพูดเป็นประจำ
- การตอบว่า "OK" ด้วยท่าทีที่ไม่เข้าใจคำถามหรือไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูด KI 3 บอกว่า ทำให้ไม่แน่ใจว่า จริง ๆ แล้วเขาเข้าใจหรือไม่ ก็จะถามซ้ำ ๆ

- การที่คนไทยหันไปถามคนอื่นเมื่อไม่เข้าใจที่นักท่องเที่ยวพูด KI 3 บอกว่าก็รับได้ เพราะถือว่าพยายามจะทำให้ดีที่สุดจึงต้องถามเพื่อนก่อนจะตอบ เพราะเห็นชัดอยู่แล้วว่าเขาไม่เข้าใจที่เราพูด
- การที่คนไทยเงียบ หรือทำหน้าง ๆ เป็นการตอบกลับ KI 3 บอกว่าถ้าเงียบก็รู้เลยว่าไม่เข้าใจ ก็พยายามถามซ้ำ
- การต่อราคาแล้วทำท่าเดินไปเพื่อจะสื่อว่าไม่สนใจที่จะซื้อ ผู้วิจัยถามว่ามีหรือไม่ในวัฒนธรรมของ KI 3 KI 3 บอกว่าในออสเตรเลีย บางครั้งก็ทำอย่างนี้เช่นกัน ตามปกติไม่ค่อยมีการต่อราคา แต่ถ้ามีก็ทำเช่นนี้บางครั้ง
- การที่คนไทยมีปฏิกิริยาตอบกลับเมื่อถูกดูหมิ่นเหยียดหยามจากนักท่องเที่ยว KI 3 บอกว่าตนเองจะไม่ทำเช่นนั้น แต่ถ้ามีคนทำก็จะเดินหนี จะรู้สึกอารมณ์เสียและถ้าเป็นความผิดของนักท่องเที่ยว ก็สมควรถูกตอบกลับอย่างรุนแรง คิดว่าเข้าใจดีว่า ถ้าเขาถูกว่าเรื่องอย่างนี้ก็ต้องไม่พอใจเช่นกัน

## 2.5 การขอให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Requesting you do something)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับ KI 3 ในประเด็นการขอให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต่อไปนี้

- การที่คนไทยยื่นแบบฟอร์ม ให้กรอกโดยไม่พูดอะไร KI 3 บอกว่าน่าจะสุภาพกว่าถ้าจะพูดด้วยว่า  
Could you fill in this , please ?
- การที่คนไทยรับของจากมือนักท่องเที่ยว เช่น ตัว พาสปอร์ต โดยไม่พูดอะไร KI 3 บอกว่าเคยเกิดขึ้นกับตนเช่นกัน ก็ค่อนข้างไม่สุภาพ แต่ก็เข้าใจว่าเขาอาจกำลังยุ่ง

## 2.6 การให้ข้อมูล (Giving information)

การให้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริง KI 3 บอกว่าเรื่องนี้ก็เกิดขึ้นบ่อย ๆ ในออสเตรเลียเช่นเดียวกัน คนที่ทำหน้าที่นั้นๆ ควรจะรู้สึกว่ามีใคร ๆ ในการให้ข้อมูล แต่ถ้าปิดเบือน หรือให้ข้อมูลไม่ครบก็น่ารำคาญเขาควรจะรู้ว่าไม่ควรทำ

## 2.7 การบอกทาง (Giving directions)

KI 3 บอกว่าสามีของตนเคยประสบเหตุการณ์นี้ คนไทยพยายามช่วยบอกทาง เป็นการบอกทางที่ไม่ดีมาก เพราะในที่สุดก็ไปผิดทาง คิดว่าเป็นเพราะมีปัญหาเรื่องภาษา คือไม่สามารถพูดได้ดี อีกอย่างหนึ่งอาจจะเป็นเพราะบางครั้งเขาอยากจะช่วยมากเกินไป ถึงไม่แน่ใจก็ เดา ตอบ ๆ ไป ว่า Over there.

## 2.8 การอธิบาย (Explaining)

KI 3 คิดว่าการอธิบายสิ่งต่าง ๆ ของคนไทยก็ค่อนข้างชัดเจน แต่ถ้าไม่แน่ใจก็จะถามกลับ

## 2.9 การจัดการกับปัญหา (Dealing with complaints)

การที่คนไทยพยายามแก้ปัญหาให้ แต่ก็ไม่ได้บอกว่าจะทำอะไร KI 3 คิดว่าถ้าเขาไปแก้ปัญหาให้ก็ถือว่าดีแล้ว แต่ถ้าแค่บอกว่า “sorry... sorry” แล้วไม่พยายามแก้ปัญหาเลย ก็จะรำคาญ และถึงแม้ว่าจะแก้ปัญหาให้ก็ควรจะต้องพูดต้องบอกด้วย

## 2.10 การเสนอให้ความช่วยเหลือ (Offering help)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับ KI 3 ในประเด็นการเสนอให้ความช่วยเหลือ ต่อไปนี้

- การที่คนไทยเสนอให้ความช่วยเหลือเพื่อวัตถุประสงค์ในการเสนอขาย KI 3 บอกว่าไม่เคยประสบกับสถานการณ์เช่นนี้ แต่ถ้าเจอก็คงรำคาญเล็กน้อย

- การที่คนไทยชวนกินข้าวเมื่อเดินผ่านหน้าร้าน KI 3 คิดว่าค่อนข้างแปลก หากเป็นตนเอง จะไม่กินข้าวกับคนที่ไม่รู้จัก เพราะจะไม่แน่ใจว่าทำไมคนคนนั้นถึงชวน
- การที่คนไทยเพิ่มที่เตียงให้นอกเหนือจากในตารางห้องเที่ยวที่กำหนดไว้เพื่อแสดงน้ำใจ KI 3 บอกว่าการเพิ่ม trip ให้ก็คงรับได้ถ้าอยากไป แต่น่าจะบอกก่อน ถ้าไม่อยากไปจะไม่ได้ไม่รับข้อเสนอ

## 2.11 การโอภาปราศรัย (Making small talk)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับ KI 3 ในประเด็นการโอภาปราศรัย ต่อไปนี้

- การพูดจาเล็ก ๆ น้อย ๆ กับนักท่องเที่ยวที่เขาเพิ่งเดินทางออกจากเครื่องบิน เช่น “Welcome to Thailand”, “How was your flight?” หรือพนักงานโรงแรมทักทายแขกหลังจากที่เขาเข้าพักมาแล้ว เช่น “Did you sleep well last night?” “I hope you enjoy your stay here.” KI 3 บอกว่าก็ดีสุภาพ ถ้ามีใครพูดด้วยเช่นนี้ก็คิดว่าสุภาพ เป็นแสดงความเป็นมิตร
- เมื่อถามถึงประสบการณ์ที่เคยพูดคุยเล็ก ๆ น้อย ๆ กับคนไทยหรือไม่ KI 3 บอกว่า ก็มีบ้างในบางครั้ง เช่นเมื่อไปดู Girl Show ชายที่ทำงานอยู่ที่นั่นก็เดินเข้ามาหา และคุยด้วยแค่ทักทายทั่วไป รู้ว่าคงอยากสำหรับเขาที่ต้องพูดภาษาอังกฤษ แต่เพราะเขาทำงานที่นั่น เขาก็คงอยากต้อนรับจึงเข้ามาคุยด้วย รู้สึกว่าเป็นการพูดคุยอย่างสุภาพ
- การที่คนไทยถามเรื่องส่วนตัว เช่น “How old are you?” “Are you husband and wife?” รู้สึกอย่างไร KI 3 บอกว่ารับได้ไม่ถึง แต่ถ้าเป็นคำถามซึ่งไม่เหมาะสมมาก ๆ หรือเป็นคำถามที่ไม่อยากตอบก็จะไม่ตอบ

## 2.12 การสนทนากับนักท่องเที่ยวในเรื่องที่เกี่ยวกับท้องถิ่น บ้านเมือง และ วัฒนธรรม (Sharing knowledge and culture)

KI 3 บอกว่า โดยทั่วไปแทบไม่มี แต่ถ้าในมหาวิทยาลัยก็มีบางครั้งนักศึกษาเข้ามาคุยที่โต๊ะ นั่นเป็นเพราะเขาใช้ภาษาได้ดี เขาก็อยากจะทำคุย เขาก็มักจะมาถามโน่นถามนี่ ตนเองก็เคยถามเคยคุยเรื่องเทศกาล กินผัก ซึ่งก็รู้สึกว่าได้ แลกเปลี่ยนความรู้กัน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบกับ KI 3 ในประเด็นการสนทนาในเรื่องเกี่ยวกับท้องถิ่น บ้านเมือง และ วัฒนธรรม ต่อไปนี้

- การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติแสดงความรักกันอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ KI 3 บอกว่า คงรู้สึกอายหน้า (embarrassed) เล็กน้อยเพราะรู้ว่าไม่ใช่วัฒนธรรมไทย
- การที่คนไทยพูดคำหยาบ หรือ แสดงอาการไม่พอใจที่นักท่องเที่ยวโอบกอด หรือจูบกันในที่สาธารณะ KI 3 แสดงความเห็นว่าการที่นักท่องเที่ยวทำเช่นนั้นอาจเป็นเพราะไม่รู้ เพราะไม่มีใครบอกเขา เรื่องนี้เป็นเรื่อง ธรรมดาในประเทศเขา จึงไม่เข้าใจว่าทำไมทำเช่นนั้นไม่ได้ ตนเองอยู่เมืองไทยมา 16 เดือนแล้วก็พอรู้ว่าไม่ใช่วัฒนธรรมไทย เพราะฉะนั้นคนไทยควรต้องทน (tolerant) ต่อพฤติกรรมนี้ของนักท่องเที่ยว
- การที่มัคคุเทศก์มีลักษณะที่ผ่อนคลายในระหว่างนำเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวหัวเราะได้ตลอดเวลา แม้ภาษาไม่ดี KI 3 บอกว่าการหัวเราะก็เป็น好事 ไม่มีปัญหาสำหรับตน แต่ถ้ามัคคุเทศก์ ซึ่งควรจะมีความรู้ดี สามารถอธิบายอะไร ๆ ได้ละเอียด แล้วไม่ทำ ก็คงรู้สึกรำคาญ เพราะคาดหวังว่าเขาต้องทำเพราะเป็นส่วนหนึ่งในงานของเขา และถ้าหัวเราะด้วยก็ดี ไม่มีปัญหา

ผู้วิจัยได้ขอให้ KI 3 ซ้ำ ๆ ว่าจากประสบการณ์ของเขามีอะไรที่เรียกได้ว่าไม่สามารถสื่อสารได้เลยในส่วนของวัฒนธรรม (UNINTELLIGIBLE in communication with local Thais) KI 3 บอกว่าไม่คิดว่ามีปัญหาอะไรมาก เพราะคนไทยกับออสเตรเลียคล้าย ๆ กันในความเป็นคนที่ง่าย ๆ (“We’re quite easy.”) ส่วนที่พอจะเข้าใจแต่มีประเด็นปัญหาสำคัญในการสื่อสาร (UNINTELLIGIBLE in communication with local Thais) ก็เช่นกัน KI 3 คิดว่าไม่มีอะไรรับไม่ได้ แต่ในเรื่องของธุรกิจบางครั้งคนไทยเปลี่ยนใจง่าย เช่น ที่ออสเตรเลียเขาทำฟาร์มและมีเพื่อนบ้านซึ่งเป็นคนไทยทำฟาร์มเช่นกัน ได้ตกลงกันว่าจะไปซื้อแพะ 10 ตัว เขาจะเอาไว้ สี่ ตัว และให้ครอบครัว KI 3 หกตัว แต่เมื่อซื้อมาแล้ว ก็เปลี่ยนใจจะเอาหกตัวและให้ครอบครัว KI 3 4 ตัว เรื่องเช่นนี้ในออสเตรเลียในเรื่องธุรกิจถ้าตกลงกันดีแล้วก็จะไม่เปลี่ยน แต่คนไทยคนนั้นบอกว่าเป็นธุรกิจแบบไทย ๆ มีการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าเห็นภายหลังว่าสิ่งนั้นไม่เหมาะสม นอกจากนั้นโดยทั่ว ๆ ไปก็ไม่มีอะไรที่รู้สึกน่าตกใจ (shocked) แต่ในส่วนที่ถือว่าสื่อสารกันได้แต่ยังคงมีข้อบกพร่องอยู่และน่าจะทำได้ดีขึ้นได้ (INTELLIGIBLE and light error in communication with local Thais) KI 3 บอกว่าเห็นจะเป็นเรื่องดังต่อไปนี้

- คนที่ไม่เข้าใจแล้วไม่พูด หรือบอกว่า Yes ทั้ง ๆ ที่ไม่เข้าใจแทนที่จะถามกลับ แต่คิดว่าสิ่งเหล่านี้น่าจะบอกสอนกันได้ว่าควรถาม จะได้ชัดเจนลงไปทั้งสองฝ่าย

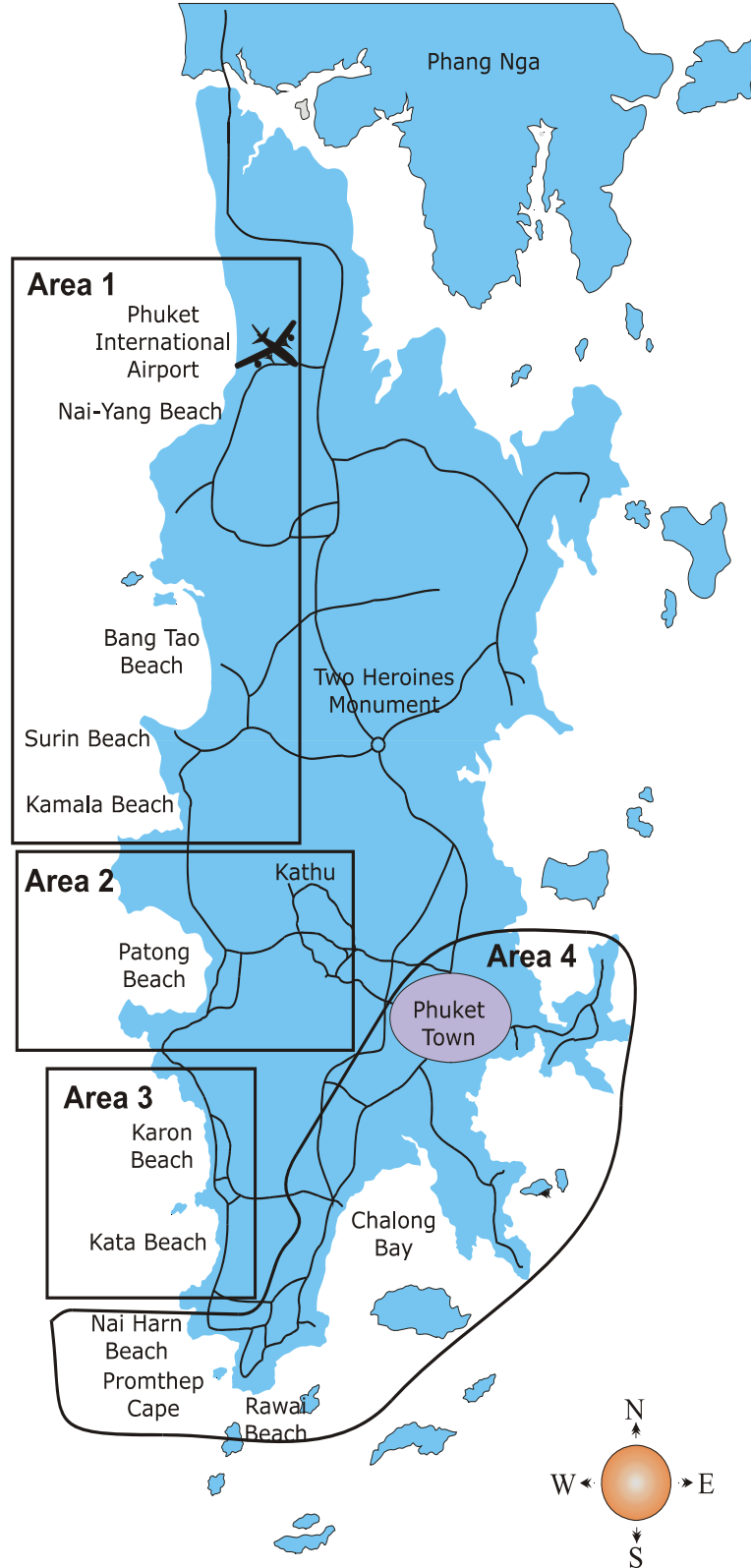
- นักท่องเที่ยวไม่รู้วัฒนธรรม เช่น การกอดจูบในที่สาธารณะ เพราะในออสเตรเลียไม่มีใครมองใคร แต่เมื่อไทยถ้าทำเช่นนั้นคนไทยจะมอง เห็นเป็นของแปลก ขอเสนอว่า ท.ท.ท. น่าจะมีคำแนะนำเล็ก ๆ น้อย ๆ เกี่ยวกับเรื่องนี้ ไว้ในเอกสารที่ ท.ท.ท. มีไว้แจกนักท่องเที่ยว เช่น บอกว่าไม่ให้แสดงความรักในที่สาธารณะ เป็นต้น

### 2.13 การสังเกตหรือให้ความใส่ใจต่อความชอบหรือรสนิยมของนักท่องเที่ยว (Knowing the tourist's habitual behaviour)

KI 3 บอกว่าเขาไม่ค่อยเคยเจอคนไทยในภาคการท่องเที่ยวที่สังเกตว่าเขาชอบ หรือไม่ชอบอะไร หงุดหงิดหรือรำคาญกับเรื่องอะไร ตอนมาใหม่ ๆ รำคาญมากต้องเดินหนีตลอดเวลา รู้สึกว่าไม่มีความเป็นส่วนตัวเลย โดยเฉพาะที่ป่าตอง แต่เมื่ออยู่ไป ๆ ก็เข้าใจว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่คนไทยชอบที่จะรบกวนเข้าซื้อบริการ หรือพยายามขายของ (ผู้วิจัยได้ขอถือโอกาสชี้แจงว่าไม่ใช่ คนไทยอาจจะเข้าซื้อให้รับน้ำใจ ได้รับความช่วยเหลือใช่ แต่การกระทำที่รบกวนเข้าซื้อบริการ หรือ พยายามขายของ ไม่ใช่วัฒนธรรมไทย ตรงกันข้ามคนไทยแท้ ๆ ค่อนข้างจะอายด้วยซ้ำที่จะต้องขายอะไร) KI 3 บอกว่ายิ่งถ้าทราบอย่างนี้ยิ่งไม่ชอบ เดิมเคยพยายามทำใจเพราะคิดว่าการอยู่ในประเทศไหนก็ต้องพยายามทำความเข้าใจและรับวัฒนธรรมนั้น ๆ ให้ได้ เมื่อทราบเช่นนี้ยิ่งทำให้ไม่พอใจ รู้สึกเหมือนถูกรังควาน (harass)

## ผนวก ง แผนที่จังหวัดภูเก็ต

แสดงแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่เก็บข้อมูลโดยวิธีสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์คนไทยในภาคการท่องเที่ยว



ผนวก จ ภาพบรรยากาศต่างๆที่มีการสื่อสารระหว่างคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและ  
นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต



บรรยากาศหนึ่งของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม



Hey You! VS Would you like a taki?



หาดป่าตอง



You want ice cream? Water? VS Leave me alone, please.



บริการเช่ารถบนถนนหน้าหาดป่าตอง





No parking here. Your license?



การสื่อสารระหว่างคนขับรถติดติดกับนักท่องเที่ยวบริเวณหน้าหาดป่าตอง





Anything you want?



If you like soft...tell me. If you like strong...tell me.



หาดกมลา



Hi! (บาร์บริเวณใกล้ๆหาดกมลา)



บริการซัก รีด ที่ดำเนินการโดยคนท้องถิ่น - จะเห็นภาษาอังกฤษทุกหนแห่ง





บริการนวดตัวและนวดเท้าแผนไทยในซอยเล็กๆ ใกล้หาดกมลาซึ่งลูกค้าเป้าหมายคือนักท่องเที่ยว



ธุรกิจของคนท้องถิ่นที่เปิดบ้านให้เช่า และมีบริการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวไปในตัวด้วย



## หาดสุรินทร์



บริเวณหน้าหาดสุรินทร์ที่เต็มไปด้วยร้านอาหาร

## หาดไนทอน



ชาวบ้านที่หาดไนทอนตั้งร้านขายผลไม้เล็กๆหน้าบ้าน นักท่องเที่ยวที่มาอาบแดดมักจะเข้ามาซื้อ



หาดโนหาน



ความหลากหลายของธุรกิจบริเวณหน้าหาดโนหาน



รถให้เช่า



หาดราไวย์



Thai food! Thai food! Want Thai food? Want Thai food?



บริการเช่าเรือหางยาวและเรือเร็วไปยังเกาะต่างๆ Want rent boat?



## หาดกะตะ



ธุรกิจบริเวณหาดกะตะซึ่งค่อนข้างเงียบสงบ



ตามถนนไม่ไกลจากหาดมักจะเห็นร้านตัดเสื้อและมินิมาร์ทตั้งอยู่เป็นระยะ ๆ



หาดกะรน



Three in One: ชายของ ชายทัวร์ และบริการโทรศัพท์



ร้านขายโปรแกรมการท่องเที่ยวบริเวณหน้าหาดกะรน





บริการทุกอย่างตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า



บริการครบวงจรที่หาดกะรน





ร้านขายเครื่องดื่มและผลไม้เรียงรายอยู่ตามชายหาดกะรน

## ในเมืองภูเก็ต



หนึ่งในจำนวนร้านขายของที่ระลึกในเมืองภูเก็ต

ผนวก จ สถิตินักท่องเที่ยวที่ลงทะเบียนเข้าที่พัก ณ สถานพักแรมระหว่าง ปี พ.ศ. 2543-44

| ประเทศ                | ม.ค. – ธ.ค. 2544 | ประเทศ                | ม.ค. – ธ.ค. 2543 |
|-----------------------|------------------|-----------------------|------------------|
| ไทย                   | 799,940          | ไทย                   | 709,131          |
| ไต้หวัน               | 348,655          | ไต้หวัน               | 370,731          |
| อื่น ๆ                | 267,909          | อังกฤษ                | 250,226          |
| เยอรมัน               | 233,153          | เยอรมัน               | 202,922          |
| อังกฤษ                | 191,811          | อื่น ๆ                | 198,435          |
| ญี่ปุ่น               | 177,313          | สวีเดน                | 162,933          |
| สวีเดน                | 171,655          | ญี่ปุ่น               | 135,967          |
| อิตาลี                | 138,023          | ออสเตรเลีย            | 114,253          |
| สวิสเซอร์แลนด์        | 103,145          | อิตาลี                | 82,841           |
| ฝรั่งเศส              | 91,612           | สวิสเซอร์แลนด์        | 77,140           |
| ออสเตรีย              | 91,509           | ฮ่องกง                | 74,704           |
| อเมริกา               | 78,516           | ฝรั่งเศส              | 71,011           |
| ออสเตรเลีย            | 77,984           | อเมริกา               | 65,682           |
| เนเธอร์แลนด์          | 74,254           | เกาหลี                | 65,670           |
| สิงคโปร์              | 60,829           | สิงคโปร์              | 63,630           |
| ฮ่องกง                | 54,760           | ออสเตรีย              | 53,409           |
| เกาหลี                | 53,959           | มาเลเซีย              | 48,244           |
| เดนมาร์ก              | 53,214           | เดนมาร์ก              | 43,024           |
| มาเลเซีย              | 47,239           | จีน                   | 36,961           |
| แคนาดา                | 44,775           | เนเธอร์แลนด์          | 36,048           |
| จีน                   | 39,100           | ตะวันออกกลาง          | 30,129           |
| ตะวันออกกลาง          | 27,824           | เบลเยียม              | 26,848           |
| เบลเยียม              | 25,518           | นิวซีแลนด์            | 23,281           |
| นิวซีแลนด์            | 15,634           | แคนาดา                | 19,577           |
| อินเดีย               | 7,338            | อินเดีย               | 8,414            |
| นักท่องเที่ยวชาวไทย   | 799,940          | นักท่องเที่ยวชาวไทย   | 709,131          |
| นักท่องเที่ยวต่างชาติ | 2,475,729        | นักท่องเที่ยวต่างชาติ | 2,262,080        |
| รวมทั้งหมด            | 3,275,669        | รวมทั้งหมด            | 2,971,211        |

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้เขต 4

## ผนวก ซ บันทึกรายแบบสัมภาษณ์

บันทึกทำแบบสัมภาษณ์ต่อไปนี้เป็นลายมือของนักท่งเที่ยวเอง ที่เป็นเช่นนี้เพราะเหตุใดเหตุหนึ่งในสองประการนี้ คือ

### ประการแรก

เนื่องมาจากสาเหตุที่นักท่งเที่ยวไม่พูดภาษาอังกฤษและไม่ถนัดที่จะบันทึกเอง คณะวิจัยจึงได้เขียนบันทึกให้แทนตามคำพูดของนักท่งเที่ยว และได้อ่านทวนให้นักท่งเที่ยวฟังเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

### ประการที่สอง

เนื่องมาจากการที่นักท่งเที่ยวดูเหนื่อยล้ามาก คณะวิจัยไม่ต้องการให้นักท่งเที่ยวรู้สึกเหมือนเป็นหน้าที่ที่จะต้องเขียน จึงได้เสนอขอเขียนให้แทน และได้อ่านทวนให้นักท่งเที่ยวฟังเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม นักท่งเที่ยวไม่ได้บันทึกทำแบบสัมภาษณ์ทุกคน บางคนบอกว่าได้พูดไว้หมดแล้ว ไม่มีอะไรจะเขียนเพิ่มเติม ในกรณีเช่นนี้ คณะวิจัยก็ไม่ได้คะยั้นคะยอให้เขียน เพราะไม่ต้องการให้นักท่งเที่ยวรู้สึกเหมือนถูกบังคับ

## ผนวก ข การศึกษาในจังหวัดภูเก็ต

ภูเก็ตมีการจัดการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน การศึกษาในระบบมีตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษาจนถึงอุดมศึกษา มีสถานศึกษาในระบบโรงเรียนทุกสังกัดจำนวนทั้งสิ้น 94 แห่ง รายงานของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดภูเก็ตระบุว่าในปีการศึกษา 2543 มีนักเรียน 63,015 คน ครู 2,907 คน คิดเป็นอัตราส่วนระหว่างครูและนักเรียนโดยเฉลี่ย 1:21 ในตัวเมืองภูเก็ตอัตราส่วนของครูต่อนักเรียนจะสูงกว่าเขตรอบนอกของตัวเมือง กล่าวคือในตัวเมืองภูเก็ตอัตราส่วนระหว่างครูและนักเรียน 1 : 25 ในขณะที่ อำเภอกะทู้ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นจุดกึ่งกลางระหว่างตัวเมืองและเขตรอบนอกของตัวเกาะอัตราส่วนระหว่างครูและนักเรียนอยู่ที่ 1 : 20 ส่วนนอกออกไปคือที่อำเภอถลาง อัตราส่วนระหว่างครูและนักเรียน ค่อนข้างต่ำ เพียง 1: 19

ในส่วนของการศึกษานอกระบบโรงเรียนในปี 2543 สถิติของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดภูเก็ตชี้ให้เห็นว่าจังหวัดภูเก็ตมีการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนในสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งหมด 103 แห่ง ที่ครู อาจารย์ และผู้ดูแลเด็ก รวมทั้งสิ้น 540 คน มีจำนวนนักเรียนนอกระบบโรงเรียนในสังกัดต่าง ๆ เช่น ส.ช. ก.ศ.น. เทศบาล ฯลฯ รวมทั้งสิ้น 14,373 คน

อัตราการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและปลายในปีการศึกษา 2543 นักเรียนในจังหวัดภูเก็ตมีอัตราการเรียนต่อมัธยมศึกษาตอนต้นคิดเป็นร้อยละ 94.87 หรือ 3,127 คนจากจำนวนนักเรียนที่เรียนจบชั้น ป. 6 ทั้งหมด 3,296 คน และนักเรียนที่จบมัธยมศึกษาตอนต้นมีทั้งหมด 2, 825 คนโดยมีอัตราการเรียนต่อมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 4) ร้อยละ 78.81 หรือ 1,379 คน และเรียนต่อ ป.ว.ช .1 ร้อยละ 44.74 หรือ 1,264 คน นอกเหนือจากการศึกษาในระบบและนอกระบบที่จังหวัดภูเก็ตมีเหมือนกับจังหวัดอื่น ๆ แล้ว การที่ภูเก็ตเป็นชุมชนซึ่งเป็นที่อยู่ของคนหลากหลายภาษา และ หลากหลายวัฒนธรรม ภูเก็ตจึงมีลักษณะพิเศษกว่าจังหวัดอื่นในด้านของสถานศึกษาที่มีโรงเรียนวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยที่จัดการสอนเป็นภาษาต่างประเทศ ด้วย เช่น โรงเรียนที่สอนเป็นภาษาจีน ซึ่งได้เริ่มขึ้นอย่างจริงจัง เมื่อปี พ.ศ. 2460 และได้วิวัฒนาการมาเป็นโรงเรียนจีนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทย คือโรงเรียนภูเก็ตไทยหัว ที่ถนนกระบี่ ดำเนินการโดยคณะกรรมการมูลนิธิกุศลสงเคราะห์จังหวัดภูเก็ต แต่เนื่องจากจำนวนนักเรียนเพิ่มขึ้นมากจนกรรมการมูลนิธิ ร่วมกับชมรมสมาพันธ์เชื้อสายจีนจังหวัดภูเก็ตได้ตัดสินใจก่อสร้างอาคารหลังใหม่เป็นตึก สี่ชั้น มีจำนวนห้องเรียนถึง 24 ห้อง บนถนนวิจิตรสงคราม อำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต และดัดแปลงอาคารเก่าให้เป็นโครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานภูเก็ตไทยหัว โรงเรียนภูเก็ตไทยหัวมีส่วนในการจัดการศึกษาภาษาจีนให้แก่จังหวัดภูเก็ตมาเป็นเวลาอันยาวนาน ทุกวันนี้นอกจากจะมีหลักสูตรภาษาจีนสำหรับนักเรียนประถมศึกษาในภาคกลางวันแล้วโรงเรียนยังมีหลักสูตรต่อเนื่องภาษาจีนตอนบ่ายด้วย นอกเหนือจากสถานศึกษาที่จัดสอนเป็นภาษาจีนแล้วภูเก็ตยังมีวิทยาลัยนานาชาติ Dulwich ซึ่งเปิดมา 7 ปี แล้วโดยรับนักเรียนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าเรียนในหลักสูตรภาษาอังกฤษแบบเดียวกับวิทยาลัย Dulwich ในประเทศอังกฤษ มีการสอนทั้งระดับประถมและมัธยม โดยมีจำนวนนักเรียนในขณะนี้ประมาณ 800 – 850 คนในระดับประถมมีนักเรียนชาวต่างชาติประมาณร้อยละ 85 ในขณะที่ ระดับมัธยม สัดส่วนของนักเรียนไทยและนักเรียนต่างชาติมี อัตราใกล้เคียงกัน นักเรียนที่เรียนในวิทยาลัยนี้ที่เป็นคนไทยและอยู่ในภูเก็ตมีเพียงประมาณ 250 – 300 คน เป็นนักเรียนชาวต่างชาติซึ่งครอบครัวมาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดภูเก็ตประมาณ 200 คน นอกจากนี้ภูเก็ตยังมีสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรนานาชาติในสาขาอุตสาหกรรมบริการและวิทยาศาสตร์โดยเน้นการศึกษาเกี่ยวกับประเทศจีนโดยเฉพาะที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ตอีกด้วย

ในด้านการจัดสอนภาษาอังกฤษนอกเหนือจากการจัดหลักสูตรในระบบการศึกษาในสถานศึกษาต่าง ๆ ซึ่งไม่ได้นำมารวมในที่นี้แล้ว หน่วยงานต่าง ๆ ได้จัดหลักสูตรภาษาอังกฤษ และจัดอบรมระยะสั้นในหลายที่หลายแห่ง ทั้งที่ดำเนินการโดยรัฐบาลและเอกชน ลักษณะการสอนและการอบรมก็มีแตกต่างกันไป เช่น

#### หน่วยงานราชการ

##### **มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต**

- คณะอุตสาหกรรมบริการ ร่วมกับ ท.ท.ท. จัดอบรมภาษาอังกฤษให้บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวเป็นระยะ นอกจากนี้ ยังจัดหลักสูตรภาษาอังกฤษเป็นบริการชุมชนให้กับพนักงานโรงแรมและหน่วยงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับการขอร้อง
- วิทยาลัยชุมชนภูเก็ต ร่วมกับหน่วยงานราชการต่าง ๆ จัดอบรมภาษาอังกฤษให้แก่บุคลากรของหน่วยงานนั้น ๆ เป็นระยะตามที่ได้รับการขอร้อง เช่น จัดสอนให้แก่ สถานีตำรวจภูธรจังหวัดภูเก็ต เทศบาลกะทู้ เป็นต้น นอกจากนี้วิทยาลัยชุมชนยังจัดอบรมภาษาอังกฤษหลักสูตรระยะสั้น 30 – 45 ชั่วโมง ให้กับประชาชนทั่วไป ด้วย

**วิทยาลัยสารพัดช่าง** จัดหลักสูตรระยะสั้น 150 ชม. ภาษาอังกฤษเพื่อชีวิตประจำวัน

และ หลักสูตรระยะสั้น 150 ชม. ภาษาอังกฤษเพื่อการอาชีพ(ด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว)

**สถาบันราชภัฏ** มีการจัดอบรมตามคำขอของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น จัดอบรมให้ตำรวจที่จังหวัดพังงา เป็นต้น

**วิทยาลัยอาชีวศึกษา** ไม่มีการจัดอบรม

**ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน** มีจัดอบรม เช่น อบรมภาษาให้ตำรวจจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

หลักสูตรข้างต้นนี้มีทั้งที่คิดค่าบริการและจัดให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพราะได้รับเงินอุดหนุนจากหน่วยงานที่ขอให้มีการอบรม

#### โรงเรียนสอนภาษาของเอกชน

Spam International School จัดอบรมภาษาอังกฤษให้บุคคลทั่วไป และ พนักงานโรงแรม

NAVA จัดอบรมภาษาอังกฤษให้บุคคลทั่วไป และ พนักงานโรงแรม

ELT จัดอบรมภาษาอังกฤษให้บุคคลทั่วไป และ พนักงานโรงแรม

TEFL Course trainer อบรมภาษาอังกฤษสำหรับครูสอนภาษาอังกฤษ

Anna Patong จัดอบรมภาษาอังกฤษให้บุคคลทั่วไป

TEFL Teacher Training อบรมภาษาอังกฤษสำหรับครูสอนภาษาอังกฤษ 120 ชม. และ การสนทนาทั่วไป 24 – 30 ชม. และ เทคนิคการเขียน 30 ชม.

**ฝ่าย Training หรือ Human Resources** ของโรงแรมต่าง ๆ ซึ่งจัดอบรมการใช้ภาษาให้แก่ บุคลากร ในองค์กรของตนเอง

สำหรับประชาชนทั่วไปก็สามารถเข้ารับการอบรมการใช้ภาษาอังกฤษได้เป็นระยะๆ ตามที่สถานศึกษาต่างๆ จัดให้เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถาบันราชภัฏ หรือสมัครเรียนกับศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน และถ้ามีเวลาและกำลังทรัพย์ก็อาจจะสมัครเรียนกับโรงเรียนสอนภาษาของเอกชนตามที่ได้รวบรวมไว้ข้างต้น

อย่างไรก็ตาม ในการจัดอบรม เกือบทุกที่เน้นการใช้ภาษาเป็นส่วนใหญ่ ส่วนที่เป็นวัฒนธรรม และโดยเฉพาะอย่างยิ่งความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการสร้างประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมยังไม่ได้พบว่ามีการจัดรวมเข้าไว้ในหลักสูตร ยกเว้นที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ที่ได้รวมองค์ประกอบนี้ไว้ในหลักสูตรและในการเรียนการสอน