



มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

วารสาร มนุษยศาสตร์วิชาการ

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ISSN 2673-0502 (online)





มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ISSN 2673-0502 (ออนไลน์)

บรรณาธิการ

รัตนพล ชื่นคำ



KASETSART
UNIVERSITY
FACULTY OF HUMANITIES

Manutsayasad Wichakan

Volume 29 Number 2 (July - December 2022)

ISSN 2673-0502 (Online)

Editor

Rattanaphon Chuenka

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงรบ รื่นบรรเทิง

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนพล ชื่นคำ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ:

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.กุสุมา รัชมณี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ชลดา เรืองรักษ์ลิขิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศิวพร ณ ถลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.สดชื่น ชัยประสาธน์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์เกียรติคุณกุลวดี มกราภิรมย์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์พูนพิศ อมาตยกุล

มหาวิทยาลัยมหิดล

ศาสตราจารย์กิตติคุณสุกัญญา สุจนายา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันตะเมล์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศาสตราจารย์พรรัตน์ ดำรุง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.นัทธนัย ประสานนาม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญยจีรา ชิริเวทย์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองศาสตราจารย์ ดร.สรณัฐ ไตลังคะ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.สรบุศย์ รุ่งโรจน์สุวรรณ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี มหณรงค์ชัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณิชา วัฒนวรกิกกุล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทธ์ชนัน นาถประทาน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐวัชรณัฐ กอบศิริธีร์วีรา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์ ดร.ศิริพร เลิศไพศาลวงศ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์ ดร.เอกพล เจียรพัฒนาคม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Professor Adrian Vickers

University of Sydney, Australia

Professor Michael Gardiner

University of Warwick, United Kingdom

Professor Peter A. Jackson

Australian National University, Australia

Professor Sharmani Patricia Gabriel

University of Malaya, Malaysia

บรรณาธิการจัดการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทน์ชนัน นาถประทาน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยบรรณาธิการจัดการ:

ผาณิตา ชัยดิเรก

สุภาภรณ์ ไชยภักดิ์

สถานที่ติดต่อ:

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์: 0-2579-5566-8 ต่อ 1200

โทรสาร: 0-2561-3485

เว็บไซต์: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc>

ศิลปกรรม:

โชติรส เกตุแก้ว

ภาพปก:

เทพเหยยถั่วที่วัดหัวเหยียน นครฉงชิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน

ที่มา: <https://read01.com/yyKe7RJ.html#.Y6aUI3ZBzIV>

Members of the Advisory Board:

Assistant Professor Thongrob Ruenbanthoeng, Ph.D. Dean, Faculty of Humanities,
Kasetsart University

Editor in Chief:

Rattanaphon Chuenka, Ph.D. Assistant Professor, Kasetsart University

Members of the Editorial Board:

Kusuma Raksamane, Ph.D. Professor Emeritus, Silpakorn University

Cholada Ruengruglikit, Ph.D. Professor Emeritus, Chulalongkorn University

Siraporn Nathalang, Ph.D. Professor Emeritus, Chulalongkorn University

Sodchuen Chaiprasathna, Ph.D. Professor Emeritus, Silpakorn University

Amara Prasithratsint, Ph.D. Professor Emeritus, Chulalongkorn University

Kulwadee Makarabhirom Professor Emeritus, Kasetsart University

Poonpit Amatyakul Professor Emeritus, Mahidol University

Sukanya Sujachaya Professor Emeritus, Chulalongkorn University

Therdchai Choibamroong, Ph.D. Professor, National Institute of Development
Administration

Nottakrit Vantamay, Ph.D. Professor, Kasetsart University

Pornrat Damrhung Professor, Chulalongkorn University

Natthanai Prasannam, Ph.D. Associate Professor, Kasetsart University

Boonjeera Chiravate, Ph.D. Associate Professor, Silpakorn University

Soranat Tailanga, Ph.D. Associate Professor, Kasetsart University

Sorabud Rungrojsuwan, Ph.D. Associate Professor,
Mae Fah Luang University

Sumalee Mahanarongchai, Ph.D. Associate Professor, Thammasat University

Nitchaya Wattanavorakijkul, Ph.D. Assistant Professor, Kasetsart University

Natchanan Natpratana, Ph.D. Assistant Professor, Kasetsart University

Ranwarat Kobsirithiwara, Ph.D. Assistant Professor, Kasetsart University

Siriporn Lertpaisarnwong, Ph.D. Lecturer, Kasetsart University

Ekapol Cheerapatnakom, Ph.D.

Lecturer, Kasetsart University

Adrian Vickers, Ph.D.

Professor, University of Sydney, Australia

Michael Gardiner, Ph.D.

Professor, University of Warwick,
United Kingdom

Peter A. Jackson, Ph.D.

Professor, Australian National University,
Australia

Sharmani Patricia Gabriel, Ph.D.

Professor, University of Malaya, Malaysia

Managing Editor:

Natchanan Natpratan, Ph.D.

Assistant Professor, Kasetsart University

Assistant Managing Editors:

Phanita Chaidirek

Supaporn Chaiyabhat

Editorial Address:

Manutsayasat Wichakan,
Faculty of Humanities, Kasetsart University
50 Ngam Wong Wan Rd., Lat Yao, Chatuchak,
Bangkok 10900, THAILAND
Telephone: 0-2579-5566-8 # 1200
Fax: 0-2561-3485
Website: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc>

Design and Artwork:

Chotirot Ketkaeo

Cover:

Wei-tuo god at Huayan Temple of Chongqing city, The Republic of China
From: <https://read01.com/yyKe7RJ.html#.Y6aUI3ZBzIV>

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการเป็นวารสารวิชาการราย 6 เดือน (2 ฉบับต่อปี) คือ ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยกองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ จัดพิมพ์วารสารนี้เพื่อส่งเสริมให้คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาและผู้สนใจได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยและเผยแพร่ผลงานวิชาการ ตลอดจนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการทางด้านมนุษยศาสตร์และศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการยินดีรับต้นฉบับผลงานวิชาการที่เป็นบทความวิจัย (research article) บทความวิชาการที่ไม่ใช่งานวิจัย (non-research academic article) บทความปริทรรศน์ (review article) หรือบทวิจารณ์หนังสือ (book review) ซึ่งเขียนเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ เนื้อหาของบทความต้องเกี่ยวกับสาขาวิชามนุษยศาสตร์หรือสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ภาษา ภาษาศาสตร์ การเรียนการสอนภาษา การแปล วรรณคดี ดติชนวิทยา ศิลปะการแสดง ปรัชญาและศาสนา สื่อสารมวลชน ดนตรี ศิลปะและการท่องเที่ยว

บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการฉบับใดมาก่อน เว้นแต่เป็นการปรับปรุงจากผลงานที่ได้เสนอในการประชุมวิชาการและต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น

บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ทุกบทความจะต้องผ่านการกลั่นกรองคุณภาพแบบไม่เปิดเผยตัวตนสองทาง (double-blind review) โดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขานั้นหรือสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 คน ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นที่สุด

เมื่อพิจารณาเสร็จสิ้นแล้ว กองบรรณาธิการจะประสานกับผู้เขียนเพื่อให้แก้ไขต้นฉบับและส่งกลับมายังกองบรรณาธิการภายในกรอบเวลาที่กำหนด

ผู้ส่งบทความกรุณาส่งต้นฉบับบทความตามช่องทางและรูปแบบที่กำหนดไว้ในข้อแนะนำในการส่งบทความ (กรุณาดูรายละเอียดท้ายเล่มหรือเว็บไซต์ของวารสาร <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc>)

ข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารเป็นของผู้เขียนแต่ละคน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และ
กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วยและไม่ถือว่าเป็นความรับผิดชอบของคณะมนุษยศาสตร์และ
กองบรรณาธิการ

ลิขสิทธิ์บทความของผู้เขียนและของคณะมนุษยศาสตร์ ซึ่งได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำ
ต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนและกองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการโดยตรงเป็นลายลักษณ์อักษร

About the *Manutsayasat Wichakan*

The *Manutsayasat Wichakan* is a biannual academic journal, published in two issues each year: the January-June issue, and the July-December issue.

Through the publication of this journal, the Editorial Board of the Faculty of Humanities, Kasetsart University, aims to promote distinguished works of lecturers, researchers, academics, students, and any interested individuals, and to encourage knowledge exchange in humanities and related disciplines.

The Editorial Board welcomes submissions of the following manuscripts, either in Thai or in English: research articles, non-research academic articles, review articles, or book reviews. Each contribution must address issues in humanities or related disciplines, such as language studies, linguistics, language learning and teaching, translation, literature, folklore, performing arts, philosophy and religion, mass communication, music, arts, and tourism.

The submitted manuscripts must not have been published in any other academic journals, or be under the consideration of any other academic journals. Conference articles that have been revised specifically for publication, however, are eligible.

Each submitted manuscript will be double-blind reviewed by at least three experts. The decision of the Editorial Board is final.

In the case of successful submission, the Editorial Board will inform the author of any changes or revisions that have to be made. The author then needs to edit the manuscript and send it back to the Editorial Board within an agreed timeframe.

The author should submit the manuscript in the APA format through the journal's website – <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc>

The opinions apparent in each published article are strictly of its respective author; the Faculty of Humanities, Kasetsart University, and the Editorial Board do not necessarily agree with and hold no responsibility to such opinions.

All rights to the articles published in this journal belong to the authors and the Faculty of Humanities, and are under the protection of the laws. Reproduction of the content in any form requires direct, written permissions from the author of each article and the Faculty of Humanities.

ถ้อยแถลงจากบรรณาธิการ

วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565) มีบทความสาขาวิชา มนุษยศาสตร์และสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวม 19 บทความ ประกอบด้วยบทความวิจัย 14 เรื่องและบทความ วิชาการ 5 เรื่อง

บทความวิจัย 14 เรื่อง เป็นการศึกษาในประเด็นทางวิชาการด้านศิลปะ วัฒนธรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการบริการ วรรณคดี ได้แก่ “แนวคิดการจัดวางประติมากรรมเหยี่ยวถั่วในวัดมหาธาตุอินทนิลและอนันนิทกย กรุงเทพมหานคร” ของอริชัญญา ไชยพจน์พานิช “การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงเย็น ตำบลเวินพระบาท อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม” ของวิสิฐฐิติ คิดคำส่วน พัฒนพงศ์ ตีระ และปรียานุตร สุรินทร์แก้ว “การประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนไทลื้อในจังหวัดน่านจากมุมมองของผู้นำท้องถิ่น” ของกัญญารินทร์ ไชยจันทร์ “ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ” ของดาวศุภร์ บุญญะสานต์ และรัชพงศ์ วงศาโรจน์ “กลยุทธ์การตลาดสำหรับการบริหารฝั่งงานแสดงสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ” ของสืบพงษ์ สมิตทันต์และเกตุศิริ เจริญวิศาล “รวมเรื่องสั้น “เรือเซื่องช้าสู่เมืองจีน” ของฮารุกิ มูราคามิ: ภาพลักษณ์แห่งชีวิตและลีลาการเขียน” ของสร้อยสุดา ณ ระนอง

อีกส่วนหนึ่งเป็นการศึกษาในประเด็นทางวิชาการด้านการศึกษา ภาษา ภาษาศาสตร์ การแปล และการเรียนการสอนภาษา ได้แก่ “การพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” ของมนัสนันท์ หัตถศักดิ์ และรัชกร เวชวรนนท์ “ลักษณะของเรื่องเล่าในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กภาษาไทย: การศึกษากลุ่มการเล่นระยะสั้นและระยะยาว” ของมิ่งขวัญ สังข์วัฒนะ “การแปรของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนภาษาไทยและความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์ของผู้ใช้ภาษา” ของประภัสสร ถิรตันติ “โฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19: การศึกษาชนิดกระบวนการของคำกริยาตามแนวคิดไวยากรณ์ระบบและหน้าที่” ของธันวพร เสรีชัยกุล “ลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา” ของกนกวรรณ สาโรจน์ “การศึกษาเอกสารเพื่อให้ได้แนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย” ของพุทธรชชาติ ลิ้มศิริเรืองโร “The Effectiveness of Consciousness-Raising Tasks in Teaching and Learning Phrases and Clauses of L2 Learners at Tertiary Level” ของ Peangduen Panarook และ “Intercultural Communicative Competence of Thai Crew Members for International Cruise Lines” ของ Chariti Khuanmuang

บทความวิชาการ 5 เรื่อง เป็นการศึกษาด้านภาษา ภาษาศาสตร์ วรรณคดี และการสื่อสาร ได้แก่ “สิ่งที่ผู้สอนภาษาอังกฤษในยุคศตวรรษที่ 21 ต้องรู้ก่อนเขียนบทเรียน” ของทรงศรี สรณสถาพร พระมหาวิโรจน์ ญาณวีโร บึงสูงเนิน สารดา จารุพันธ์ และอรทิพย์ กীরติวุฒิพงศ์ “การแปรทางภาษา: การแปรของภาษาอังกฤษในกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง” ของปรภัทร คงศรี “อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่องานวรรณกรรมอังกฤษในสมัยนอร์มัน” ของเกษมพัฒน์ พูลสวัสดิ์ นพมาศ หงษาชาติ และนันทวัน คำสุริยา “ทำเนียบภาษาในกวีนิพนธ์คำหยาด” ของ

(ข)

ธนสิน ชุตินทรานนท์ “แดริคควินพันหน้า: สุนทรียภาพจากการซ้อนทับขององค์ประกอบพื้นฐานทางการสื่อสาร
แห่งยุคหลังสมัยใหม่” ของกฤษณ์ คำนนท์

หวังว่าบทความทั้ง 19 เรื่องในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการฉบับนี้จะช่วยให้ผู้อ่านเห็นความเคลื่อนไหว
และประเด็นความสนใจของการศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน กองบรรณาธิการ
วารสารยังคงมุ่งมั่นดำเนินงานด้านระบบกลไกและการจัดการวารสารให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

ในวาระส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ พุทธศักราช 2566 ขององค์เทพธรรมาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งปวง
ปกป้องคุ้มครองและอำนวยความสุขสวัสดิแต่ผู้อ่านทุกท่าน ให้มีพลังกาย พลังใจไว้ฝ่าฟันอุปสรรคปัญหาและมี
พลังปัญญาไว้สร้างสรรค์งานวิชาการเพื่อยังประโยชน์แก่สังคมสืบไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนพล ชื่นคำ

บรรณาธิการ

(ค)

สารบัญ

Content

	หน้า
บทความวิจัยและวิทยานิพนธ์ Research articles and Thesis	
แนวคิดการจัดวางประติมากรรมเหยยถั่วในวัดมหายานจีนนิกายและอหัมมิกาย กรุงเทพฯ Arrangement Concept of Wei-tuo in Chinese and Vietnamese Mahayana Temples in Bangkok อชิรัชญ์ ไชยพจน์พานิช Achirat Chaiyapotpanit	1
การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงเย็น ตำบลเวินพระบาท อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม The Study of Local Identities of Ban Chiang Yuen Catholic Community, Wern Phrabat Sub-district, Tha Uthen District, Nakhon Phanom Province วิสิฐฐ์ คิตคำส่วน Wisit Kidkhamsuan พัฒน์พงศ์ ทิระ Phattanaphong Tira ปรียานูตร สุรินทร์แก้ว Preeyanoot Surinkaew	18
การประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนไทลื้อในจังหวัดน่าน จากมุมมองของผู้นำท้องถิ่น Assessing the Potential of Tourism Products by the Tai Lue Community in Nan Province: Perspectives of Local Leaders กัญญารินทร์ ไชยจันทร์ Khunyarin Chaijan	36

<p>ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ</p> <p>Factors of Differentiation Value Drivers Affecting International Mature Travelers toward the Selection of Small and Medium-Sized Hotels</p>	51
<p>ดาวศุภร์ บุญญะสานต์ Daosook Boonyasarn รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์ Rugphong Vongsaroj</p>	
<p>กลยุทธ์การตลาดสำหรับการบริหารจัดงานแสดงสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>Marketing Strategies for Effective Exhibition Floorplan Management</p>	68
<p>สีบพงษ์ สมิตพันธ์ Suhbpong Smithtun เกตุศิริ เจริญวิศาล Kaedsiri Jaroenvisan</p>	
<p>เรื่องสั้น “เรือช้าสู่เมืองจีน” ของฮารูกิ มูราคามิ: ภาพลักษณ์แห่งชีวิตและลีลาการเขียน</p> <p>Haruki Murakami's "A Slow Boat to China" Short Stories: Images of Life and Style of Writing</p>	84
<p>สร้อยสุดา ณ ระนอง Soysuda Na Ranong</p>	
<p>การพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์</p> <p>The Development of a Board Game to Enhance the Classroom Management Learning of Students in the Faculty of Education, Kasetsart University</p>	106
<p>มนัสนันท์ หัตถศักดิ์ Manasanan Hatthasak รัชกร เวชวรนนท์ Ratchakorn Wetworanan</p>	
<p>ลักษณะของเรื่องเล่าในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กภาษาไทย: การศึกษากลุ่มการเล่นระยะสั้นและระยะยาว</p> <p>Elements of Narratives in the Role-Playing among Thai-Speaking Facebook Users: A Short- and Long-term Study</p>	127
<p>มิ่งขวัญ สังข์วัฒนะ Mingkwan Sungkawatana</p>	

<p>การแปรของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนภาษาไทยและความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์ของผู้ใช้ภาษา</p> <p>Variation of [kháʔ] and [khàʔ] in Written Thai and Its Relation to Users' Knowledge of Tone Marking System</p> <p>ประภัสสร ทิรตันติ Prapatsorn Tiratanti</p>	145
<p>โฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19: การศึกษาชนิดกระบวนการของคำกริยาตามแนวคิดไวยากรณ์ระบบและหน้าที่</p> <p>Food Delivery Advertisement during the Pandemic of COVID-19: A Study of Process Types of Verb Using Systemic Functional Approach</p> <p>ธัญพร เสรีชัยกุล Thanwaporn Sereechaikul</p>	164
<p>ลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา</p> <p>The Characteristics of Burapha University's Korean Major Students' Korean Sentence Translation</p> <p>กนกวรรณ สาโรจน์ Kanokwan Sarojna</p>	186
<p>การศึกษาเอกสารเพื่อให้ได้แนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย</p> <p>Research to Obtain Guidelines for Thai-English Translation for Developing Linguistic Landscape in Tourist Attractions in Thailand</p> <p>พุทฑชาด ลิมศิริเรืองไร Puttachart Limsiriruengrai</p>	200
<p>The Effectiveness of Consciousness-Raising Tasks in Teaching and Learning Phrases and Clauses of L2 Learners at Tertiary Level</p> <p>ประสิทธิภาพของกิจกรรมการกระตุ้นการตระหนักรู้ในการเรียนและการสอนวลีและอนุประโยคของผู้เรียนภาษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา</p> <p>Peangduen Panarook เพียงเดือน พรณรุภย์</p>	223

Intercultural Communicative Competence of Thai Crew Members 253**for International Cruise Lines**

ทักษะความสามารถด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของลูกเรือชาวไทยประจำเรือสำราญ
ระหว่างประเทศ

Chariti Khuanmuang

จาริตติ ขวัญเมือง

บทความวิชาการ

Non-research academic articles

สิ่งที่ผู้สอนภาษาอังกฤษในยุคศตวรรษที่ 21 ต้องรู้ก่อนเขียนบทเรียน 277

What English Teachers Should Know before Writing Teaching Materials

ทรงศรี สรณสถาพร

Songsri Soranasathaporn

พระมหาวิโรจน์ ญาณวิโร บึงสูงเนิน

Phramahawiroj Yannaweero Puengsungnoen

สารดา จารุพันธ์

Sarada Jarupan

อรทิพย์ กীরติวุฒิปงศ์

Orrathip Geerativudhipong

การแปรทางภาษา: การแปรของภาษาอังกฤษในกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง 295

Linguistic Variation: English Variation in Karen Ethnicity

ปรภัทธ คงศรี

Poraphat Khongsri

อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่องานวรรณกรรมอังกฤษในสมัยนอร์มัน 313

French Influence on the English Literary Works in the Norman Period

เกษมพัฒน์ พูลสวัสดิ์

Kasempat Poolsawas

นพมาศ หงษาชาติ

Noppamas Hongsachat

นันทวัน คำสุริยา

Nantawan Kamsuriya

ทำเนียบภาษาในกวีนิพนธ์คำหยาด

327

Register in Kham Yat Poetry

ธนสิน ชุตินทรานนท์

Thanasin Chutintaranond

**แดร์กควีนพันหน้า: สุนทรียภาพจากการซ้อนทับขององค์ประกอบพื้นฐานทางการสื่อสาร
แห่งยุคหลังสมัยใหม่**

342

Drag Queen of Thousand Faces: Aesthetics from Overlapping of Communication Elements
in Postmodern Age

กฤษณ์ คำนนท์

Krit Kamnon

แนวคิดการจัดวางประติมากรรมเหรียญ
ในวัดมหานิกายและอนัมมิกาย กรุงเทพฯ*

Received: 31 January 2022

Revised: 24 August 2022

Accepted: 18 October 2022

อริรัชญ์ ไชยพจน์พานิช**

เทพเหรียญ หรือพระเวทโพธิสัตว์ ถือเป็นเทพธรรมาบาลสำคัญองค์หนึ่งที่พบในวัดพุทธศาสนามหายานทั้งฝ่ายจีนิกายและอนัมมิกาย กรุงเทพฯ ลักษณะสำคัญคือเป็นเทพบุรุษแต่งกายในชุดนักรบแบบจีน พระพักตร์แสดงความเยาว์ พระหัตถ์ถือกระบอง จากการสำรวจพบว่ามีการจัดวางประติมากรรมองค์ดังกล่าวในตำแหน่งที่หลากหลาย ดังนั้น ในบทความนี้จึงมีจุดประสงค์ที่จะจัดกลุ่มรูปแบบการจัดวางเทพเจ้าเหรียญในวัดจีนิกายและอนัมมิกาย กรุงเทพฯ และขณะเดียวกันทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดวางดังกล่าว

จากการศึกษาพบว่าตำแหน่งการจัดวางภายในวัดทั้ง 2 นิกายมีทั้งหมด 3 รูปแบบหลัก คือ 1) ตำแหน่งบริวารนอกแนวแกนประธานภายในอาคารประธาน 2) พื้นที่ด้านหน้าภายในอาคารประธาน บนแนวแกนประธาน และหันหน้าเข้าหาพระประธาน และ 3) ภายในวิหารท้าวจตุโลกบาล หรือด้านนอกอาคารประธาน โดยอยู่บนแนวแกนประธาน และหันหน้าเข้าหาพระประธาน

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดวางดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้ คือในส่วนของวัดจีนิกาย การจัดวางสัมพันธ์กับแนวทางที่มีอยู่เดิมในจีน ซึ่งสืบเนื่องมาจากลักษณะประติมาวิทยาของเทพเจ้าเหรียญในจีนที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างพระสัณทกุมารกับเหรียญเทียนเจียงจวิน ส่วนวัดอนัมมิกาย แนวทางการจัดวางเทพเจ้าองค์นี้น่าจะได้แรงบันดาลใจจากวัดจีนิกาย เนื่องจากการประดิษฐานเทพเจ้าองค์ดังกล่าวภายในวัดไม่เป็นที่นิยมในศิลปะเวียดนาม ปัจจัยที่ทำให้เกิดความนิยมดังกล่าวอาจสืบเนื่องมาจากผู้อุปถัมภ์วัดอนัมมิกายในกรุงเทพฯ ที่เป็นชาวจีนมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่รัชกาลที่ 3 เป็นต้นมา ในขณะที่เดียวกันพระสงฆ์อนัมมิกายที่เป็นชาวจีนพลัดจำนวนลงตั้งแต่รัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

เหรียญ;
พระเวทโพธิสัตว์;
จีนิกาย;
อนัมมิกาย

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “งานศิลปกรรมในวัดพุทธศาสนามหายาน จีนิกายและอนัมมิกาย กรุงเทพมหานคร” ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง “กรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางงานช่างแห่งแผ่นดิน: ศิลปกรรมกับการอนุรักษ์และพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณค่ามรดกวัฒนธรรมของชาติ” ประเภททุนส่งเสริมกลุ่มวิจัย (เมธีวิจัยอาวุโส) ประจำปีงบประมาณ 2563 จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่ chen_liuling@hotmail.com

Arrangement Concept of Wei-tuo in Chinese and Vietnamese Mahayana Temples in Bangkok *

Received: 31 January 2022

Revised: 24 August 2022

Accepted: 18 October 2022

Achirat Chaiyapotpanit **

Wei-tuo or Veda Bodhisattava is a significant sculpture normally found in Chinese and Vietnamese Mahayana temples in Bangkok. It is portrayed as a young male god dressed in Chinese armor and holding a club. The god's arrangements inside these temples of two sects in Bangkok are various. Thus, this article is aimed to categorize the arrangements of Wei-tuo found in those temples, and also to study the factors having impacts on these arrangements.

According to the research, the arrangements can be categorized into 3 types: 1) he was placed in any subsidiary position inside the principal building, but not on the main axis; 2) he was placed inside the principal building, on the main axis and turned his face towards the principal Buddha image; 3) facing the principal Buddha image, he was placed on the main axis, either inside the hall of Heavenly Kings or the area in front of the principal building.

As for the factors which have an impact on these arrangements, those found in Chinese Mahayana temples are related to the practices in China, which are relevant to the iconographical characteristics of Wei-tuo (a mixture of characteristics from Skandha and Weitianjiangjun). As for Vietnamese Mahayana temples, the arrangements of Wei-tuo were influenced by those found in the former, because the placement of Wei-tuo inside temple is not popular in the Vietnamese Buddhist art. The factors leading this practice to be popular among Bangkok Vietnamese Mahayana temples were the increasing amounts of Chinese patrons since the reign of King Rama III and the decrease of Vietnamese monks in Vietnamese Mahayana sects.

Research Article

Abstract

Keywords

Wei-tuo,
veda bodhisattava,
Chinese mahayana sect,
Vietnamese mahayana sect

* This article is part of the research sub-project 4, "Art in Chinese and Vietnamese Mahayana Temples of Bangkok" under the project "Bangkok, the Center of Thai Craftsmanship: A Study of Artistic Conservation and Development to Increase Value of the National Cultural Heritage" supported by TRF Senior Research Scholar 2020.

** Assistant Professor, Department of Art History, Faculty of Archaeology, Silpakorn University, e-mail: chen_liuling@hotmail.com

1. บทนำ

พระพุทธศาสนานิกายมหายานเป็นนิกายหนึ่งที่แพร่หลายอย่างมากในประเทศไทย โดยมีต้นกำเนิดมาจากจีนและเวียดนาม ดังนั้น คนไทยจึงกำหนดนามเรียกพระพุทธศาสนาที่มาจากสองพื้นที่นี้ว่า จีนิกายและอนัมนิกาย ด้วยพระทั้งสองนิกายมีบทบาทในราชสำนัก ดังนั้นในสมัยรัชกาลที่ 5 จึงเริ่มมีระเบียบกำหนดสมณศักดิ์ของทั้งสองนิกายเช่นเดียวกับพระสงฆ์ไทยและมอญ (พระครูคุณานันท์สมณาจารย์ (โผเรียน เป้า), 2507, น. 11)

การแบ่งนิกายข้างต้นมาจากความเข้าใจของผู้คนในสมัยรัตนโกสินทร์ โดยพิจารณาจากแหล่งที่มา แต่ในความเป็นจริงแล้ว พระพุทธศาสนาจากจีนและเวียดนามมีลักษณะร่วมกันหลายประการ เช่น แนวคิดและหลักคำสอนที่มาจากนิกายฌาน นอกจากนี้ งานพุทธศิลป์ที่สร้างในสองดินแดนมีความคล้ายคลึงกันด้วย อาทิ การสร้างพระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวรพันกร รวมไปถึงพระโพธิสัตว์องค์อื่นๆ ความพ้องกันดังกล่าวมาจากแนวคิดทางพุทธศาสนา รวมถึงงานพุทธศิลป์ในเวียดนามได้รับอิทธิพลหลักจากจีน แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีลักษณะแตกต่างกันไปบ้างจากปัจจัยทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน

วัดจีนิกายและวัดอนัมนิกายทั้งหมดในกรุงเทพฯ ประดิษฐานประติมากรรมเหยี่ยว (韋駝) (เสียงภาษาจีนกลาง) บางครั้งเรียกว่า “เหยี่ยวผู้ช่า” “พระเวทโพธิสัตว์” (ภาพที่ 1 และ 2) เทพเหยี่ยวเป็นหนึ่งในเทพธรรมบาลที่พบในพุทธสถานของดินแดนจีนและเวียดนาม โดยมีเอกลักษณ์สำคัญคือ เทพบุรุษแต่งกายในชุดนักรบจีน พระพักตร์อ่อนเยาว์ พระหัตถ์ถือกระบอง

ตำแหน่งการจัดวางเทพเหยี่ยวในวัดจีนิกายและอนัมนิกาย กรุงเทพฯ มีความน่าสนใจ เช่น บางแห่งประดิษฐานเทพเหยี่ยวในวิหารท้าวจตุโลกบาล ซึ่งอยู่ด้านหน้าอาคารประธาน และจัดวางให้หันพระพักตร์เข้าหาอาคารประธาน บางแห่งประดิษฐานประติมากรรมภายในอาคารประธาน โดยจัดชิดผนังด้านข้างและอยู่ใกล้ประตูทางเข้าอาคาร และบางแห่งจัดวางประติมากรรมเหยี่ยวบริเวณพื้นที่ด้านหน้าภายในอาคารประธาน โดยจัดให้ประติมากรรมหันหน้าเข้าหาประติมากรรมประธาน เป็นต้น

ด้วยแนวทางการจัดวางที่หลากหลาย บทความนี้จึงเก็บข้อมูลการจัดวางประติมากรรมเหยี่ยวในวัดทั้ง 2 นิกายของกรุงเทพฯ เพื่อสรุปให้เห็นภาพชัดเจนว่า ประติมากรรมดังกล่าวมีรูปแบบการจัดวางอย่างไรบ้าง ในขณะเดียวกัน ทำการศึกษาแนวคิดที่อาจเป็นปัจจัยสำคัญต่อการจัดวางเทพเจ้าเหยี่ยวด้วย เช่น ความเชื่อพัฒนาการทางสังคม เป็นต้น

ประติมากรรมเหยี่ยวปรากฏมาก่อนในศิลปะจีน ซึ่งต่อมาส่งอิทธิพลให้ศิลปะเวียดนาม ดังนั้น การจัดวางประติมากรรมดังกล่าวในวัดจีนิกายและอนัมนิกาย กรุงเทพฯ จึงน่าจะสัมพันธ์กับงานศิลปกรรมที่มีมาก่อนในจีนและเวียดนาม ดังนั้น เพื่อสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย บทความนี้จึงแบ่งเนื้อหาเป็น 2 ส่วน **ส่วนแรก** ขอนำเสนอข้อมูลด้านประติมานวิทยาที่ปรากฏในหลักฐานเอกสารและมีผลต่อการจัดวางเทพเหยี่ยว รวมไปถึงการจัดวางเทพเจ้าองค์นี้ภายในพุทธสถานของศิลปะจีนและศิลปะเวียดนาม¹ และ **ส่วนที่สอง** กล่าวถึงการจัดวางเทพเจ้าองค์ดังกล่าวในวัดจีนิกายและอนัมนิกายของกรุงเทพฯ และทำการศึกษาว่ามีการสืบต่อจากงานศิลปกรรมในบ้านเกิดบรรพบุรุษ มีการปรับเปลี่ยนหรือไม่

¹ งานศิลปกรรมโบราณในพื้นที่ประเทศเวียดนามปัจจุบัน สร้างโดยหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งนี้ งานศิลปกรรมที่เกี่ยวข้องกับบทความนี้เป็นของกลุ่มชาวเวียดนาม หรือที่คนไทยเรียกว่า ชาวญวน หรือชาวเวียดนาม



ภาพที่ 1. ประติมากรรมเหวยถั่ว วัดมังกรกมลาวาส

ภาพที่ 2. ประติมากรรมเหวยถั่ว วัดอุภัยราชบำรุง

2. การจัดวางเหวยถั่วในศิลปะจีนและศิลปะเวียดนาม

2.1 เหวยถั่วในเอกสารพระพุทธศาสนาของจีน

เหวยถั่ว หมายถึง สกัณฑุมาร ซึ่งเป็นเทพเจ้าในศาสนาฮินดู และต่อมากลายเป็นเทพธรรมบาลในพุทธศาสนา แนวคิดดังกล่าวเกิดขึ้นในอินเดียและเผยแพร่มายังจีนเช่นกัน ดังปรากฏภาพแกะสลักนูนต่ำสกัณฑุมารในตำแหน่งปากทางเข้าวัดถ้ำในกลุ่มวัดถ้ำหวินกั๋ง และมีการกล่าวถึงหน้าที่ดังกล่าวในคัมภีร์พระพุทธศาสนาฉบับแปลเป็นภาษาจีนเช่นกัน โดยปริวรรตนามของท่านเป็นภาษาจีนว่า “ซือเจี้ยนถั่ว” (私建陀) แต่ต่อมาในชั้นหลังกลับเรียกเทพองค์นี้ว่า “เหวยถั่วเทียน” (達駝天)²

พระสงฆ์นามว่าฮุยหลิน (慧琳) มีรรถอธิบายในหนังสือ *ฮุยหลินยินอี่* (慧琳音义) ซึ่งประพันธ์ขึ้นในปี พ.ศ. 1353 ว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดจากความผิดพลาดในการคัดลอกคัมภีร์ในภาษาจีน โดยคำว่า “เทียน” แปลว่า เทวดา ส่วนคำว่า “เหวยถั่ว” อาจมาจากคำว่า “เจี้ยนถั่ว” โดยเกิดความสับสนเนื่องจากตัวอักษรเหวย (達) คล้ายกับตัวอักษรเจี้ยน (建) (Li, 2012, p. 24) จากบันทึกของท่านฮุยหลินแสดงให้เห็นว่านามของพระสกัณฑุมารควรเขียนว่า “เจี้ยนถั่ว” (建陀) แต่ด้วยความผิดพลาดในการเขียนหรือคัดลอกคัมภีร์จึงกลายเป็น “เหวยถั่ว” (達駝) ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับนาม “เจี้ยนถั่ว” และ “เหวยถั่ว” ในคัมภีร์พระพุทธศาสนาฉบับภาษาจีนที่แปลในช่วงก่อนหน้า อาทิ *มหาปริณีพพานสูตร* ซึ่งแปลในช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 9 ระบุนามพระสกัณฑุมารว่า “เหวยถั่ว” (達駝) และ *มหาเมฆสูตร* ซึ่งแปลเป็นภาษาจีนในช่วงครึ่งหลังพุทธศตวรรษที่ 10 ระบุนามเทพเจ้าองค์ดังกล่าวว่า “เจี้ยนถั่ว” (建陀) (Li, 2012, p. 25) นอกจากนี้ คัมภีร์ *สุวรรณประภาไสตตมสูตร* ซึ่งแปลเป็นภาษาจีนโดยพระจากเอเชียกลางนามว่า ธรรมเกษม (พ.ศ. 928-976) เรียกพระสกัณฑุมารว่า “เหวยถั่ว” (達駝) และระบุหน้าที่ของท่านเหมือนกับคัมภีร์อื่นๆ ว่า ท่านเป็นหนึ่งในผู้ปกครองโลกและจะปกป้องผู้ที่ได้สดับฟังพระธรรมจากคัมภีร์ดังกล่าว (金光明经 *Suvarṇaprabhāsottamasūtra*, 2022)

² ในบทความนี้ ผู้เขียนใช้ตัวอักษรจีนแบบตัวย่อเป็นหลัก แต่จะใช้ตัวอักษรจีนแบบตัวเต็มเฉพาะนามของเทพเจ้าเหวยถั่วที่ปรากฏในคัมภีร์ฉบับต่างๆ เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงตัวอักษรที่ชาวจีนสมัยโบราณแต่ละยุคใช้สำหรับนามเทพเจ้าองค์นี้

อย่างไรก็ดี เชื่อกันว่าลักษณะทางประติมานวิทยาและตำแหน่งการจัดวางของเทพเหวยถั่วที่ปรากฏในปัจจุบันน่าจะสัมพันธ์กับเทพอีกองค์ในพระพุทธศาสนา ซึ่งมีนามว่า “เหวยเทียนเจียงจวิน” (韋天將軍) เทพเจ้าองค์ดังกล่าวไม่ปรากฏมาก่อนในคัมภีร์พระพุทธศาสนาของอินเดีย แต่ปรากฏในคัมภีร์ที่ประพันธ์โดยพระสงฆ์จีนสมัยราชวงศ์ถังซึ่งมีนามว่า “เต้าเสวียน” (道宣) โดยในคัมภีร์ *ก่านทงลู่* (感通錄) กล่าวว่า ท้าวจตุโลกบาลแต่ละพระองค์มีแม่ทัพ 8 ท่าน ในบรรดาแม่ทัพ 32 ท่าน เหวยเทียนเจียงจวินมีความสามารถมากที่สุด โดยท่านเป็นแม่ทัพของท้าวจตุโลกบาลประจำทิศใต้ ทั้งนี้ เหวยเทียนเป็นผู้ปกป้องพระพุทธศาสนา หากมีวิญญาณชั่วร้ายมาทำร้ายผู้นับถือพระพุทธศาสนา เหวยเทียนเจียงจวินจะเข้าปกป้องทันที (Li, 2012, pp. 13-14) และในคัมภีร์ *ฝาย่วนจูหลิน* (法苑珠林) ซึ่งประพันธ์ขึ้นใน พ.ศ. 1211-1212 ท่านเต้าเสวียนระบุว่า

มีเทวดาองค์หนึ่งนามว่า เหวยคุน (ต้นฉบับในภาษาจีนเขียนว่า 韋琨-ผู้เขียน) เป็นหนึ่งในแปดแม่ทัพใหญ่ของท้าวจตุโลกบาลประจำทิศใต้ ในบรรดาแม่ทัพ 32 ท่านของท้าวจตุโลกบาล 4 ท่าน มีแม่ทัพองค์นี้ครองตำแหน่งสูงสุด ท่านเป็นผู้มีปัญญาฉลาดเฉลียว... พระพักตร์หันเข้าหาเพื่อรับคำบัญชาจากพระพุทธเจ้า คอยปกป้องทั้งสามทวีป (Ding, 2011, p. 8)

ราวพุทธศตวรรษที่ 17 ซึ่งตรงกับราชวงศ์ซ่งใต้ ปรากฏหลักฐานเอกสารแสดงให้เห็นว่า คนจีนในช่วงเวลานั้นเห็นว่าเหวยถั่วกับเหวยเทียนเจียงจวินคือองค์เดียวกัน ตัวอย่างสำคัญคือ บทอรรถาธิบายคัมภีร์สุวรรณประภาไสตตมสูตรซึ่งเขียนโดยพระภิกษุจงเซียว (宗晓) (พ.ศ. 1694-1757) กล่าวว่า “เทพเจ้าเหวยถั่ว (ต้นฉบับในภาษาจีนเขียนว่า 韋駝天神-ผู้เขียน) แซ่เหวย (韋-ผู้เขียน) นามว่า คุน (琨-ผู้เขียน)” (Li, 2012, p. 24) นอกจากนี้ เมื่อมีการกล่าวถึงบทประพันธ์เกี่ยวกับ “เหวยเทียนเจียงจวิน” ของท่านเต้าเสวียน ท่านจงเซียวจะใช้คำว่า “เหวยถั่ว” แทน (Li, 2012, p. 24) อีกทั้งยังสังเกตได้ว่า ท่านจงเซียวใช้ตัวอักษร “韋” ซึ่งมาจากคำว่า “เหวยเทียนเจียงจวิน” แทนคำว่า “達” ที่ใช้มาแต่เดิม ในการระบุนามเทพเจ้าเหวยถั่ว หลักฐานดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้คนในสมัยนี้มองว่า “เหวยเทียนเจียงจวิน” และ “เหวยถั่ว” คือเทพองค์เดียวกัน และทำให้ลักษณะทางประติมานวิทยาของเทพเจ้าเหวยเทียนเจียงจวินกลายเป็นของเทพเจ้าเหวยถั่วด้วย

จากข้อมูลที่กล่าวไปข้างต้น เห็นได้ว่าเทพเจ้าเหวยถั่วหรือพระเวทโพธิสัตว์ที่เรารู้จักกันในปัจจุบันมีพัฒนาการมาจากเทพเจ้า 2 องค์ คือ พระสกันทกุมารและเหวยเทียนเจียงจวิน โดยเทพเจ้าทั้ง 2 องค์มีหน้าที่คล้ายกันคือเป็นผู้ปกป้องพระพุทธศาสนา ดังนั้นในเวลาต่อมาจึงเกิดความสับสนและทำให้คนในช่วงสมัยพุทธศตวรรษที่ 17 เข้าใจว่าเทพทั้งสองเป็นองค์เดียวกัน พัฒนาการดังกล่าวสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1

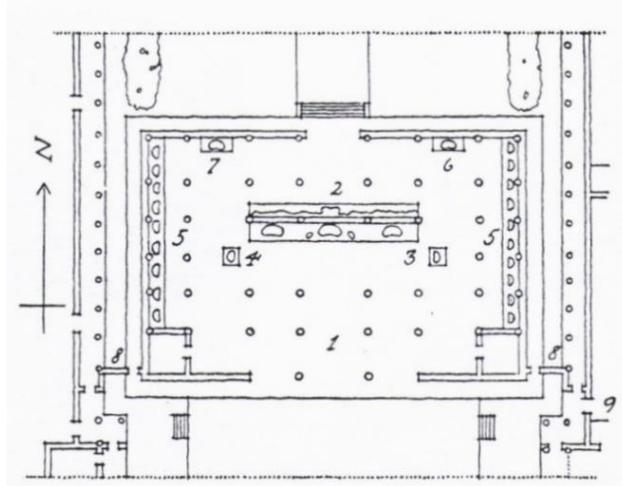
พัฒนาการความเข้าใจเกี่ยวกับเทพเจ้าเหวยถัวหรือพระเวทโพธิสัตว์

ช่วงเวลา	เทพเจ้า เหวยถัว 達駝 สกันทกุมาร	เหวยเทียนเจียงจวิน 韋天將軍 เหวยคุน/ แม่ทัพท้าวจตุโลกบาล ประจำทิศใต้	เหวยถัว 韋駝 เกิดความเข้าใจผิดว่า เหวยถัว (สกันทกุมาร) และเหวยเทียน เจียงจวินเป็นองค์เดียวกัน ทั้งนี้ ขอให้สังเกตด้วยว่า ตัวอักษร “เหวย” ในที่นี้ เขียนต่างจากตัวอักษร “เหวย” ในนามของสกันทกุมาร
พุทธศตวรรษที่ 9-10	กล่าวถึงครั้งแรกใน มหาปริณีพพานสูตร, มหาเมฆสูตร, สุวรรณประภาโสตตมสูตร		
พุทธศตวรรษที่ 13		กล่าวถึงครั้งแรกใน กานทงลู่, ฝ่ายวนจูหลิน	
พุทธศตวรรษที่ 17-18			กล่าวถึงครั้งแรกในบทอรรถาธิบาย คัมภีร์สุวรรณประภาโสตตมสูตร

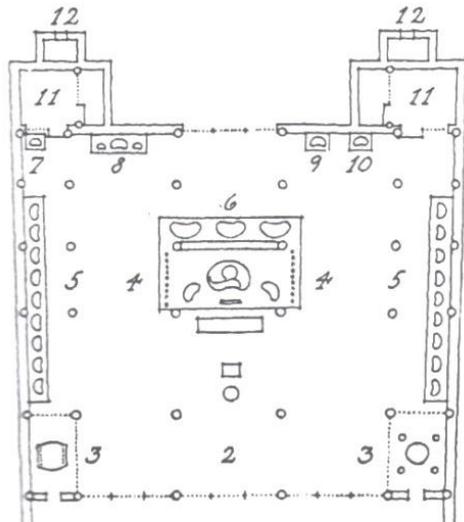
2.2 ตำแหน่งการจัดวางเหวยถัวในศิลปะจีนและศิลปะเวียดนาม

2.2.1 ศิลปะจีน

แนวคิดเกี่ยวกับเทพเจ้าเหวยถัว (韋駝) ที่ปรากฏตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 17-18 มีผลต่อการสร้างและแนวทางการจัดวางประติมากรรมองค์ดังกล่าวภายในวัด ด้วยสถานะความเป็นเทพบริวารและคอยรับบัญชาจากพระพุทธเจ้า ดังนั้น ช่างจึงจัดวางประติมากรรมเทพดังกล่าวไว้ในตำแหน่งที่ใกล้ชิดกับพระพุทธเจ้า เช่น ประดิษฐานด้านข้างติดกับแท่นประธานที่ประดิษฐานพระพุทธรูปประธาน (ภาพที่ 3) หรืออาจตั้งอยู่ติดผนังด้านข้างหรือด้านหลังของวิหารประธานเช่นเดียวกับเทพเจ้าบริวารองค์อื่นๆ (ภาพที่ 4)



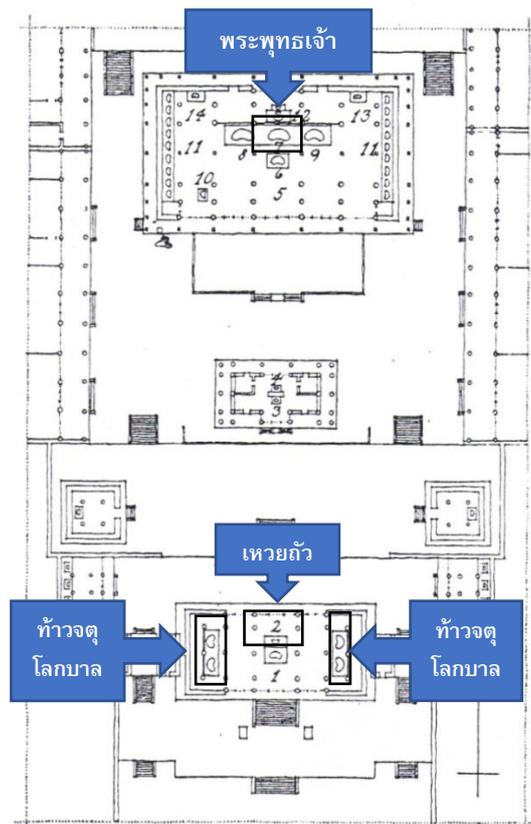
ภาพที่ 3. การจัดวางประติมากรรมภายในวิหารประธาน วัดเจ็ยจ้วง เมืองซูโจว มณฑลเจียงซู
หมายเลข 3 ในแผนผังคือตำแหน่งที่ตั้งเทพเจ้าเหวยถั่ว ซึ่งอยู่ด้านข้างประติมากรรมประธานของวิหาร
(ที่มา: J. Prip-Moller, 1967, Chinese Buddhist Monasteries, Sketch 37)



ภาพที่ 4. การจัดวางประติมากรรมภายในวิหารประธาน วัดจ้าวซิง เมืองหังโจว มณฑลเจียงซู
หมายเลข 7 ในแผนผังคือตำแหน่งที่ตั้งเทพเจ้าเหวยถั่ว ซึ่งประดิษฐานติดผนังด้านหลังของวิหาร
(ที่มา: J. Prip-Moller, 1967, Chinese Buddhist Monasteries, Sketch 60)

อีกตำแหน่งหนึ่งที่น่าสนใจคือ ภายในวิหารท้าวจตุโลกบาล วัดในพุทธศาสนาที่สร้างขึ้นในศิลปะจีน ประกอบด้วยกลุ่มอาคารที่จัดวางแบบสมมาตร วิหารประธานอยู่บนแกนกลางของวัด ทางด้านหน้าสุดของแนวแกนประธานเป็นที่ตั้งของอาคารทางเข้า โดยส่วนใหญ่อาคารดังกล่าวมักมีชื่อเรียกว่า เทียนหวังเตี้ยน ซึ่งแปลว่า วิหารท้าวจตุโลกบาล เนื่องจากภายในวิหารดังกล่าวประดิษฐานท้าวจตุโลกบาลที่ผนังด้านข้าง ข้างละ 2 องค์ ส่วนพื้นที่ตรงกลางก่อนไปทางด้านในมีการตั้งแท่นเพื่อประดิษฐานประติมากรรม 2 องค์ องค์แรกคือ พระพุ่ใต้ (布袋) ซึ่งชาวจีนเชื่อว่าเป็นภาคหนึ่งของพระโพธิสัตว์ไมเตรยะ องค์ที่ 2 คือ เหวยถั่ว น่าสังเกตว่า ช่างจัดวางให้พระพุ่ใต้หันหน้าออกไปทางหน้าวัด ในขณะที่เหวยถั่วหันหลังชนกับพระพุ่ใต้และหันหน้าเข้าหาวิหารประธาน (ภาพที่ 5) เชื่อว่าการจัดวางเช่นนี้เกิดขึ้นอย่างช้าสุดในสมัยราชวงศ์ซ่งใต้ (พ.ศ. 1670-1822) ตัวอย่างสำคัญ อาทิ วัดหลิงหยิ่น (灵隐寺) (ภาพที่ 6) (Li, 2012, p. 34) การจัดวางเช่นนี้ยังเป็นที่ยอมรับหลายจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม

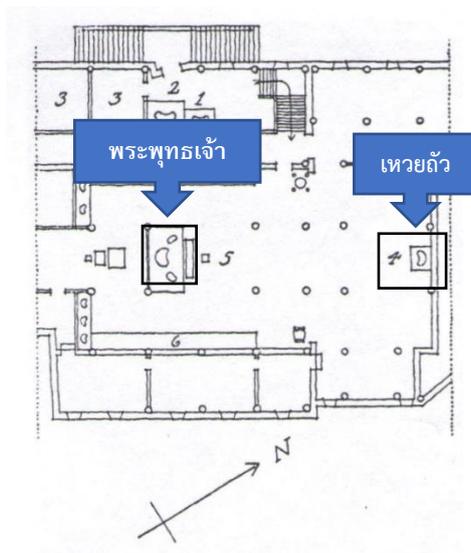
ก็ดี แบบแผนการจัดวางดังกล่าวข้างต้นอาจมีการปรับเปลี่ยนบ้าง เช่น วัดบางแห่งมีขนาดเล็ก ไม่สามารถสร้างวิหารทำวजूโลกบาลได้ จึงประดิษฐานเหยยถั่วไว้ในวิหารประธาน ติดผนังสกัดหน้า และหันพระพักตร์เข้าหาพระพุทธรูปประธาน (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 5. การจัดวางประติมากรรมวัดฝ้ายอีวี เกาะผู้ถั่ว มณฑลเจ้อเจียง
เห็นว่าเทพเหยยถั่วประดิษฐานในวิหารทำวजूโลกบาลและหันพระพักตร์ไปทางพระพุทธรูปประธาน
(ที่มา: J. Prip-Moller, 1967, Chinese Buddhist Monasteries, Sketch 35)



ภาพที่ 6. ประติมากรรมเหยยถั่ว วัดหลิงหยิ่น เมืองหังโจว มณฑลเจ้อเจียง



ภาพที่ 7. การจัดวางประติมากรรมภายในวัดตงเหยียน เขาจีวหวา มณฑลเหอหนาน
สังเกตเห็นว่าประติมากรรมเหยยถั่วประดิษฐานที่ผนังสกัดหน้าภายในวิหารประธาน
และหันพระพักตร์เข้าหาพระพุทธรูปประธาน
(ที่มา: J. Prip-Moller, 1967, Chinese Buddhist Monasteries, Sketch 40)

แนวคิดในการจัดวางตำแหน่งดังกล่าวอาจเกี่ยวข้องกับความเชื่อตามที่ระบุไว้ใน *ฝาย่วนจูหลิน* ที่กล่าวถึงเหยยเทียนเจียงจวินว่า “พระพักตร์หันเข้าหาเพื่อรับคำบัญชาจากพระพุทธรูปเจ้า” ดังนั้น เมื่อเทพเจ้าเหยยถั่วรวมความเชื่อของเทพเจ้าเหยยเทียนเจียงจวิน จึงทำให้ประติมากรรมเหยยถั่วมีตำแหน่งจัดวางต่างจากประติมากรรมองค์อื่นๆ ที่ตั้งภายในศาสนสถานเดียวกัน โดยทั่วไป ตำแหน่งวิหารประธานอยู่ถัดมาจากอาคารทางเข้า (หรือวิหารท้าวจตุโลกบาล) ซึ่งภายในประดิษฐานพระพุทธรูปเจ้า 3 พระองค์ โดยพระพุทธรูปเจ้าศากยมุนีเป็นประธาน ดังนั้น ตำแหน่งของเทพเหยยถั่วจะสัมพันธ์กับพระพุทธรูปประธานในวิหารประธาน เพื่อแสดงให้เห็นว่าเทพเหยยถั่วกำลังหันเข้าหาพระพุทธรูปเจ้าศากยมุนีเพื่อรับคำบัญชา

อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือ ปัจจัยที่ทำให้ช่างเลือกจัดวางประติมากรรมเหยยถั่วในวิหารท้าวจตุโลกบาล (ภาพที่ 5) ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับลักษณะที่สืบมาจากประติมานวิทยาเดิมของเหยยเทียนเจียงจวิน ทั้งนี้ จีนเป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับทิศใต้ โดยพระราชวัง ศาสนสถานในศาสนาพุทธและเต๋า รวมถึงบ้านเรือนนิยมสร้างหันไปทางทิศใต้ ดังนั้น พื้นที่ของอาคารทางเข้าหรือวิหารท้าวจตุโลกบาลมักอยู่ทางทิศใต้สุดของวัด ตำแหน่งดังกล่าวจึงสัมพันธ์กับลักษณะประการหนึ่งของเหยยเทียนเจียงจวินด้วย กล่าวคือ ท่านเป็นหนึ่งในแปดแม่ทัพใหญ่ของท้าวจตุโลกบาลประจำทิศใต้ ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่า ด้วยตำแหน่งอาคารที่อยู่ทางทิศใต้ จึงเหมาะสมที่จะเลือกประติมากรรมองค์นี้ให้ประจำอยู่ที่ทิศดังกล่าว อีกทั้งท่านมีความสัมพันธ์กับท้าวจตุโลกบาลอย่างใกล้ชิด ดังนั้นจึงเหมาะที่จะประดิษฐานไว้ในวิหารท้าวจตุโลกบาลด้วย

จากหลักฐานศิลปกรรมในจีน ทำให้เห็นภาพชัดเจนว่าเทพเจ้าเหยยถั่วองค์นี้น่ามีลักษณะต่างๆ ของพระสกันทกุมารและเหยยเทียนเจียงจวินมาผสมผสานกัน ดังนี้

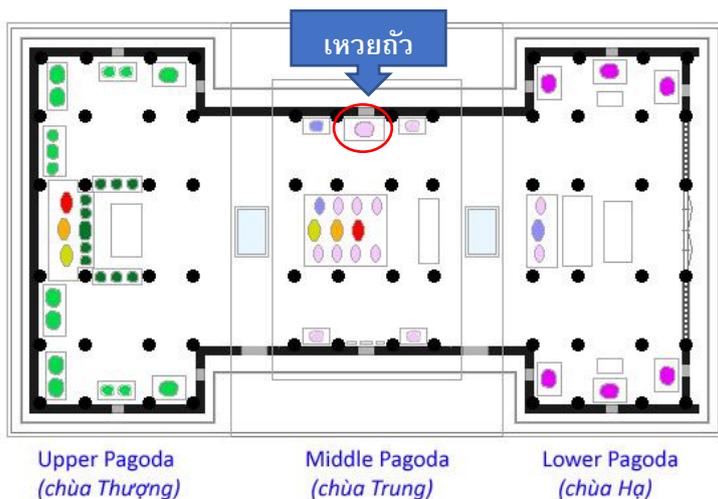
ลักษณะของเทพเหวยถั่ว (韋駝)	ที่มา	หมายเหตุ
พระนาม “เหวยถั่ว”	พระสกันทกุมาร	คำว่า “เหวยถั่ว” เขียนต่างกัน แต่ออกเสียงเหมือนกัน โดยพระนามของพระเวทโพธิสัตว์เขียนว่า 韋駝 แต่พระนามของพระสกันทกุมารเขียนว่า 達駝
พระพักตร์หันเข้าหาพระพุทธรูปเจ้า	เหวยเทียนเจียงจวิน	-
หนึ่งในแปดแม่ทัพใหญ่ของ	เหวยเทียนเจียงจวิน	-
ท้าวจตุโลกบาลประจำทิศใต้		

2.2.2 ศิลปะเวียดนาม

ดังได้กล่าวข้างต้นว่าพุทธศิลป์ของเวียดนามใต้แรงบันดาลใจจากงานพุทธศิลป์จีนเป็นหลัก ซึ่งรวมถึงการบูชาเทพเจ้าเหวยถั่วด้วย โดยพบว่ามัลักษณะการจัดวางคล้ายกันกับจีน เช่น ตำแหน่งจัดวางจะอยู่ด้านข้างพระประธาน (ภาพที่ 8) บางแห่งอาจประดิษฐานติดผนังด้านข้างของอาคารประธาน หรืออาคารชั้นรองที่อยู่บนแนวแกนประธาน (ภาพที่ 9) นอกจากนี้ บางวัดมีการจัดวางประติมากรรมเหวยถั่วหันพระพักตร์เข้าหาพระพุทธรูปประธานเหมือนกับที่พบในศิลปะจีนเช่นกัน โดยพบว่าจัดวางไว้ภายในวิหารประธาน บริเวณกลางผนังสกัดหน้า (ภาพที่ 10) แต่น่าสังเกตว่าไม่พบการประดิษฐานประติมากรรมเหวยถั่วร่วมกับท้าวจตุโลกบาลทั้งสี่ อีกทั้งการจัดวางเทพเจ้าเหวยถั่วจะไม่เป็นที่นิยมเหมือนกับในศิลปะจีน เนื่องจากพบเพียงบางวัดเท่านั้น ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับการศึกษาการจัดวางประติมากรรมภายในวัดของศิลปะเวียดนาม ที่ไม่ได้ระบุถึงเทพเหวยถั่ว (Kumar, 2001, pp. 96-98) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาจไม่นิยมประดิษฐานเทพเจ้าองค์ดังกล่าวนัก



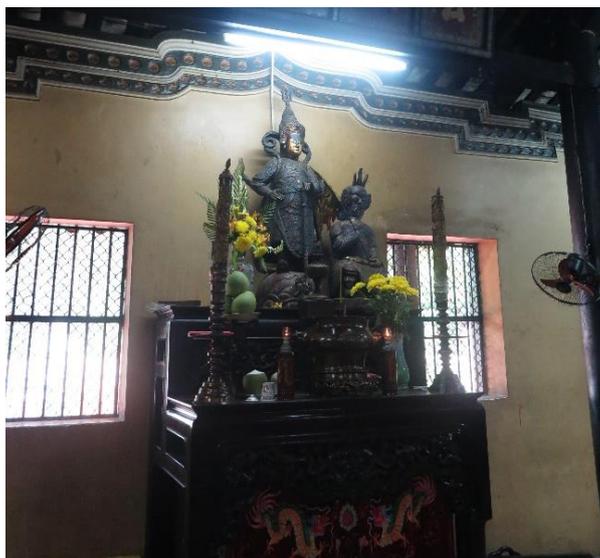
ภาพที่ 8. ประติมากรรมเหวยถั่วภายในวิหารประธานวัด Giac Lam เมืองโฮจิมินห์
สังเกตได้ว่าประติมากรรมตั้งอยู่ด้านข้างพระพุทธรูปประธาน



ภาพที่ 9 ก. วิหารที่ประดิษฐานเทพเจ้าเหวยถั่ว
วิหารดังกล่าวเป็นวิหารชั้นรองบนแนวแกนประธาน
ของวัด Tay Phuong เมือง Ha Tay

(ดัดแปลงจาก <https://www.orientalarchitecture.com/sid/14>
14/vietnam/hanoi/tay-phuong-pagoda)

ภาพที่ 9 ข. ประติมากรรมเหวยถั่ว
ซึ่งประดิษฐานในวิหารชั้นรอง
ของวัด Tay Phuong เมือง Ha Tay



ภาพที่ 10. ประติมากรรมเหวยถั่วภายในวิหารประธานวัด Giac Lam เมืองโฮจิมินห์
สังเกตได้ว่าประติมากรรมประดิษฐานติดผนังสกัดหน้าบนแนวแกนประธาน
และหันพระพักตร์เข้าหาพระพุทธรูปประธาน

ข้อสังเกตข้างต้นแสดงให้เห็นว่าถึงแม้งานพุทธศิลป์ในศิลปะเวียดนามได้แรงบันดาลใจจากศิลปะจีน แต่จะเห็นได้ว่าชาวเวียดนามอาจปรับเปลี่ยนลักษณะบางอย่างตามความเชื่อและความเข้าใจของตนเอง เช่น การไม่นำเทพเจ้าเหวยถั่วประดิษฐานร่วมกับท้าวจตุโลกบาล และสะท้อนให้เห็นว่าการให้ความสำคัญกับเทพเจ้าเหวยถั่วในเวียดนามอาจแตกต่างจากจีน จึงทำให้มีเพียงบางวัดที่ประดิษฐานเทพเจ้าองค์นี้

3. การจัดวางแหวยถั่วในวัดมหายานจีนนิกายและอนัมนิกาย กรุงเทพฯ

ปัจจุบันนี้ ในกรุงเทพฯ มีวัดจีนนิกายทั้งหมด 5 วัด และวัดอนัมนิกายทั้งหมด 7 วัด โดยมีประวัติทั้งที่สร้างขึ้นตั้งแต่สมัยธนบุรีจนถึงสมัยรัชกาลที่ 9

อาคารประธานของวัดจีนนิกายและอนัมนิกายบางแห่งมีการประดิษฐานใบเสมารอบอาคารประธาน เช่น วัดมังกรกมลาวาสและวัดอนัมนิกายาราม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาคารเหล่านั้นมีสถานะเป็นอุโบสถของวัด อย่างไรก็ตาม อาคารประธานบางวัดไม่ปรากฏหลักฐาน เช่น วัดศิขณภูฏิวหารและวัดมงคลสมาคม ดังนั้น ในการพิจารณาตำแหน่งของเทพแหวยถั่ว จึงขอใช้คำว่า “อาคารประธาน” เพื่อสื่อความหมายถึงอาคารหลักของวัดแห่งนั้นซึ่งรวมทั้งอุโบสถและวิหาร

หากพิจารณาเฉพาะตำแหน่งที่ตั้งประติมากรรมแหวยถั่ว สามารถสรุปเป็นตารางดังนี้

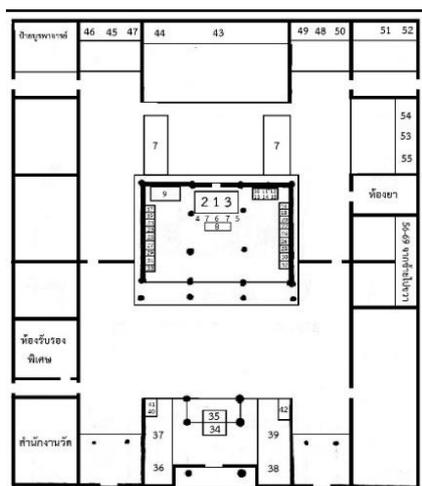
ตารางที่ 2

ตำแหน่งที่ตั้งประติมากรรมแหวยถั่วในวัดมหายานจีนนิกายและอนัมนิกาย กรุงเทพฯ

ตำแหน่งที่ตั้ง วัด	ภายใน อาคารประธาน	ภายนอก อาคารประธาน	บนแนว แกนประธาน	นอกแนว แกนประธาน	หันหน้าเข้าหา พระประธาน
วัดจีนนิกาย					
วัดทิพยวารีวิหาร	✓ ตำแหน่งบริวาร			✓	
วัดบำเพ็ญจีนพรต		✓	✓		✓
วัดมังกรกมลาวาส		✓ วิหารท้าวจตุโลกบาล	✓		✓
วัดโพธิ์แมนคุณาราม		✓ วิหารท้าวจตุโลกบาล	✓		✓
วัดศิขณภูฏิวหาร	✓ ประดิษฐานติดกับ ฝั่งซ้ายของผนัง สกัดหน้า		✓		✓
วัดอนัมนิกาย					
วัดมงคลสมาคม		✓	✓		✓
วัดอุภัยราชบำรุง	✓ ตำแหน่งบริวาร			✓	
วัดอนัมนิกายาราม	✓ ตำแหน่งบริวาร			✓	
วัดสมณานัมบริหาร	✓ ตำแหน่งบริวาร			✓	
วัดกุศลสมาคร	✓ ตำแหน่งบริวาร			✓	
วัดชัยภูมิการาม	✓ พื้นที่ด้านหน้าไม่ ติดผนังสกัดหน้า		✓		✓
วัดโลกานุเคราะห์	✓ ตำแหน่งบริวาร			✓	

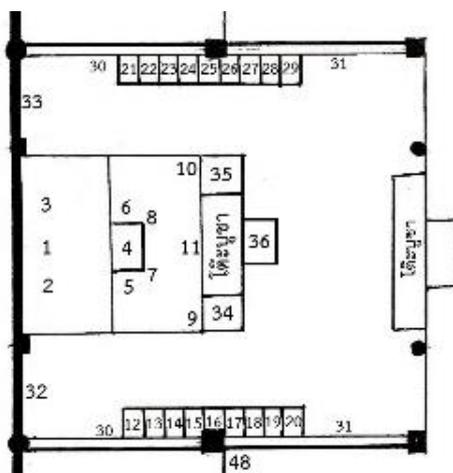
จากตารางข้างต้น หากพิจารณาเปรียบเทียบกับตำแหน่งเทพเหวยถั่วที่ปรากฏในจีนและเวียดนามพบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

วัดจีนนิกาย การประดิษฐานเทพเหวยถั่วของทุกวัดแสดงถึงความสัมพันธ์กับความนิยมประดิษฐานเทพเจ้าองค์ดังกล่าวในงานศิลปะจีน แต่น่าสังเกตว่าวัดที่มีการประดิษฐานเทพเหวยถั่วในวิหารทำวจตุโลกบาล มีเพียง 2 วัด คือ วัดมังกรกมลาวาส (ภาพที่ 11) และวัดโพธิ์แมนคุณาราม ส่วนวัดจีนนิกายแห่งอื่นประดิษฐานเทพเจ้าองค์ดังกล่าวที่ด้านข้างพระประธาน เช่น วัดทิพยวารีวิหาร (ภาพที่ 12) หรือในตำแหน่งด้านหน้าพระประธาน เช่นเดียวกับวัดมังกรกมลาวาสและวัดโพธิ์แมนคุณาราม แต่ไม่มีการสร้างวิหารทำวจตุโลกบาล วัดที่อยู่ในกลุ่มนี้ได้แก่ วัดป่าเพ็ญจินพรต (ภาพที่ 13) และวัดศิขณภูมิจิวาร



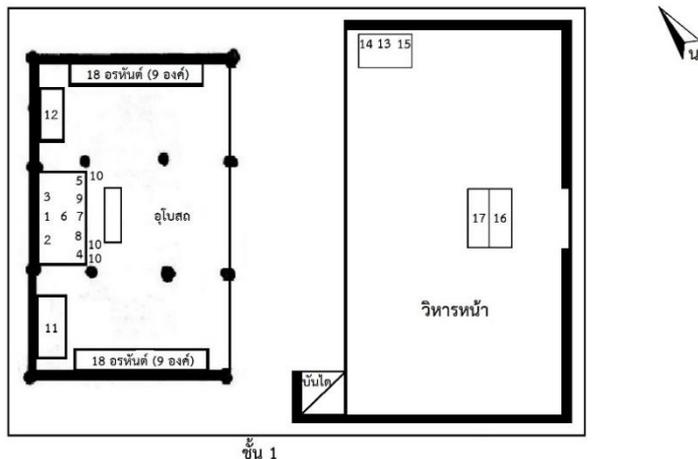
ภาพที่ 11. การจัดวางประติมากรรมภายในวัดมังกรกมลาวาส

ประติมากรรมเหวยถั่ว (หมายเลข 35) ประดิษฐานภายในวิหารทำวจตุโลกบาล (หมายเลข 36-39 คือทำวจตุโลกบาล) และหันพระพักตร์เข้าหาพระพุทธรูปประธานที่ประดิษฐานอยู่ในอาคารประธาน (หมายเลข 1) (ที่มาภาพลายเส้น: วิตะ ชินโย)



ภาพที่ 12. การจัดวางประติมากรรมภายในวัดทิพยวารีวิหาร

ประติมากรรมเหวยถั่ว (หมายเลข 8) ประทับยืนอยู่เยื้องมาทางด้านซ้ายของพระพุทธรูปประธาน (หมายเลข 1) (ที่มาภาพลายเส้น: วิตะ ชินโย)

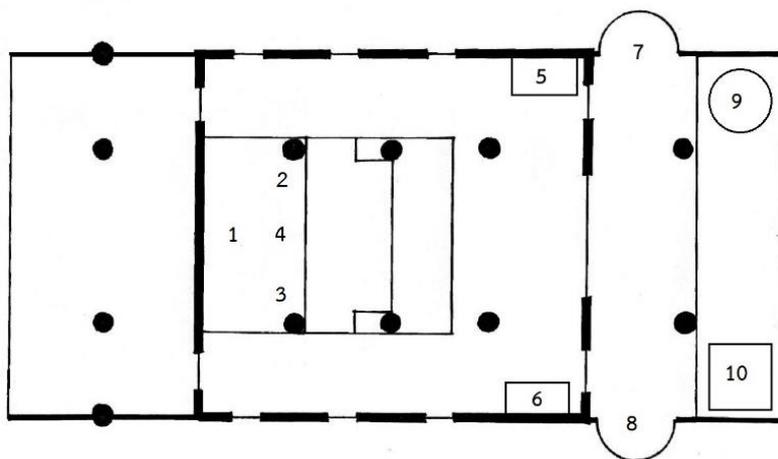


ภาพที่ 13. การจัดวางประติมากรรมภายในวัดป่าเพ็ญเงินพรต
สังเกตได้ว่าประติมากรรมเหวยถั่วตั้งอยู่บนแกนประธาน (หมายเลข 17)
หันพระพักตร์เข้าหาพระพุทธรูปประธาน (หมายเลข 1) แต่ไม่ได้อยู่ภายในวิหารท้าวจตุโลกบาล
(ที่มาภาพลายเส้น: วิศวะ ชินโย)

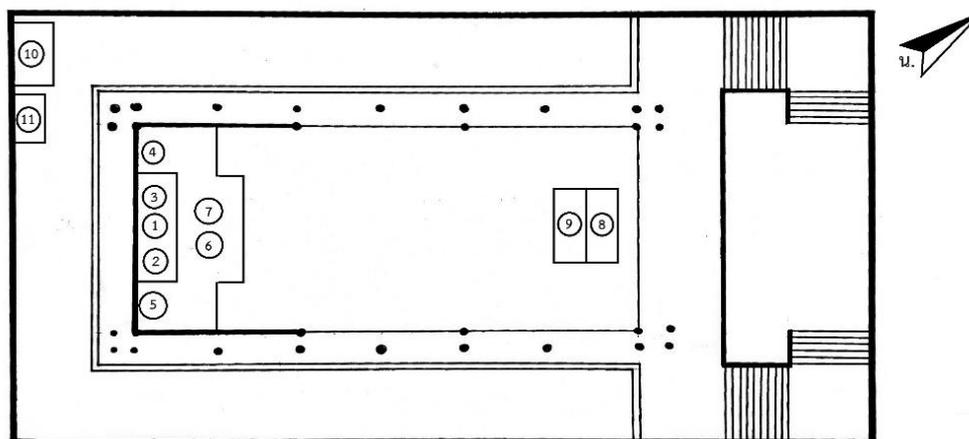
การจัดวางที่กล่าวมาข้างต้นแสดงถึงการสืบทอดคติความเชื่อเกี่ยวกับเทพเหวยถั่วและแนวทางการประดิษฐานเทพเจ้าเหวยถั่วที่มีมาก่อนในจีน แต่น่าสังเกตว่ามีวัดจีนนิกายในกรุงเทพฯ 2 แห่งที่ประดิษฐานเทพเจ้าเหวยถั่วในวิหารท้าวจตุโลกบาล แต่อีก 3 แห่งกลับประดิษฐานประติมากรรมเทพเจ้าองค์นี้ไว้ในอาคารประธาน แนวทางดังกล่าวอาจเกี่ยวข้องกับขนาดพื้นที่ของวัดซึ่งค่อนข้างเล็ก ช่างจึงต้องลดทอนอาคารบางหลังออก ซึ่งรวมถึงวิหารท้าวจตุโลกบาล ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ต้องประดิษฐานเทพเหวยถั่วในตำแหน่งอื่นแทน คือภายในอาคารประธาน โดยยังคงแนวคิดดั้งเดิมบางประการไว้ เช่น การประดิษฐานเทพองค์ดังกล่าวไว้ที่ผนังด้านข้าง หรือผนังสกัดหลัง ซึ่งเป็นตำแหน่งบริวาร หรือจัดวางเทพเหวยถั่วไว้ในพื้นที่ด้านหน้าภายในอาคารประธาน โดยหันพระพักตร์เข้าหาพระพุทธรูปประธานและรักษาระยะห่างระหว่างพระพุทธรูปประธาน กับเทพเจ้าเหวยถั่ว เพื่อให้สะดวกต่อการปฏิบัติศาสนพิธีต่างๆ

แนวทางนี้ปรากฏมาก่อนในจีนดังที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าช่างผู้ออกแบบคำนึงถึงคติความเชื่อเดิม แต่ขณะเดียวกันก็คำนึงถึงขนาดของพื้นที่และการใช้สอยพื้นที่ภายในอาคารด้วยเช่นกัน จึงมีทั้งการลดทอนและรักษารายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับเทพเจ้าเหวยถั่ว

วัดอนัมมิกาย การประดิษฐานเทพเจ้าเหวยถั่วในวัดกลุ่มนี้อาจไม่เกี่ยวกับการออกแบบพุทธสถานในเวียดนามโดยตรง เหตุผลสำคัญคือวัดอนัมมิกายในกรุงเทพฯ ประดิษฐานเทพเจ้าเหวยถั่วทุกวัด ซึ่งดูชัดจากพุทธสถานในเวียดนามที่ไม่ค่อยนิยมเท่าไรนัก ดังนั้น ถึงแม้ว่าการประดิษฐานเทพเจ้าเหวยถั่วมีมาก่อนในศิลปะเวียดนาม แต่แนวทางการประดิษฐานเทพเจ้าองค์นี้อย่างแพร่หลายในวัดอนัมมิกายน่าจะได้แรงบันดาลใจจากวัดจีนนิกายในกรุงเทพฯ และการเลือกตำแหน่งเพื่อจัดวางน่าจะคำนึงถึงขนาดพื้นที่เป็นหลักเช่นกัน (ภาพที่ 14-15)



ภาพที่ 14. การจัดวางประติมากรรมภายในวัดสุทัศน์เทพวราราม
สังเกตได้ว่าประติมากรรมเหยื่อัวประดิษฐานติดผนังด้านข้างของอาคารประธาน (หมายเลข 6)
ส่วนหมายเลข 1 คือ ตำแหน่งพระพุทธรูปประธาน
(ที่มาภาพลายเส้น: วิศวะ ชินโย)



ภาพที่ 15. การจัดวางประติมากรรมภายในวัดชัยภูมิการาม
ประติมากรรมเหยื่อัวประดิษฐานบนแกนประธาน (หมายเลข 9) และหันหน้าเข้าหาพระพุทธรูปประธาน (หมายเลข 1)
ทั้งนี้ ช่องรักษาระยะห่างระหว่างตำแหน่งที่ตั้งระหว่างประติมากรรมเหยื่อัวกับพระพุทธรูปประธาน
อาจเพื่อให้สะดวกต่อการปฏิบัติศาสนพิธีต่างๆ
(ที่มาภาพลายเส้น: วิศวะ ชินโย)

เพราะเหตุใดวัดจีนนิกายจึงมีอิทธิพลต่อการจัดวางเทพเหยื่อัวในวัดอนัมนิกาย น่าสังเกตว่าอิทธิพลศิลปะจีนสะท้อนผ่านงานศิลปกรรมอื่นภายในวัดอนัมนิกายด้วย เช่น การใช้หน้าบันทรงห้าธาตุตามแบบงานสถาปัตยกรรมเฉาซันของชาวจีนแต่จีวและการประดิษฐานประติมากรรมพระโพธิสัตว์ไมเตรยะในรูปของพระอ้วนที่มีนามว่าบู๊ไต้ที่ตำแหน่งด้านหน้าวัด เป็นต้น การที่อิทธิพลศิลปะจีนปรากฏในวัดอนัมนิกายอาจมีเหตุผลมาจากผู้อุปถัมภ์วัดอนัมนิกายหลายแห่งเป็นชาวจีน โดยมีนักวิชาการตั้งข้อสังเกตว่า ตั้งแต่ช่วงรัชกาลที่ 3 เป็นต้นมาเริ่มมีชาวจีนในกรุงเทพฯ อุปถัมภ์วัดอนัมนิกายและมากขึ้นเรื่อยๆ ในสมัยถัดมา (Kosittanakiat, 2005, pp. 29-39) ตัวอย่างสำคัญ เช่น วัดกุศลสมาคร สร้างบนที่ดินบริจาคของพระเจ้าเจริญราชชน (เท่ง เลหาเศรฐฐี) (ประวัติวัดกุศลสมาคร,

2550, น. 5) และวัดอุภัยราชบำรุง ซึ่งรัชกาลที่ 5 ได้รับสั่งให้พระยาโชฎึกราชเศรษฐี (พุก โชติกสวัสดิ์) รับผิดชอบงานปฏิสังขรณ์ (อุภัยฉลอง, 2543, น. 7) ทั้งสองท่านเป็นขุนนางชาวไทยเชื้อสายจีน นอกจากนี้ พระภิกษุในอนัมมิกายที่เป็นชาวญวนหรือชาวเวียดนามมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง และเริ่มชัดเจนตั้งแต่ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีชาวไทยและชาวไทยเชื้อสายจีนเข้ามาบวชเป็นพระภิกษุในอนัมมิกายมากขึ้น ส่งผลให้มีบทบาทสำคัญในอนัมมิกายมากขึ้นตามไปด้วย อาทิ พระคณานัมสมณาจารย์ (ไผ่เรียน เป้า) มีบิดาเป็นชาวจีนฮกเกี้ยน มารดาเป็นชาวไทย (พระคณานัมสมณาจารย์ (ไผ่เรียน เป้า), 2535, น. (7))

จากมูลเหตุที่กล่าวมาข้างต้น จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่จะมีการรับอิทธิพลศิลปะจีนเข้ามาใช้ในการออกแบบด้วย ปัจจัยดังกล่าวต่างจากวัดจีนนิกายที่ผู้อุปถัมภ์และพระภิกษุยังมีเชื้อสายจีน ซึ่งยังมีความผูกพันกับบ้านเกิดของบรรพบุรุษอยู่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าวัดจีนนิกายยังคงลักษณะความเป็นจีนค่อนข้างชัดเจน ในขณะที่วัดอนัมมิกายมีความแตกต่างจากวัดในเวียดนามในด้านรูปแบบศิลปกรรม

4. สรุปและอภิปรายผล

เทพเจ้าเหวยถั่วเป็นเทพธรรมาลสำคัญองค์หนึ่งในวัฒนธรรมพุทธศาสนาของจีน จากการศึกษาด้านประติมานวิทยาพบว่า เทพเจ้าองค์นี้เกิดจากการผนวกรวมเทพเจ้า 2 องค์ คือ พระสกันทกุมารและเหวยเทียนเจียงจวิน ทำให้เทพเจ้าองค์นี้มีลักษณะทางประติมานวิทยาสัมพันธ์กับเทพเจ้าทั้ง 2 องค์ กล่าวคือ พระนามเหวยถั่วที่มาจากพระนามของพระสกันทกุมาร ส่วนสถานะแม่ทัพของท้าวจตุโลกบาลประจำทิศใต้และลักษณะท่าทางที่หันพระพักตร์เข้าหาพระพุทธรูปเจ้าเพื่อรื้อรับคำบัญชาซึ่งสัมพันธ์กับลักษณะทางประติมานวิทยาของเหวยเทียนเจียงจวิน การผสมผสานดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงพุทธศตวรรษที่ 17 และมีผลต่อการประดิษฐ์ฐานประติมากรรมเทพเจ้าองค์นี้ภายในวัดของจีนด้วย เช่น การประดิษฐ์ฐานเทพเจ้าองค์นี้ในตำแหน่งบริวารภายในอาคารประธานหรือการประดิษฐ์ฐานไว้ภายในวิหารท้าวจตุโลกบาล หรือที่ผนังสกัดหน้าของอาคารประธานและจัดให้พระพักตร์หันเข้าหาพระพุทธรูปประธาน ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวส่งไปยังงานพุทธศิลป์ในศิลปะเวียดนามเช่นกัน แต่น่าสังเกตว่าไม่ได้รับความนิยมเท่าศิลปะจีน และลดทอนรายละเอียดบางอย่าง เช่น ไม่พบการประดิษฐ์ฐานเทพเจ้าเหวยถั่วภายในวิหารท้าวจตุโลกบาล

การประดิษฐ์ฐานเทพเจ้าเหวยถั่วปรากฏในวัดจีนนิกายและวัดอนัมมิกายในกรุงเทพฯ เช่นกัน จากการศึกษา ทำให้สันนิษฐานได้ว่าวัดจีนนิกายยังคงสืบต่อแนวคิดการบูชาเทพเจ้าเหวยถั่ว อย่างไรก็ตาม ขนาดพื้นที่มีผลต่อการเลือกตำแหน่งจัดวางเทพเจ้าเหวยถั่วด้วย ดังจะเห็นได้จากวัดที่มีขนาดใหญ่ มีการสร้างวิหารท้าวจตุโลกบาลและภายในประดิษฐ์ฐานเทพเจ้าเหวยถั่วเหมือนที่พบในศิลปะจีน แต่สำหรับวัดขนาดเล็ก อาจประดิษฐ์ฐานเทพเจ้าเหวยถั่วภายในอาคารประธานแทน

สำหรับวัดอนัมมิกาย การประดิษฐ์ฐานเทพเจ้าเหวยถั่วคงได้แรงบันดาลใจจากวัดจีนนิกายและศิลปะจีนเป็นหลัก เนื่องจากในศิลปะเวียดนาม การประดิษฐ์ฐานเทพเจ้าองค์ดังกล่าวไม่เป็นที่นิยมเท่าศิลปะจีน ทั้งนี้มูลเหตุที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ดังกล่าวสัมพันธ์กับภูมิหลังของวัดอนัมมิกายที่มีผู้อุปถัมภ์ตั้งแต่รัชกาลที่ 3 เป็นต้นมา โดยส่วนใหญ่เป็นชาวจีน อีกทั้งพระสงฆ์อนัมมิกายที่เป็นชาวญวนมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องและชัดเจนในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้วัดอนัมมิกายในกรุงเทพฯ ได้รับอิทธิพลศิลปะจีนมากกว่าศิลปะเวียดนาม

รายการอ้างอิง

- ประวัติวัดกุศลสมาคร. (2550). กรุงเทพฯ: วัดกุศลสมาคร.
- พระคณานัมสมณาจารย์ (โผเรียน เป้า). (2535). *ที่ระลึกงานฉลองสมณศักดิ์เป็นพระราชอาคันตุกะที่พระคณานัมสมณาจารย์ (โผเรียน เป้า) เจ้าอาวาสวัดชัยภูมิการาม กรุงเทพมหานคร 16 พฤษภาคม 2535*. กรุงเทพฯ: วัดชัยภูมิการาม.
- พระครูคณานัมสมณาจารย์ (โผเรียน เป้า). (2507). *ประวัติพระสงฆ์อันมณีกายในราชอาณาจักรไทย และประวัติความเป็นมาของชนเชื้อชาติญวนในสมัยต้นรัตนโกสินทร์*. พระนคร: ม.ป.พ.
- อุภัยฉลอง. (2543). กรุงเทพฯ: ประชาชน.
- Kosittanakiat, Tiwatee. (2005). *The Adaptation of Annam-Nikai in Bangkok* (Thesis for Master of Arts Program in Thai Studies). Chulalongkorn University, Bangkok.
- Kumar, Bachchan. (2001). *The Buddhist Art: Vietnamese Perspectives*. Delhi: B.R. Publishing Corporation.
- Li, Xinjie. (2012). *Weituo: a Protective Deity in Chinese Buddhism and Chinese Art* (Dissertation for Master of Arts). University of Macau, Macau.
- Prip-Moller, Johannes. (1967). *Chinese Buddhist Monasteries*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Tay Phuong Pagoda. (2022). Retrieved January 20, 2022, from <https://www.orientalarchitecture.com/sid/1414/vietnam/hanoi/tay-phuong-pagoda>.
- 丁清玲, 2011, 《南皮“石金刚”艺术考察报告》, 河北师范大学硕士学位论文 Ding Qingling. (2011). *Nanpi Shijingang Yishu Kaocha Baogao* (Dissertation for Master Degree). Hebei Normal University, Hebei. (รายงานการสำรวจด้านศิลปกรรม “วิหารปาณีศิลา” เมืองหนานผี).
- 金光明经 Suvarṇaprabhāsottamasūtra. (2022). Retrieved January 14, 2022, from <https://cbetaonline.dila.edu.tw/search/?q=%E0%B9%88%E9%87%91%E5%85%89%E6%98%8E&lang=zh>.



การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน ตำบลเวินพระบาท อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม*

Received: 25 April 2020

Revised: 20 October 2020

Accepted: 20 May 2021

วิสิฏฐ์ คิดคำส่วน**
พัฒนพงศ์ ติระ***
ปริยานุตร สุรินทร์แก้ว****

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน 2) ศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน 3 ด้าน คือ ความเชื่อ การดำเนินชีวิต และประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารและการปฏิบัติภาคสนาม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และการจัดสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าหมู่บ้านเชียงยืนเป็นชุมชนชาวคริสต์ที่สำคัญแห่งหนึ่งในการเผยแพร่ศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกของจังหวัดนครพนมในอดีตผู้คนในหมู่บ้านเป็นชาวส่วยที่อพยพมาจากแขวงลำเลา ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีบาทหลวงอาดีโน ชาวฝรั่งเศสเป็นผู้นำในการอพยพโดยการล่องเรือเข้ามาตามลำน้ำโขง เพื่อหาแหล่งที่อยู่อันอุดมสมบูรณ์แห่งใหม่

ในด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน 1) ด้านความเชื่อ ชาวบ้านเชียงยืนมีความเชื่อในพระตรีเอกานุภาพ พระบิดา พระบุตร และพระจิต โดยเชื่อว่ามีพระเจ้าองค์เดียว แต่เป็น 3 บุคคล พระเยซูเป็นบุตรของพระเจ้าเป็นพระเจ้าผู้มาบังเกิดเป็นมนุษย์และเป็นพระเจ้าผู้ช่วยให้รอด ซึ่งความเชื่อนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลง 2) ด้านการดำเนินชีวิต ชาวบ้านเชียงยืนได้สืบทอดพิธีกรรม 7 ประการ มาปรับใช้ในชีวิตและการอยู่ร่วมกันในสังคมวัฒนธรรมที่สอดคล้อง

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

อัตลักษณ์ท้องถิ่น;
ชุมชนคาทอลิก;
ศาสนาคริสต์;
บ้านเชียงยืน

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน ตำบลเวินพระบาท อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม” กองทุนวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชามานุษยวิทยาวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม ติดต่อได้ที่: wisitte@hotmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

*** อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม ติดต่อได้ที่: phattanaphong@npu.ac.th

**** อาจารย์ประจำโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยนครพนม พนมพิทยพัฒน์ ติดต่อได้ที่: preeyanoot@gmail.com

กับวิถีชีวิต 3) ด้านประเพณีวัฒนธรรม หลักความเชื่อและหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิตทางศาสนาคริสต์ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรมของชาวคริสต์บ้านเชียงยืนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเพณีที่สำคัญที่ยึดถือปฏิบัติต่อกันมาในชุมชนคือ ประเพณีแห่ดาวในวันคริสต์มาสและงานประเพณีบุญฉลองวัด ซึ่งเป็นประเพณีทางศาสนาคริสต์ที่แสดงถึงความมั่นคงในความเชื่อต่อศาสนา ความสามัคคี และความสำนึกร่วมของความเป็นคนในชุมชน

แต่ถึงกระนั้น งานวิจัยนี้ยังควรต้องศึกษาอัตลักษณ์และปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการปรับตัวของชาวบ้านชุมชนในยุคโลกาภิวัตน์ รวมถึงควรส่งเสริมให้ชาวบ้านในชุมชนมีความรู้และความเข้าใจในด้านศาสนาให้มั่นคงมากขึ้นและสามารถดำเนินชีวิตโดยมีค่านิยมต่างๆ อย่างเหมาะสม ตามสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละบุคคลหรือชุมชนต่อไป

The Study of Local Identities of Ban Chiang Yuen
Catholic Community, Wern Phrabat Sub-district,
Tha Uthen District, Nakhon Phanom Province*

Received: 25 April 2020

Revised: 20 October 2020

Accepted: 20 May 2021

Wisit Kidkhamsuan**
Phattanaphong Tira***
Preeyanoot Surinkaew****

The purposes of this research were 1) to study the local history of Ban Chiang Yuen Catholic Community, 2) to study the local identity of Ban Chiang Yuen Catholic community in 3 aspects: beliefs, lifestyle and cultural traditions from documentary data and field data collected through interviews, observation and focus group discussion.

The results of the study found that Chiang Yuen village was an important Christian community in the Catholic evangelization in Nakhon Phanom province. In the past, people in the village were "Suay" people who migrated from Lamnao province of the Lao People's Democratic Republic, with the French priest "Artino" leading the migration by sailing along Mekong River in search of a new abundant habitat.

Regarding the local identity of the community: 1) for the aspect of beliefs, villagers of Ban Chiang Yuen believed in the Trinity – the Father, the Son and the Holy Spirit as "one God in three Divine persons" - and that Jesus Christ was the Son of God who was born as a human being and a Savior. This belief would not be changed. 2) For the aspect of lifestyle, villagers of Ban Chiang Yuen had adopted the 7 Sacred

Research Article

Abstract

Keywords

local Identities;
Catholic community;
Christianity;
Ban Chiang Yuen

* This paper is a part of Research entitled, "The Study of Local Identities of Ban Chiang Yuen Catholic Community, Wern Phrabat Sub-district, Tha Uthen District, Nakhon Phanom Province", Research and Innovation Fund, Nakhon Phanom University.

** Assistant Professor, Department of Cultural and Tourism Anthropology, Faculty of Liberal Arts and Science, Nakhon Phanom University, e-mail: wisitte@hotmail.com (corresponding author)

*** Lecturer, Department of English, Faculty of Liberal Arts and Science, Nakhon Phanom University, e-mail: phattanaphong@npu.ac.th

**** Lecturer, Demonstration School of Nakhon Phanom University, e-mail: preeyanoot@gmail.com

Sacraments and applied them to life, coexistence in society and culture. 3) For the aspect of cultural traditions, doctrines and practices in the Christian life were very closely related to the traditions of Ban Chiang Yuen Christians. Especially, the important traditions were extensively observed in the community, such as the Christmas star tradition and church festivities, which were Christian traditions that showed stability in religious beliefs, unity, and common awareness of community citizenship.

However, this research should still study other aspects of the identity and other factors that caused the adjustment of villagers and communities in the globalization era as well as promoting villagers in the community to have more knowledge and understanding about religion to be more stable and able to live with various virtues appropriately according to the living conditions of each individual or community.

1. บทนำ

การเผยแพร่ศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกในภาคอีสานเริ่มขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2419 โดยพระสังฆราชหลุยส์ เวย์ ได้ส่งบาทหลวงแปร์โรซันไปเผยแพร่ศาสนาที่แก่งคอยและได้รวบรวมคริสตังชาวลาวในบริเวณนั้นได้กลุ่มหนึ่ง มีประมาณ 250-300 คน แต่การเผยแพร่ศาสนาที่แก่งคอยได้ผลน้อย ไม่คุ้มค่ากับแรงงานที่สละลงไป และยังเป็น การเสี่ยงต่อชีวิตของมิชชันนารีเพราะอยู่ในเขตพื้นที่ชื้นแฉะมีผู้คนอาศัยอยู่อย่างเบาบาง (สำนักงานสารสาสน์, 2510, น. 492) ต่อมาพระสังฆราชหลุยส์ เวย์ ได้ส่งบาทหลวงชาวฝรั่งเศส 2 รูป คือ บาทหลวงกองสตังค์ ยังบปีติสต์ โปรดม และบาทหลวงฟรังซิส มารี ซาเวียร์ เกโก ให้เดินทางไปเผยแพร่ศาสนาในภาคอีสานอย่างจริงจัง ได้ กำหนดให้เมืองอุบลราชธานีเป็นจุดวางรากฐานการเผยแพร่ศาสนาแห่งแรก ดังนั้นคณะมิชชันนารีกลุ่มนี้จึงได้ออก เดินทางจากกรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2424 ผ่านแก่งคอย ภูเขาตงพญาเย็น โคราซ ขอนแก่น กภาพสินธุ์ กมลาไสย ร้อยเอ็ด ยโสธร อำนาจเจริญ และถึงอุบลราชธานีในวันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2424 ใช้เวลาเดินทางทั้งสิ้น 102 วัน (เกล้าอุส บาเย, 2527, น. 25) การเข้ามาของมิชชันนารีโรมันคาทอลิกในอีสานได้นำเงื่อนไขใน สนธิสัญญาเมืองดินญี่มาเป็นหลักฐานอ้างอิงในการดำเนินการเผยแพร่ศาสนาในภาคอีสานโดยได้เริ่มต้นที่จังหวัด อุบลราชธานี และใน พ.ศ. 2426 เริ่มขยายไปตามลำน้ำโขงแถบเมืองนครพนม ชาติพนม มุกดาหาร หนองคาย เวียงจันทน์ และสกลนคร (พรรณี พลไชยยา, 2536, น. 184 -185)

บ้านเชียงยืนเป็นหมู่บ้านหนึ่งในจังหวัดนครพนมที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวคริสต์ จากบันทึกของ บาทหลวงปีแอร์ แอวกอฟฟอง ได้บันทึกไว้ว่า “ปลายปี ค.ศ. 1886 คุณพ่อซาเวียร์ เกโก ได้พาผู้ที่ไม่มีที่อยู่ที่บ้าน คำเก็มไปตั้งหลักแหล่งที่บ้านเชียงยืน” ชาวคริสต์เหล่านั้นเป็นชาวภูเก็ง และหมู่บ้านได้เจริญขึ้นอย่างรวดเร็ว ใน ค.ศ. 1897 บ้านเชียงยืนได้กลายเป็นศูนย์กลางของกลุ่มคริสต์ในละแวกนั้น โดยมีนักบุญฟรังซิส เดอ ซาล เป็นองค์ อุปถัมภ์ (อันดรูว์ สาราญ วงศ์เสงี่ยม, 2000, น. 228) แสดงให้เห็นว่าบ้านเชียงยืนได้มีระบบสังคมมาตั้งแต่สมัย ประวัติศาสตร์และได้ดำเนินกิจกรรมทางศาสนานับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา กิจกรรมทางศาสนาที่สำคัญ ได้แก่ ประเพณี วันคริสต์มาส คือ วันสำคัญอีกวันหนึ่งที่ชาวบ้านเชียงยืนได้ร่วมกันจัดงานที่โบสถ์ โดยช่วยกันประดับตกแต่งโบสถ์ ด้วยไฟกะพริบและไฟส่องสว่างอื่นๆ ให้สวยงาม เพราะชาวคริสต์ถือว่าวันนี้เป็นวันรื่นเริง ทุกคนจะช่วยกันเต็มที่ ชาวบ้านคุ้มต่างๆ จะจัดการแสดงของลูกหลานมาร่วมแสดงที่บริเวณโบสถ์อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ บ้านเชียงยืนยังมี พิธีกรรมที่ปฏิบัติในชุมชนสืบต่อกันมา ได้แก่ พิธีรับศีลล้างบาป พิธีศีลกำลัง ศีลมหาสนิท ศีลอภัยบาป พิธีรับศีล สมรส และพิธีการตาย เป็นต้น (เริงฤทธิ์ พลนามอินทร์, 2552, น. 177) กิจกรรมที่แสดงออกผ่านทางประเพณี วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชุมชนเหล่านี้ถือเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชนซึ่งถูก สร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันและเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน อัตลักษณ์ชุมชนนั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มี คุณค่าและเป็นสิ่งที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาชุมชนเป็นอย่างมาก

ปัจจุบัน บ้านเชียงยืนมีอายุกว่า 100 ปี ความเก่าแก่ของหมู่บ้านได้ส่งสมคุณค่าวัฒนธรรมและประเพณี ที่ดีงามไว้มากมาย ภายใต้การดำเนินชีวิตที่ผูกพันกับศาสนาคริสต์มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การนำอัตลักษณ์ที่ โดดเด่นของชุมชนมาเป็นจุดนำเสนอ จึงเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนเกิดความรัก ความผูกพัน ความ ภาคภูมิใจในบ้านเกิด การต่อยอดคือการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้ชุมชนด้วย ผู้วิจัยคาดว่า การวิจัยนี้จะสามารถสะท้อน รูปแบบอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน ตำบลเวินพระบาท อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน 3 ด้าน คือ ความเชื่อ การดำเนินชีวิต และประเพณีวัฒนธรรม

3. แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับชาติพันธุ์

ชาติพันธุ์ (ethnicity) คือ กลุ่มคนที่มีจุดกำเนิดของบรรพบุรุษร่วมกัน มีขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นแบบแผนเดียวกัน รวมถึงมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เชื้อชาติและสัญชาติสอดคล้องกัน สำหรับผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันมักมีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือดและทางวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กัน โดยเป็นความรู้สึกผูกพันที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและของชาติพันธุ์ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถรับรู้อารมณ์ความรู้สึกให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์นั้นนับถือศาสนาเดียวกัน หรือได้รับอิทธิพลจากกระบวนการกล่อมเกลางานสังคมแบบเดียวกัน (อมรา พงศาพิชญ์, 2541, น. 157) โดยในแต่ละภูมิภาคมักประกอบไปด้วยกลุ่มคนหลากหลายเผ่าพันธุ์ แต่ละเชื้อชาติก็จะมีวัฒนธรรมและประเพณีที่สวยงามเป็นของตนเอง จัดว่าเป็นสีสันทางชาติพันธุ์ของมนุษย์อย่างหนึ่งและเป็นความงดงามของสังคมโลกที่ประกอบไปด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย (เสรี ชาหลา และคณะ, 2545, น. 9)

แนวคิดเกี่ยวกับชาติพันธุ์จะทำให้ทราบถึงการสร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืนที่เกิดจากการสร้างหรือนิยามทั้งโดยคนในหมู่บ้านและคนภายนอก ซึ่งเกิดขึ้นในบริบทของการปฏิสัมพันธ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นใหม่เพื่อโต้ตอบกับการถูกนิยามและครอบงำโดยคนอื่นภายใต้อิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (identity) มีนัยแห่งความหมายสองประการด้วยกัน คือ ความเหมือนและความแตกต่างกัน (similarity and difference) บนพื้นฐานและเงื่อนไขของความสัมพันธ์และการเปรียบเทียบระหว่างระดับปัจเจกกับกลุ่มคน อัตลักษณ์จะทำหน้าที่เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าใครเป็นพวกเดียวกับเราและใครต่างจากเรา (ศิขรา ศิริสาร, 2556, น. 6) อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ก่อรูปขึ้นภายในวัฒนธรรม จึงมีความสัมพันธ์กับความเป็นกลุ่มหรือความเป็นชุมชนของแต่ละพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นสิ่งที่เลื่อนไหลได้ตามบริบทและการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม วัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอซึ่งสามารถสะท้อนถึงตัวตนของตนเองและกลุ่มว่ามีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มและชุมชนอื่นอย่างไร ดังนั้น ความเป็นชุมชนจึงเป็นเรื่องของความเป็นตัวตน (ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2550, น. 38)

การนำแนวคิดอัตลักษณ์มาใช้จะทำให้ทราบรากฐานสำคัญด้านความเชื่อ การดำเนินชีวิต และประเพณี วัฒนธรรมของชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน ซึ่งอาจมีความเหมือนและความแตกต่างจากชุมชนชาวคริสต์พื้นที่อื่น ๆ รวมถึงการรักษาความเป็นหนึ่งเดียวหรือความเป็นอัตลักษณ์เดียวกันภายใต้ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ซับซ้อน หลากหลายและไม่หยุดนิ่งในปัจจุบัน

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน

วัฒนธรรมชุมชน คือ วัฒนธรรมดั้งเดิมที่เกิดจากการสร้างและสั่งสมร่วมกันของชุมชน ท้องถิ่น เป็นพลัง ยึดโยงการอยู่ร่วมกันของชาวชุมชน สามารถคำนวณการดำรงอยู่ของชุมชนอย่างเข้มแข็ง ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นพลังผลักดันการพัฒนาที่สำคัญที่สุดของชุมชน นำไปสู่การเป็นชุมชนเข้มแข็ง

การพัฒนาตามแนวทางวัฒนธรรมชุมชนจึงเป็นการพัฒนาที่ส่งเสริมสนับสนุนการรื้อฟื้นคุณค่าทาง วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน การส่งเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนควบคู่ไปกับระบบเศรษฐกิจทุนนิยม โดยถือเอา ความสุขของชาวชุมชนเป็นเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนา จะต้องเป็นการพัฒนาที่ไม่ทำลายความเป็นดั้งเดิม ไม่ ทิ้งความเป็นสถาบันชุมชน เป็นการรื้อฟื้นคุณค่าดั้งเดิมของชุมชนมาประยุกต์เพื่อสร้างสรรค์ทางเลือกขึ้นมาใหม่ให้ สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน เพื่อมุ่งให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองและมีศักยภาพได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2538, น. 164-177)

แนวคิดนี้จะทำให้เกิดเป็นแนวทางการพัฒนาที่มีการรื้อฟื้นคุณค่าทางความเชื่อ วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ซึ่งคุณค่าเหล่านี้เป็นสิ่งที่หลงเหลืออยู่ในชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน และยังสามารถแสดงถึงความเป็น ชุมชนหรือความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน สามารถนำมาปรับประยุกต์เข้ากับแนวทางการพัฒนาตามแนวนโยบาย ของชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับชุมชน โดยนำคุณค่าทางความเชื่อ การดำเนินชีวิต และประเพณีวัฒนธรรมของ ชุมชนมาประยุกต์เพื่อให้เกิดการพัฒนาตามแนวทางวัฒนธรรมชุมชนที่ไม่ทิ้งคุณค่าดั้งเดิม ไม่ทำลายวัฒนธรรม ประเพณีที่ดั้งเดิมที่ชุมชนสั่งสมร่วมกันมา

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รินรดา พันธุ์น้อย (2552, น. 73-74) ได้ศึกษาเรื่อง “การดำรงอยู่และการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ของประชาชนในสังคมพหุวัฒนธรรมในชุมชนบึงกะแห้ว จังหวัดอุบลราชธานี” พบว่าประชากรของชุมชนบึงกะแห้ว ส่วนใหญ่เป็นคนพื้นเมือง (ไทอีสาน) และชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม นับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก โดย ชาวไทยเชื้อสายเวียดนามได้ปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ตามบริบทสถานการณ์ทางสังคม ด้วยการ ผสมผสานกลมกลืนวัฒนธรรมให้เข้ากับแนวคิด ความเชื่อ ประเพณีและวัฒนธรรม จนเกิดความผูกพันเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกันบนพื้นฐานความเป็นอยู่แบบสังคมพหุวัฒนธรรม งานวิจัยนี้ยังขาดการเปรียบเทียบเรื่องการผสม วัฒนธรรมและการปรับตัวกับชุมชนในพื้นที่อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

คณินนิต รุ่งเรือง และคณะ (2558, น. 6) ได้ศึกษาเรื่อง “ศาสนาศรีสต์กับการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนโนนประเสริฐ ตำบลพะลาน จังหวัดอุบลราชธานี” พบว่าในด้านเศรษฐกิจ ปัจจุบัน ชุมชนโนนประเสริฐได้เปลี่ยนแปลงไป มีอาชีพที่หลากหลายขึ้น เช่น ครู อาจารย์ ค้าขาย รับจ้าง ทำเกษตรเพื่อขาย และอาชีพอื่นๆ ได้แก่อาสาสมัครและมิชชันนารี กลายเป็นเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ในด้านสังคม ศาสนามีบทบาท

สำคัญในการอยู่ร่วมกันอย่างสงบของคนในชุมชน โดยมีกฎเกณฑ์ของศาสนาเป็นตัวควบคุมความประพฤติและการประกอบอาชีพ ผู้อาวุโสยังคงมีบทบาทสำคัญในการอบรมสั่งสอนลูกหลานของตน คนในชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกันในแบบเครือญาติที่มีสายเลือดเดียวกันและมีความเชื่อเดียวกัน ในด้านวัฒนธรรม มีการปลูกฝังวัฒนธรรมพื้นถิ่นอีสานให้คงอยู่ต่อไปด้วยการถ่ายทอดกับเยาวชนรุ่นหลังผ่านการทำกิจกรรมทางศาสนาและเทศกาลสำคัญต่างๆ ผ่านศิลปะการแสดงพื้นบ้านอีสาน นอกจากนี้ยังเกิดประเพณีใหม่ที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมอีสานกับวัฒนธรรมตะวันตก เช่น การประกอบพิธีแต่งงานในโบสถ์ และการขอขมาญาติผู้ใหญ่ในพิธีแต่งงานในโบสถ์ งานวิจัยนี้ยังขาดการศึกษาวิจัยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่อื่นๆ และขาดการศึกษาการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรมท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์

วัลลภา หัสการณ (2546, น. 231) ได้ศึกษาเรื่อง *“วิถีชีวิตและโลกทัศน์ของชนชั้นกลางคริสเตียน: ศึกษากรณีชุมชนคริสตจักรใจสมาน กรุงเทพมหานคร”* พบว่าการเป็นคริสเตียนทำให้ตนเองมีเป้าหมายในการดำเนินชีวิต มีความหวังมากขึ้น รู้สึกว่าชีวิตมั่นคงมากขึ้น คิดว่าตนเองต้องอยู่เพื่อถวายเกียรติพระเจ้าด้วยการประพฤติตนเป็นคนดี เสียสละ ช่วยเหลือผู้อื่น โดยมีมุมมองว่าชีวิตในปัจจุบันตั้งแต่มาเป็นคริสเตียนเป็นชีวิตที่มีความหมายมาก ส่วนหนึ่งสำหรับครอบครัวคืออยู่เพื่อดูแลครอบครัว อีกส่วนหนึ่งสำหรับเพื่อนมนุษย์ที่ตกยาก มองเพื่อนมนุษย์เหมือนพี่น้องที่ตนเองจะต้องช่วยเหลือและตนเองจะรู้สึกมีความสุขที่ได้ทำอย่างนั้น งานวิจัยนี้เน้นการศึกษาเชิงสังคมศาสตร์ การศึกษาพัฒนาการของชุมชนตามบริบททางประวัติศาสตร์จึงยังไม่เด่นชัดนัก

สาลินี มานะกิจ (2548, น. 160-162) ได้ศึกษาเรื่อง *“ความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงของชุมชนคาทอลิกบ้านท่าแร่ จังหวัดสกลนคร พ.ศ. 2427-2508”* พบว่าบ้านท่าแร่ได้มีพัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงหลายประการเกิดขึ้นในชุมชน โดยแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา คือ 1) ช่วง 5 ทศวรรษแรกของการก่อตั้งชุมชน (พ.ศ. 2427-2482) ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีสาเหตุจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความเดือดร้อนจากนโยบายของรัฐในการเก็บส่วยและการเกณฑ์แรงงานและนโยบายของพระศาสนจักรที่ใช้วิธีการเผยแพร่ศาสนาโดยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ที่มาเข้ารับ บัณฑิต ปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของรัฐบาลและนโยบายของพระศาสนจักรในการส่งเสริมการศึกษา บทบาทของบาทหลวงในการเป็นผู้นำและช่วยเหลือชุมชนในด้านต่างๆ รวมทั้งความเหมาะสมของสภาพทางภูมิศาสตร์ 2) ช่วงเผชิญกับภาวะการเบียดเบียนศาสนา (พ.ศ. 2483-2487) ความเปลี่ยนแปลงด้านความมั่นคงของศาสนาในชุมชน โดยมีสาเหตุสำคัญจากปัจจัยภายนอก 2 ประการ คือ นโยบายชาตินิยมของรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม และวิกฤตการณ์ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับฝรั่งเศสอันเนื่องมาจากกรณีพิพาทอินโดจีน 3) ช่วงการฟื้นฟูและพัฒนาชุมชน (พ.ศ. 2488-2508) มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น 4 ประการ ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษา ด้านสถานภาพทางศาสนา ด้านการประกอบอาชีพ และด้านการขยายตัวของชุมชน

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเรื่องราวของชุมชนคาทอลิกที่ให้ภาพพัฒนาการของชุมชนตั้งแต่เริ่มก่อตั้งความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชน การเปลี่ยนแปลงของชุมชนตามบริบททางประวัติศาสตร์ มีการอธิบายพัฒนาการของชุมชนตามบริบททางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นแนวทางในการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและประวัติศาสตร์อีสานในภาพรวมต่อไป

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาและวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร (documentary data) และการปฏิบัติภาคสนาม (field data) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ (in-depth interview) การสังเกตการณ์ (observation) และการจัดสนทนากลุ่ม (focus group) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างใช้แบบเจาะจงจากกลุ่มประชากร (purposive sampling) ผู้ที่มีความรู้เรื่องสังคมวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 15 คน ได้แก่ บาทหลวง 1 องค์ ครูสอนศาสนา 2 คน ผู้นำชุมชน 2 คน ประชาชนชาวบ้าน 5 คน และชาวบ้านในชุมชน 5 คน จากนั้นนำข้อมูลมาจัดกระทำกับข้อมูล (data processing) เริ่มด้วยการจัดระบบข้อมูล แยกประเภทข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และวิเคราะห์จากเนื้อหาไปพร้อมๆ กับการจัดกระทำกับข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (qualitative analysis)

5. ผลการวิจัย

5.1 ประวัติศาสตร์ศาสนาคริสต์ในชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน

บ้านเชียงยืนเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงและเป็นชุมชนสำคัญแห่งหนึ่งในการเผยแพร่ศาสนาคริสต์ นิกายโรมันคาทอลิกของจังหวัดนครพนม ในอดีตผู้คนในหมู่บ้านเป็นชาวส่วยที่อพยพมาจากแขวงลำเนา ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีบาทหลวงอาดีโน ชาวฝรั่งเศส เป็นผู้นำพาชาวบ้านล่องเรือมาตามลำน้ำโขง เพื่อหาแหล่งที่อยู่อันอุดมสมบูรณ์แห่งใหม่ เมื่อมาถึงบริเวณหมู่บ้านที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่าเป็นสถานที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัยจึงตัดสินใจเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่นี้ เดิมทีหมู่บ้านตั้งอยู่ที่บริเวณโรงเรียนศาลาศรี (SALESIO) ต่อมาเกิดอุบัติเหตุรถกระบะขาดส่งผลทำให้ผู้คนในหมู่บ้านล้มตายเป็นจำนวนมาก จึงได้ย้ายหมู่บ้านลงมาทางใต้ห่างจากที่ตั้งเดิมประมาณ 1 กิโลเมตร แล้วตั้งชื่อหมู่บ้านใหม่นี้ว่าบ้านเชียงยืนเพื่อเป็นการแก้เคล็ด และเกิดความร่มเย็นเป็นสุขของผู้คนในหมู่บ้านแต่นั้นมา (ชม ตีระ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2561)

ใน พ.ศ. 2430 คุณพ่อเกลมองต์ได้สร้างบ้านหลังหนึ่งเพื่อเป็นที่พักและเป็นที่พักบศาศสนพิธีซึ่งถือเป็นโบสถ์หลังแรก ทำให้ศาสนาคริสต์ในหมู่บ้านเจริญขึ้นอย่างรวดเร็ว ใน พ.ศ. 2440 บ้านเชียงยืนได้กลายเป็นศูนย์กลางของกลุ่มคริสตชนในละแวกนั้น โดยมีนามนักบุญฟรังซิส เดอซาลเป็นองค์อุปถัมภ์ ทำให้ทาสที่ได้รับการไถ่ตัวเป็นอิสระได้หลั่งไหลมาที่บ้านเชียงยืนเป็นจำนวนมาก

วัดหลังที่ 2 สร้างโดยคุณพ่ออัลแทลล์ แอกกอฟฟอง น้องชายของคุณพ่อปีแอร์ แอกกอฟฟอง พร้อมกับบ้านพักบาทหลวง ในเวลาต่อมาวัดเชียงยืนได้รับการปรับปรุงและพัฒนาขึ้นเป็นลำดับโดยคุณพ่อจากศูนย์กลางมิสซังที่คำแก้วและหนองแสงที่ผลัดเปลี่ยนกันมาดูแล และได้สร้างวัดหลังที่ 3 ขึ้นใน พ.ศ. 2481 แต่ไม่ปรากฏหลักฐานว่าใครเป็นผู้สร้าง จนกระทั่งเกิดกรณีพิพาทอินโดจีนและการเบียดเบียนศาสนาใน พ.ศ. 2483 ทำให้รูปศักดิ์สิทธิ์ในวัด เครื่องบูชา และตัววัดได้รับความเสียหาย เมื่อกรณีพิพาทอินโดจีนยุติลง มิสซังได้ย้ายศูนย์กลางไปอยู่ที่ท่าแร่ วัดเชียงยืนจึงขึ้นกับวัดนักบุญอันนา หนองแสง และคุณพ่อเอคต์ร์ถึง นำลาก เจ้าอาวาสวัดหนองแสง ในขณะนั้น ได้ดำเนินการบูรณะวัดเชียงยืนที่ได้รับความเสียหายและใช้วัดหลังดังกล่าวสืบต่อมาอีกเป็นเวลานาน

ใน พ.ศ. 2493 ได้มีบาทหลวงมาอยู่ประจำที่วัดเชียงยืนคือ คุณพ่อฟรังซิส อันเดรโอนี่ คุณพ่อฮังรี่ บริยงค์ และคุณพ่อเปาโลคำจวน ศรีวรกุล ตามลำดับ ในสมัยที่คุณพ่อคำจวนเป็นเจ้าของวาสนี้เองได้มีการดำเนินการก่อตั้งโรงเรียนวัดขึ้นชื่อ “โรงเรียนศาลาศรี” (SALESIO) บริเวณด้านเหนือของวัดเพื่อให้นักศึกษาอบรมแก่กุลบุตรกุลธิดาชาวเชียงยืน ส่วนวัดหลังปัจจุบันเป็นวัดหลังที่ 4 ได้มีพิธีวางศิลาฤกษ์และเริ่มก่อสร้างใน พ.ศ. 2522 โดยคุณพ่อเปโตรวันดี พรหมสาขา ณ สกลนคร สร้างเสร็จสมบูรณ์มีพิธีเสกและเปิดใน พ.ศ. 2523 ในสมัยที่คุณพ่อเปาโลสมพร อุปพงศ์ เป็นเจ้าอาวาส (อันดรูว์ สารามู วังศ์เสงี่ยม, 2000, น. 228-229)

การบริหารจัดการภายในวัดจะมีคณะกรรมการสภาอภิบาลวัดช่วยดูแลกิจการต่างๆ และช่วยเหลือกิจการของบาทหลวงเหมือนคริสตชนอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งองค์กรต่างๆ ขึ้นเองในหมู่บ้านเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ได้แก่ คณะพหลมาลี คณะเวินเซอร์เดอฟอน การจัดตั้งกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มส่งเสริมชีวิตครอบครัว เป็นต้น โดยเฉพาะคณะเวินเซอร์เดอฟอน นอกจากเป็นผู้นำสวดภาวนาแก่ผู้เจ็บป่วยแล้ว ยังเป็นหน่วยช่วยเหลือสงเคราะห์คนยากไร้และผู้ด้อยโอกาสในหมู่บ้านอีกด้วย (บุญเรือง สิงห์แขก, สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2561)

เห็นได้ว่าศาสนาคริสต์ในชุมชนบ้านเชียงยืนได้ให้ความหมายกับชีวิตมนุษย์ ให้ความสำคัญด้านจิตใจ ให้ความสำคัญเป็นปีกแผ่นเพราะมีความเชื่อเดียวกัน ศาสนาเป็นกฎหมายที่ช่วยควบคุมและจัดระเบียบในสังคม เพื่อเสริมสร้างลักษณะนิสัยที่เหมาะสมและเป็นบรรทัดฐานอันดีงามในการดำเนินชีวิต ทำให้ชาวบ้านเกิดความศรัทธาในศาสนาคริสต์และมีความต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจที่จะถ่ายทอดความเชื่อจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งเพื่อดำรงอัตลักษณ์นี้ไว้

5.2 อัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน

บ้านเชียงยืนเป็นหมู่บ้านเล็กๆ ผู้คนในชุมชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ นิกายโรมันคาทอลิก ประมาณ 97-98 % ตั้งแต่เกิดตามบิดามารดาของตนและได้ถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา มีชาวพุทธอยู่เพียง 2-3 ครอบครัวเท่านั้น (ชม ติระ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2561) จากการสำรวจโดยคณะกรรมการหมู่บ้านพบว่าหมู่บ้านเชียงยืน มีจำนวนทั้งสิ้น 194 หลังคาเรือน ประกอบด้วยชาวคริสต์ 180 หลังคาเรือน และชาวพุทธ 14 หลังคาเรือน มีประชากรทั้งหมด 795 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 432 คน ผู้หญิง 363 คน ในจำนวนนี้เป็นชาวคริสต์ 760 คน และชาวพุทธ 35 คน (นันทวัฒน์ หารู้, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2561) การถือครองที่ดินเป็นลักษณะของการจับจองที่ดินเพื่อการทำกินและอยู่อาศัยตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษ ดังเห็นจากการตั้งถิ่นฐานปลูกบ้านสร้างเรือนของชาวบ้านที่ส่วนใหญ่จะปลูกติดกันหรือใกล้เคียงกันในบริเวณ ทำให้หมู่บ้านมีความกระจุกตัวและค่อนข้างแออัด

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างกันของคนในชุมชน ผู้คนในหมู่บ้านเชียงยืนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดแบบญาติพี่น้อง มีการอยู่ร่วมกันช่วยเหลือและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ตลอดจนติดต่อระหว่างกันอย่างใกล้ชิด คนในชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่คล้ายคลึงกัน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา วัฒนธรรม ศาสนา หรือขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ โครงสร้างครอบครัวเป็นลักษณะแบบผสมผสานคือมีทั้งครอบครัวเดี่ยวและครอบครัวขยาย ผู้คนส่วนใหญ่เป็นเครือญาติที่อยู่ร่วมกันมาเป็นเวลานานตั้งแต่สมัย ปู่ ย่า ตา ยาย ซึ่งมีความคุ้นเคยและนับเป็นเครือญาติเดียวกันทั้งหมู่บ้าน มีคนนอกชุมชนที่เข้ามาอยู่ในชุมชนในลักษณะของการเข้ามาเป็นเขยและสะใภ้ (บัณฑิต พรหมบุตร, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2561)

การแต่งงานในอดีต ผู้คนในหมู่บ้านจะแต่งงานกันเองเฉพาะในหมู่บ้าน จะไม่แต่งงานกับคนต่างศาสนา ถ้าชาวพุทธจะมาแต่งงานกับคนในหมู่บ้านก็ต้องหันมานับถือศาสนาคริสต์ด้วย แต่ในปัจจุบันค่านิยมนี้ได้เปลี่ยนแปลงไป ลูกหลานคนรุ่นใหม่สามารถแต่งงานกับคนต่างศาสนาได้ ทำให้เกิดความหลากหลายทางสายสกุล และเกิดการอพยพโยกย้ายไปตั้งหลักปักฐานตามครอบครัวของฝ่ายชายหรือฝ่ายหญิง (บุญเรือง สิงห์แขก, สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2561)

ในการดำรงชีวิตของผู้คนในหมู่บ้าน เนื่องจากผู้คนในหมู่บ้านมีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติจึงมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ประชากรส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยการทำนาปีและปลูกพืชตามฤดูกาล เช่น ข้าวโพด พริก ถั่ว แตงโม สับปะรด บางคนยังยึดอาชีพเลี้ยงปลาในกระชังริมแม่น้ำโขง และการเลี้ยงปลาแบบผสมผสานในบ่อน้ำของตนเอง ในหมู่บ้านยังมีรายได้เสริมจากการสานออบ ทำไม้กวาดและเย็บผ้า สำหรับแรงงานวัยกลางคนจะเดินทางไปทำงานในเมืองหรือต่างจังหวัด บางคนก็ไปทำงานในต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ บรูไน ใต้หวัน เกาหลี (พัชรินทร์ หารู้, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2561)

การบริหารจัดการในหมู่บ้านจะมีการจัดสำนักทะเบียนเพื่อรวบรวมรายละเอียดของผู้นับถือศาสนาคริสต์ในหมู่บ้านเป็นรายบุคคลหรือที่เรียกว่าสำมะโนคาทอลิกเหมือนกับชุมชนของศาสนาคริสต์ทั่วไป โดยสำมะโนคาทอลิกนี้จะเก็บไว้ที่วัดและมีคณะกรรมการสภาอภิบาลเข้ามาช่วยงานด้านต่างๆ ตลอดทั้งคณะกรรมการกลุ่มต่างๆ ชมรมที่มีในหมู่บ้านมาช่วยงานในวัด การทำสำมะโนคาทอลิกนั้นจะจัดทำไว้ตั้งแต่เกิด การสมรส การหย่าร้าง และการตาย ถ้ามีการย้ายหรืออพยพแรงงานไปที่ใหม่ก็จะมีการแจ้งออกแจ้งเข้าเหมือนกับการย้ายทะเบียนราษฎร์ทั่วไปของราชการ ส่วนการบริหารจัดการภายในวัดจะมีคณะกรรมการสภาอภิบาลวัดช่วยดูแลกิจการต่างๆ ช่วยบาทหลวงในเรื่องต่างๆ เหมือนคริสตชนทั้งหลาย มีการจัดตั้งองค์กรต่างๆ ขึ้นภายในหมู่บ้าน เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน คือคณะพลมารี คณะเวินเซอร์เดอฟอน การจัดตั้งกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มส่งเสริมชีวิตครอบครัว เป็นต้น (เริงฤทธิ์ พลนามอินทร์, 2552, น. 154)

เห็นได้ว่าชาวบ้านในชุมชนมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายตามแบบฉบับวิถีชาวบ้านทั่วไป ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ผู้คนส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบพี่น้อง เครือญาติ พี่พญาอาศัยกันและกัน พี่พญาอาศัยธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่ได้ปรับตัวและเรียนรู้จากศาสนาคริสต์อันเป็นจุดเด่นสำคัญของชุมชน นำไปสู่การก่อเกิดอัตลักษณ์ชุมชนมากมายและถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ศาสนาคริสต์มีบทบาทสำคัญมากในการอยู่ร่วมกันอย่างสงบของผู้คนในชุมชน โดยมีกฎเกณฑ์ของศาสนาเป็นตัวควบคุมความประพฤติและการประกอบอาชีพ ผู้อาวุโสยังคงมีบทบาทสำคัญในการอบรมสั่งสอนลูกหลานของตน คนในชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกันแบบเครือญาติที่มีสายเลือดเดียวกันและเพราะมีความเชื่อเดียวกัน

5.2.1 อัตลักษณ์ท้องถิ่นด้านความเชื่อในศาสนาคริสต์

ชาวบ้านเขียงยี่นมีความเชื่อในพระตรีเอกานุภาพ พระบิดา พระบุตร และพระจิต โดยเชื่อว่า มีพระเจ้าองค์เดียวแต่เป็น 3 บุคคล พระเยซูเป็นบุตรของพระเจ้า เป็นพระเจ้าผู้มาบังเกิดเป็นมนุษย์ และเป็นพระเจ้าผู้ช่วยให้รอด ยึดถือและปฏิบัติตามบัญญัติ 10 ประการ ความเชื่อนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลง (ทวี โสริน, สัมภาษณ์, 29 พฤศจิกายน 2561) โดยเชื่อว่าพระองค์ทรงให้กำเนิดชีวิตและสรรพสิ่งในโลก พระองค์ทรงเปิดเผยสัจธรรมของพระองค์ให้มนุษย์รู้ทางประวัติศาสตร์ของอิสราเอล ประทานพระบุตรของพระองค์ให้มากอบกู้โลก และพระจิตของพระองค์ให้มานำทางมนุษย์ไปหาพระองค์ (เสรี พงศ์พิศ, 2545, น. 192) ความเชื่อนี้เป็นเรื่องของศรัทธาที่ชาวบ้านเชื่อและนับถือปฏิบัติโดยไม่ต้องใช้เหตุผล เมื่อเชื่อแล้วจะได้พระพรเพื่อมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี (ทวี โสริน,

สัมภาระณ, 29 พฤศจิกายน 2561) เป็นลักษณะที่บุคคลให้ความมั่นใจ เห็นคล้อยตามและพร้อมที่จะปฏิบัติตาม สิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วนำไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้ทราบ เพื่อต้องการให้เกิดความมั่นใจเห็นคล้อยตามและปฏิบัติตามด้วย โดยไม่คำนึงว่าความเชื่อนั้นๆ จะมีเหตุผลที่สามารถพิสูจน์ได้หรือไม่ก็ตาม (นันทา ขุนภักดี, 2530, น. 5) ชาวบ้าน เชียงยั้งยังคงยึดมั่นในพระเจ้าและคำสอนในศาสนาคริสต์เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจที่จะทรงช่วยให้มนุษย์พ้นทุกข์ และได้รับความรอดนิรันดรในที่สุด ถ้าหากมนุษย์ซื่อสัตย์และปฏิบัติตามกฎบัญญัติของพระองค์ ด้วยกระบวนการ ดังกล่าวนี้ ได้เป็นหนทางนำไปสู่ความเชื่อความศรัทธา (faith) ได้อย่างมั่นคงและเข้มแข็ง และเมื่อมีความเชื่อความศรัทธาที่ดีและถูกต้องแล้ว ผู้คนในชุมชนก็สามารถดำเนินชีวิตให้สอดคล้องกับความเชื่อความศรัทธาของตน

5.2.2 อัตลักษณ์ท้องถิ่นด้านการดำเนินวิถีชีวิต

ชาวบ้านเชียงยั้งได้นำศีลศักดิ์สิทธิ์ 7 ประการมาปรับใช้ในชีวิตและการอยู่ร่วมกันในสังคมวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ดังนี้

1) ศีลล้างบาป (baptism) เป็นเสมือนการบังเกิดชีวิตใหม่ให้มนุษย์กลายเป็นบุตรบุญธรรมของพระบิดา สมาชิกของพระคริสตเจ้า พระวิหารของพระจิตเจ้า เด็กที่เกิดในหมู่บ้านหรือผู้ใหญ่ที่เริ่มศาสนาต้องเข้าพิธีศีลล้างบาปซึ่งเป็นศีลแรก เป็นการเริ่มต้นของชีวิตเหมือนกับกรับเข้ามาอยู่ในบ้าน เป็นครอบครัวของคริสตชน ทุกคนที่จะเข้าสู่ศาสนาคริสต์จะต้องรับศีลล้างบาปก่อน เด็กเมื่อเติบโตขึ้นทุกคนจะต้องไปเรียนคำสอนหรือเรียนศาสนาในตอนเช้าซึ่งจะมีครูสอนศาสนามาสอนทุกเช้า (ทวี โสริน, สัมภาระณ, 29 พฤศจิกายน 2561)

2) ศีลอภัยบาป (penance) เป็นการคืนดีระหว่างผู้ที่ได้หลงลืมตัวกระทำผิดกับพระเจ้าและเพื่อนมนุษย์ โดยที่ผู้รับศีลต้องสำนึกถึงความผิดที่ตนเองได้กระทำและตั้งใจจะไม่กระทำอีก ชาวบ้านเชียงยั้งมีความเชื่อว่าการได้รับการอภัยจากความผิดบาปจะสามารถดำเนินชีวิตในความชอบธรรมบริสุทธิ์ของพระเจ้า มีประสบการณ์แห่งสันติสุขและความชื่นชมยินดี ซึ่งพระพรที่ได้รับนั้นประเสริฐกว่าสิ่งอื่นสิ่งใดในชีวิต (ทวี โสริน, สัมภาระณ, 29 พฤศจิกายน 2561)

3) ศีลมหาสนิท (eucharist) เป็นหัวใจและสิ่งสูงสุดของชีวิตของพระศาสนจักร เนื่องจากว่า พระคริสตเจ้า ทรงเชื่อมโยงพระศาสนจักรและสมาชิกทั้งหมดของพระศาสนจักรของพระองค์ในศีลมหาสนิทกับเครื่องบูชาแห่งการสรรเสริญและการขอบพระคุณที่ถวายแด่พระบิดาเจ้าครั้งเดียวตลอดไปบนไม้กางเขน (ศิริพจน์ สกุลทอง, 2546, น. 95) ก่อนที่ชาวบ้านเชียงยั้งจะรับศีลมหาสนิทจะต้องได้รับศีลอภัยบาปหรือศีลแก้บาปก่อนโดยการสารภาพบาปต่อหน้าบาทหลวง เป็นศีลคืนดี ซึ่งหมายความว่าก่อนรับศีลมหาสนิทจะต้องมีจิตใจบริสุทธิ์ก่อน ในทุกวันอาทิตย์ ชาวบ้านทุกคนจะต้องไปโบสถ์ จะขาดไม่ได้ ถ้าขาดถือว่าเป็นบาป ต้องไปเพื่อสารภาพบาปให้ตัวเองบริสุทธิ์ก่อนรับศีลมหาสนิท (พรพิศ ดาบุตร, สัมภาระณ, 22 พฤศจิกายน 2561)

4) ศีลกำลัง (confirmation) คือการที่พระจิตของพระเจ้า “ยืนยัน” และ “ทำให้ความเชื่อนี้หนักแน่น” (to confirm) พระองค์ประทานพระคุณ (grace) ต่างๆ ให้แก่ผู้รับ ให้มีความเชื่อที่เข้มแข็ง ให้สามารถดำเนินตามวิถีชีวิตใหม่ที่ได้รับจากศีลล้างบาป (เสรี พงศ์พิศ, 2545, น. 245) โดยวิธีการเจิมน้ำมันหรือน้ำมันศักดิ์สิทธิ์ซึ่งหมายถึงการจะได้มีพลังกำลังทางด้านภายในจิตวิญญาณ (ทวี โสริน, สัมภาระณ, 29 พฤศจิกายน 2561)

5) ศีลบวช (holy orders) คือการบวชเสกบุคคลให้เป็นบาทหลวง (priest) และดำเนินชีวิตเลียนแบบพระเยซูคริสตเจ้า เพื่อการอภิบาลสัตบุรุษ บันดาลความศักดิ์สิทธิ์ให้กับชาวคริสต์ เช่น การถวายบูชามิสซา โปรด

ศีลศักดิ์สิทธิ์ สวดภาวนา นอกจากนั้นยังทำหน้าที่เป็นประกาศก ประกาศพระวาจาของพระเป็นเจ้า (ศิริพจน์ สุกุลทอง, 2546, น. 100) โดยผู้จะรับศีลบวชต้องได้รับพระพรพรทานพิเศษจากพระจิตของพระเจ้า ซึ่งทำให้เข้าร่วมกับคนอื่นๆ ที่เป็นบาทหลวงร่วมกัน เพื่อทำหน้าที่ประกาศธรรมความเชื่อ ประกอบพิธีกรรมและให้บริการแก่ชาวคริสต์ (เสรี พงศ์พิศ, 2545, น. 255) ที่ผ่านมาในหมู่บ้านมีผู้ที่เคยได้รับศีลบวชแล้ว 2 องค์ คือบาทหลวงฉลอง แก้วอาสา และบาทหลวงเจริญโชค สันติ (พรพิศ ดาบุตร, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561)

6) ศีลสมรส (marriage) เป็นเสมือนเครื่องหมายของความผูกพันของพระคริสตเจ้าและของพระศาสนจักรที่ประทานพรให้แก่คู่บ่าวสาวให้รักกันด้วยความรัก ให้มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน (ศิริพจน์ สุกุลทอง, 2546, น. 110) ชาวคริสต์ในหมู่บ้านเชียงยืนเมื่อแต่งงานจะต้องเข้าโบสถ์ เพื่อให้บาทหลวงอวยพรในการใช้ชีวิต ในพิธีจะมีศีลเจิมศีลสัตถุญาระหว่างคู่สามีภรรยา และมีพยานคือชาวบ้านทุกคนที่อยู่ต่อหน้าที่มาแสดงความยินดีในการต้อนรับครอบครัวใหม่ในชีวิตคริสตชน เป็นการแสดงความยินดีกับครอบครัวใหม่ ในศีลนี้ก็จะมีการให้ครอบครัวมีความสุข มีลูกมีหลานที่มีสุขภาพแข็งแรง และต้องรักกันตลอดชีวิต (พรพิศ ดาบุตร, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561)

7) ศีลเจิมคนไข้ (anointing of the sick) เป็นศีลเตรียมตัวก่อนที่จะตาย โดยทุกคนในหมู่บ้านจะไปสวดภาวนาให้ผู้ป่วย หรือมีกลุ่มคณะพลมารีออกไปเยี่ยมผู้ป่วยและสวดภาวนาให้ ถ้าใครมีบาปก็จะสารภาพบาปตอนนั้น เพื่อที่จะเดินทางไปอยู่กับพระเจ้าได้ เพราะชาวบ้านมีความเชื่อว่าเวลาตายไปแล้วจะมีแต่ความดีเท่านั้นที่จะพาไปสวรรค์ได้ ผู้ที่มีบาปติดตัวอยู่ไม่มากก็จะติดไฟชำระคือจะต้องให้ผู้อื่นภาวนาให้ถึงจะหลุดจากบาปนั้นได้ แต่ถ้าผู้ใดมีบาปหนักก็จะตกนรกอย่างเดียวเท่านั้น ไม่มีทางที่จะขึ้นไปสวรรค์ได้ จะขอพระอะไรก็ไม่สามารถทำให้หลุดพ้นได้ (ทวี โสริน, สัมภาษณ์, 29 พฤศจิกายน 2561) ศีลนี้จึงเป็นการช่วยเหลือให้กำลังใจคนป่วยให้ยอมรับสภาพธรรมชาติของร่างกายภายใต้ความหวังในความเชื่อว่าเมื่อได้รับศีลศักดิ์สิทธิ์นี้แล้วเขาจะได้รับการบรรเทา (ศิริพจน์ สุกุลทอง, 2546, น. 110)

การดำเนินวิถีชีวิตตามหลักศีลศักดิ์สิทธิ์ที่กล่าวมาข้างต้นนี้เป็นการแสดงถึงความรักและความหวังใยขององค์พระผู้เป็นเจ้าที่มีต่อชาวคริสต์ในชุมชนเป็นพื้นฐานและเป็นสิ่งที่ชาวคริสต์ในชุมชนจะต้องปฏิบัติเพื่อยังประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัว และสังคมต่อไป

5.2.3 อัตลักษณ์ท้องถิ่นด้านประเพณีวัฒนธรรม

หลักความเชื่อและหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิตทางศาสนาคริสต์ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนเป็นอย่างมาก ประเพณีสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญในศาสนาที่ยึดถือปฏิบัติต่อกันมาในหมู่บ้านเพื่อสื่อกิจกรรมที่แสดงถึงความหมายอย่างแท้จริงทางศาสนาและดำรงรักษาประเพณีอันดีงามและมีคุณค่าของชาวคริสต์ คือ ประเพณีแห่ดาวในวันคริสต์มาสและงานประเพณีบุญฉลองวัด

1) วันคริสต์มาสของหมู่บ้าน คือวันฉลองที่พระเจ้าเกิดมาบนโลก จะมีการเฉลิมฉลองอย่างยิ่งใหญ่ในหมู่บ้าน การฉลองนี้เริ่มจากการเตรียมพระกุมาร ทำดาวเพื่อประดับบ้านเรือนและแห่รอบหมู่บ้าน ทำความสะอาดวัดและพื้นที่สาธารณะรอบหมู่บ้าน โดยชาวคริสต์ในหมู่บ้านจะเข้าไปช่วยกันเพื่อมีส่วนร่วมในงานนี้ (บุญไทย กงเกตุ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2561) สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของหมู่บ้านที่ยังอนุรักษ์สืบสานเอาไว้คือ การพาเด็กในหมู่บ้านมาเล่นละครเทวดา การแต่งกายของเด็กๆ ยังคล้ายคลึงกับเมื่อในอดีต มีการแห่ดาวและพระกุมารรอบหมู่บ้าน โดยมีบาทหลวงเป็นผู้พาเดินสวดรอบหมู่บ้านเพื่อขอพร (บุญเรือง สิงห์แขก, สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2561)

2) งานบุญฉลองวัด เป็นงานประเพณีหมู่บ้าน ซึ่งถือเอาวันที่ 24 เดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีเป็นวันฉลองวัด เพื่อเป็นการรำลึกถึงวันเสียชีวิตของนักบุญองค์อุปถัมภ์หมู่บ้านคือ นักบุญฟรังซิส เดอ ซาลส์ โดยเริ่มจากการทำความสะอาดบ้านเรือน โบสถ์ การตระเตรียมขนม ข้าวต้ม พร้อมกับนำเงินทำเป็นต้นผ้าป่าหรือต้นเงินต้นทองไปถวายที่วัด ภายในงานจะมีการเชิญชาวคริสต์จากหลายหมู่บ้านมาร่วมงาน งานฉลองวัดเป็นประเพณีที่ให้ความเป็นสิริมงคลแก่คนในชุมชน การนำต้นเงินไปถวายวัดถือเป็นสิ่งสำคัญ เป็นการโมทนาคุณขอขอบคุณพระเจ้าที่ได้โปรดประทานพรให้ตนอยู่ดีมีสุขทั้งกายและใจ (บุญเรือง สิงห์แขก, สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2561)

การแห่ดาวจะมีทุกหมู่บ้าน ในหมู่บ้านมี 4 คุ่มทุกคุ่มจะทำดาวใหญ่คุ่มละดวงเพื่อนำไปประกวดร่วมกับคุ่มอื่นๆ ในหมู่บ้าน (บัณฑิต พรหมบุตร, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2561) ในอดีตการแห่ดาวจะแห่เฉพาะรอบวัด แต่ในปัจจุบันมีการจัดงานใหญ่ขึ้นโดยปรับขบวนแห่ดาวไปรอบหมู่บ้านและมีการจัดประกวดรางวัลจากการสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนตำบล (บุญไทย กงเกตุ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2561)

งานประเพณีทั้ง 2 นี้ถือเป็นงานประเพณีใหญ่ของหมู่บ้านที่มีการสืบสานต่อกันมาเป็นเวลานานตั้งแต่เริ่มก่อตั้งหมู่บ้านมาจนถึงปัจจุบัน แม้กาลเวลาจะผ่านมานับร้อยปี แต่ผู้คนในชุมชนยังคงมีความมั่นคงในความเชื่อต่อคริสต์ศาสนา อีกทั้งยังแสดงถึงการผสมผสานระหว่างความเชื่อในศาสนาคริสต์กับชนบประเพณีของท้องถิ่น เกิดเป็นความสามัคคีและความสำนึกร่วมของการเป็นคนในชุมชนเดียวกันให้แนบแน่น จนกลายเป็นลักษณะของแบบแผนความคิด ความเชื่อ การกระทำ ค่านิยมร่วมกัน สู่การกำหนดเป็นระเบียบแบบแผนความประพฤติปฏิบัติที่ดั่งงามเหมาะสม เสมือนเป็นบรรทัดฐานหรือกลไกควบคุมทางสังคมของชุมชนสืบต่อมาถึงปัจจุบัน

6. สรุปผลการวิจัย

ศาสนาคริสต์มีบทบาทสำคัญมากในการอยู่ร่วมกันอย่างสงบของผู้คนในชุมชนบ้านเชียงยืน โดยมีคำสอนของศาสนาเป็นสิ่งที่ควบคุมความประพฤติและการดำเนินชีวิต โดยมีความเชื่อในพระตรีเอกานุภาพ พระบิดา พระบุตร และพระจิต เป็นพระเจ้าองค์เดียวแต่เป็น 3 บุคคล พระเยซูเป็นบุตรของพระเจ้า เป็นพระเจ้าผู้มาบังเกิดเป็นมนุษย์ และเป็นพระเจ้าผู้ช่วยให้มนุษย์พ้นทุกข์และได้รับความรอดนิรันดรในที่สุด ถ้าหากมนุษย์ซื่อสัตย์และปฏิบัติตามกฎบัญญัติของพระองค์ ความเชื่อนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

ด้านการดำเนินชีวิต ชาวบ้านเชียงยืนได้นำศีลศักดิ์สิทธิ์ 7 ประการ มาปรับใช้ในชีวิตและการอยู่ร่วมกันในสังคมวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต เด็กที่เกิดมาในหมู่บ้านหรือผู้ใหญ่ที่เริ่มนับถือศาสนาต้องเข้าพิธีกรรมทางด้านศาสนานั้นก็คือพิธีศีลล้างบาปซึ่งเป็นศีลแรก เป็นการเริ่มต้นของชีวิตเหมือนกับการรับเข้ามาอยู่ในบ้านเป็นครอบครัวของคริสตชน เมื่อเติบโตขึ้นเด็กทุกคนจะต้องไปเรียนคำสอนหรือเรียนศาสนาในตอนเช้า ซึ่งจะมีครูสอนศาสนามาสอนทุกเช้า

ชาวคริสตชนบ้านเชียงยืนมีความเชื่อว่าการได้รับการอภัยจากความผิดบาปจะสามารถดำเนินชีวิตในความชอบธรรมบริสุทธิ์ของพระเจ้า มีประสบการณ์แห่งสันติสุขและความชื่นชมยินดี พระพรที่ได้รับนั้นประเสริฐกว่าสิ่งอื่นในชีวิต ในทุกวันอาทิตย์ชาวคริสต์ทุกคนในหมู่บ้านจะต้องไปโบสถ์ จะขาดไม่ได้เพื่อรับศีลมหาสนิท แต่ก่อนที่จะรับศีลมหาสนิทจะต้องได้รับศีลอภัยบาปหรือศีลแก้บาปก่อน ซึ่งต้องไปสารภาพบาปต่อหน้าบาทหลวงเป็นศีลคืนดี ซึ่งหมายความว่าก่อนรับศีลมหาสนิทจะต้องมีจิตใจบริสุทธิ์ก่อน สำหรับชาวคริสต์ที่ต้องการบวชจะต้องรับศีลบวชหรือศีลอนุกรม สำหรับศีลสมรส ชาวคริสต์ในหมู่บ้านเชียงยืนเมื่อแต่งงานจะต้องเข้าโบสถ์ เพื่อให้

บาทหลวงอวยพรในการใช้ชีวิต ในพิธีจะมีศีลเจิม ศีลสัญญาระหว่างคู่สามีภรรยา และมีพยานคือชาวบ้านทุกคนที่อยู่ต่อหน้าที่มาแสดงความยินดีในการต้อนรับครอบครัวใหม่ในชีวิตของคริสตชน เป็นการแสดงความยินดีกับครอบครัวใหม่ ในศีลนี้จะมีพระพรให้ครอบครัวมีความสุข มีลูกมีหลานที่สุขภาพแข็งแรง และรักกันตลอดชีวิต และศีลเจิมคนไขเป็นศีลเตรียมตัวก่อนที่จะตาย ทุกคนในหมู่บ้านจะไปสวดภาวนาให้ผู้ป่วย สำหรับในหมู่บ้านจะมีกลุ่มพลมารีไปเยี่ยมผู้ป่วยและสวดภาวนาให้ ถ้าใครมีบาปก็จะสารภาพบาปตอนนั้น เพื่อที่จะเดินทางไปอยู่กับพระเจ้าได้ เพราะเชื่อว่าเวลาตายไปแล้วจะมีแต่ความดีที่เหลืออยู่เท่านั้นที่จะพาไปสวรรค์

หลักความเชื่อและหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิตทางศาสนาคริสต์มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรมของชาวคริสต์บ้านเชียงเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเพณีที่สำคัญที่ยึดถือปฏิบัติต่อกันมาในชุมชนคือประเพณีแห่ดาวในวันคริสต์มาสและงานประเพณีบุญฉลองวัด ซึ่งเป็นประเพณีทางศาสนาคริสต์ที่สำคัญ จัดในหมู่บ้านคริสตชนทั่วโลก โดยมีการจัดสืบต่อกันมาเป็นเวลานานตั้งแต่เริ่มก่อตั้งหมู่บ้านจนถึงปัจจุบัน แม้กาลเวลาจะผ่านมานับร้อยปี แต่ผู้คนในชุมชนยังคงมีความมั่นคงในความเชื่อต่อศาสนา อีกทั้งยังแสดงการผสมผสานระหว่างความเชื่อในศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกเข้ากับขนบประเพณีของท้องถิ่น ความสามัคคี และความสำนึกร่วมของความเป็นคนในชุมชนเดียวกันอย่างแนบแน่น

ศาสนาคริสต์ได้ให้ความหมายกับชีวิตมนุษย์ ให้ความมั่นคงด้านจิตใจ มีความเป็นปึกแผ่นเพราะผู้คนในหมู่บ้านล้วนมีความเชื่อเดียวกัน ศาสนาคริสต์เสมือนเป็นกฎหมายที่ช่วยควบคุมและจัดระเบียบในหมู่บ้าน เพื่อเสริมสร้างลักษณะนิสัยที่เหมาะสมและเป็นบรรทัดฐานอันดีงามในการดำเนินชีวิต ผู้ที่ปฏิบัติตามคำสอนของศาสนา ย่อมได้พบกับความสุขที่สมบูรณ์ จึงทำให้ผู้คนในหมู่บ้านเกิดความศรัทธาในศาสนาและมีความต้องการสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจที่จะถ่ายทอดความเชื่อจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งเพื่อดำรงอัตลักษณ์ไว้

7. อภิปรายผลการวิจัย

ศาสนาคริสต์ (christianity) นิกายโรมันคาทอลิก (roman catholic) เป็นศาสนาหนึ่งที่มีผู้คนเลื่อมใสศรัทธาในหลักธรรมคำสอนและปวารณาตนเป็นศาสนิกอย่างเป็นทางการมากมายทั่วโลกและเป็นศาสนาที่กล่าวถึงองค์พระเจ้า (god) ว่าเป็นพระเจ้าผู้ทรงสร้างทุกสิ่งทุกอย่าง เพื่อให้ทุกสิ่งทุกอย่างเป็นอยู่อย่างแข็งแรงพร้อมทั้งยอมรับว่าคำสอนของพระเจ้าได้ถูกถ่ายทอดมาถึงมนุษย์ผ่านทางบรรดาประกาศก (prophet) คือ พระเยซูคริสต์เจ้าพระบุตรของพระเจ้าผู้มารับสภาพเป็นมนุษย์ (incarnation) แล้วบรรดาอัครสาวก (apostle) และผู้ประกาศ (preacher) ต่าง ๆ ก็ได้ทำการเผยแผ่คำสอนนั้นๆ ตามคำสั่งสอนของพระเยซูด้วยวิถีทางต่างๆ ตามยุคตามสมัยเพื่อมนุษย์จะได้เข้าใจถึงหลักธรรมคำสอนของพระเจ้า โดยการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับความเชื่อความศรัทธา มีชีวิตที่เข้มแข็งในการประกอบคุณงามความดีที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความรักและเสียสละ

ในกระบวนการสืบทอดหลักพระธรรมคำสอน คริสต์ศาสนาคาทอลิกได้มีหลักการจากหนังสือพระคัมภีร์ (bible) ทั้งพระธรรมเก่า (old testament) พระธรรมใหม่ (new testament) และธรรมเนียมประเพณี (tradition) เป็นรากฐานที่มั่นคงตลอดมา ซึ่งได้มีการรวบรวมคำชี้แจง แนะนำเชิงปฏิบัติอย่างเป็นทางการ เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวโดยใช้การเทศน์สอน พิธีกรรม และการดำเนินชีวิตเพื่อสอดคล้องกับความเชื่อความศรัทธา เพื่อเป็นการสืบทอดเจตนารมณ์ของพระธรรมคำสอน (ศิริพจน์ สกกุลทอง, 2546, น. 3-4) ดังที่ชาวบ้านเชียงยืนได้ยึดมั่นในพระเจ้าและคำสอนในศาสนาคริสต์เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ เพื่อช่วยให้ได้รับความรอดนिरันดรตามกฎบัญญัติของศาสนา

ผู้คนในหมู่บ้านเชียงยืนส่วนใหญ่เป็นผู้อพยพมาจากประเทศลาว โดยมีผู้นำคือบาทหลวงอาติโน เมื่อเข้ามาอยู่ประเทศไทย ได้มีการผสมผสานระหว่างความเชื่อในคริสต์ศาสนาคาทอลิกเข้ากับชนบประเพณีของท้องถิ่น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน ได้แก่ การแห่ต้นเงินในงานฉลองวัด การแห่ต้นเงินนั้นพบเห็นได้ทั่วไปในประเพณีงานบุญของชาวอีสานที่ผสมผสานอยู่ในพิธีกรรมทางศาสนา (สาลินี มานะกิจ, 2548, น. 70) เรียกได้ว่าเป็นการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม (assimilation) ดังที่เสาวนีย์ จิตต์หมวด (2531, น. 267-268) ได้อธิบายว่า การผสมกลมกลืนคือการที่กลุ่มสังคมที่มีวัฒนธรรมต่างกันรับเอาวัฒนธรรมที่ไม่ใช่ของตนเข้ามาปฏิบัติ หรือพยายามทำให้เกิดการรับเอาวัฒนธรรมของตนไปปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรม ซึ่งแสดงถึงพื้นฐานความเป็นมนุษย์ในแต่ละเชื้อชาติและวิวัฒนาการของระบบสังคมที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนหลากหลายเผ่าพันธุ์ โดยแต่ละเชื้อชาติก็จะมีวัฒนธรรมและประเพณีที่สวงามเป็นของตนเอง เป็นความงดงามของสังคมโลกที่ประกอบไปด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย (เสรี ซาเหลา และคณะ, 2545, น. 9) เป็นการสร้างเอกลักษณ์ใหม่หรือปรับความหมายของเอกลักษณ์เดิม เพื่อให้เกิดจุดสมดุลและทำให้เกิดเสถียรภาพในการอยู่ร่วมกันในสังคม (อมรา พงศาพิชญ์, 2541, น. 157) นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นเพื่อให้เกิดความตระหนักและเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน รวมถึงแนวทางในการจัดการกับความท้าทายเกี่ยวกับอคติที่มีต่อวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ เชื้อชาติ เพศ ศาสนาและลักษณะเฉพาะอื่น (เอกรินทร์ สังข์ทอง, 2555, น. 17-34)

ศาสนาคริสต์มีบทบาทสำคัญมากในวิถีชุมชนในหมู่บ้านเชียงยืนซึ่งเป็นสังคมเกษตรกรรม เนื่องจากหมู่บ้านอยู่ติดกับริมแม่น้ำโขงซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติทั้งบนบกและในน้ำ ผู้คนในหมู่บ้านยึดอาชีพทำนาเป็นหลักและทำประมงตามริมแม่น้ำโขง มีรายได้เสริมจากการทำหัตถกรรม ได้แก่ สานออบ ทำไม้กวาด เย็บผ้า การที่ชาวบ้านมีความเชื่อและนับถือศาสนาพร้อมกันได้มีผลต่อการดำรงชีวิตที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีต เนื่องจากผู้คนในหมู่บ้านยังคงยึดถือกฎเกณฑ์ของศาสนาเป็นตัวควบคุมความประพฤติและการประกอบอาชีพ แสดงถึงการให้คุณค่าทางศีลธรรม จริยธรรมของผู้คนในหมู่บ้าน อันเป็นพลังยึดโยงการอยู่รวมของสมาชิก คำจูงการดำรงอยู่ของชุมชนอย่างเข้มแข็ง มีภูมิปัญญาในการแก้ไขปัญหา การจัดการทรัพยากรและสร้างสรรค์สิ่งจำเป็นในชีวิต (บำรุง บุญปัญญา, 2549, น. 43) ซึ่งคุณค่าเหล่านี้เป็นสิ่งที่หลงเหลืออยู่ในหมู่บ้านและยังสามารถแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน สามารถนำมาปรับประยุกต์เข้ากับหลักคำสอนทางศาสนาให้เป็นไปตามแนวทางการดำเนินชีวิตตามแนวทางวัฒนธรรมชุมชนที่ไม่ทิ้งคุณค่าดั้งเดิมของชุมชน ไม่ทำลายวัฒนธรรมประเพณีที่สั่งสมที่ชุมชนสั่งสมร่วมกันมา แต่เป็นการพัฒนาที่สามารถไปด้วยกันได้ นำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ของชุมชนและมีศักยภาพที่เข้มแข็งต่อไป และยังทำให้เกิดความยั่งยืนต่อชุมชนอีกด้วย

นอกจากนี้ชาวคริสต์ในหมู่บ้านเชียงยืนมีการปรับวิถีการดำเนินชีวิตให้สัมพันธ์กับหลักศีลศักดิ์สิทธิ์ทั้ง 7 ประการ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่แสดงออกในสิ่งที่ตนเองรู้สึก คิด เชื่อ และหวัง และแสดงออกในความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทั้งภาษา ท่าทาง และการแสดงออกอื่นๆ ในวิถีชีวิตมีเหตุการณ์สำคัญต่างๆ เช่น การเกิด การตาย การแต่งงาน การรับประทานอาหาร การพบปะสังสรรค์ การก่อตั้งสถาบันต่างๆ การถือวันเวลาตามฤดูกาลของการทำมาหากิน (เสรี พงศ์พิศ, 2545, น. 237) การปฏิบัติกิจดังกล่าวจะทำให้ทั้งผู้ประกอบพิธีและผู้ร่วมพิธีสามารถรับพระพรของพระเจ้า เพื่อเป็นพลังสนับสนุนในการดำเนินชีวิตตามความเชื่อความศรัทธาได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น สามารถต่อสู้กับความชั่วร้ายทั้งภายในจิตใจของตนและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ภายนอกตนเอง ได้อย่างดี เพื่อมีชีวิตที่ประกอบด้วยคุณธรรมความดีมากขึ้น กล่าวคือเป็นการดำเนินชีวิตแบบมีจริยธรรมของชาวคริสต์ (ศิริพจน์ สกุลทอง, 2546, น. 6) ซึ่งการดำเนินชีวิตของผู้คนในหมู่บ้านผ่านการรับศีลศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ นี้เป็นการตอกย้ำให้เกิดความเข้าใจถึงความรักที่พระเจ้ามีต่อมนุษย์และมนุษย์จะต้องมีต่อพระเจ้า ผ่านทางการติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนมนุษย์

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนคาทอลิกบ้านเชียงยืน 3 ด้าน คือ ความเชื่อ การดำเนินชีวิต และประเพณีวัฒนธรรมเท่านั้น จึงควรศึกษาอัตลักษณ์และปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการปรับตัวของชุมชนในยุคโลกาภิวัตน์เพิ่มเติม

2. ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิต

หมู่บ้านเชียงยืนเป็นชุมชนที่มีความเชื่อ ความศรัทธา และจริยธรรมในการดำเนินชีวิตจริงในทุกๆ ด้านของคริสตชน มีความสม่ำเสมอในการประพฤติปฏิบัติคุณงามความดี อันยังผลถึงความมั่นคงของการดำเนินชีวิตในโลกปัจจุบัน จึงควรส่งเสริมให้ชาวบ้านในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในด้านศาสนาให้มั่นคงมากขึ้นอย่างกว้างขวาง และดำเนินชีวิตโดยมีคุณธรรมต่างๆ อย่างเหมาะสม ตามสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละบุคคลหรือชุมชน

รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). *การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน: โดยถือมนุษย์เป็นศูนย์กลาง*. กรุงเทพฯ: สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- เกลาติอุส บาเย. (2527). *ประวัติศาสตร์เผยแพร่ศาสนาในภาคอีสานและประเทศลาว* (พระสังฆราชไมเคิล เกียน เสมอพิทักษ์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เรือนแก้ว.
- คณินิต รุ่งเรือง, ปณณัตร์ หมอชาติ และจันทร์สมร ชัยศักดิ์. (2558). *ศาสนาคริสต์กับการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนโนนประเสริฐ ตำบลพะลาน จังหวัดอุบลราชธานี*. ใน การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2550). *อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง*. เชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (อัดสำเนา).
- ชม ตีระ. (2561, 2 มิถุนายน). *ปราชญ์ชาวบ้าน*. [บทสัมภาษณ์].
- ทวี โสริน. (2561, 29 พฤศจิกายน). *บาทหลวง*. [บทสัมภาษณ์].
- นัทวัฒน์ หารู้. (2561, 24 พฤศจิกายน). *ผู้ใหญ่บ้านเชียงยืน*. [บทสัมภาษณ์].
- นันทา ชุนภักดี. (2530). *การวิเคราะห์ความเชื่อของชายไทยในสวัสดิรักษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บัณฑิต พรหมบุตร. (2561, 1 กรกฎาคม). *ปราชญ์ชาวบ้าน*. [บทสัมภาษณ์].
- บำรุง บุญปัญญา. (2549). *3 ทศวรรษ แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน*. สุรินทร์: โครงการหนังสือดอกต้อป่า.
- บุญไทย กงเกตุ. (2561, 2 มิถุนายน). *ปราชญ์ชาวบ้าน*. [บทสัมภาษณ์].
- บุญเรือง สิงห์แขก. (2561, 8 กรกฎาคม). *ปราชญ์ชาวบ้าน*. [บทสัมภาษณ์].
- พรพิศ ดาบุตร. (2561, 22 พฤศจิกายน). *ครูสอนศาสนา*. [บทสัมภาษณ์].
- พรรณี พลไชยยา. (2536). *บทบาทของมิชชันนารีโรมันคาทอลิกในอีสาน ปี พ.ศ. 2424-2496* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาประวัติศาสตร์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, มหาสารคาม.
- พัชรินทร์ หารู้. (2561, 24 พฤศจิกายน). *ปราชญ์ชาวบ้าน*. [บทสัมภาษณ์].

- รินรดา พันธุ์น้อย. (2552). การดำรงอยู่และการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของประชาชนในสังคมพหุวัฒนธรรม
ในชุมชนปุงกะแหว จังหวัดอุบลราชธานี (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา)
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.
- เริงฤทธิ์ พลนามอินทร์. (2552). ศาสนาคริสต์กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่าง
ยั่งยืนของชุมชนในภาคอีสาน (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
มหาสารคาม.
- วัลลภา หัสการณ. (2546). วิถีชีวิตและโลกทัศน์ของชนชั้นกลางคริสเตียน: ศึกษากรณีชุมชนคริสตจักรใจสมาน
กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิขรา ศิริสาร. (2556). กระบวนการปฏิสัมพันธ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในแฟนเพจเฟซบุ๊ก: ศึกษากรณีแฟนเพจ
ฮิปคิงดอม. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 24(3), 1-17.
- ศิริพจน์ สุกุลทอง. (2546). กระบวนการสืบทอดจากสื่อสัญลักษณ์ทางพิธีกรรม “ศีลศักดิ์สิทธิ์ 7 ประการ”
ไปสู่ความเชื่อศรัทธาและการดำเนินชีวิตทางธุรกิจแบบมีจริยธรรมของชุมชนชาวคริสต์ (โรมันคาทอลิก)
ของโบสถ์พระมารดาในจันทบุรี กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ธุรกิจ).
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- สลินี มานะกิจ. (2548). ความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงของชุมชนคาทอลิกบ้านท่าแร่ จังหวัดสกลนคร พ.ศ. 2427-2508
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาประวัติศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานสารสาสน์. (2510). ประวัติพระศาสนจักรสากลและพระศาสนจักรในประเทศไทย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
ไทยหัตถการพิมพ์.
- เสรี ชาเหลา และคณะ. (2545). กลุ่มชาติพันธุ์: วัฒนธรรมและประเพณีจังหวัดนครสวรรค์. นครสวรรค์:
สำนักวิจัยและบริการวิชาการ สถาบันราชภัฏนครสวรรค์.
- เสรี พงศ์พิศ. (2545). ศาสนาคริสต์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อัสสัมชัญ.
- เสาวนีย์ จิตหมวด. (2531). กลุ่มชาติพันธุ์: ชาวไทยมุสลิม. กรุงเทพฯ: กองทุนสง่าจรูญระอัมพร.
- อมรา พงศาพิชญ์. (2541). วัฒนธรรม ศาสนา และชาติพันธุ์: วิเคราะห์สังคมไทยแนวมานุษยวิทยา (พิมพ์ครั้งที่ 5).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อันดรูว์ ส้าราญ วงศ์เสงี่ยม (บ.ก.). (2000). อัครสังฆมณฑลท่าแร่-หนองแสง ประวัติ ข้อมูล และการดำเนินงาน. สกลนคร:
เอส.พี.เซอร์วิส (สมศักดิ์การพิมพ์).
- เอกรินทร์ สังข์ทอง. (2555). พหุวัฒนธรรมศึกษา: อะไรคือสิ่งที่ผู้บริหารสถานศึกษาทุกคนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
ควรรู้. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 23(1), 17-34.

การประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนไทลื้อ ในจังหวัดน่านจากมุมมองของผู้นำท้องถิ่น

Received: 11 June 2020

Revised: 1 December 2020

Accepted: 20 May 2021

กัญญารินทร์ ไชยจันทร์*

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนไทลื้อ 2) เพื่อประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยวในอำเภอปัวและอำเภอท่าวังผาซึ่งเป็นอำเภอที่มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่มากที่สุดในจังหวัดน่าน การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันในอำเภอปัวและอำเภอท่าวังผาซึ่งเป็นอำเภอที่มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่มากที่สุดในจังหวัดน่าน โดยมีการแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงตามพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา เพื่อจะเป็นข้อมูลที่นำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความสำคัญในการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวในชุมชนประกอบด้วยสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีคุณค่าต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน พื้นที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม มีความปลอดภัย ไม่มีภัยธรรมชาติและไม่มีโจรผู้ร้ายสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยที่พักแรมของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม โฮมสเตย์ ฯลฯ และร้านขายสินค้าที่ระลึก โดยมีช่องทางที่ควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารและกิจกรรม แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนควรจะเน้นการค้นหาจากข้อมูลการท่องเที่ยว จากแผนที่/ เส้นทางท่องเที่ยวออนไลน์ (google maps) และการค้นหาจากกูเกิล (google.com) สถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคตและสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ เทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม รวมถึงร้านขายสินค้าที่ระลึกของชุมชน และสินค้าผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนไทลื้อ 2) การประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเน้นหนักในด้าน

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

สินค้าท่องเที่ยว;
จังหวัดน่าน;
วิถีชีวิต;
ชุมชนไทลื้อ;
ผู้นำชุมชน

* นักวิจัยชำนาญการ สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ติดต่อได้ที่: khunyarin.ch@gmail.com

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน รวมทั้งลักษณะของพื้นที่ชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สำหรับศักยภาพในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเน้นหนักในด้านป้ายบอกเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนมีสัญญาณของระบบสื่อสาร (โทรศัพท์/ อินเทอร์เน็ต) ครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมทั้งที่พักแรมประเภทต่างๆ มีเพียงพอต่อความต้องการและมีมาตรฐาน สำหรับศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเน้นหนักให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ร่วมกับการสนับสนุนในการพัฒนากิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวของทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนในระดับจังหวัด



**Assessing the Potential of Tourism Products
by the Tai Lue Community in Nan Province:
Perspectives of Local Leaders**

Received: 11 June 2020

Revised: 1 December 2020

Accepted: 20 May 2021

Khunyarin Chaijan*

This research aims to 1) conduct a survey on Tai Lue community tourism; and 2) assess tourism product potential in Pua and Tha Wang Pha Districts, with the highest population density of Tai Lue people in Nan Province. Qualitative research was done. Samples were village headmen in Pua and Tha Wang Pha Districts obtained by random selection. Research tools included semi-structured interviews. Data were analyzed and synthesized by qualitative research principles and using content analysis. The goal was to formulate guidelines to develop tourism activities.

Results were that developing community tourism products was important, with community attractions valued by community lifestyles. Unique tourism areas offering community attractions possess historical, traditional, and cultural values, with higher safety from natural disasters and lower crime statistics than externally-based tourism businesses involved in meeting the needs of tourists, including accommodations (hotels, home stays) and souvenir shops. Communications resources should be developed to inform potential tourists about news and activities. Community tourism attractions should focus on search options for tourist information from maps/online travel routes (Google Maps) and Google (google.com). Among suitable community features to be future focuses for tourism attractions are festivals, livelihoods, arts and cultural centers, local memory preservation efforts, and indigenous woven products of the Tai Lue community. In evaluating tourism attractiveness potential/attraction value, emphasis was placed on tourist attractions that enhance local community income, especially unique and distinctive

Research Article

Abstract

Keywords

tourist products;
Nan province;
lifestyle;
Tai Lue community;
community leaders

* Researcher, Professional Level, ThaiKhadi Research Institute, Thammasat University, email: khunyarin.ch@gmail.com

areas. Potential for tourism development, focusing on tourist attractions, and community tourist sites of communications systems (telephone/internet) in all areas should be studied, including different types of requirements to meet needs and standards. The potential for tourism development, emphasizing community participation in tourism management, will thereby support tourism activity development with the governmental and private sectors at provincial levels.

1. บทนำ

รัฐบาลได้ประกาศให้ พ.ศ. 2561 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน” ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในการดำเนินโครงการปีท่องเที่ยววิถีไทย การใช้วิถีไทยเป็นจุดเด่นทางการตลาดท่องเที่ยวจะทำให้ประเทศไทยมีความแตกต่างและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ สอดรับกับแนวทาง Thailand 4.0 ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง โดยส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์และย่านสร้างสรรค์เพื่อเป็นแหล่งธุรกิจสร้างสรรค์ ถือได้ว่าเป็นโครงการที่ต่อเนื่องมาจากแนวคิดการท่องเที่ยว “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไทยหรือ Thai culture ว่าหมายถึงทุกสิ่งที่มีในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นผู้คน ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ ภาษา การแต่งกาย ที่ถูกส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่น หรือถูกปรับปรุงให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในปัจจุบัน อาจจะมีในลักษณะที่เป็นแบบดั้งเดิม (traditional) และแบบร่วมสมัย (contemporary) และจากผลการวิจัยของกัญญารินทร์ ไชยจันทร์ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย: กรณีศึกษาวัยรุ่นที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ศึกษาความต้องการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ สมุทรสงคราม เลย ลำปาง ราชบุรี น่าน จันทบุรี ตรัง ตราด นครศรีธรรมราช ชุมพร และบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มีความต้องการท่องเที่ยวในภาคเหนือมากที่สุด สอดคล้องกับสถิติการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ไปเยี่ยมเยือนภาคเหนือ ใน พ.ศ. 2559 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มีไม่น้อยกว่า 8,370,373 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.30 ของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนประเทศไทยทั้งหมด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) เมื่อเปรียบเทียบสถิติของนักท่องเที่ยวในปี 2561 จะเห็นได้ว่าจังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่น่าสนใจในฐานะจังหวัดที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดไม่น้อยกว่า 17.09% ซึ่งเป็นรองเพียงจังหวัดเพชรบูรณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองในภาคเหนือทั้งหมด

เมืองน่านในอดีตเป็นนครรัฐเล็กๆ ก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่านและแม่น้ำสาขาในหุบเขา เป็นดินแดนล้านนาทางตะวันออกของภาคเหนือ จังหวัดน่านเป็นเมืองที่มีศิลปวัฒนธรรมเก่าแก่ที่สืบทอดต่อกันมา (จังหวัดน่าน, 2562) และยังได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนา กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีอัตลักษณ์และความยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์และภูมิปัญญา ล้านนาสู่สินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) จังหวัดน่านยังเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีชาติพันธุ์ไทลื้ออยู่อาศัยมากที่สุดอีกด้วย (มิ่งกมล หงษ์วงศ์, 2557)

แนวทางในการศึกษาวิจัยนี้จึงเน้นให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลเพื่อพัฒนาไกลซ์เคลื่อน Thailand 4.0 ในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการที่มีมูลค่าสูง รวมถึงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวระดับประเทศที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวความเป็นไทย ความเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นของวัยรุ่นในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลุ่มท่องเที่ยวกระแสหลัก (mainstream) และเชื่อว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพในอนาคต พบว่าวัยรุ่นมีความต้องการท่องเที่ยวจังหวัดน่านอยู่ในระดับมาก (กัญญารินทร์ ไชยจันทร์, 2558) ก่อนที่จะศึกษาทรัพยากรที่มีความโดดเด่นของจังหวัดน่าน ทั้งในด้านความหลากหลายของชาติพันธุ์ ทรัพยากรธรรมชาติ ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยนำมาประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนไทลื้อในจังหวัดน่านจากมุมมองของผู้นำ

ท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวางแผน ส่งเสริม สร้าง จุดขาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกระแสหลัก (mainstream) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่ควรมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของการท่องเที่ยว และสถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคต
2. เพื่อประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยวของชุมชนไทลื้อในอำเภอปัวและอำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน

3. การทบทวนวรรณกรรม/ สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

3.1 จังหวัดน่าน

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2561) ระบุว่าชาวไทลื้อตั้งถิ่นฐานอยู่ที่แคว้นสิบสองปันนา ทางตอนใต้ของประเทศจีน นิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีการอพยพครั้งสำคัญสู่ล้านนา ซึ่งเป็นการกวาดต้อนผู้คนจากสิบสองปันนา เมืองเชียงตุง เมืองยอง โดยได้ระบุถึงถิ่นที่อยู่อาศัยของชาวไทลื้อในจังหวัดน่าน ประกอบด้วยอำเภอท่าวังผา อำเภอปัว อำเภอเชียงกลาง อำเภอทุ่งช้าง กิ่งอำเภอทุ่งหลวง และกิ่งอำเภอแม่จริม ซึ่งอำเภอปัวและอำเภอท่าวังผาเป็นอำเภอที่มีชาวไทยเชื้อสายลื้ออาศัยอยู่มากที่สุด อำเภอท่าวังผามีหมู่บ้านไทลื้อ อยู่ในตำบลศรีภูมิ ตำบลยม ตำบลจอมพระ ตำบลแสนทอง ได้แก่ บ้านแฮะ บ้านฮวก ตำบลป่าคา ได้แก่ บ้านต้นฮ้าง บ้านหนองบัว อำเภอปัวมีหมู่บ้านไทลื้ออยู่ที่ตำบลปัว ได้แก่ บ้านร่องแง บ้านมอน บ้านดอกแก้ว บ้านดีด บ้านขอน ตำบลศิลาแลง ได้แก่ บ้านดินตอก บ้านดอนไชย บ้านศาลา บ้านหัวน้ำ ตำบลศิลาเพชร ได้แก่ บ้านนาคำ บ้านป่าตอง บ้านดอนมูล บ้านดอนแก้ว และบ้านทุ่งรัตน

3.2 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายถึงการตลาดท่องเที่ยวและส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวสรุปได้ดังนี้ การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่ามีทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ แล้วใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (tourism marketing mix) ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 4P's ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (tourism product) จะประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวที่รวมกันแล้วสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้วขายให้แก่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นและสร้างความพึงพอใจ 2) ราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

(tourism price) หมายถึงจำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวกำหนดขึ้น โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวพิจารณาว่าจะกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเท่าไรจึงจะเหมาะสม โดยอาจตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตามค่าใช้จ่ายในการผลิต บวกผลกำไรที่ต้องการ (cost - plus pricing) หรืออาจตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตามคู่แข่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขันว่ามีมากน้อยเพียงใด ความสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตนต่างจากคู่แข่งได้แค่ไหน ในปัจจุบัน นักการตลาดท่องเที่ยวพยายามหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา แต่จะแข่งขันด้านบริการและภาพลักษณ์มากขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างทางกายภาพหรือทางจิตวิทยาให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 3) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (tourism places/ tourism distribution) หมายถึง การเลือกช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวในตลาดเป้าหมายในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม สะดวกรวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัย ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (tourism channel) มี 3 ช่องทาง คือ ช่องทางที่ 1 แบบขายตรง เป็นวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวโดยตรง ช่องทางที่ 2 แบบการขายผ่านตัวแทน เป็นวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวโดยผ่านตัวแทนการท่องเที่ยวอีกต่อหนึ่ง และช่องทางที่ 3 แบบการขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ และ 4) การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (tourism promotion) เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสม ในราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมไปยังนักท่องเที่ยวในตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายเพื่อให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงใช้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว เพื่อมุ่งศึกษาในประเด็นความสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่ควรมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของการท่องเที่ยว และสถานที่ในชุมชนที่เหมาะสม รวมทั้งการประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว และศักยภาพในการบริหารจัดการ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่นำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวางแผนส่งเสริม สร้างจุดขาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิลาสินี จินตลิขิตดี และเอนก เหล่าธรรมทัศน์ (2561) ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นและศึกษาบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการธำรงรักษามรดกวัฒนธรรมของท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ในการช่วยอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรมอันดีงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังช่วยสร้างความตระหนักของประชาชนในท้องถิ่นให้เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรม จนเกิดเป็นความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบเทศบาลและประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรม จนเกิดเป็นนวัตกรรมในการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานของ

การอนุรักษ์วัฒนธรรมของเทศบาล ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละแห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลเชียงคานไชร์ ฐประศาสนศาสตร์อย่างไม่เป็นทางการ เทศบาลเมืองน่านไชร์ฐประศาสนศาสตร์พลเมือง และเทศบาลนคร เชียงใหม่ไชร์ฐประศาสนศาสตร์อย่างเป็นทางการ

โอริสา เขียวเกษม (2558) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไตลื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพปัจจุบันของปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน ชุมชนไตลื้อ ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์แบบมี โครงสร้าง และการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัจจุบันปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน ชุมชนไตลื้อ ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ มี 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่ง อำนาจความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ไตลื้อ มี 3 ด้าน ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ควรพัฒนาความสะดวก ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรปรับราคาที่พักและอาหารให้เหมาะสม ปรับปรุงงานบริการ บริเวณที่พักมีบริการที่จอดรถ ควรจัดให้มี มัคคุเทศก์ตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลท้องถิ่นควรร่วมกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงเส้นทางเดินทางให้มีความสะดวกและความปลอดภัยมากขึ้น ควรจัดทำป้าย บอกระยะทางที่มองเห็นได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย จัดตั้งศูนย์บริการข่าวสารและข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวตาม จุดท่องเที่ยวที่สำคัญๆ จัดหาอาสาสมัครมััคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวที่มีความรู้ทั้งทางด้านข้อมูลการท่องเที่ยว ข้อมูลด้านภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อคอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และคอยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมงานประเพณีที่ทางชุมชนจัดขึ้น

มิ่งมกล หงขวางศ์ (2557) ศึกษาวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ นำเสนอเรื่องราววิถี ชีวิตตลอดจนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อซึ่งประกอบอาชีพทางการเกษตรและทอผ้า นิยมตั้งบ้านเรือน อยู่ตามที่ราบลุ่มแม่น้ำของเมืองเชียงรุ่ง เมืองหลวงของแคว้นสิบสองปันนา มลฑลยูนนาน ประเทศจีน คนไทลื้อมี ภาษาพูดและตัวอักษรเขียนเป็นของตนเองมานาน โดยภาษาไทลื้อนั้นจัดอยู่ในกลุ่มภาษาตระกูลไท (ไต) และมี บางคำที่คล้ายภาษาเหนือ ตำราชีวิตผูกพันกับพระพุทธศาสนาจึงมีประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนามากมาย อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมที่ชัดเจนคือ การแต่งกาย โดยตัวเสื้อมีลักษณะเป็นเสื้อผ่าอก เอวลอย แขนยาว สวมใส่ กับผ้าชิ้นหรือกางเกง ตัดเย็บจากผ้าชนิดต่างๆ มีผ้าโพกหัวทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ชาวไทลื้อมีความเชื่อและพิธีกรรม การนับถือผีที่หลากหลาย ทั้งผีเจ้าเมือง ผีบ้านผีเรือน เป็นต้น

รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2557) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปัวในจังหวัดน่าน โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพอใจของนักท่องเที่ยวและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว อำเภอปัว จังหวัด น่าน วิธีการศึกษาได้แก่ 1) การสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 308 คน 2) การสำรวจศักยภาพแหล่ง ท่องเที่ยว 3) การจัดสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน และ 4) การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 คน ผลการศึกษาดังกล่าวและความพอใจพบว่านักท่องเที่ยวมี ความประทับใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นจุดขายของ อำเภอปัว และจากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งกลุ่มเร่งด่วนในการพัฒนาเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญสูง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยภูคา วัดปรางค์ วัดต้นแหลง วิถีชนเผ่า ตำบลปากกลาง และโฮมสเตย์ตำบลศิลาเพชร กลุ่มที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญปานกลาง ได้แก่ น้ำตก ศิลาเพชร เครื่องเงินตำบลปากกลาง เทศกาลกวาง วัดพระธาตุเบ็งสกัด เทศกาลดอกชมพูภูคา และกลุ่มที่ 3 แหล่ง

ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่ำ ได้แก่ วัดร่องแงง วัดพระธาตุจอมแจ้ง วัดพระธาตุจอมทอง อนุสาวรีย์พญาผานอง ทั้งนี้ การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดอันดับความเร่งด่วนในการพัฒนาเป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็น สำหรับภาครัฐโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการกำหนดยุทธศาสตร์ แผนงาน/ โครงการร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชน ตลอดจนการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดเกณฑ์และความพร้อมในการพัฒนาแต่ละด้านเพื่อนำไปสู่ การพัฒนาอย่างยั่งยืน

เลหล่า ตรีเอกานุกูล (2557) ศึกษาทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่านต่อการส่งเสริมการเป็น เมืองเก่าที่มีชีวิตของจังหวัดน่าน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเก็บข้อมูลเบื้องต้น โดยการให้แบบสอบถามจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วยผู้แทนจากสถาบันการศึกษา ศาสนาและปราชญ์ ชาวบ้านในเมืองน่าน ตัวแทนหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชน มาเป็นแนวทางในการจัดทำคำถามสำหรับการ เก็บข้อมูลเชิงลึกในการสนทนากลุ่มจากผู้นำทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจาก 30 ชุมชนในจังหวัดน่าน แล้ววิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าจังหวัดน่านเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ ยาวนาน มีการสั่งสมวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน อันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา จังหวัดน่านให้คงอยู่อย่างมีเอกลักษณ์ สืบทอดเป็นมรดกจากรุ่นสู่รุ่นบนฐานของวัฒนธรรมที่ดี โดยทุนทางสังคม ประกอบด้วยทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน ทุนทางปัญญาประกอบด้วยทุนทางด้านอาหาร ทุนทางด้านดนตรีและการแสดง ทุนทางด้านศิลปะ ทุนทางด้านกาย ทุนด้านการคมนาคม อีกทั้งยังมีทุนทางวัฒนธรรมอันเป็นทรัพย์สิน ทางปัญญาเป็นวิถีชีวิตของชาวเมืองน่านที่มีมาตั้งแต่อดีต ทุนทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ทั้งที่ดิน ป่าเขา แม่น้ำอากาศ ทุนทางภูมิศาสตร์ ทุนทางปัญญา และทุนด้านการท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยสนับสนุนทุนทางสังคม และวัฒนธรรมที่ทำให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายในมากกว่าปัจจัยภายนอก มีผล สนับสนุนทุนทางสังคมและวัฒนธรรมทำให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต รูปแบบการส่งเสริมจังหวัดน่านให้ เป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตต้องการให้มีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว การฟื้นฟูวัฒนธรรมเดิม การรักษาวิถีชีวิตแบบ ดั้งเดิม และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอรูปแบบกิจกรรมในทางที่ดี ในด้านการปฏิบัติงานให้เกิดผล สำเร็จ ผู้ที่เกี่ยวข้องและมีส่วนรับผิดชอบคือชาวบ้าน สถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนที่ต้อง ทำงานกันอย่างต่อเนื่อง จึงจะส่งเสริมให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตได้

วิไลลักษณ์ กิตติบุตร (2551) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ศักยภาพของสินค้า ศึกษาความต้องการในการพัฒนาสินค้า และศึกษาแนวทางการพัฒนาสินค้าชุมชน ไทลื้อในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ใช้ระบบวิธีวิจัย และพัฒนาแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ชาวไทลื้อมีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองอย่างแท้จริง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ SWOT analysis รวมถึงการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในการพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ ผลการวิจัยพบว่าแนวทางที่กลุ่มสินค้าชุมชนจะสามารถพัฒนาไปสู่สินค้าชุมชน และท้องถิ่น OTOP ควรจะมีแนวทางในการพัฒนาต่าง ๆ คือ 1) การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเพื่อนำมา จัดตั้งกลุ่มเป็นสินค้าชุมชนและสร้างระบบการบริหารจัดการที่ดี โดยกำหนดหน้าที่และบทบาทของสมาชิกให้มีความเหมาะสมกับความสามารถของสมาชิก 2) กลุ่มควรได้รับการพัฒนาด้านคุณภาพของสินค้า เพื่อให้สินค้าที่ ผลิตออกมามีคุณภาพในระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) กลุ่มควรได้รับการพัฒนาด้านการตลาดและการ วิเคราะห์ SWOT ของการตลาดของกลุ่มในระยะยาวได้ 4) กลุ่มสามารถพัฒนาการจัดทำแผนธุรกิจทั้งในด้านการ พัฒนาองค์กรและการพัฒนาการตลาดของกลุ่มในระยะยาวได้ เพื่อพัฒนาสินค้าสู่มาตรฐานชุมชนและท้องถิ่น

(OTOP) โดยในปี 2550 สามารถยกระดับการพัฒนาสินค้าชุมชนได้ทั้งสิ้น 4 สินค้า คือ สินค้าเอือนปอกระดาศสา สินค้าผ้าทอไทลื้อ สินค้าหัตถกรรมทอผ้าไทลื้อ และสินค้าหัตถกรรมและสิ่งประดิษฐ์ สำหรับข้อเสนอแนะของการศึกษาเห็นว่าการส่งเสริมและพัฒนาด้านคุณภาพของสินค้าที่ดีของสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอต๋อยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ จะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้สินค้าสามารถพัฒนาไปสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ได้ และควรเชื่อมโยงกับชุมชนไทลื้อในภาคเหนือไม่ว่าจะเป็นจังหวัดพะเยา จังหวัดเชียงราย รวมถึงจังหวัดน่าน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยมีการแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (purposive sampling) ตามพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้ใหญ่บ้านที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในอำเภอบัวและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดน่าน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาวิจัยจากเอกสาร (secondary data) โดยการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือวารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่ (field research) โดยการประสานงานและเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานท้องถิ่นในอำเภอกำแพงแสนและอำเภอบัว จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นผู้นำชุมชน/ ผู้ใหญ่บ้าน/ กำนัน จำนวน 24 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (purposive sampling) แบ่งออกเป็นตัวแทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอบัว จำนวน 10 ราย อำเภอกำแพงแสน จำนวน 14 ราย ซึ่งผู้แทนชุมชนเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารทำให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ได้มีการกำหนดข้อคำถามและประเด็นที่ต้องการสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ลักษณะการสัมภาษณ์เป็นแบบนัดหมายล่วงหน้าอย่างไม่เป็นทางการ

4. ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) และนำมาจัดเรียงความสำคัญและจัดกลุ่มของเนื้อหา สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

5. ผลการศึกษา

การสำรวจความคิดเห็นจากผู้นำชุมชนไทยสี่อำเภอป่าและอำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน โดยศึกษาประเด็นความสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่ควรมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของการท่องเที่ยว และสถานที่ในชุมชนที่เหมาะสม ผลการศึกษามี ดังนี้

5.1 การท่องเที่ยวของชุมชน

5.1.1 ปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน

ปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีคุณค่าต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน พื้นที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีความปลอดภัย ไม่มีภัยธรรมชาติและไม่มีโจรผู้ร้าย สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีเส้นทาง/ ถนนเข้าถึงได้ง่าย สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพสวยงาม และสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการท่องเที่ยว ร้านค้าและร้านอาหาร

5.1.2 ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจที่พักแรมของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม โฮมสเตย์ ฯลฯ ธุรกิจด้านรถยนต์ พาหนะโดยสารต่างๆ เพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจหรือบริษัทที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการนิทรรศการ

5.1.3 ช่องทางที่ควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารและกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

ช่องทางที่ควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารและกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนประกอบด้วยช่องทางการค้นหาจากกูเกิล (google.com) และแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวออนไลน์ (google maps) เว็บไซต์การท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต สื่อหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ เช่น ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 PPTV วิดีโอในอินเทอร์เน็ต (youtube) สื่อเฟซบุ๊ก (facebook) ชุมชนท่องเที่ยวในเว็บไซต์ เช่น กระทุ้ง เว็บไซต์พันทิปดอทคอม (pantip.com) และไลน์ (line)

5.1.4 สถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคต

สถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคตประกอบด้วยวัดในชุมชน เทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน แหล่งโบราณสถานต่างๆ ร้านขายสินค้าที่ระลึกของชุมชน สินค้าผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนไทยสี่ บ้านโบราณของชุมชน ศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม ตลาด พิพิธภัณฑ์ของชุมชน และผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน

5.2 การประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยวของชุมชน

การประเมินศักยภาพสินค้าท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีประเด็นตัวชี้วัดด้านศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว และศักยภาพในการบริหารจัดการ ผลการศึกษาที่มีประเด็นสำคัญดังนี้

5.2.1 ศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ควรมียอดประกอบในด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยมองเห็นว่ามีศักยภาพในระดับมาก สำหรับสถานที่ในชุมชนมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม ถือว่ามีศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวมากเช่นกัน รวมทั้งลักษณะของพื้นที่ในชุมชนมีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญมากในด้านการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

5.2.2 การประเมินศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรมียอดประกอบในด้านการคมนาคม อย่างความสะดวกสบาย บำบัดบอเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทางเข้าและจุดจอดรถที่เพียงพอต่อความต้องการ สัญญาณของระบบสื่อสาร (โทรศัพท์/ อินเทอร์เน็ต) ครอบคลุมทุกพื้นที่ ที่พักแรมประเภทต่างๆ เพียงพอต่อความต้องการ และมีมาตรฐาน มีศูนย์หรือหน่วยงานประสานให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว มีมาตรฐานความปลอดภัย และมีประสิทธิภาพเพียงพอ มีจุดบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีจุดพัก ร้านค้าและร้านอาหาร ห้องน้ำอย่างเพียงพอ

5.2.3 การประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการ

ศักยภาพในการบริหารจัดการ ควรมียอดประกอบในด้านคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐรวมทั้งหน่วยงานภาคเอกชนระดับจังหวัดให้การสนับสนุนในการพัฒนาหรือสร้างกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 บทสรุปและอภิปรายผล

จากข้อค้นพบในการศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนไทยในจังหวัดน่าน ซึ่งจังหวัดน่านเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีชาติพันธุ์ไทยที่อยู่อาศัยมากที่สุด (มีงมกลหงษาวงศ์, 2557) การศึกษาสินค้าการท่องเที่ยวการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนไทยเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนไทยประกอบไปด้วยเทศกาลงานประเพณี วิถีชีวิตความอยู่ และการทอผ้าลายน้ำไหล จังหวัดน่านยังเป็นเส้นทาง

ท่องเที่ยวที่แสดงอัตลักษณ์แห่งล้านนาตะวันออก วัฒนธรรม วิถีชีวิต และชาติพันธุ์ สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ที่มุ่งเน้นให้จังหวัดน่านเป็นเส้นहन่านวันนี้ รวมทั้งยังเป็นการเชื่อมโยงกับงานวิจัยของวิไลลักษณ์ กิตติบุตร (2551) ที่มีข้อเสนอแนะให้ศึกษาศักยภาพของสินค้าชุมชนไทลื้อในภาคเหนือ ไม่ว่าจะจังหวัดพะเยา จังหวัดเชียงราย รวมถึงจังหวัดน่าน เพื่อพัฒนาสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

1) ผู้นำชุมชนได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สำคัญและโดดเด่นในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านสภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีความปลอดภัย ไม่มีภัยธรรมชาติและไม่มีโจรผู้ร้าย สอดคล้องกับแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พักแรมของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม โฮมสเตย์ ฯลฯ และร้านขายสินค้าที่ระลึก โดยมองว่าช่องทางที่ควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารและกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนควรจะเน้นไปในช่องทางการค้นหาจากแผนที่/ เส้นทางท่องเที่ยวออนไลน์ (google maps) และการค้นหาจากกูเกิล (google.com) โดยสถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคตและสามารถดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวคือ เทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของชุมชน วิถีชีวิตความอยู่ของชุมชน และศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม รวมถึงร้านขายสินค้าที่ระลึกของชุมชน และสินค้าผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนไทลื้อ คล้ายคลึงกับผลการวิจัยของเลหล่า ตรีเอกานุกูล (2557) ที่ศึกษาทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่านต่อการส่งเสริมการเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต

2) การประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว และศักยภาพในการบริหารจัดการ ผู้นำชุมชนได้ให้ความสำคัญในด้านการประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คล้ายคลึงกับผลการศึกษาของโอริสา เขียวเกษม (2558) ที่พบว่าแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไทลื้อมีศักยภาพสูง มีสิ่งดึงดูดใจทั้งธรรมชาติ ภูมิอากาศ สถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงได้สะดวก สำหรับภาพรวมของการประเมินด้านศักยภาพในการบริหารจัดการ สอดคล้องกับการศึกษาของวิลาสินี จินตลิขิตดี และเอนก เหล่าธรรมทัศน์ (2561) ที่พบว่าการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ในการช่วยอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาวัฒนธรรมอันดีงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังช่วยสร้างความตระหนักของประชาชนในท้องถิ่นให้เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรม จนเกิดเป็นความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบเทศบาลและประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรม จนเกิดเป็นนวัตกรรมในการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานของการอนุรักษ์วัฒนธรรมของเทศบาล รวมทั้งงานวิจัยของรัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2557) ที่มีมุมมองในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็นสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดยุทธศาสตร์ แผนงาน/ โครงการร่วมกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดเกณฑ์และความพร้อมในการพัฒนาแต่ละด้านเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

6.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย

1. จังหวัดน่านถือเป็นเมืองการท่องเที่ยวรองของประเทศไทย ปัจจุบันมีอัตราการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดด จึงน่าจะเป็นจังหวัดต้นแบบการท่องเที่ยวของเมืองรอง ทั้งภาครัฐระดับประเทศ รวมถึงองค์กรส่วนท้องถิ่น เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทยควรส่งเสริม ให้ความสำคัญและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ควรศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและศักยภาพของการท่องเที่ยวเมืองรองในภูมิภาคต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มจะสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ปัญหา อุปสรรค รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละจังหวัด รวมทั้งศึกษาความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการการท่องเที่ยว สถานการณ์การท่องเที่ยว เพื่อศึกษาปัญหาและโอกาสทางการตลาด (problem and opportunity) ของการท่องเที่ยว และกำหนดเป็นแนวทางในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (25 มกราคม 2562). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2562 จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=531.
- กัญญารินทร์ ไชยจันทร์. (2558). ความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย: กรณีศึกษาวัยรุ่นที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (25 พฤศจิกายน 2561). 2015 Discover THAINESS / ท่องเที่ยววิถีไทย 2558. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2561 จาก TAT Review Magazine: <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2015/menu-12015/219-12015-discover-thainess>.
- จังหวัดน่าน. (23 มกราคม 2562). ประวัติศาสตร์น่าน. สืบค้นเมื่อ 23 มกราคม 2562 จาก http://www.nan.go.th/webjo/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=27.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- มิ่งกมล หงษาวงศ์. (2557). ไทลื้อ: วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์ ราชชมงคลธัญบุรี, 1(2), 1-20.
- รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2557). การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบัว จังหวัดน่าน. วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน, 5(1), 28-41.
- เลหล่า ตริเอกานุกูล. (2557). ทูทางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่านต่อการส่งเสริมการเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 6(3), 93-106.
- วิลาลินี จินตลิขิตดี และเอนก เหล่าธรรมทัศน์. (2561). รัฐประศาสนศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว: บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรม: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลเชียงคาน เทศบาลเมืองน่าน และเทศบาลนครเชียงใหม่. วารสารเกษมบัณฑิต, 19(ฉบับพิเศษ), 312-323.

- วิไลลักษณ์ กิติบุตร. (2551). การพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP). *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 10(1), 55-67.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (16 สิงหาคม 2561). *ศูนย์เรียนรู้ชาติพันธุ์ไทในล้านนา*. สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2561 จาก <http://www.sri.cmu.ac.th/~lelc/index.php/2015-11-18-16-02-20>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (19 ธันวาคม 2561). สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561 จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422.
- โอริสา เชี่ยวเกษม. (2558). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไตลื้อ ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.



ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวต่างชาติ

Received: 15 January 2020

Revised: 3 July 2020

Accepted: 8 April 2021

ดาวศุกรี บุญญะศานต์*
รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS สำหรับสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า T-test และค่า One-Way ANOVA ซึ่งผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้นมากที่สุดตามด้วยด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น และด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นตามลำดับ 2) นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส สัญชาติ การศึกษา สถานภาพการทำงาน และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) และ Dunnett's T3

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่า
ความแตกต่าง;
โรงแรมขนาดกลางและเล็ก;
นักท่องเที่ยวสูงอายุ

* อาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ติดต่อได้ที่: daosook@hotmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ติดต่อได้ที่: rugphong@gmail.com

พบว่ามีความแตกต่างกันในบางด้าน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และสุขภาพไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ผลจากการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ในการตอบสนองต่อความต้องการกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ และเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

Factors of Differentiation Value Drivers Affecting International Mature Travelers toward the Selection of Small and Medium-Sized Hotels

Received: 15 January 2020

Revised: 3 July 2020

Accepted: 8 April 2021

Daosook Boonyasarn *

Rugphong Vongsaroj **

This research aimed to 1) investigate the factors of differentiation value drivers influencing mature travelers when patronizing small and medium-sized hotels, and 2) analyze the mature travelers' demographic factors affecting their expected differentiation value drivers towards the selection of small and medium-sized hotels. The quantitative approach was conducted by employing a survey technique. 384 international mature travelers, aged 55 years old or older and visiting Bangkok for leisure, were targeted as survey respondents using a multi-stage sampling technique, processed with the SPSS statistical software (Statistical Package for Social Science) for statistical data analysis including mean, standard deviation, t-test and One-Way ANOVA. The findings revealed that 1) the respondents rated all dimensions of differentiation value drivers as very important. The dimension 'Better health and security' was cited as the most important driver, followed by 'Better accessibility and more affordable', 'Better atmosphere', and 'More responsiveness' respectively. 2) Travelers' demographic factors, including marital status, nationality, education, work status and income had significant influence on differentiation value drivers at the significance level of 0.05. The post hoc tests, including Least Significant Difference (LSD) and Dunnett's T3 methods, showed significant differences between groups of respondents on certain differentiation value drivers. As for the demographic factors of gender, age and health, no significant differences were found. Hoteliers can apply the results of this study to determine

Research Article

Abstract

Keywords

differentiation value drivers;
small and medium-sized
hotels;
mature travelers

* Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, email: daosook@hotmail.com (corresponding author)

** Assistant Professor, Graduate School of Tourism Management (GSTM), National Institute of Development Administration, email: rugphong@gmail.com

guidelines or strategies for developing hospitality products and services in response to international mature travelers' demands, and to differentiate their products and services and contribute to a competitive advantage.

1. บทนำ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุรุ่นใหม่ในปัจจุบันหรือกลุ่ม Baby boomer (เบบี้บูมเมอร์) กำลังเป็นกลุ่มตลาดที่มีความสำคัญ น่าดึงดูด และเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 52) อีกทั้งยังถือว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ด้วยขนาดของตลาด โอกาสในการเติบโต และโดยเฉพาะอย่างยิ่งศักยภาพในการจับจ่ายใช้สอย (Batra, 2009, p. 198) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุพบว่ามีทัศนคติและค่านิยมที่แตกต่างจากกลุ่มผู้สูงอายุในอดีตที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ถือได้ว่าเป็นกลุ่ม Active Aging หรือผู้สูงอายุที่มีพลัง มีสุขภาพที่แข็งแรง มีการศึกษา มีเงินและกล้าใช้จ่ายมากขึ้น รวมถึงมีเวลาและมีอิสระจากข้อจำกัดทางครอบครัวหรือสังคม และที่สำคัญคือนิยมและให้คุณค่ากับการเดินทางท่องเที่ยว (Caber & Albayrak, 2014, p. 611; Mungall & Labben, 2009, p. 225) ดังนั้นตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงเปรียบเสมือนกลไกที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในบริบทของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยพบว่าแม้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นจะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามพบว่าการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมมีความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการในตลาดที่พักแรม ทั้งจากกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่และการเติบโตของธุรกิจที่พักแรมประเภทอื่นๆ ที่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด อันส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กพบกับความท้าทายอย่างยิ่งในการแข่งขันและความอยู่รอดทางธุรกิจ (ศุภณีย์วิชัยกสิกรไทย, 2561, น. 2) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กจึงจำเป็นต้องหากวิถีทางการตลาดใหม่ๆ หรือกลุ่มการตลาดที่มีศักยภาพเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ โดยกลุ่มการตลาดที่ถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในปัจจุบันก็คือ กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งถือเป็นโอกาสหรือทางรอดสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็ก เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการหลายด้านที่ตรงกับจุดแข็งของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็ก เช่น ชื่นชอบประสบการณ์ใหม่ที่เน้นความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ ความสงบ ความเป็นส่วนตัว การบริการเฉพาะบุคคลที่มีคุณภาพ และความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Anuar, Musa, Khalid, & Ngelambong, 2017, p. 272) เป็นต้น นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของเศรษฐกิจดิจิทัล (digital economy) ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้มากขึ้นไม่น้อยไปกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ (Avcikurt, Altay, & Ilban, 2011, p. 161)

ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงความต้องการและตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างแท้จริง การสร้างความแตกต่างด้านการบริการถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะสามารถเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กได้ แต่อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าผู้ประกอบการยังขาดองค์ความรู้ในเรื่องปัจจัยที่ขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง คุณลักษณะที่เพิ่มคุณค่าด้านความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ อันจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ ซึ่งจากงานวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านการบริการทั่วไปและอยู่ภายใต้บริบทของโรงแรมขนาดใหญ่ (Caber & Albayrak, 2014, p. 612) อีกทั้งยังพบว่าผู้ประกอบการหลายแห่งยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ในปัจจุบันอีกด้วย (Batra, 2009, p. 201)

ดังนั้น จากการศึกษาและวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นในข้อความข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการศึกษารื่องปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความสำคัญและจำเป็น ซึ่งจะช่วยเติมช่องว่างทางวิชาการดังกล่าวและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำความรู้เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่และปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้อย่างแท้จริง รวมถึงสามารถเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ

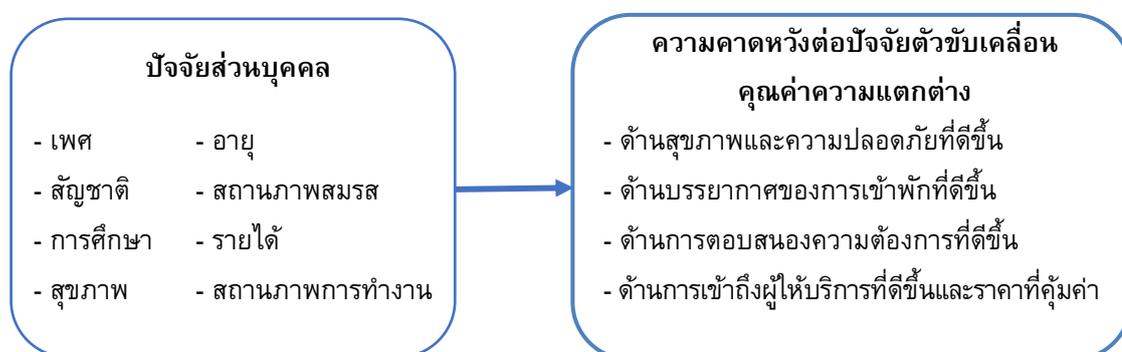
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านความแตกต่าง (differentiation value drivers) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ สถานภาพการทำงาน และสุขภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กที่แตกต่างกัน

4. กรอบแนวคิดในการศึกษา



5. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีขอบเขตในการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและเคยมีประสบการณ์การใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กในประเทศไทย
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ งานวิจัยนี้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ รวมถึงเป็นแหล่งที่มีปริมาณความหนาแน่นของโรงแรมขนาดกลางและเล็กกระจายตัวอยู่เป็นจำนวนมาก
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ทำการศึกษา 1) ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น และด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า และ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ (ตัวแปรอิสระ) ที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก (ตัวแปรตาม)

6. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก รวมถึงวิเคราะห์ความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 384 คน ซึ่งคำนวณจากสูตรของคอคอราน (Cochran, 1977) ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ โดยขั้นที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ไปยังพื้นที่ศึกษาที่มีศักยภาพ คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยเจาะจงเลือกพื้นที่ศึกษาที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ย่านข้าวสาร ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร และย่านราชเทวี ซึ่งเป็นแหล่งที่มีปริมาณความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวและความหลากหลายของประเภทที่พักแรม รวมถึงความหลากหลายด้านราคาที่พัก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ขั้นที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified sampling) โดยแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนโรงแรมในพื้นที่สุ่มตัวอย่างทั้ง 5 แห่ง เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และขั้นที่ 3 ใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติที่เดินทางแบบอิสระ (free independent travelers) และเคยมีประสบการณ์เข้าพักในโรงแรมขนาดกลางและเล็ก รวมถึงมีความเต็มใจและสะดวกในการเข้าร่วมการสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการปรับปรุงจากงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับประเด็นคำถามของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง จำนวน 20 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ (Likert scale) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และได้ทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะเพื่อให้แบบวัดมีความสมบูรณ์มากขึ้น จากนั้นได้ทำการทดลองใช้แบบสอบถามกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient alpha) เท่ากับ 0.955 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง (Nunnally, 1994)

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (1) สถิติเชิงพรรณนาเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแสดงเป็นความถี่และวิเคราะห์เป็นค่าร้อยละ และ (2) วิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระจากกัน (independent sample t-test) และ One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05

7. ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (52.34%) อายุระหว่าง 55-60 ปี (54.43%) มีสถานภาพสมรส (69.01%) เดินทางมาจากยุโรปมากที่สุด (33.07%) รองลงมาคืออเมริกา (25.78%) เอเชียใต้ (18.49%) เอเชียตะวันออก (9.64%) เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (4.69%) แอฟริกา (3.65%) โอเชียเนีย (2.60%) และตะวันออกกลาง (2.08%) ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (54.69%) ส่วนใหญ่อยู่ในสถานะการทำงานแบบเต็มเวลา (54.95%) มีรายได้ทั้งหมดต่อปี/ต่อครัวเรือนอยู่ที่ \$30,000-\$44,999 (29.69%) และ \$45,000-\$59,999 (29.69%) โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุประเมินสุขภาพตนเองอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม (49.22%)

2. ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก

จากผลการศึกษาในภาพรวมพบว่าคะแนนเฉลี่ยของทั้ง 4 ด้านของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างมีค่าเท่ากับ 5.53 ซึ่งแสดงว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญต่อบริการขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างอยู่ในระดับสำคัญมาก (very important) รวมถึงให้ความสำคัญกับทุกตัวแปรย่อยแต่ละด้านว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก (very important) เช่นกัน ดังรายละเอียดข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก

ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (Differentiation Value Drivers)	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น	5.60	0.87	สำคัญมาก
ความสบายของเครื่องนอน	5.65	1.09	สำคัญมาก
ความสะอาดและสุขอนามัยของห้องพัก	5.63	1.17	สำคัญมาก
ความสะอาดและสุขอนามัยของอาหาร	5.59	1.16	สำคัญมาก
ความปลอดภัยของโรงแรม	5.58	1.09	สำคัญมาก
ความสะอาดและสุขอนามัยของสภาพแวดล้อม	5.56	1.16	สำคัญมาก
ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น	5.52	0.73	สำคัญมาก
การให้ความสนใจลูกค้าแบบรายบุคคล	5.64	0.98	สำคัญมาก
กิจกรรมที่เสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้	5.56	0.99	สำคัญมาก
พนักงานให้บริการที่อบอุ่น	5.54	1.01	สำคัญมาก
บรรยากาศที่อบอุ่นเสมือนบ้าน	5.51	1.02	สำคัญมาก
ความยืดหยุ่นในการเช็คอิน-เช็คเอาท์	5.47	1.03	สำคัญมาก
ผลิตภัณฑ์และการบริการที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	5.42	1.00	สำคัญมาก
ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น	5.44	0.81	สำคัญมาก
ความพร้อมของเทคโนโลยีที่ทันสมัยในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม	5.47	1.08	สำคัญมาก
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงเทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงในห้องพัก	5.45	1.07	สำคัญมาก
ความรวดเร็วของการกระบวนการเช็คอิน-เช็คเอาท์	5.45	1.10	สำคัญมาก
สิทธิพิเศษที่เสนอผ่านโปรแกรมความภักดีหรือการให้ส่วนลดหรือรางวัล	5.44	1.05	สำคัญมาก
การชำระเงินที่สะดวกรวดเร็ว	5.42	1.08	สำคัญมาก
ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า	5.56	0.82	สำคัญมาก
ความสะดวกในการติดต่อผู้ให้บริการ	5.60	1.05	สำคัญมาก
ความง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลโรงแรมทางออนไลน์	5.59	1.09	สำคัญมาก
ราคาห้องพักเหมาะสม/ ความคุ้มค่าเงินที่จ่าย	5.57	1.02	สำคัญมาก
ความสะดวกในการสำรองห้องพักทางออนไลน์	5.48	1.06	สำคัญมาก
ภาพรวม	5.53	0.68	สำคัญมาก

หมายเหตุ: ใช้การวัดปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างด้วยมาตราส่วนการประมาณค่าของลิเคอร์ท์ (Likert scale) (1: ไม่มีความสำคัญเลย, 7: สำคัญอย่างมากที่สุด)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 5.60$) มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดเมื่อเทียบกับทุกด้าน ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสำคัญอย่างมากกับคุณค่าความแตกต่างในด้านสุขภาพและความปลอดภัยเมื่อเลือกพักในโรงแรมขนาดกลางและเล็ก รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า ($\bar{X} = 5.56$) และด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 5.52$) ตามลำดับ ในขณะที่ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 5.44$) มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด แต่อย่างไรก็ตามก็ยังถือว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก (very important) เช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ส่งผลความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก

ผลการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์ t-test และ One-way ANOVA พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส สัญชาติ การศึกษา สถานภาพการทำงานและรายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน ดังนี้

สถานภาพสมรส - นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสด ($\bar{X} = 5.73$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแล้ว ($\bar{X} = 5.46$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกเหนือจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สัญชาติ - นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสัญชาติที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวเอเชียใต้ ($\bar{X} = 5.59$) และชาวเอเชียตะวันออก ($\bar{X} = 5.63$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป ($\bar{X} = 5.29$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ นอกเหนือจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การศึกษา - นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 5.67$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{X} = 5.46$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกเหนือจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สถานภาพการทำงาน - นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพการทำงานที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า และในภาพรวมของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง

ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้ 1) ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานบางเวลา ($\bar{X} = 5.67$) และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เกษียณอายุ ($\bar{X} = 5.74$) มีความคาดหวังต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานเต็มเวลา ($\bar{X} = 5.36$) 2) ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เกษียณอายุ ($\bar{X} = 5.61$) มีความคาดหวังต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานเต็มเวลา ($\bar{X} = 5.32$) 3) ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เกษียณอายุ ($\bar{X} = 5.75$) มีความคาดหวังต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่ามากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานเต็มเวลา ($\bar{X} = 5.42$) และ 4) ในด้านภาพรวมของบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานบางเวลา ($\bar{X} = 5.65$) และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เกษียณอายุ ($\bar{X} = 5.70$) มีความคาดหวังต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านภาพรวมมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานเต็มเวลา ($\bar{X} = 5.40$) นอกเหนือจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

รายได้ - พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในทุกด้านและโดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ในภาพรวมโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับ \$75,000 ขึ้นไป ($\bar{X} = 5.87$) มีความคาดหวังต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า \$30,000 ($\bar{X} = 5.39$) และระดับ \$30,000-\$44,999 ($\bar{X} = 5.28$) และระดับ \$60,000-\$74,999 ($\bar{X} = 5.42$) 2) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับ \$45,000-\$59,000 ($\bar{X} = 5.65$) มีความคาดหวังต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับ \$30,000-\$44,999 ($\bar{X} = 5.28$)

8. อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กพบว่าโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างเน้นให้ความสำคัญกับบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้นมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับในหลายงานวิจัยที่พบว่าความสะอาด ความปลอดภัย และความสะดวกสบายล้วนเป็นบัจจัยสำคัญอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม (Anuar, et al., 2017, pp. 270-272; Caber & Albayrak, 2014, p. 615) เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัยที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพทั้งในแง่ของร่างกายและจิตใจ และด้วยอายุที่เพิ่มมากขึ้นจึงส่งผลต่อสภาพร่างกายรวมถึงความต้านทานต่อโรค (Vojvodic, 2015, p. 482) ดังนั้นการให้บริการห้องพัก สภาพแวดล้อม และอาหารที่มีความสะอาดถูกสุขอนามัย การคัดสรรเครื่องนอนที่ให้ความสบายและตรงตามหลักสรีรวิทยา รวมถึงการออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยทั้งภายในห้องพักและบริเวณโรงแรมเป็นสิ่งที่ควรคำนึงเป็นอันดับ

แรกในการออกแบบการบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในด้านความแตกต่างด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น

ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นในระดับสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชื่นชอบรูปแบบการบริการที่ทำให้รู้สึกว่าคุณค่าได้รับความสำคัญ เช่น การบริการแบบเฉพาะบุคคล และการได้รับความสนใจและเอาใจใส่จากผู้ให้บริการ (Mungall & Labben, 2009, p. 237) ผู้ให้บริการจึงมีบทบาทอย่างยิ่งในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการดังกล่าว ทั้งนี้ต้องอาศัยความเข้าใจ ความเอาใจใส่ และความเห็นอกเห็นใจของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมในการอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อให้เข้าใจความต้องการและความแตกต่างของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังพบว่าผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงกิจกรรมที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ นับเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสนใจอย่างมาก ดังเห็นได้จากการศึกษาที่ตรงกับมิงแกลและแลบบิน (Mungall & Labben, 2009, p. 237) และฮัดสัน (Hudson, 2010, p. 446) รวมทั้งการให้ความสำคัญกับบรรยากาศที่อบอุ่นเสมือนบ้าน (Hartman & Qu, 2007, p. 74) ดังนั้น การคำนึงถึงความต้องการเชิงจิตวิทยาและการตลาดเชิงประสบการณ์ รวมถึงการสร้างบรรยากาศการเข้าพักที่อบอุ่นทั้งในด้านของความรู้สึกและด้านกายภาพล้วนเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการโรงแรมควรคำนึงถึงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์บรรยากาศการเข้าพักที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งและโรงแรมขนาดใหญ่ได้

ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น แม้จากผลการศึกษาพบว่าด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น แต่อย่างไรก็ตามผลคะแนนเฉลี่ยดังกล่าวก็ยังคงอยู่ในระดับสำคัญมากเช่นกัน จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับงานวิจัยของคอร์เรียและอีเลียต (Correia & Elliott, 2006, p. 48) กับหวาง วู, ลีว และลู (Wang, Wu, Luo, & Lu, 2017, p. 99) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในยุคปัจจุบันชอบการเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อแสวงหาประสบการณ์และมองนวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นสิ่งที่จะอำนวยความสะดวกและสร้างประสบการณ์เรียนรู้สิ่งใหม่ให้กับชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ยังให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการของโรงแรม เช่น กระบวนการเช็คอินและจ่ายเงิน (Chen, Wang, Luoh, Shih, & You, 2014, p. 967) ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมควรเรียนรู้และก้าวทันเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน ภายใต้ความจำเป็นและศักยภาพของโรงแรมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ได้ดีขึ้น

ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่าอยู่ในระดับสำคัญมากเป็นอันดับที่สอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของโมซิสและอูแนล (Moschis & Ünal, 2008, p. 267) ที่พบว่าความสะดวกและความง่ายในการเข้าถึงผู้ให้บริการเป็น 1 ใน 5 อันดับสูงสุดที่มีความสำคัญในการเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ให้บริการได้สะดวกและดีขึ้น ผู้ให้บริการควรนำคุณสมบัติที่สามารถสร้างความแตกต่างมาประยุกต์ใช้โดยคำนึงถึงแนวโน้มความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น ระบบการจองและเว็บไซต์ที่ง่ายต่อการใช้งาน การมีช่องทาง การจองทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวกและหลากหลาย รวมถึงการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารและทำการตลาดออนไลน์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ราคาที่เหมาะสมและความคุ้มค่าเงินถือเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดอีกประเด็นหนึ่งดังที่พบได้จากในหลายงานวิจัย (Caber & Albayrak, 2014, p. 619) ดังนั้นการเสนอการบริการที่

เน้นคุณค่าด้านความคุ้มค่าของเงิน เช่น การลดราคา โปรโมชั่น การให้อภินันทนาการ รวมถึงความเป็นเอกลักษณ์และคุณภาพการบริการ ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสามารถสัมผัสได้ถึงความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

2. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อบริการขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในด้านสถานภาพสมรส สัญชาติ การศึกษา สถานภาพการทำงาน และรายได้มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อบริการขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างดังนี้

สถานภาพสมรส พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสดมีความหวังต่อบริการขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับบาเบอร์, โคราฟ และวิลเลียม จูเนียร์ (Baber, Kaurav, & Williams Jr., 2015, p. 22) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานะโสดมีความชื่นชอบในเรื่องของบรรยากาศที่สวยงาม คุณภาพการบริการ ความเป็นมิตรและความมีประสิทธิภาพของพนักงานมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว อีกทั้งผลการศึกษาของบาตรา (Batra, 2009, p. 208) ยังเน้นว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์ใหม่และการพบปะผู้คนใหม่ โดยถือว่าเป็นประโยชน์สูงสุดที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยว

ผลการศึกษานี้สามารถอธิบายได้จากงานวิจัยของกูดีวินและล็อกชิน (Goodwin & Lockshin, 1992, p. 28) ที่กล่าวว่าผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสดมักถูกมองทั้งในแง่ของการมีความสุขกับชีวิต การผจญภัยที่ไม่มีสิ้นสุดและในแง่ของการต้องเผชิญกับความเหงา ความโดดเดี่ยว ดังนั้นกลุ่มดังกล่าวจึงมักชอบที่จะพบปะสังสรรค์กับผู้คนเพื่อเข้าสังคมและพัฒนาทักษะทางสังคมของตนเองเพื่อบรรเทาความเหงาและความโดดเดี่ยว อีกทั้งยังมองว่าการเดินทางเป็นส่วนหนึ่งของการผจญภัยที่จะนำไปสู่ประสบการณ์การพบปะผู้คนและสังคมใหม่ ดังนั้นกลุ่มดังกล่าวจะให้ความสำคัญกับการบริการเฉพาะบุคคล ซึ่งชอบการบริการและความสัมพันธ์ที่เป็นมิตร รวมถึงมีความคาดหวังอย่างยิ่งที่จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นปัจเจกบุคคล นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวที่มีสถานภาพโสดเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมและวิถีชีวิต (Bianchi, 2016, p. 197) สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในแง่ของขนาดกลุ่มที่เพิ่มขึ้น ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการในการมุ่งเจาะกลุ่มดังกล่าว ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมจึงควรเสริมสร้างบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสด โดยการให้บริการที่มีคุณภาพและการบริการแบบส่วนบุคคล การให้บริการห้องพักและเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว รวมถึงการสร้างสรรคกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกให้กลุ่มดังกล่าวได้มีโอกาสพัฒนาทักษะทางสังคมหรือมีโอกาสได้พบปะแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น สิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้การเดินทางเป็นเสมือนการผจญภัยที่นำไปสู่ประสบการณ์ใหม่ อีกทั้งยังสามารถช่วยเยียวยาความเหงาและความโดดเดี่ยวในจิตใจของกลุ่มดังกล่าวได้เช่นกัน

สัญชาติ ผลการศึกษาพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น โดยพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวเอเชียตะวันออกและชาวเอเชียใต้มีความคาดหวังต่อการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับไวเออเรจ, เพทเคอว์, โบลดอนนา, ลัมส์เดน และเดอมิคโค (Vieregge, Phetkaew, Boldona, Lumsden, & DeMicco, 2007, p. 172) ที่พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวเอเชียมักให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของการบริการที่จับต้องได้ (tangible attributes)

เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เห็นได้จากงานวิจัยของหวาง และคณะ (Wang et al., 2017, p. 107) ที่ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ชาวจีนไม่เพียงแค่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ แต่ยังมีมุมมองเห็นถึงความสำคัญในแง่ประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่จะอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันรวมถึงในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย ในขณะที่ทอเรส, ฟู และเลโฮ (Torres, Fu, & Lehto, 2014, p. 260) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปมักให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของการบริการที่จับต้องไม่ได้ (intangible attributes) ในแง่ของการสร้างประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการมากกว่า

จากข้อค้นพบนี้สามารถยืนยันได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติหรือวัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะมีความชอบหรือความคาดหวังต่อการบริการของโรงแรมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้สิ่งที่ผู้คนจากวัฒนธรรมหนึ่งชื่นชอบก็ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นที่ชื่นชอบสำหรับผู้คนในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง ดังนั้นในเบื้องต้นผู้ประกอบการควรศึกษาคูณลักษณะการบริการที่มีลักษณะร่วมที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวในแต่ละวัฒนธรรมพึงพอใจร่วมกันหรือคุณลักษณะการบริการที่เป็นสากล เช่น ความเป็นมิตรไมตรี จากนั้นผู้ประกอบการสามารถกำหนดหรือปรับกลยุทธ์การบริการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการเฉพาะเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มวัฒนธรรม

การศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษานี้สนับสนุนทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวว่าระดับการศึกษามีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค (Blythe, 2013) และสอดคล้องกับการศึกษาของเงินและคณะ (Chen et al., 2014, p. 967) ที่พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมมีให้มากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า เนื่องจากมีความคาดหวังน้อยกว่า

เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ในปัจจุบันมีการศึกษาที่ดีขึ้นและมีประสบการณ์มากขึ้น ดังนั้นจึงมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการและการบริการแบบเฉพาะบุคคลที่เพิ่มมากขึ้นด้วย (Caber & Albayrak, 2014, p. 612) นอกจากนี้ จางและแฮม (Jang & Ham, 2009, p. 374) กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงมีแนวโน้มชอบเดินทางท่องเที่ยวรวมถึงมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่มากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าอีกด้วย แสดงให้เห็นว่าแม้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจะเป็นกลุ่มที่มีความคาดหวังสูง แต่ก็สามารถนำมาซึ่งรายได้ที่สูงตามมาด้วยหากได้รับการบริการที่พึงพอใจ ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมจึงควรให้ความสำคัญกับการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลางและการเสนอบริการเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง สิ่งนี้ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้

สถานภาพการทำงาน จากผลการศึกษานี้พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพเกษียณมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า และในภาพรวมของตัวขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่อยู่ในสถานภาพการทำงาน

เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุส่วนใหญ่ก็มีอายุประมาณ 65 ปีขึ้นไป และด้วยอายุที่สูงขึ้นนี้ส่งผลต่อสภาพร่างกายและมีโอกาสเสี่ยงในด้านต่าง ๆ มากขึ้น เพราะเหตุนี้จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีความคาดหวังสูงเมื่อเดินทางท่องเที่ยว ด้วยมีความกังวลต่อความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทั้งในแง่ของร่างกายและ

ประสบการณ์ที่จะได้รับการท่องเที่ยว (Alon, Shitrit, & Chowes, 2010, p. 253) นอกจากนี้ในเรื่องของวัยที่สูงขึ้นแล้ว กลุ่มดังกล่าวยังมีความกังวลในเรื่องของความคุ้มค่าของเงิน ด้วยเหตุว่ากลุ่มเกษียณอายุมองว่าเงินเก็บสะสมและเงินที่ได้รับจากการเกษียณอายุเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการยังชีพในบั้นปลายชีวิต ดังนั้นเมื่อเดินทางท่องเที่ยวจึงมักตระหนักถึงราคาและความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป นอกจากนี้ในแง่ของจิตวิทยา กลุ่มผู้เกษียณอายุต้องปรับตัวให้รับกับความเปลี่ยนแปลงของชีวิตหลังจากเกษียณ การทำกิจกรรมใหม่หรือหาประสบการณ์ใหม่จะช่วยชดเชยหรือเติมเต็มให้กับชีวิตหลังเกษียณได้ (Nikitina & Vorontsova, 2015, p. 850) ซึ่งหมายรวมถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยววัยเกษียณที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การบริการ และกิจกรรมที่โรงแรมนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างการเข้าพักด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมควรคำนึงถึงลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยววัยเกษียณเมื่อพิจารณาถึงกลยุทธ์การตลาดในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อให้สามารถนำเสนอการบริการที่ตอบสนองความต้องการ คลายความวิตกกังวล และช่วยส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวได้

รายได้ พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้อยู่ในระดับที่สูงมีความคาดหวังต่อบริการที่ปรับเปลี่ยนคุณค่าความแตกต่างในทุกด้านมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยกว่า ตรงกับการศึกษาของบาห์ดี, ฮุง, ฟอง และคาร์ (Bhati, Hoong, Fong, & Kaur, 2014, pp. 106-107) รวมถึงสกิทโคและลูสคูท (Schitko & Losekoot, 2012, p. 71) ที่พบว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีมักมีความต้องการที่ซับซ้อนและมีคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อย นอกจากนี้ จางและแฮม (Jang & Ham, 2009, p. 374) ยังกล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้สูงมีโอกาสเดินทางและใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวที่มากขึ้น ซึ่งหมายถึงรายได้ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการจ่ายโดยการให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าที่แตกต่างในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า ซึ่งเป็นด้านที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับสูง (\$75,000 ขึ้นไป) ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นการนำเสนอความแตกต่างในการเข้าถึงผู้ให้บริการ โดยการนำนวัตกรรมเชิงเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อเพื่อให้เกิดความสะดวกและเข้าถึงได้ง่าย รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการที่เน้นถึงความคุ้มค่าที่ได้รับ เช่น ความเป็นเอกลักษณ์หรือมีชื่อเสียงของโรงแรม อภินันทนาการ สิทธิประโยชน์จากการเข้าพัก คุณภาพการบริการ และราคาที่สมเหตุสมผลจะสามารถดึงดูดและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้

9. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

ผลจากการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนกลยุทธ์ในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของกลุ่มตลาดดังกล่าวได้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในยุคปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการที่

สามารถสร้างความแตกต่างและเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคู่แข่งที่เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดโดยนำตัวแปรที่ใช้ในการศึกษานี้ไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุรุ่นใหม่ชาวไทย เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็ก รวมถึงการเจาะจงศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม เช่น ยุโรปหรือเอเชีย หรือในลักษณะของการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งยังคงพบไม่มากนักในงานวิจัย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถมีแนวทางในการตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแต่ละวัฒนธรรม

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561
จาก https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20170511100514.pdf.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). โรงแรมแข่งดุเดือด ปรับได้โปรด. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2561
จาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Competitive-Hotel-Industry_FullPage.pdf.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). การสำรวจการประกอบการกิจการโรงแรมและเกสเฮาส์ พ.ศ. 2561. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.nso.go.th>.
- Alon, D., Shitrit, P., & Chowers, M. (2010). Risk behaviors and spectrum of diseases among elderly travelers: A comparison of younger and older adults. *Journal of Travel Medicine*, 17(4), 250-255.
- Anuar, J., Musa, M., Khalid, K., & Ngelambong, A. (2017). Hotel selection attributes among mature travellers at Redang island. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 9(2), 1-10.
- Avcikurt, C., Altay, H., & Ilban, M. Q. (2011). Critical success factors for small hotel businesses in Turkey: an exploratory study. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(2), 153-164.
- Baber, R., Kaurav, R. P. S., & Williams Jr., R. L. (2015). How travelers differ in their preferences regarding hotel selection: Empirical evidence from travelers in India. *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8(1), 15-26.
- Batra, A. (2009). Senior pleasure tourists: examination of their demography, travel experience, and travel behavior upon visiting the Bangkok metropolis. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(3), 197-212.
- Bhati, A. S., Hoong, C. T., Fong, J. C. L., & Kaur, K. (2013). Personalised Travel Services: An Exploratory Study in Singapore Context. *GSTF Journal on Business Review (GBR)*, 3(1), 106-113.
- Bianchi, C. (2016). Solo holiday travellers: Motivators and drivers of satisfaction and dissatisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 197-208.
- Blythe, J. (2013). *Consumer behaviour*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Caber, M., & Albayrak, T. (2014). Does the importance of hotel attributes differ for senior tourists? A comparison of three markets. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 610-628.
- Chen, W. Y., Wang, K. C., Luoh, H. F., Shih, J. F., & You, Y. S. (2014). Does a friendly hotel room increase senior group package tourists' satisfaction? A field experiment. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(8), 950-970.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Correia, S., & Elliott, R. (2006). An examination of internet user profiles in the mature tourism market segment in South Africa. *Consortium Journal of Hospitality & Tourism*, 10(2), 47-62.
- Goodwin, C., & Lockshin, L. (1992). The solo consumer: Unique opportunity for the service marketer. *Journal of Services Marketing*, 6(3), 27-36.
- Hartman, J. D., & Qu, H. (2007). The senior travel market: Do's and Don'ts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 8(2), 67-81.
- Hudson, S. (2010). Wooing zoomers: marketing to the mature traveler. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(4), 444-461.
- Jang, S. S., & Ham, S. (2009). A double-hurdle analysis of travel expenditure: Baby boomer seniors versus older seniors. *Tourism Management*, 30(3), 372-380.
- Moschis, G. P., & Ünal, B. (2008). Travel and leisure services preferences and patronage motives of older consumers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(4), 259-269.
- Mungall, A., & Labben, G. T. (2009). Hotel offer adjustments for senior citizen guests: perception of Swiss hoteliers. In *Advances in Hospitality and Leisure*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, 5, 223-239.
- Nikitina, O., & Vorontsova, G. (2015). Aging population and tourism: Socially determined model of consumer behavior in the "senior tourism" segment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (214), 845-851.
- Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric theory 3E*. New York, NY: Tata McGraw-Hill Education.
- Schitko, D., & Losekoot, E. (2012). An investigation of the attitudes of travel and tourism intermediaries to mature travellers. *Journal of Tourism*, 13(1), 61-78.
- Torres, E. N., Fu, X., & Lehto, X. (2014). Examining key drivers of customer delight in a hotel experience: A cross-cultural perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 255-262.
- Vieregge, M., Phetkaew, P., Beldona, S., Lumsden, S. A., & DeMicco, F. J. (2007). Mature travelers to Thailand: A study of preferences and attributes. *Journal of Vacation Marketing*, 13(2), 165-179.
- Vojvodic, K. (2015). Understanding the senior travel market: A review. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 3, 479-488.
- Wang, W., Wu, W., Luo, J., & Lu, J. (2017). Information technology usage, motivation, and intention: a case of Chinese urban senior outbound travelers in the Yangtze River Delta region. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 99-115.

กลยุทธ์การตลาดสำหรับการบริหารผังงานแสดงสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพ

Received: 24 December 2020

Revised: 2 May 2021

Accepted: 20 May 2021

สิบพงษ์ สมิตทันต์*
เกิดศิริ เจริญวิศาล**

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (phenomenology) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษามุมมองของการจัดวางผังงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่สามารถนำมาใช้บริหารการจัดวางผังงานแสดงสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เก็บข้อมูลโดยการสังเกตจากงานแสดงสินค้าที่จัดระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน 2563 ในเขตกรุงเทพมหานคร การจดบันทึก การสัมภาษณ์ผู้จัดงานแสดงสินค้าจำนวน 12 ราย และการจัดสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญอีก 9 รายในมุมมองด้านการตลาด 3 มุมมอง คือ 1) มุมมองของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อองค์กรผู้จัดงานเอง 2) มุมมองของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อผู้เข้าร่วมแสดงงาน และ 3) มุมมองของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อผู้เข้าชมงาน ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การตลาดที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารผังงานแสดงสินค้านี้มีทั้งหมด 4 ด้าน คือ 1) ด้านห้องแสดงงานต้องเดินทางสะดวก มีขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม และวางบุชได้หลากหลายปรับเปลี่ยนง่าย 2) ด้านการจัดวางบุชต้องมีความโดดเด่นเป็นระเบียบ คุ่มค่าเป็นธรรมชาติและมีข้อเสนอพิเศษ 3) ด้านการค้นหาที่ง่าย คือมีป้ายบอกทางและการจัดประเภทสินค้า มีจุดสนใจกระจายทั่วงาน และมีทางเดินที่กว้างเข้าถึงได้ทั่วทั้งงาน และ 4) ด้านการจัดกลุ่มลูกค้าเพื่อออกแบบสิทธิประโยชน์และความสะดวกสบาย

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

กลยุทธ์การตลาด;
ผังงานแสดงสินค้า;
ประสิทธิภาพ

* ผู้อำนวยการโครงการ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. เอ็กซิซิชั่น ออกาไนเซอร์ จำกัด ติดต่อได้ที่: jobesmithtun@gmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อได้ที่: kaedsiri@ms.su.ac.th

Marketing Strategies for Effective Exhibition Floorplan Management

Received: 24 December 2020

Revised: 2 May 2021

Accepted: 20 May 2021

Suhbpong Smithtun *

Kaedsiri Jaroenvisan **

This qualitative research applied a phenomenological approach with the objectives to 1) study exhibition floorplan management from Thai exhibition organizers' perspectives and 2) study marketing strategies that could be applied to make exhibition floorplan management more effective. Data were collected from observation of previous exhibitions in Bangkok during July-September 2020, notetaking, interviews with 12 leading exhibition organizers, and a focus group of nine experts in marketing and exhibition project management from three different perspectives. They were perspectives of exhibition organizers towards their organizations, exhibition organizers' perspectives towards their exhibitors, and exhibition organizers' perspectives towards their visitors. The result showed four aspects of effectiveness for exhibition floorplan management. First, exhibition halls need to be easily accessible with the right size, necessary house facilities, and layout flexibility. Secondly, booth layout has to be dominant, neat, worth the values, fair and conducive to upselling. Next, visitors should be able to navigate the halls easily with the help of sufficient directional signages, product profiles, and information on attractions. Finally, clients are categorized into groups to offer privileges and special services.

Research Article

Abstract

Keywords

marketing strategy;
exhibition floorplan;
effectiveness

* Project Director, N.C.C. Exhibition Organizer Co., Ltd. e-mail: jobesmithtun@gmail.com (corresponding author)

** Assistant Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University, e-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

1. บทนำ

การจัดงานแสดงสินค้ามีความสำคัญกับเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก เพราะงานแสดงสินค้าเป็นตัวกลางการตลาดประสิทธิภาพสูงในการเริ่มต้น ต่อยอด และพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายอุปสงค์กับอุปทานเข้าด้วยกันผ่านสัมพัทธ์ทั้ง 5 ภายใต้บรรยากาศของการเจรจาแบบพบหน้าตัวต่อตัว (นิโรธ เดชกำแหง และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559, น. 63) งานแสดงสินค้าสามารถแบ่งกลุ่มออกได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) งานแสดงสินค้าแบบธุรกิจต่อธุรกิจ (business-to-business) มีลักษณะที่เน้นผู้ซื้อและผู้ขายที่เป็นองค์กรธุรกิจ ไม่เปิดให้แก่สาธารณชนทั่วไปเข้าชมงานและไม่ขายปลีก 2) งานแสดงสินค้าแบบธุรกิจต่อผู้บริโภค (business-to-consumer) เป็นงานที่เปิดให้บุคคลทั่วไปเข้าชมงาน ส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนก่อนเข้าชมงาน มีกิจกรรมและรายการส่งเสริมการตลาดมากมายเพื่อดึงดูดปริมาณผู้เข้าชมงาน และ 3) งานแสดงสินค้าแบบผสม (business-to-business-to-consumer) ที่รวมคุณลักษณะของงานแบบธุรกิจต่อธุรกิจและต่อผู้บริโภคไว้ด้วยกัน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2563, น. 18-19) จากงานแสดงสินค้าทั้ง 3 ประเภทนั้น การจัดงานแสดงสินค้าแบบธุรกิจต่อธุรกิจนานาชาติสร้างรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจมากที่สุด โดยในปี 2562 ประเทศไทยมีการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติเชิงธุรกิจจำนวนทั้งสิ้น 127 งานในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน อาทิ อาหารและส่วนผสมอาหาร เครื่องจักรกลในโรงงาน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เกษตรกรรมและเครื่องจักรกลการเกษตร การท่องเที่ยว และพลังงาน สร้างมูลค่าโดยรวมทั้งทางตรง คือผู้จัดงานแสดงสินค้า ผู้ให้บริการด้านสถานที่จัดงาน ผู้ก่อสร้างและตกแต่งพื้นที่จัดแสดงสินค้า บริษัทผู้ขนส่งสินค้า และทางอ้อมคือผู้โรงแรมที่พัก รถเช่า ระบบขนส่งสาธารณะ ร้านอาหาร สถาบันเท็กซมากกว่า 20,290 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2562, น. 21)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการจัดงานแสดงสินค้าแต่ละงานนั้นจะเปิดให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมหรือผู้ที่สนใจทั่วไปชมเพียง 2-3 วัน เช่น งาน VIV Asia งานแสดงนวัตกรรมการผลิตและแปรรูปสุสสัตว์แห่งภูมิภาคเอเชียที่จัดขึ้นทุก ๆ 2 ปีในประเทศไทยและเปิดให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการเกษตรและปศุสัตว์เข้าชมเพียง 3 วันเท่านั้น (www.viv.net) หากการเตรียมการในส่วนอื่นๆ อาทิ การวางแผน การขาย การตลาด และการประชาสัมพันธ์ของงานนั้นต้องใช้เวลามากถึง 500 วัน มีค่าใช้จ่ายในการจัดงานมากถึงร้อยละ 80 ของงบประมาณโครงการทั้งหมด ดังนั้น เป็นความท้าทายของผู้จัดงานแสดงสินค้าเสมอในการหาแนวทางทั้งด้านการตลาดและการจัดการเพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้จากทุกองค์ประกอบของงานแสดงสินค้าเท่าที่ผู้จัดงานจะสามารถคิดค้นหรือเสาะหาได้ภายใต้บริบทของการจัดงาน

กลยุทธ์การตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้ผู้จัดงานสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับโครงการ กล่าวคือ “ผังงาน” ในงานแสดงสินค้าเปรียบเสมือน “สินค้า” ที่เป็นพื้นที่เปล่าขนาดใหญ่ผืนหนึ่งให้ผู้จัดงานได้เช่าต่อมาจากผู้ให้บริการสถานที่และนำมาให้เช่าต่อกับลูกค้ารายย่อย โดยปกติผู้จัดงานจะเป็นผู้กำหนดผังงานในคอมพิวเตอร์เพื่อวางตำแหน่งและจำนวนของบูธให้เหมาะสม วางทิศทางการเดินของผู้เข้าชมงาน และกำหนดจุดบริการต่างๆ ในงานอย่างครบถ้วน (Sperstad, Cecil, Breden, & Flanagan, 2019, p. 228) ค่าเช่าสถานที่จัดงานจะถูกคิดเป็นตารางเมตรคูณจำนวนวันที่ต้องการใช้ซึ่งนับรวมถึงวันเข้าก่อสร้างและวันรื้อถอนสิ่งก่อสร้างออกจากสถานที่ด้วย ค่าใช้จ่ายประเภทนี้จึงถูกมองว่าเป็นต้นทุนคงที่ (fixed cost) ที่สูงที่สุดในงบประมาณการจัดงาน ดังนั้น การมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชัดเจนจะเป็นแนวทางการบริหารผังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและจะก่อให้เกิดประสิทธิผลเชิงรายได้ให้กับผู้จัดงานแสดงสินค้าอย่างยั่งยืน ในทางกลับกัน การบริหารผังงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพนอกจาก

จะทำให้ผู้จัดงานสูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับโครงการแล้ว ยังมีความเสี่ยงแฝงเกี่ยวกับความปลอดภัยและระบบการจัดการโลจิสติกส์ช่วงการเตรียมงานและการรื้อถอนงานแสดงสินค้าอีกด้วย

จากการสืบค้นงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่ามีเพียงการศึกษาที่เกี่ยวกับการจัดงานแสดงสินค้าในภาพรวมหรือการจัดตกแต่งภายในพื้นที่แสดงสินค้าเท่านั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารจัดงานแสดงสินค้าในมุมมองของผู้จัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ผ่านแนวคิดกลยุทธ์การตลาดที่ผู้จัดงานสามารถนำมาใช้เพื่อให้การบริหารจัดงานแสดงสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้นและยังสามารถสร้างรายได้ให้กับโครงการมากขึ้นอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษามุมมองของการบริหารจัดงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่สามารถนำมาใช้บริหารจัดงานแสดงสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีทำเลที่ตั้ง

จากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่เน้นการจัดวางพื้นที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจตามต้นทุนการขนส่งในศตวรรษที่ 19 สู่แนวคิดการหาความสัมพันธ์ระหว่างค่าขนส่งกับต้นทุนการใช้ที่ดินของฟอน ฐูเนน (Von Thunen) (Zhang, 2002, p. 2) ที่บอกว่าจุดศูนย์กลางของที่ดินจะเป็นจุดที่เหมาะสมที่สุดด้านที่ตั้งอุตสาหกรรมการผลิตและจัดหาสินค้าบริการให้แก่เมืองเพราะจะทำให้ลดค่าใช้จ่ายระหว่างการผลิตกับการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดนี้ถูกโต้แย้งโดยออกุสต์ ลอร์ช (August Losch) (ผ่องพรรณ หนุณนัต, 2547, น. 12) ที่มองว่าแหล่งที่ตั้งเป็นพื้นฐานของกิจกรรมทางเศรษฐกิจก็จริง แต่ลักษณะการกระจายตัวของวัตถุดิบมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน จึงทำให้ค่าขนส่งไม่แตกต่างกันด้วยไม่ว่าจะมาจากมุมใดของที่ดิน โดยที่ตั้งของหน่วยผลิตจะตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ผู้ผลิตได้ผลตอบแทนมากที่สุดและลูกค้าก็ได้รับผลประโยชน์มากที่สุดเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีทำเลที่ตั้งนั้นมีความหมายที่หลากหลายตามบริบทของการนำมาอ้างอิง แต่โดยทั่วไปจะประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการด้วยกัน คือ ทรัพยากรที่ดิน กิจกรรมที่จะเกิดขึ้นจากภาคธุรกิจ ภาคครัวเรือน และภาครัฐในทำเลที่ตั้งนั้น และการคมนาคมขนส่ง (เกวลี เพชรศรีชาติ, 2560, น. 15-16)

3.2 การผังเมือง

ผังเมืองของไทยมีวิวัฒนาการมาอย่างยาวนาน ซึ่งการจัดสรรผังเมืองในสมัยก่อนนั้นเป็นการดำเนินงานโดยพระมหากษัตริย์เพื่อป้องกันภัยจากศัตรู การสร้างอิทธิพล และการบริหารจัดการ โดยภายหลังพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้มีการปฏิรูประบบการปกครองและประกาศใช้พระราชบัญญัติ

การผังเมืองและผังชนบท พ.ศ. 2495 ซึ่งถูกใช้งานเพียงครั้งเดียวใน พ.ศ. 2497 ก่อนที่จะเปลี่ยนเป็นการดำเนินงานโดยรัฐบาลแบบเบ็ดเสร็จ (ปานปั้น รองหานาม, 2558, น. 252)

การผังเมืองเป็นนโยบายการจัดวางระบบเมืองและดำเนินการให้เป็นไปตามแผนนโยบายที่วางไว้เพื่อความสวยงาม ความเป็นระเบียบ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยที่สะท้อนถึงสวัสดิภาพของสังคม สภาพแวดล้อมภูมิประเทศ โดยในเมืองที่ดั้นดั้นต้องประกอบไปด้วยการคมนาคม การขนส่ง สาธารณูปโภคที่ดีด้วย การผังเมืองมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเมืองผ่านการพัฒนาสาธารณูปโภคของเมือง การจ้างงาน การบริโภคที่ดี ความเป็นอยู่ของคนที่ดี การบริหารที่เน้นความเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า การกระจายอำนาจทางการเมือง และความสวยงาม (นิพนธ์ วิเชียรน้อย, 2552, น. 30) แนวความคิดนี้สามารถนำมาใช้กับการจัดการผังงานแสดงสินค้าได้อย่างลงตัว

3.3 การจัดการชั้นวางสินค้า

การจัดการชั้นวางสินค้าเป็นกระบวนการจัดเรียงสินค้าโดยพิจารณาถึงประเภทของสินค้าและจำนวนที่เหมาะสมกับตำแหน่งของชั้นวาง เพื่อให้เกิดความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย ดึงดูดใจลูกค้าให้เกิดการเลือกซื้อสินค้าและยังสามารถสื่อสารภาพลักษณ์และกลยุทธ์การตลาดของร้านค้าได้อีกด้วย ซึ่งหลักการการจัดเรียงสินค้านั้นควรสอดคล้องกับประเภทของร้านค้า (ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า) และควรง่ายต่อการหยิบจับโดยไม่นำสินค้าขนาดใหญ่ที่มีน้ำหนักมากไปวางไว้ด้านบน การคำนวณสัดส่วนพื้นที่ในร้านกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จะนำเข้ามาจำหน่ายควรพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อการบริหารชั้นวางอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแนวความคิดที่ต้องพิจารณาคือ สัดส่วนพื้นที่ในร้านค้าของสินค้าบนชั้นวางในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน (share of shelf) กับสัดส่วนการขายในตลาด (share of market) จะต้องเท่ากันจึงจะได้การบริหารพื้นที่สินค้าที่เหมาะสมที่สุด (วิพุธ อ่องสกุล, 2556, น. 9)

การออกแบบพื้นที่จัดวางชั้นสินค้านั้นมีหลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่นิยมกันมากคือการจัดแบบขนาน หรือ grid คือรูปแบบการจัดชั้นวางขนานกับทางเดินโดยมีพื้นที่ชำระสินค้าอยู่บริเวณทางออก เน้นความเรียบง่าย 2 ส่วนคือการจัดวางและการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านอุปกรณ์ แต่อาจจะทำให้สินค้าดูน่าเบื่อและเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ารีบซื้อรีบกลับได้ อีกหนึ่งรูปแบบคือแบบวน หรือ loop ที่มีทางเข้าและทางออกหลายทางให้ลูกค้าสามารถเดินวนเพื่อเลือกดูสินค้าได้ รูปแบบถัดไปได้รับความนิยมไม่แพ้กัน คือแบบไร้รูปแบบ หรือ free form คือการจัดแบบไม่สมดุลง่ายๆ เหมาะสำหรับสินค้าใหม่หรือสินค้าจัดโปรโมชั่นเพราะต้องการให้ลูกค้าสะดุดตาไปกับสินค้าที่จัดวาง เดินกลับไปกลับมาอย่างสะดวก และเพิ่มโอกาสของการซื้อที่มากขึ้น แต่ข้อเสียของการจัดวางแบบนี้คือการใช้สอยพื้นที่อย่างไม่เต็มที่และอาจจะก่อให้เกิดความสับสนได้ (ประทานพร โสภากิจต์วิวัฒน์, 2556, น. 14-19)

3.4 แนวคิดการเข้าที่หลังออกก่อน

รูปแบบการจัดการสินค้าคงคลังที่ใช้อยู่กันอย่างแพร่หลายมีด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ การเข้าก่อนออกก่อน (first-in first-out) และการเข้าที่หลังออกก่อน (last-in first-out) โดยรูปแบบแรกนั้นเป็นแนวคิดของการขายทั่วไป คือ วัตถุประสงค์หรือผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจำหน่ายในร้านก่อนมักจะถูกเสนอขายก่อนเพื่อควบคุมต้นทุน ส่วนรูปแบบที่สองนั้นคือวิธีการแสดงถึงต้นทุนของสินค้าที่มีราคาใกล้เคียงกับราคาตลาดปัจจุบันมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นสินค้าสมัยนิยมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระยะสั้นๆ จึงจำเป็นต้องรีบระบายสินค้าออกไปให้ได้เร็วที่สุดก่อนที่จะล้าสมัย

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมของลูกค้าในธุรกิจร้านค้าขายปลีกมีแนวโน้มจะเป็นแบบเข้าที่หลังออกก่อน โดยลูกค้าจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีวันหมดอายุช้าที่สุดก่อนเสมอ (วิสุทธิ สุพิทักษ์ และสุธีรา ปุลิเวทินทร์, 2560, น. 24)

แนวคิดการเข้าที่หลังออกก่อนยังถูกนำไปใช้ศึกษาเรื่องของการผ่อนปรนกฎระดับอาวุโส (seniority) ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานในประเทศสวีเดน โดยให้นายจ้างที่มีพนักงาน 10 คนหรือน้อยกว่าสามารถผ่อนปรนกฎระดับอาวุโสให้กับพนักงานได้ไม่เกิน 2 คน ซึ่งผลไม่แตกต่างกันระหว่างการจ้างงานกับการลาออกจากงาน (Von Below & Thoursie, 2010, p. 987) นอกจากนี้ การศึกษาทำเดินของผู้ป่วยสมองเสื่อมผ่านการวิเคราะห์ระบบประสาทเพื่อเฝ้าดูอาการเสื่อมของระบบประสาท (neurodegeneration) ในผู้สูงอายุ ก่อนที่โรคสมองเสื่อมจะกำเริบและเพื่อหาวิธีการฟื้นฟูสมรรถภาพอย่างถูกต้องตามอาการและลักษณะของผู้ป่วย (Scherder, Eggermont, Visscher, Scheltens, & Swaab, 2011, p. 699) ยังประยุกต์แนวคิดการเข้าที่หลังออกก่อนด้วยเช่นกัน

3.5 ทฤษฎีการตลาด

การตลาดแบบดั้งเดิมในอดีตที่เน้นแนวคิดการผลิตถึงการตลาดแบบดิจิทัลในปัจจุบันที่เป็นเรื่องของ การตลาดเพื่อสังคม ทฤษฎีการตลาดยังคงให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ของการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด กิจกรรมดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับ กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้ผลิตกับลูกค้า (Liu, 2017, p. 6) ในปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่าทุกธุรกิจจะ ประสบปัญหาคล้ายคลึงกันนั่นคือ การขาดแคลนลูกค้า ไม่ใช่สินค้าหรือบริการ ดังนั้น ธุรกิจที่จะสามารถแข่งขันได้ ต้องมีกลยุทธ์การตลาดที่มาจากความคิดสร้างสรรค์อันแปลกใหม่ แหวกแนว ไม่ธรรมดา ตื่นตาตื่นใจ เพื่อดึงดูด ความสนใจของลูกค้า ไม่ใช่การแข่งขันลดราคาอีกต่อไป

การตลาดสำหรับธุรกิจบริการนั้นจะมีความแตกต่างกับการตลาดเพื่อการผลิตสินค้าอยู่บางประการ โดยจะ ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาออกแบบส่วนประสมการตลาดให้สามารถ ตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด ซึ่งส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ เช่น การจัดงานแสดงสินค้านั้นจะ ประกอบไปด้วย 7 องค์ประกอบ (7Ps) ด้วยกันคือ ผลิตภัณฑ์ (product) ซึ่งก็คืองานแสดงสินค้า ราคา (price) สถานที่จัดงาน (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) บุคลากร (people) การดำเนินงาน (process) และ นโยบาย (policy) ส่วนผสมดังกล่าวจะเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่ใช้เป็นแนวทางสู่ความสำเร็จของการจัดงาน แสดงสินค้า (ประพนธ์ เล็กสุมา และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559, น. 54-56)

แนวโน้มการตลาดในอนาคตนั้นจะเปลี่ยนแปลงจากการผลิตเพื่อขายไปเป็นการตลาดแบบรับรู้เพื่อ ตอบสนอง เพราะเมื่อองค์กรเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงแล้ว ก็จะสามารถผลิตสินค้าหรือบริการ ออกมาได้ตรงใจตรงใจลูกค้า ในขณะที่เดียวกัน องค์กรจะหันมาเน้นการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าประจำที่ซื้อสินค้า และบริการซ้ำมากกว่าที่จะเสียทรัพยากรและเงินทุนไปกับการหาลูกค้าใหม่ โดยจะไม่ใส่ใจกับส่วนแบ่งตลาดอีก ต่อไป แต่จะให้ความสำคัญกับส่วนแบ่งลูกค้าที่มาจาก การเสนอขายสินค้าและบริการใหม่กับลูกค้ากลุ่มเดิม (Kotler, 2003, pp. 181-182)

3.6 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า

งานแสดงสินค้าถูกจัดให้เป็นเวทีธุรกิจและเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและมีประโยชน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เพราะเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตและผู้ขายได้พบปะพูดคุยกับผู้ซื้อได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพราะเหตุนี้ งานแสดงสินค้าจึงได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับ โดยมีงานเกิดขึ้นใหม่ในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของงานและเงื่อนไขที่ผู้จัดงานแสดงสินค้าเสนอให้ในการตัดสินใจเข้าร่วมงานเป็นหลัก จึงทำให้งานที่จัดต่อเนื่องเป็นประจำและเป็นที่ยอมรับได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่างานที่เริ่มจัดขึ้นใหม่ ทั้งนี้ กลยุทธ์การตลาดที่ผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านิยมใช้ในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าคือการให้โปรโมชั่นพิเศษเฉพาะในงานเพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Lee, Fu, & Tsai, 2018, p. 677)

ในประเทศไทย ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าได้รับความสนใจและเติบโตเป็นอย่างมากระหว่าง พ.ศ. 2534-2545 จากการเปิดศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ในเชิงพาณิชย์และการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ตามนโยบายรัฐบาล เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในตลาดโลก (ราชกิจจานุเบกษา, 2545) โดยจะเห็นว่ากรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้นๆ ของภูมิภาคอาเซียนในการจัดงานแสดงสินค้าจากการส่งเสริมสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและเอกชนให้มีความสามารถในการแข่งขัน มีการพัฒนาการทำตลาด และสร้างความยั่งยืนส่งผลให้การจัดงานแสดงสินค้าในกรุงเทพมหานครนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ เกิดประสิทธิภาพ และได้การยอมรับจากนานาชาติ (อดิเทพ กำแพงเสรี, เสรี วงษ์มณฑา และชัชณะ เตชคณา, 2562, น. 104)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (phenomenology) เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบมีเกณฑ์กำหนด (criterion sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์พนักงานฝ่ายบริหารโครงการขององค์กรผู้จัดงานแสดงสินค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีประสบการณ์การทำงานในธุรกิจมาไม่น้อยกว่า 2 ปี จำนวน 12 ราย แบ่งเป็นพนักงานจากองค์กรผู้จัดงานแสดงสินค้าเชิงธุรกิจ (business-to-business) จำนวน 6 ราย และพนักงานจากองค์กรผู้จัดงานแสดงสินค้าเชิงผู้บริโภค (business-to-consumer) จำนวน 6 ราย เครื่องมือที่ใช้คือตัวผู้ศึกษาวิจัย เครื่องบันทึกเสียง สมุด ปากกา และคำถามในการสัมภาษณ์ที่สร้างจากทฤษฎีเชิงการตลาดที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 มุมมอง คือมุมมองการบริหารผังงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อองค์กรของผู้จัดงาน มุมมองการบริหารผังงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อผู้เข้าร่วมแสดงงาน และมุมมองการบริหารผังงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อผู้เข้าชมงาน ผู้ศึกษาวิจัยยังเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากการสังเกตการจัดงานแสดงสินค้าที่ผ่านมาที่จัดระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน 2563 ในเขตกรุงเทพมหานคร และการจัดสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและงานแสดงสินค้าจำนวน 9 ราย เมื่อวันเสาร์ที่ 5 กันยายน 2563 ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยได้แบ่งผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 3 ราย แต่ละกลุ่มมีผู้จัดงานแสดงสินค้าแบบธุรกิจต่อธุรกิจ 1 ราย ผู้จัดงานแสดงสินค้าแบบธุรกิจต่อผู้บริโภค 1 ราย และผู้จัดงานแสดงสินค้าแบบผสมอีก 1 ราย โดยประเด็นที่ใช้ตั้งคำถามมี 3 ประเด็นคือ 1) ผังงานแสดงสินค้าที่ดีใน

มุมมองของท่านในฐานะผู้จัดงานแสดงสินค้ามีอาชีพเป็นอย่างไร 2) ผลงานแสดงสินค้าที่ดีในมุมมองของลูกค้าท่านที่เป็นผู้เข้าร่วมแสดงงานควรเป็นอย่างไร และ 3) ผลงานแสดงสินค้าที่ดีในมุมมองของลูกค้าท่านคือผู้เข้าชมงานควรเป็นอย่างไร

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์เชิงคุณลักษณะ คือข้อมูลที่ไม่สามารถวัดออกมาเป็นตัวเลขได้ แต่เป็นการศึกษาเพื่อบรรยายและแปลความหมายส่วนต่างๆ ของการจัดงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และการถอดการบันทึกเสียงออกมาเป็นรูปแบบข้อความคำต่อคำ (verbatim) อ่านเพื่อตรวจสอบความเข้าใจ จัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ โดยระยะเวลาของการศึกษาค้นคว้าระหว่างวันที่ 18 กรกฎาคม ถึง 19 กันยายน 2563

5. ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษามุมมองของการบริหารจัดงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ผู้ศึกษาวิจัยได้จัดมุมมองเกี่ยวกับการบริหารจัดงานแสดงสินค้าออกเป็น 3 กลุ่มจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและการจัดสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ มีรายละเอียดดังนี้

5.1 มุมมองการบริหารจัดงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อองค์การของผู้จัดงาน

ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นว่าจัดงานที่ดีต้องใช้ห้องจัดงานมีขนาดที่เหมาะสม มีรายละเอียดของความกว้าง ความยาว และความสูง ถึงแม้ว่างานส่วนใหญ่จะเป็นแบบ 2 มิติก็ตาม ห้องจัดงานควรเข้าถึงง่าย เดินทางสะดวก มีแสงสว่างเพียงพอ สามารถวางบุชผู้เข้าร่วมแสดงงานได้มากเท่าที่พื้นที่จะอำนวย อีกทั้งควรปรากฏรายละเอียดอื่นๆ บนผังงานอย่างครบถ้วน เช่น จุดเชื่อมกระแสไฟฟ้า จุดต่อระบบน้ำประปา ทางออกฉุกเฉิน ทางหนีไฟ ห้องน้ำ จุดติดตั้งถังดับเพลิง ทางขนส่งสินค้า ห้องรับรองแขกพิเศษ หมายเลขบุช ระยะห่างต่างๆ ที่มีหน่วยเป็นเมตร เนื่องจากผังงานดังกล่าวไม่ได้ถูกใช้กับองค์การผู้จัดงานเพียงองค์การเดียว แต่จะถูกแบ่งปันไปให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การที่ผู้จัดงานต้องทำงานร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายปฏิบัติการที่ต้องไปวางแผนเรื่องของการขนย้าย ฝ่ายอาคารที่ต้องไปตรวจสอบเรื่องความปลอดภัย และบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่ต้องเตรียมอุปกรณ์การตั้งเวทีและสร้างบุชต่างๆ เป็นต้น

ผู้จัดงานแสดงสินค้าควรเลือกห้องจัดงานที่มีข้อจำกัดและอุปสรรคทางโครงสร้างน้อยที่สุด เช่น ความสูงของห้องจัดงานต้องมีความเหมาะสม ไม่เตี้ยและแคบจนเกินไป เป็นพื้นที่โล่งไม่มีเสาหรือสิ่งก่อสร้างในพื้นที่ที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้

บางที่ยังมีบันไดเลื่อนอยู่กลางห้องเลย เสียพื้นที่วางบุชไปอีกหลาย (บัวม, 2563)

เพดานห้องเตี้ยไป งานจะดูไม่แกรนด์ แกรมถ้าคนเยอะอีก งานจะดูคับแคบ อึดอัดทันที (โจ, 2563)

ห้องแสดงงานนั้นต้องไม่เป็นห้องที่เข้าถึงยาก ลึกหรือไกลจนเกินไป เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับทั้งผู้เข้าร่วมแสดงงานและผู้เข้าชมงาน แผนผังการจัดงานแสดงสินค้าที่ดีนั้นต้องมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนได้อยู่เสมอ เพื่อหารูปแบบที่ตอบสนองความจุสูงสุด (maximum capacity) ของจำนวนบุชตามกฎระเบียบของสถานที่จัดงานและกฎหมายจะอนุญาตให้ นอกจากนี้ ผังงานที่ดีต้องให้กำไรมากที่สุด (maximum yield) โดยไม่มีพื้นที่เสียเปล่า ผู้จัดงานมีหน้าที่บริหารผังงานแสดงสินค้าให้ทุกตารางเมตรมีมูลค่าเพื่อให้ได้มาซึ่งรายรับที่มากที่สุด

เพื่อความชัวร์ พี่เอาผังที่วางในคอมฯ ไปเทียบกับของจริงเลย เพราะถ้าเคลื่อนกันแค่เมตรเดียวเนี่ยนะ งานเข้าแน่นอน (พีพร, 2563)

ผังของงานแสดงสินค้าที่มีประสิทธิภาพต้องมีความแม่นยำสูง เป็นหน้าที่ของผู้จัดงานที่ต้องหาหลักฐานยืนยันพื้นที่ในแผนผังกับพื้นที่จริงว่ามีความคลาดเคลื่อนหรือไม่ หากสถานที่จัดงานมีการปรับปรุงต่อเติมอาคารที่เกิดขึ้นภายหลังควรปรับปรุงแผนผังของห้องแสดงงานให้สอดคล้องกับกายภาพของอาคารที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิ มีทางเข้า-ทางออกจุดใหม่ เพิ่มหรือลดระดับความสูงและความกว้างของทางขนส่งสินค้า แม้กระทั่งจุดให้บริการต่างๆ ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อจัดการที่ตามมาหลายอย่าง รวมถึงผลประโยชน์ที่ผู้จัดงานพึงจะได้รับเพิ่มเติมหรือต้องเสียไปทั้งสิ้น ผู้จัดงานที่มีความเป็นมืออาชีพสูงจึงต้องไปสำรวจสถานที่จริงโดยเข้าถึงเหตุการณ์ทั้งช่วงที่มีและไม่มีจัดงาน เพื่อทราบถึงขั้นตอน ประเมินอุปสรรค การสั่นไหวของคนและสินค้าระหว่างการเตรียมงานและรื้อถอนงาน

สรุปได้ว่าประเด็นที่ผู้จัดงานแสดงสินค้ามีความเห็นเกี่ยวกับผังงานแสดงสินค้าที่ดีในมุมมองของผู้จัดงานคือความเหมาะสมของห้องแสดงงานที่รวมถึงการเข้าถึงง่าย ออกสะดวก เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และมีข้อจำกัดด้านกายภาพน้อยที่สุด เพื่อให้การจัดวางบุชเป็นไปตามจำนวนและขนาดที่ผู้จัดงานวางแผนไว้

5.2 มุมมองการบริหารผังงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อผู้เข้าร่วมแสดงงาน

ผู้เข้าร่วมแสดงงานเป็นลูกค้าทางตรงของผู้จัดงานแสดงสินค้า ผู้เข้าร่วมแสดงงานจะพิจารณาผังงานและเอกสารอื่นๆ ของงานประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมงาน ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นว่าผังงานที่ดีต้องแสดงถึงความคุ้มค่าและเป็นธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับราคาค่าพื้นที่ที่ลูกค้าต้องชำระ ลูกค้าจะสนใจพื้นที่ที่ให้ความคุ้มค่ากับตนเองเป็นหลักก่อน ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ด้านหน้าเพื่อเพิ่มโอกาสในการรับรู้สินค้าและการขายลำดับถัดมาคือพื้นที่ที่อยู่ใกล้กับบริษัทชั้นนำที่ไม่ใช่คู่แข่ง ตามด้วยพื้นที่ใกล้กับบริเวณกิจกรรม หรือพื้นที่ข้างห้องน้ำ เนื่องจากงานแสดงสินค้าส่วนใหญ่โดยเฉพาะงานที่จัดขึ้นเพื่อผู้บริโภคะจะเสนอขายพื้นที่ในราคาที่เท่ากันทั่วทั้งห้องแสดงงาน ทำให้ผู้เข้าร่วมแสดงงานที่มีโอกาสเข้าถึงหรือรับทราบข้อมูลของการจัดงานก่อนมีสิทธิ์เลือกพื้นที่ที่ต้องการก่อน เป็นผลให้พื้นที่บริเวณด้านหลังและด้านข้างของห้องแสดงงานเป็นพื้นที่ที่ไม่พึงประสงค์ ยากแก่การเสนอและปิดการขาย อีกทั้งเปิดโอกาสให้ลูกค้าต่อรองได้มากขึ้น ดังนั้นการวางผังงานที่ดีต้องให้เกิดคุณค่าและเป็นธรรมทั่วทั้งงาน

เห็นใจลูกค้านะ คืออยู่หลังแต่จ่ายเท่ากับรายที่อยู่หน้า เพราะแค่ตัดสินใจช้ากว่าเท่านั้น ยังงี้ไม่แฟร์ พี่ว่า มันควรจะแตกต่างกัน เหมือนจองบ้านจัดสรร ใครอยู่หลังๆ ก็ถูกหนอย (พีโส, 2563)

บางงานวางบุชติดกันยาวยิ่งกว่าห้องแถว รู้สึกอึดอัดแทนคนในบุชและคน
เดินเลย (ต้น, 2563)

ผังของงานแสดงสินค้าที่น่าสนใจควรมีจำนวนบุชที่เหมาะสมกับขนาดของห้องแสดงงานและถูกจัดวางให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีขนาดทางเดินให้กับผู้เข้าชมงานอย่างเหมาะสม ไม่แคบจนเกินไป ทำให้ผู้เข้าชมงานไม่ได้รับความสะดวกและไม่ปลอดภัย เป็นปัจจัยให้เกิดอาชญากรรมในงานได้

ผมว่า ลูกค่านะ ถ้าเป็นรายใหญ่ก็ต้องแถวหน้าเท่านั้น เพราะไม่หน้าก็ไม่มา พวกนี้มีอำนาจต่อรองสูง ก็ต้องให้เค้าไป ส่วนที่เหลือเนี่ยแหละ บอกเลยอยากอยู่ใกล้กับบุชพวกนี้ ขออานิสงส์ หรืออีกทีก็ใกล้เวทีก็ต้องยอมปวดหูเรื่องเสียงหน่อย หรือใกล้ห้องสัมมนา หรืออีกทีก็แบบเอวาะ หลังๆ ก็ได้ ขอใกล้ห้องน้ำละกัน (พีโอ, 2563)

การจัดกลุ่มของลูกค้ำตามความมีชื่อเสียงของแบรนด์ ตามขนาดของพื้นที่ หรือตามประเภทของสินค้าและบริการที่นำมาแสดงจะทำให้ผังงานมีความน่าสนใจ ทั้งนี้ การจัดวางกิจกรรมพิเศษ เวทีการแสดง มุมของว่าง ห้องสัมมนา ส่วนแสดงพิเศษ (special showcase) ให้กระจายทั่วห้องแสดงงาน สามารถเพิ่มการเข้าถึงของผู้เข้าชมงานให้กับบุชที่อยู่ด้านหลังและด้านข้างของห้องแสดงงาน และลดความเหลื่อมล้ำมูลค่าของพื้นที่ได้

ที่เก่าที่ผมเคยมีปัญหากับการ move-in move-out ของลูกค้ำแบบยื่นเรียงคิวเข้ามาต่อเลย แต่ที่ที่ทำอยู่ปัจจุบันไม่ค่อยมี เค้ามีระบบการจัดคิวที่ผมว่าดีมากนะ (บอย, 2563)

สิ่งที่ผู้จัดงานแสดงสินค้ามีความกังวลมากที่สุดสิ่งหนึ่ง คือการจัดลำดับการเข้า-ออกของสินค้าและคนงานระหว่างวันก่อสร้างติดตั้งและวันรื้อถอนสิ่งก่อสร้างเมื่อเสร็จสิ้นการจัดงาน เนื่องจากผู้จัดงานมีเวลาจำกัดในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว การจัดลำดับขั้นตอนที่ไม่ดีจะก่อให้เกิดความวุ่นวาย ไม่ทันการณ์ และก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายที่ไม่พึงประสงค์เพิ่มเติมหากต้องทำงานล่วงเวลา ดังนั้น หากผังงานสามารถแสดงประเภทของลูกค้ำตามรูปแบบพื้นที่ที่จองได้ชัดเจนจะบรรเทาปัญหาได้ ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าบริษัทสามารถเลือกพื้นที่ในการเข้าร่วมแสดงงานได้ 2 รูปแบบ คือ พื้นที่เปล่า (raw space) คือพื้นที่ที่ลูกค้ำจะต้องนำวัสดุอุปกรณ์มาก่อสร้างตกแต่งเองทั้งหมดผ่านการจ้างวานบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่มีความน่าเชื่อถือเข้ามาออกแบบ ก่อสร้าง และรื้อถอน และพื้นที่พร้อมคูหามาตรฐาน (standard booth) คือพื้นที่ที่ผู้จัดงานจัดเตรียมสร้างบุชไว้ให้ โดยส่วนใหญ่มีผนังกัน บ้ายชื้อ โต๊ะ เก้าอี้ ปลั๊กไฟ พรอม และไฟแสงสว่าง เหลือเพียงการนำสินค้ามาจัดวางให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การจัดลำดับการเข้า-ออกของสินค้าและคนงานมีความราบรื่นมากขึ้น ผังงานควรแสดงพื้นที่ภายนอกกรอบๆ ห้องแสดงสินค้าด้วย โดยสามารถบ่งบอกถึงเส้นทางการเดินรถขนส่งอย่างชัดเจน มีการกำหนดจุดประจำของเจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาคาร จุดรับบัตรคิว จุดพักรถ จุดขึ้นรถ หมายเลขประตูทางเข้าที่ถูกต้อง โดยเฉพาะงานขนาดใหญ่ที่ต้องจัดการกับจำนวนรถสินค้าที่มากและแข่งขันกับเวลาที่มีจำกัด

กล่าวสรุปประเด็นที่ผู้จัดงานแสดงสินค้ามีความเห็นเกี่ยวกับผังงานแสดงสินค้าที่ดีในมุมมองของผู้เข้าร่วมแสดงงานคือการจัดวางบุชที่สะท้อนถึงความคุ้มค่า เป็นธรรมชาติ มีจำนวนที่เหมาะสม ไม่หนาแน่นจนทำให้รู้สึกอึดอัดและไม่ปลอดภัย พร้อมทั้งมีแผนการจัดลำดับการนำสินค้าเข้า-ออกอย่างมีระบบ

5.3 มุมมองการบริหารผังงานแสดงสินค้าของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อผู้เข้าชมงาน

การให้ความสำคัญกับผู้เข้าชมงานมากเป็นพิเศษนั้นเป็นมุมมองความเห็นของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อผู้เข้าชมงานที่สอดคล้องกับแนวโน้มที่องค์กรผู้จัดงานแสดงสินค้าทั่วโลกกำลังนำไปใช้เพื่อวางแผนการตลาดของโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากจำนวนและคุณภาพของผู้เข้าชมงานเป็นดัชนีชี้วัดหลักที่บ่งบอกถึงความสำเร็จและความน่าเชื่อถือของงานแสดงสินค้าและเป็นหลักฐานรับประกันการกลับมาของพื้นที่ร่วมจัดงานซ้ำ ดังนั้น ผังงานที่ดีในมุมมองของผู้จัดงานควรอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าชมงานอย่างดีที่สุด

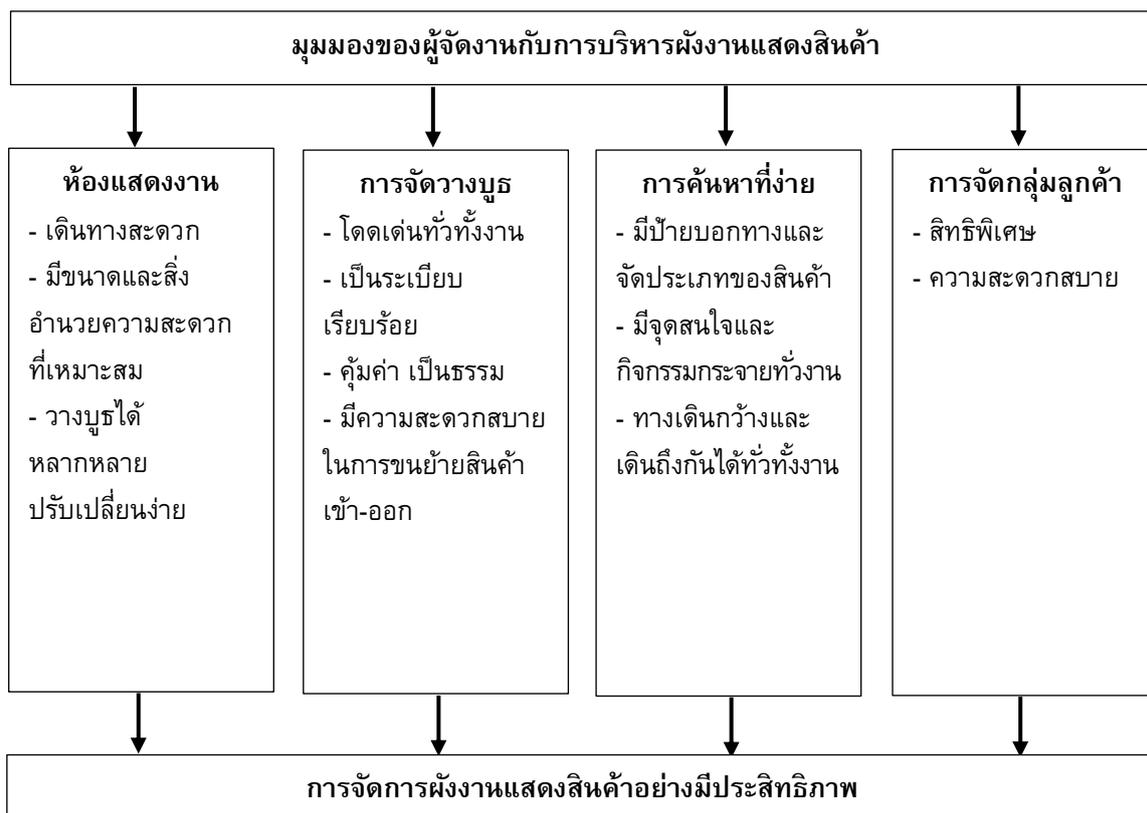
คือเค้าตั้งใจเดินทางมาชมงานแล้ว เราต้องอำนวยความสะดวกให้เค้ามากที่สุด (ป๊วย, 2563)

ผู้เข้าชมงานควรรู้สึกถึงความสะดวกสบาย ความไม่แออัดที่เกิดจากการมีทางเดินที่กว้าง โปร่ง สามารถรองรับรถเข็นวีลแชร์ได้ และการไม่จัดวางบูธแบบกระแจะกระขวางทัศนียภาพโดยรวมของงาน นอกเหนือจากความไม่สลับซับซ้อนของประเภทสินค้า เข้าใจง่าย หออะไรก็พบ โดยการจำแนกประเภทสินค้าและบริการให้ถูกต้องเหมาะสม จัดให้มีป้ายแสดงรายละเอียดการแบ่งโซนทั้งแบบตั้งและแบบแขวนที่ชัดเจน ทั้งนี้ ความครบถ้วนของจุดบริการในผังงานที่สามารถสื่อสารกับผู้เข้าชมงานให้ทราบว่าบริการใดอยู่ส่วนไหนของผังงาน เช่น ห้องน้ำ ทางเข้า-ทางออก บริการยืมรถเข็น บริการเรียกแท็กซี่ ตู้อุปกรณ์ดับเพลิง ตู้ถอนเงินสดอัตโนมัติ จุดประชาสัมพันธ์ จุดรับฝากของ ห้องพยาบาล เบ็ดเสร็จในผังเดียวถือเป็นวิถีของการให้ความสะดวกสบายแก่ผู้เข้าชมงานได้เช่นกัน นอกจากนี้ การจัดกลุ่มลูกค้าให้ถูกต้องเหมาะสมเพื่อออกแบบเอกลักษณ์ในงานเป็นสิ่งที่ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพต้องคำนึงถึงเช่นกัน

ผมว่าเราทำทุกคนเหมือนกันหมดไม่น่าจะดี ต้องแตกต่าง (คุณอาร์ม, 2563)

สรุปได้ว่าผู้จัดงานแสดงสินค้ามีความเห็นเกี่ยวกับผังงานแสดงสินค้าที่ดีในมุมมองของผู้เข้าชมงาน คือ การอำนวยความสะดวกสบายในการเข้าชมงานให้กับผู้เข้าชมงานตั้งแต่เดินทางมาถึงสถานที่จัดงานและการแบ่งกลุ่มผู้เข้าชมงานให้เหมาะสมเพื่อมอบสิทธิประโยชน์ที่สร้างความประทับใจได้จากการเดินทางมาชมงาน

จากมุมมองของผู้จัดงานกับการบริหารผังงานแสดงสินค้าทั้ง 3 กลุ่มมุมมองข้างต้น ผู้ศึกษาวิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญขององค์ประกอบหลักที่จะนำมาออกแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อนำมาใช้บริหารผังงานแสดงสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ข้อที่ 2 ดังนี้ 1) ห้องจัดงาน ต้องตั้งอยู่ในสถานที่ที่เดินทางสะดวก โดยผู้เข้าร่วมจัดงานและผู้เข้าชมงานสามารถเดินทางมาถึงได้โดยรถยนต์ส่วนตัวและรถสาธารณะ พร้อมทั้งมีขนาดที่เหมาะสม สามารถจัดวางบูธรูปแบบต่างๆ ได้อย่างลงตัว มีทางเดินกว้างขวาง ไม่แออัด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน 2) การจัดวางบูธ ต้องมีความโดดเด่นทั่วทั้งงาน เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่รก ไม่ติดกันมากเกินไป แต่บูธมีการตั้งราคาอย่างเป็นธรรมเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการร่วมจัดงานของผู้ประกอบการ 3) การค้นหาที่ง่าย คือมีป้ายบอกทางและมีการจัดประเภทของสินค้าอย่างชัดเจน มีกิจกรรมที่น่าสนใจกระจายอยู่ทั่วทั้งห้องจัดงาน ไม่กระจุกตัวอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่ง และมีทางเดินที่กว้าง สะอาด ไม่มีสิ่งกีดขวาง สามารถเดินถึงกันได้ทั่วทั้งงาน และ 4) การจัดกลุ่มลูกค้าเพื่อให้สิทธิพิเศษ อาทิ ห้องรับรอง ห้องเจรจาธุรกิจ มุมเครื่องดื่ม บริการส่งของ เป็นต้น ทั้งหมดนี้สามารถสร้างเป็นรูปแบบกลยุทธ์การตลาดสำหรับบริหารผังงานแสดงสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1. โครงแบบกลยุทธ์การตลาดสำหรับบริหารพิพิธภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ

6. อภิปรายผล

การที่ผู้จัดการสนใจมุมมองการจัดวางพิพิธภัณฑ์แสดงสินค้าทั้งต่อตนเองในฐานะผู้จัดการ ต่อลูกค้าที่เป็นผู้เข้าร่วมแสดงงาน และต่อลูกค้าที่เป็นผู้เข้าชมงานได้อย่างลึกซึ้งนั้น จักเป็นข้อมูลในการออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าและรายได้ของโครงการ เพื่อการบริหารการจัดวางพิพิธภัณฑ์แสดงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้จัดการควรจัดการกับพิพิธภัณฑ์แสดงสินค้าให้คล้ายกับนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ หรือผู้บริหารห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โดยจัดวางบูธให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้เพื่อตอบสนองทิศทางองค์การด้านรายได้ โดยไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกโดนเอาเปรียบจากความแออัด ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และความไม่สวยงาม ในขณะเดียวกัน ผู้จัดการในฐานะของผู้ลงทุนชำระค่าเช่าห้องแสดงงานแบบเหมาจ่ายให้กับผู้บริหารอาคารแสดงสินค้าแล้วนั้น ก็ต้องมองหาวิธีการคิดคำนวณผลกำไรและค่าตอบแทนกลับที่สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ความท้าทายของผู้จัดการก็คือจะบริหารความสมดุลของทั้งสองประเด็นนี้ได้อย่างไร

การจัดวางผังให้เกิดประสิทธิภาพนั้น ผู้จัดการสามารถนำเครื่องมือการตลาดแบบดั้งเดิมที่ชื่อ เอ. เจ. แมคคาร์ธี (E. J. McCarthy) (Goi, 2009, p. 4) ได้คิดค้นขึ้น ซึ่งก็คือส่วนประสมการตลาดมาประยุกต์ใช้ กล่าวคือหากมองพื้นที่เป็นสินค้า (product) ผู้จัดการควรเริ่มจากการเลือกที่ตั้งของสถานที่จัดงานที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานสำหรับงานแสดงสินค้า มีจำนวนและขนาดของห้องแสดงงานที่เหมาะสมกับงานที่ต้องการจะจัด การเลือกที่ชาญฉลาดจะเป็นทุนทางการตลาดของผู้จัดการที่สามารถนำรายได้ ชื่อเสียงมาสู่งานได้อย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับงานวิจัยของอเบิว ซุก, ซูแอร์, ฟาแรค และเฮเวดี (Abou-Shouk, Zoair, Farrag, & Hewedi, 2018, p. 136) ที่แสดงผลว่าสถานที่จัดงานที่เหมาะสมจะส่งผลโดยตรงกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้า

ผังงานที่ตีนั้นต้องให้ผู้จัดงานสามารถกำหนดประเภทพื้นที่ได้หลากหลาย อาทิ พื้นที่ขนาดใหญ่สำหรับบริษัทขนาดใหญ่ มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักกันในอุตสาหกรรมนั้นๆ (Key Bellwethers) พื้นที่ขนาดกลางสำหรับบริษัทขนาดกลางที่ต้องการความสมดุลระหว่างสินค้ากับการลงทุน พื้นที่ขนาดเล็กสำหรับผู้ประกอบที่มีทุนในการออกงานไม่มากนัก และพื้นที่สำหรับกิจกรรมพิเศษเพื่อเปิดโอกาสให้องค์กรที่ต้องการเป็นผู้สนับสนุน (sponsor) ได้มีพื้นที่แสดงตัวตนเพิ่มเติมเพื่อสร้างการรับรู้และต่อยอดความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม เป็นต้น การแยกประเภทสินค้าเช่นนี้เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความเหมาะสมกับแผนงานและงบประมาณที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เป็นไปตามผลการวิจัยของมัวร์ธี (Moorthy, 1984, p. 288) ที่พัฒนาทฤษฎีการแบ่งส่วนตลาดโดยออกแบบสายผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและให้ลูกค้าเป็นผู้เลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละรายเอง

ราคา (price) เป็นกลยุทธ์ที่นำมาสู่กำไรขององค์กรผ่านการปฏิบัติการย้ายส่วนเกินของลูกค้า (customer surplus) ให้กลายเป็นส่วนเกินของผู้จัดงาน (Pholphirul, 2017, p. 94) การกำหนดราคาต้องใช้การไตร่ตรองอย่างพิถีพิถันเพื่อความสมเหตุสมผล ความคุ้มค่า และความเป็นธรรม ไม่ให้เกิดความเหลื่อมล้ำ โดยผู้จัดงานต้องสร้างข้อเสนอที่มีค่า (value proposition) ให้ลูกค้าได้รับทราบ การตั้งราคาที่เหมาะสมกับที่ตั้งของพื้นที่นั้นต้องเป็นไปตามหลักการการมองเห็น (exposure) ทั้งบริบทด้านพื้นที่ เช่น ด้านหน้าราคาต้องสูงกว่าด้านหลัง และบริบทด้านโครงสร้างของบูธ เช่น บูธที่เปิด 1 ด้านควรถูกกำหนดราคาถูกกว่าบูธที่อยู่หัวมุม (เปิด 2 ด้าน) หรือบูธที่อยู่ปลายแถว (เปิด 3 ด้าน) หรือบูธ 2 ชั้น (สูงเด่นกว่า) เป็นต้น

การอัพเซลล์ (upsell) หรือข้อเสนอสินค้าที่มีคุณสมบัติเหนือกว่า เป็นวิธีการบริหารรายได้ประเภทหนึ่งของผู้จัดงานควรนำมาพิจารณา วิธีการนี้ไม่ได้เป็นการหลอกขายสินค้าราคาแพงให้กับลูกค้า แต่เป็นการซื้อโดยสมัครใจจากลูกค้าเพื่อคาดหวังประสบการณ์ที่ดีขึ้น ต้องการความแตกต่าง และเป็นโอกาสของผู้จัดงานที่จะได้ส่วนต่างกำไรที่สูงขึ้นด้วย (Sharma & Sharma, 2015, p. 63) โดยผู้จัดงานสามารถจัดสรรพื้นที่บางส่วนในงานให้มีมูลค่ามากขึ้นโดยเสนอขายให้กับผู้เข้าร่วมแสดงงานที่มาจากต่างประเทศ บริษัทที่มีชื่อเสียง หรือผ่านตัวแทนจำหน่าย (sale agents) ที่ได้รับผลประโยชน์จากค่าคอมมิชชั่น จัดแสดงให้เป็นศาลาต่างๆ (pavilions) พื้นที่ประเภทนี้จะมีราคาสูงกว่าพื้นที่ทั่วไปถึง 3 เท่า การอัพเซลล์ (upsell) นี้เหมาะสำหรับงานที่จัดขึ้นต่อเนื่อง เป็นที่รู้จักและมีผู้เข้าร่วมแสดงงานเป็นจำนวนมาก เช่น งานอุตสาหกรรมการผลิต งานอาหาร งานท่องเที่ยว เป็นต้น

ทำเลที่ตั้งของบูธ (place) เป็นประเด็นทางยุทธศาสตร์การลงทุนที่ผู้เข้าร่วมแสดงงานต้องใช้ในการคิดใคร่ครวญเป็นอย่างมาก ผังงานที่ดีจึงต้องมาจากการจัดการพื้นที่ที่ดีของผู้จัดงาน โดยทำให้ทุกพื้นที่ไม่ว่าจะอยู่ด้านหน้า ตรงกลาง ด้านข้างหรือด้านหลังเป็นทำเลที่หมายปองของลูกค้าให้ได้ทั้งสิ้น การวางกิจกรรมการแสดงห้องสัมมนา ป้ายบอกทาง เวทีย่อย จุดพักผ่อน (rest area) ชุมนแลกรับของสมนาคุณ หรือแม้กระทั่งส่วนแสดงพิเศษ (showcase) กระจายทั่วห้องแสดงสินค้า ถือเป็นกลยุทธ์ดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมแสดงงานรับรู้คุณค่าของทำเลที่ตั้งบูธในจุดต่างๆ ลดปัญหาในการเลือกพื้นที่ และต่อรองราคา สอดคล้องกับทิศทางการวิจัยของวิริยะ พีระพัฒน์พงษ์ และรลิตา สังข์บุญนาถ (2561, น. 44) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่ากับความพึงพอใจพบว่าการรับรู้คุณค่าด้านประโยชน์การใช้งานและด้านอารมณ์ความรู้สึกส่งผลกับความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้าในระดับที่ค่อนข้างสูง

การจัดเส้นทางเดินชมงานโดยอาศัยแนวคิดการจัดการชั้นวางสินค้าเฉกเช่นเดียวกับห้างสรรพสินค้า ทั้งแบบบังคับทางเดินและแบบปล่อยอิสระสามารถเป็นกลยุทธ์ที่สร้างมูลค่าของพื้นที่ในผังงานได้เช่นกัน การจัดทางเดินเช่นนี้ก็เพื่อต้องการให้ผู้เข้าชมงานได้เดินไปทั่วทุกพื้นที่ของห้องแสดงงาน เพิ่มโอกาสในการซื้อสินค้า

เท่าๆ กันไม่ว่าจะอยู่ส่วนไหนของห้องแสดงงานก็ตาม อย่างไรก็ตาม ความสะดวกสบายจากความกว้างของทางเดินที่เหมาะสมจะช่วยลดความแออัดและเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้เข้าชมงานได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของชาญวุฒิ แซ่จุง (2559, น. 2250) ที่ศึกษาการจัดผังพื้นที่ในร้านหนังสือมีผลวิจัยเชิงประจักษ์จากผู้ใช้บริการว่าการจัดทางเดินที่กว้างขึ้นและการมีพื้นที่นั่งเพื่อพักผ่อนอ่านหนังสือที่เพียงพอจะช่วยลดปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านและเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการมากขึ้นด้วย

การให้สิทธิพิเศษกับลูกค้ารายสำคัญถือเป็นบริบทของการส่งเสริมการขาย (promotion) โดยผู้จัดการสามารถให้ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวมีส่วนร่วมในการออกแบบผังงานในปีต่อไป หรือให้สิทธิในการเลือกพื้นที่ทำเลทองก่อนรายอื่นๆ เพื่อแสดงออกถึงการให้ความสำคัญ (recognition) และสิทธิประโยชน์ (privilege) กับลูกค้ากลุ่มนี้ที่มีความจงรักภักดีต่อการจัดงาน ตามหลักการ 80/20 ของพาเรโต (Dunford & Tamang, 2014, p. 140) ที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (GDP) ทั้งโลกร้อยละ 91.62 มาจากผลผลิตของประเทศที่มั่งคั่งทางเศรษฐกิจร้อยละ 20

ผู้จัดการยังสามารถให้สิทธิพิเศษกับลูกค้ารายสำคัญในการนำสินค้าเข้าและออกจากห้องแสดงงานก่อนได้ แต่ต้องไม่ให้ลูกค้ารายอื่นรู้สึกว่าการเลือกปฏิบัติ สิ่งหนึ่งที่สามารถช่วยลดปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดลำดับได้คือการนำเทคโนโลยีมาใช้ เทคโนโลยีที่วันนี้ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในธุรกิจร้านอาหารหรือสถานบริการต่างๆ ที่ไม่ต้องการให้ผู้ให้บริการเสียเวลาในการรอ สอดคล้องกับงานวิจัยของเกียรติสิน กาญจนวนิชกุล, ธนชัย หนูบุญ, ชีร์รัช ดีมาก และนพชัย คงเจริญ (2561, น. 3) ที่นำอุปกรณ์แจ้งเตือนคิวไร้สายแบบพกพาในโรงพยาบาลมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ป่วยสวมใส่ไปทำกิจกรรมอื่นๆ ได้ระหว่างรอรับบริการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดังกล่าวจะช่วยลดความกังวล การเสียเวลารอ และมีเวลาตรวจสอบสินค้าไม่ให้เกิดหล่นมากขึ้นอีกด้วย

ดังนั้น กลยุทธ์การตลาดที่ผู้จัดการแสดงสินค้าสามารถนำมาใช้บริหารการจัดวางผังงานแสดงสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพนั้นควรประกอบไปด้วยสถานที่จัดงานและห้องแสดงงานที่เข้าถึงสะดวก ปลอดภัย มีขนาดที่เหมาะสม มีทางเดินที่กว้างขวาง สะดวกสบาย มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อการจัดงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ การจัดวางบูธในตำแหน่งต่างๆ ภายในห้องแสดงงานจะสะท้อนถึงประสิทธิภาพของผังงาน โดยบูธจะต้องถูกจัดวางอย่างเหมาะสม มีขนาดที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมแสดงงานทุกประเภท มีจำนวนใหญ่เล็กมากน้อยแตกต่างกัน แต่ยังคงความโดดเด่นมีเอกลักษณ์และความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ระเกะระกะ ถูกตั้งราคาอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมแสดงงานได้เลือกตามจุดประสงค์ของการเข้าร่วมแสดงงาน มีป้ายบอกทาง สัญลักษณ์แสดงประเภทของสินค้า รายละเอียดของกิจกรรมภายในงานอย่างชัดเจน และการจัดกลุ่มลูกค้าเพื่อออกแบบสิทธิประโยชน์ ข้อเสนอพิเศษให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มนั้น ล้วนเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลให้การบริหารการจัดวางผังงานแสดงสินค้าของผู้จัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งสิ้น

รายการอ้างอิง

- เกวลี เพชรศรีชาติ. (2560). *นโยบายสาธารณะว่าด้วยการพัฒนาเมือง* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เกียรติสิน กาญจนวนิชกุล, ธนชัย หนูบุญ, ชีร์รัช ดีมาก และนพชัย คงเจริญ. (2561). ระบบจัดลำดับคิวสำหรับโรงพยาบาล: คิวแบบสวมใส่ได้. *TNI Journal of Engineering and Technology*, 6(2), 1-5.

- ชาญวุฒิ แซ่จุง. (2559). การจัดผังพื้นที่ภายในร้านหนังสือ: กรณีศึกษาร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์. *Veridian E-Journal, Silpakom University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 9(2), 2243-2256.
- นิพันธ์ วิเชียรน้อย. (2552). การผังเมืองและการใช้ประโยชน์ที่ดินในประเทศไทย. *วารสารกรมโยธาธิการและผังเมือง*, 29, 27-38.
- นิโรธ เดชกำแหง และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). กลยุทธ์การจัดการคุณภาพในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakom University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 9(2), 58-68.
- ประทานพร โสภากิจต์วัฒนะ. (2556). *Shelf Management*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.slideshare.net/HanaLooknam/shelf-management-26056311>.
- ประพนธ์ เล็กสุมา และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). องค์ประกอบทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการจัดแสดงสินค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร. *Veridian E-Journal, Silpakom University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 9(2), 48-57.
- ปานปั้น รongหานาม. (2558). วิวัฒนาการการผังเมืองของประเทศไทย. *NAJUA: History of Architecture and Thai Architecture*, 12, 250-271.
- ผ่องพรรณ หนุ่นัด. (2547). *การวิเคราะห์ที่ตั้งอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาภูมิศาสตร์อุตสาหกรรม). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2545, 27 กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 119 ตอนที่ 95ก. หน้า 13.
- วิพุธ อ่องสกุล. (2556). *การจัดการพื้นที่ร้านและ Merchandise Management*. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.slideshare.net/UtaiSukvivatsirikul/merchandise-management-by>.
- วิริยะ พีระพัฒน์พงษ์ และรสิดา สังข์บุญนาถ. (2561). การรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์นมออร์แกนิกของกิจการเพื่อสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา บริษัท แดรี่โฮม จำกัด. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)*, 4(Special), 34-54.
- วิสุทธิ สุพิทักษ์ และสุธีรา บุลิเวคินท์. (2560). การวางแผนบริหารจัดการสินค้าคงคลังโดยใช้หลักการจำลองสถานการณ์ กรณีเติมเต็มสินค้าร่วมกันภายใต้สถานการณ์สินค้ามีกำหนดวันหมดอายุและการหมุนเวียนสินค้าแบบเข้าหลังออกก่อน. *Thai Journal of Operations Research: TJOR*, 5(2), 22-32.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2562). *โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2562*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2563). *Exhibition 101 งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ*. กรุงเทพฯ: กู๊ดเฮด ฟรินท์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป.
- อดิเทพ กำแพงเสรี, เสรี วงษ์มณฑา และชัชชนะ เดชคณา. (2562). แนวทางยุทธศาสตร์งานแสดงสินค้าของกรุงเทพมหานครเพื่อส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 103-120.
- Abou-Shouk, M. A., Zoair, N. I., Farrag, M. M., & Hewedi, M. M. (2018). The role of international exhibition venues in marketing exhibitors' destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 24(2), 136-147.
- Dunford, R., Su, Q., & Tamang, E. (2014). The Pareto Principle. *The Plymouth Student Scientist*, 7(1), 140-148.
- Goi, C. L. (2009). A review of marketing mix: 4Ps or more?. *International journal of marketing studies*, 1(1), 2-15.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Lee, T. H., Fu, C. J., & Tsai, L. F. (2018). Why does a firm participate in a travel exhibition? A case study of the Taipei International Travel Fair. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(7), 677-690.
- Liu, R. (2017). A Reappraisal of Marketing Definition and Theory. *Journal of Eastern Europe and Central Asian Research*, 4(2), 1-7.
- Moorthy, K. S. (1984). Market segmentation, self-selection, and product line design. *Marketing Science*, 3(4), 288-307.
- Pholphirul, P. (2017). เขาตั้งราคากันอย่างไรถึงได้กำไรสูงสุด (เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการเลือกปฏิบัติในการตั้งราคา). *Applied Economics Journal*, 24(1), 94-97.
- Scherder, E., Eggermont, L., Visscher, C., Scheltens, P., & Swaab, D. (2011). Understanding higher level gait disturbances in mild dementia in order to improve rehabilitation: 'Last in–first out'. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 35(3), 699-714.
- Sharma, M. G., & Sharma, K. (2015). Upselling-A High Revenue Technique for Hotels. *SPC ERA IJBM*, 3(7), 62-66.
- Sperstad, J., Cecil, A., Breden, C., & Flanagan, M. (2019). *The Art of the Show: An Introduction to the Study of Exhibition Management* (5th ed.). Dallas: International Association of Exhibitions and Events.
- Von Below, D., & Thoursie, P. S. (2010). Last in, first out?: Estimating the effect of seniority rules in Sweden. *Labour Economics*, 17(6), 987-997.
- Zhang, W. B. (2002). *An economic theory of cities: spatial models with capital, knowledge, and structures*. Verlag Berlin Heidelberg: Springer Science & Business Media.



รวมเรื่องสั้น “เรือเชื่องเข้าสู่เมืองจีน” ของฮารุกิ มูราคามิ:
ภาพลักษณ์แห่งชีวิตและลีลาการเขียน

Received: 7 August 2021

Revised: 31 October 2022

Accepted: 31 October 2022

สร้อยสุดา ณ ระนอง*

งานวิจัยนี้วิเคราะห์ภาพลักษณ์แห่งชีวิตและลีลาการเขียนจากรวมเรื่องสั้น “เรือเชื่องเข้าสู่เมืองจีน” รวม 7 เรื่องของฮารุกิ มูราคามิซึ่งประพันธ์ในช่วงปี 1980-1982 ผลการวิจัยพบว่าสะท้อนภาพลักษณ์ 3 ประการที่เป็นจุดร่วมกันของเรื่องสั้นทั้งหมด ได้แก่ 1. ความตาย 2. ความโดดเดี่ยว และ 3. ความสับสน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า “ภาพลักษณ์แห่งชีวิต” ผ่านสายตาของมูราคามิแตกต่างไปจากผลงานที่เป็นเอกลักษณ์แบบญี่ปุ่นดั้งเดิม แต่อย่างไรก็ตามพบว่าเบื้องหลังของพฤติกรรมตัวละครบางเรื่องสะท้อนถึงวัฒนธรรมญี่ปุ่นดั้งเดิมในแง่ของ “การฟังฟัง” (a-ma-e) และ “การให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับหน้าที่ที่พึงรักษาไว้กับผู้อื่น” (giri-gatasa) นอกจากนี้ ลีลาการเขียนของมูราคามิยังมีเอกลักษณ์ในด้าน 1. จังหวะ 2. การเน้นสรรพนามบุรุษที่หนึ่ง และ 3. ความเรียบง่าย

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

ภาพลักษณ์แห่งชีวิต;
ลีลาการเขียน;
ฮารุกิ มูราคามิ;
เรื่องสั้น;
วัฒนธรรมญี่ปุ่น

* รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: thumsdn@

Haruki Murakami's "A Slow Boat to China" Short Stories: Images of Life and Style of Writing

Received: 7 August 2021

Revised: 31 October 2022

Accepted: 31 October 2022

Soysuda Na Ranong*

This research has analyzed the images of life in and the style of writing of the selected seven short stories, "A Slow Boat to China", written by Haruki Murakami during 1980-1982. The three images of life found in all short stories were 1. death 2. isolation and 3. confusion. The research also found that the images of life from the point of view of Murakami were different from those of Japanese traditional works. However, the behaviors of certain characters in some stories subtly reflected traditional Japanese culture especially in terms of "A-ma-e" (depending on others) and "Giri-gatasa" (a strong sense of obligation). Furthermore, this research also pointed out that Murakami's style of writing was significant in rhythm, emphasis on the use of the first personal pronoun and simplicity.

Research Article

Abstract

Keywords

images of life;
style of writing;
Haruki Murakami;
short stories;
Japanese culture

* Associate Professor, Department of Eastern Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: fhumsdn@ku.ac.th

1. บทนำ

ในบริบทของการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศนั้น การเรียนการสอนเนื้อหาด้านวัฒนธรรมได้กลายเป็นเนื้อหาหลักที่สำคัญซึ่งรวมถึงการสอนภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาต่างประเทศด้วย (Horiuchi, 2007) หนทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจวัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง คือการศึกษาวรรณกรรมหรือวรรณคดีญี่ปุ่น เนื่องจากภาษาและแนวคิดที่แฝงอยู่อย่างมีนัย สามารถตีความผ่านภาพลักษณ์และลีลาการเขียนของผู้ประพันธ์ ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้อ่านได้รับอรรถรสแล้ว ยังซึมซับวัฒนธรรมและสังคมเบื้องหลังของเจ้าของภาษาได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยสนใจศึกษาภาพลักษณ์และลีลาการเขียนของผู้ประพันธ์ในวรรณกรรมหลังสมัยใหม่ (Post-Modern) ของญี่ปุ่นซึ่งเดือนเต็ม กฤษดาธานนท์ (2558) ระบุว่ายุควรรณกรรมสมัยใหม่ของญี่ปุ่น (近代文学) หมายถึงวรรณคดีหรือวรรณกรรมที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปีเมจิที่ 1 จนถึงปีไทโชที่ 12 ซึ่งตรงกับ ค.ศ. 1868-1923 ดังนั้น ผลงานที่เกิดขึ้นในสมัยโชวะ¹ เช่น ผลงานของฮารูกิ มูราคามิ² จัดเป็นวรรณกรรมหลังสมัยใหม่ที่รังสรรค์ในสมัย สงครามและหลังสงคราม กล่าวคือตั้งแต่ ค.ศ. 1910 เป็นต้นมา ทั้งนี้โคอิจิโร่ (Kouichirou, n.d.) กล่าวไว้อย่าง น่าสนใจว่าลักษณะของวรรณกรรมยุคหลังสมัยใหม่เปรียบเหมือนการเก็บเอาเศษเสี้ยวของโลกหรือสังคมที่ กระจัดกระจายขึ้นมาเสนอเป็นโมเสก³ จึงไม่ใช่เรื่องเล่าที่เป็นแบบฉบับตามอุดมคติ

ฮารูกิ มูราคามิ เป็นนักเขียนที่ได้รับการกล่าวขานว่าใช้สำนวนภาษาเข้าใจง่ายแต่มีเนื้อหาที่ซับซ้อนในเชิง “เรื่องเล่า” ไม่ต้องการตรรกะ หรือใช้อุปมาอุปไมยที่โดดเด่น ผลงานของเขามักถูกวิจารณ์ว่ามีอารมณ์ขัน และเป็นเรื่องราวเหนือธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันก็สะท้อนความรู้สึกแปลกแยก โดดเดี่ยว และการโหยหาความรัก ซึ่งอรรถรสนี้สามารถเข้าถึงผู้อ่านทั่วโลก จึงไม่แปลกที่จะพบว่ามีผลการแปลผลงานของเขาออกไปถึง 50 ภาษา (Brown, 2014) รวมถึงภาษาไทย แม้จะมีผู้คณิศวกรวิจารณ์งานของเขาว่าได้รับอิทธิพลจากตะวันตก เช่น จากนักเขียนอเมริกันค่อนข้างมาก แต่ตัวมูราคามิเองยืนยันว่างานที่เขาเขียนนั้นเป็นแนวทางการเขียนแบบฉบับของญี่ปุ่น ไม่ใช่แนวตะวันตก แม้เขาจะชื่นชอบการอ่านหนังสือภาษาอังกฤษ และเขียนนวนิยายเรื่องแรกเป็น ภาษาอังกฤษก่อนแล้วจึงแปลเป็นภาษาญี่ปุ่นก็ตาม ดังหลักฐานที่ปรากฏในบทสัมภาษณ์ของเขาต่อไปนี้

文章的に言えばたしかに、僕の文章は日本的な文章ではないですね。たとえば川端とか三島とみたいに日本語と情緒的に結びついているとか絡み合っているという部分は僕の文章にはないです。ある意味では中立的なものを目指しています。にもかかわらずそこに残る、ある意味残らざるを得ない日本的なものというか日本的なものに興味があるんです。べったりと行くんじゃないで、離れよう離れようと思いつつ離れられない部分ということに。

(『夢を見るために毎朝僕は夢を見ます : 村上春樹インタビュー集 1997-2011』, 2011, p. 144)

¹ หมายถึง สมัยที่จักรพรรดิโชวะขึ้นครองราชย์ตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม ค.ศ. 1926 ถึงวันที่ 7 มกราคม ค.ศ. 1988

² นักเขียนสัญชาติญี่ปุ่น เกิดเมื่อ 12 มกราคม ค.ศ. 1949 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยวาเซดะ เขาเปิดตัวด้วยนวนิยายเรื่องแรกใน ค.ศ. 1979 เรื่อง 「風の歌を聴け」 ซึ่งได้รับรางวัล Gunzo Shinjin Bungaku Sho (ฉบับแปลภาษาไทย ชื่อสถับลมขับขาน แปลโดยนพดล เวชสวัสดิ์)

³ โมเสก ความหมายคือ น. เรียกเครื่องเคลือบดินเผาแผ่นเล็ก ๆ มีสีต่างๆ สำหรับปูพื้นหรือบุผนัง. (อ. mosaic) (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

คำแปล⁴:

หากพูดถึงด้านการเขียน แน่ใจว่าวิธีการเขียนของผมไม่ได้เป็นแนวทางการเขียนแบบญี่ปุ่นนะ ครับ งานเขียนของผมจะไม่มีส่วนที่แสดงออกหรือเกี่ยวพันถึงอารมณ์ความรู้สึกกับภาษาญี่ปุ่น เหมือนเช่นงานของคาวาบาตะหรือมิซึมะ หากแต่มีเป้าหมายที่ความเป็นกลาง อย่างไรก็ตาม ผมมีความสนใจในแนวทางการเขียนแบบญี่ปุ่น หรือยังคงมีแนวทางการเขียนแบบคนญี่ปุ่น หลงเหลืออยู่ในงาน หรืออดไม่ได้ที่จะคงไว้ ไม่ใช่ว่าผมจะไปในทิศทางนั้นอย่างเข้มข้น แต่ไม่ว่า ผมจะพยายามผลจากแนวทางนั้นอย่างไร ก็ยังมีส่วนที่ผลออกมาไม่ได้

(“เพื่อที่จะฝัน ผมฝันทุกเช้า: รวมบทสัมภาษณ์มูราคามิ ฮารุกิ 1997-2011”, น. 144)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น เป็นที่น่าสนใจว่าแนวทางการเขียนหรือลีลาการเขียนในแบบฉบับของมูราคามิ เป็นแบบใด เป็นคำถามหนึ่งที่ผู้วิจัยต้องการหาคำตอบจากรวมเรื่องสั้น “เรือเซ็งซัสึเมืองจีน” เนื่องจากเป็นผลงาน เรื่องสั้นชิ้นแรกของมูราคามิที่ตีพิมพ์ในวารสาร 『海』 ฉบับเดือนเมษายน ปี 1980 และในเวลาต่อมามีการรวม เรื่องสั้นผนวกเพิ่มอีก 6 เรื่องตีพิมพ์ในปี 1983 โดยสำนักพิมพ์ CHUOKORONSHA (ปัจจุบันใช้ชื่อ CHUOKORON-SHINSHA)

นอกจากนี้ ในบทสัมภาษณ์อีกตอนหนึ่ง มูราคามิยังกล่าวเพิ่มเติมถึงงานเขียนของตนเองที่มีลักษณะ แตกต่างไปจากแนวทางการเขียนแบบญี่ปุ่นว่า

僕は三島や川端とは、多くの点でまったく異なります。とりわけ文体がちがいますが、しかしそれだけではありません。彼らの散文は形式美に重きをおいたものであり、曖昧で、高踏的で感情で飾りつけられています。僕が求めているものは自然でシンプルな文章です。しなやかで、飾りけのないものです。これが、多くの伝統的な日本人作家と僕をへだてるものです。それが何を意味するにせよ、彼らのいう「伝統への義務」など、僕は信じていません。(前掲書, p. 157)

คำแปล:

สำหรับผมนั้นแตกต่างไปจากมิซึมะและคาวาบาตะหลายประการ โดยเฉพาะสำนวนการเขียน ซึ่งก็ไม่ใช่แต่เพียงเท่านั้น งานเขียนของพวกเขาให้ความสำคัญกับรูปแบบที่สวยงาม กำกวม เหนือชั้น และประดับประดาด้วยอารมณ์ความรู้สึก ส่วนงานเขียนของผมดำเนินไปตาม ธรรมชาติ เรียบง่าย ยืดหยุ่น และไม่มีการประดับตกแต่ง เรื่องนี้ทำให้ผมถอยห่างจากนักเขียน ชาวญี่ปุ่นตามชนบทส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะหมายถึงอะไรก็ตาม ผมไม่เชื่อเรื่อง “หน้าที่ต่อชนบดั่งเดิม” ดังที่พวกเขา กล่าวเลย

คำสำคัญที่มูราคามิกกล่าวถึงงานเขียนของเขา คือเป็นธรรมชาติ เรียบง่าย ยืดหยุ่น และไม่มีการตกแต่ง จึงเป็นที่น่าค้นหาว่าในรวมเรื่องสั้นที่ดำเนินการวิจัยนี้มีลีลาการเขียนเป็นเช่นนั้นจริงหรือไม่

งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ผลงานเขียนของมูราคามิจากรวมเรื่องสั้น เพื่อค้นหาภาพลักษณ์แห่ง ชีวิตในมุมมองของตัวนักเขียนวรรณกรรมหลังสมัยใหม่และวิเคราะห์ลีลาการเขียนซึ่งมูราคามิกกล่าวว่าเขามีความ สนใจในแนวทางการเขียนแบบญี่ปุ่น จึงเป็นที่มาของข้อสงสัยว่าแนวทางการเขียนแบบญี่ปุ่นที่มูราคามิกกล่าวว่ามี

⁴ คำแปลภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาไทยทุกที่ที่ปรากฏแปลเรียบเรียงโดยผู้วิจัย ยกเว้นบทแปลในเรื่องสั้นเป็นไปตามฉบับแปล

สามารถผลห่างออกมาได้คือแนวทางแบบใด แม้จะมีชาวญี่ปุ่นได้วิพากษ์วิจารณ์งานของมูราคามิอยู่แล้วเป็นจำนวนมากไม่น้อย แต่ข้อวิจารณ์เหล่านั้นส่วนใหญ่เป็นงานวิจารณ์ตัววรรณกรรมหรือการดำเนินเรื่อง จึงต่างจากงานวิจัยนี้ซึ่งคาดว่าผลงานวิจัยจะมีประโยชน์ในด้านการสะท้อนแนวคิด ทศนะของผู้เขียนต่อสังคมญี่ปุ่นในยุคหลังสมัยใหม่

2. วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์แห่งชีวิตและลีลาการเขียนของฮารุกิ มูราคามิในรวมเรื่องสั้น “เรือเช่าสู่เมืองจีน”

3. ขอบเขตและระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากรวมเรื่องสั้น A slow boat to China (中国行きのスロウ・ボート) หรือ “เรือเช่าสู่เมืองจีน” ทั้งจากต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น (จำกัดเฉพาะบางเรื่องที่แปลจากต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น) และฉบับแปลของฮารุกิ มูราคามิ จำนวน 7 เรื่อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ชื่อเรื่องต้นฉบับภาษาญี่ปุ่น	ชื่อเรื่องฉบับแปลภาษาไทย
中国行きのスロウ・ボート	เรือเช่าสู่เมืองจีน
貧乏な叔母さんの話	เรื่องเล่า ‘ป้ายากจน’
ニューヨーク炭鉱の悲劇	โศกนาฏกรรมเหมืองถ่านหินนิวยอร์ก
カンガルー通信	แถลงการณ์จิงโจ้
午後の最後の芝生	สนามหญ้าสุดท้ายในบ่ายนั้น
土の中の彼女の小さな犬	สุนัขตัวน้อยของเจ้าหล่อนในผืนดิน
シドニーのグリーン・ストリート	ถนนสีเขียวในซิดนีย์

เกณฑ์ในการเลือกรวมเรื่องสั้นนี้ผู้วิจัยพิจารณาจากเงื่อนไขของเวลาและควมมีชื่อเสียงของชุดรวมเรื่องสั้นประเด็นของมิติของเวลานั้น ผู้วิจัยพบว่ารวมเรื่องสั้น A slow boat to China จัดว่าเป็นรวมเรื่องสั้นชุดแรกสุดของนักเขียนผู้นี้ กล่าวคือรวมเรื่องสั้นทยอยออกมาในเดือนเมษายน ค.ศ. 1980 ถึงเดือนธันวาคม ค.ศ. 1982 และมีการรวมเล่มตีพิมพ์ใน ค.ศ. 1983 นับเป็นการเปิดตัวการเขียนรวมเรื่องสั้นเป็นครั้งแรกของเขา นอกจากนี้ เหตุผลที่เลือกรวมเรื่องสั้นนี้ เพราะมีต้นฉบับทั้งภาษาญี่ปุ่นและฉบับแปลภาษาไทยซึ่งผู้วิจัยมีส่วนร่วมในการแปลเรื่องสั้นดังกล่าว สามารถใคร่ครวญและวิเคราะห์ทั้งต้นฉบับและบทแปลเพื่อการวิจัยได้อย่างถ่องแท้ ซึ่งหลังจากรวบรวมเรื่องสั้นแล้ว ผู้วิจัยวิเคราะห์ภาพลักษณ์แห่งชีวิตจากการเล่าเรื่องหรือบทพูดของตัวละครผ่านบริบท โดยคัดเลือกตัวอย่างที่โดดเด่น ตลอดจนวิเคราะห์ลีลาการเขียนของมูราคามิที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อประโยชน์ในการนำเสนอแนวคิดที่สะท้อนวัฒนธรรมญี่ปุ่นในยุคหลังสมัยใหม่

4. นิยามศัพท์

ผู้วิจัยขอกำหนดและนิยามคำศัพท์ที่เป็นคำสำคัญในบทความวิจัยนี้ ดังนี้

ภาพลักษณ์แห่งชีวิต คือ ภาพลักษณ์ที่ผู้เขียนสะท้อนมุมมองต่อคนในสังคมช่วง ค.ศ. 1980-1982 งานวิจัยนี้กำหนดเป็นความงามแห่งชีวิตในทัศนะของฮารูกิ มูราคามิ ซึ่งคำว่าภาพลักษณ์หมายถึง ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น จินตภาพ ก็ว่า. (อ. image). (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

ลีลาการเขียน คือ ลีลาการใช้ถ้อยคำสำนวนในการเขียน สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิด เจตคติของนักเขียน ซึ่งระบายความลึกซึ้ง ความคิดเห็นต่อสิ่งรอบด้านออกมาเป็นตัวอักษรที่สวยงามและมีคุณค่าต่องานประพันธ์

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับงานวิจัยเรื่องสั้นของฮารูกิ มูราคามิ ในประเทศไทยด้านภาพลักษณ์ และลีลาการเขียน พบจำนวนน้อย มีวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทที่เกี่ยวกับบาดแผลทางจิตใจของตัวละครและการสื่อสาร “วิกฤตอัตลักษณ์” ซึ่งเป็นเรื่องนอกเหนือขอบเขตการวิจัยนี้ และมีดุสิตา ปริญญาพล (2559) ทำวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์วิธีคิดและพฤติกรรมผ่านความสัมพันธ์ชาย-หญิงของตัวละครเอกในหนังสือรวมเรื่องสั้นชุด *Onna no Inai Otokotachi* ของฮารูกิ มูราคามิ” ผลการวิจัยพบว่า การรับมือกับปัญหาดังกล่าวของตัวละครเอกชายมีแนวคิดที่เป็นจุดร่วมกัน คือ การปิดกั้นตัวตนที่แท้จริงและสร้างตัวตนใหม่ (ทาเทมาเอะ) และการไม่แสดงความต้องการที่แท้จริง (ฮนนะ) อันเป็นผลมาจากจิตสำนึกที่ต้องรับผิดชอบในหน้าที่ที่คนรักที่ดีพึงกระทำ (กิริ) ซึ่งถือเป็นแนวคิดที่เป็นจุดร่วมหลักซึ่งสะท้อนแนวคิดที่เป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่น

งานวิจัยของดุสิตามีข้อค้นพบแนวคิด “กิริ” ในรวมเรื่องสั้นของมูราคามิ จึงแสดงให้เห็นว่ามูราคามิยังคงมีแนวคิดแบบญี่ปุ่นหลงเหลืออยู่ในงานเขียน สะท้อนวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงจิตสำนึกต่อความงามของคนญี่ปุ่น กล่าวกันว่าตั้งแต่สมัยโบราณมา จิตสำนึกของคนญี่ปุ่นต่อ “สุนทรียภาพ” ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากชาวตะวันตกประการหนึ่ง คือ 「義理がたさ」 หมายถึง การให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับความสัมพันธ์และหน้าที่ที่พึงรักษาไว้กับผู้อื่น (国土交通白書, 2019)

สำหรับงานวิจัยในประเทศญี่ปุ่นเกี่ยวกับฮารูกิ มูราคามิ พบว่ามีจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นการวิจารณ์วรรณกรรม ในงานวิจัยนี้จึงขอหยิบยกเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เรื่องสั้นและนวนิยายเรื่องยาวของมูราคามิ

กวน และหยาง (Guan & Yang, 2020) วิเคราะห์ภาพลักษณ์ “ความว่างเปล่า” (ไม่มีตัวตน) กับ “ความมีอยู่จริง” เกี่ยวกับชาวจีนในเรื่องสั้นชื่อ *A slow boat to China* ผลการวิเคราะห์ผ่านตัวบทถึงบทบาทและโครงสร้างของเรื่องโดยมีชาวจีนปรากฏในท้องเรื่องจำนวน 3 คน พบว่าการดำเนินเรื่องถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับชีวิตมนุษย์ของ “ผม” (หมายถึงผู้เขียนคือมูราคามิ) จากช่วงวัยประถม มัธยมปลายมาจนกระทั่งถึงอายุกว่า 30 ปีนั้น ครูชาวจีนคนแรกสอน “ความภาคภูมิใจ” ให้เขา ผู้หญิงชาวจีนคนที่สองทำให้เขาตระหนักถึง “ความไร้เรี่ยวแรง” และชายชาวจีนคนที่สามสอนเขาถึงชีวิตที่เสื่อมถอยลง กล่าวได้ว่ามูราคามิมีวิธีการเขียนที่เป็นเอกลักษณ์โดยถ่ายทอดชาวจีนที่

มีอยู่จริงออกมาเป็นความไม่มีตัวตน กล่าวคือทั้งสามคนไม่ได้ถูกนำเสนอเป็นตัวแทนประชาชนของประเทศจีน แต่อย่างใด

นอกจากนี้ ในงานวิจัยข้างต้นยังอ้างอิงบทสัมภาษณ์มูราคามิในเดือนมกราคม ค.ศ. 2003 ดังนี้

僕は神戸育ちで、神戸は華僑がたくさん住んでいる街です。僕のクラスには華僑の子供がたくさんあり、小さい頃から僕の体に中国要素がしみ込んでいるのです。父親が在学中に徴兵で中国に渡り、中国での経験を語ってくれたこともあります。こういう意味では、（中国と）縁が深いでしょう。僕の短編の一つ「中国行きのスロウ・ボート」は小さい頃、神戸での経験を元に書かれた小説です。(p. 442)

คำแปล:

ผมเติบโตในโกเบ โกเบเป็นเมืองที่มีคนเชื้อสายจีนอยู่มาก ในชั้นเรียนของผมนั้นมีเด็กชาวจีนจำนวนมาก ผมซึมซับเรื่องจีนมาตั้งแต่เล็ก พ่อผมเป็นทหารเกณฑ์ไปประเทศจีนระหว่างที่ศึกษาอยู่ พ่อได้เล่าประสบการณ์เกี่ยวกับประเทศจีนให้ผมฟัง ด้วยเหตุนี้ ผมจึงมีความผูกพัน (กับประเทศจีน) นิยายเรื่อง “เรือเชื่องช้าสู่เมืองจีน” ซึ่งเป็นหนึ่งในรวมเรื่องสั้นของผมนั้น ผมเขียนประสบการณ์ที่โกเบสมัยเด็ก (น. 442)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น กวน และหยาง (Guan & Yang, 2020) ระบุว่าข้อมูลนี้เป็นเครื่องยืนยันว่าไม่อาจตีความได้อย่างสนิทใจว่าคนจีนที่ปรากฏในเรื่องสั้นนี้ไม่มีตัวตนจริง เป็นการนำเสนอของมูราคามิที่ผสมผสานระหว่างความไม่มีอยู่กับความมีอยู่จริง

อย่างไรก็ดี กล่าวได้ว่างานวิจัยข้างต้นศึกษาเฉพาะภาพลักษณ์ของชาวจีนในมุมมองของมูราคามิในเรื่องสั้นเพียงเรื่องเดียวโดยเจาะจงตัวละครชาวจีน ซึ่งงานวิจัยนี้จะนำผลการศึกษาไปวิเคราะห์ต่อยอดโดยศึกษาภาพลักษณ์และลีลาการเขียนจากรวมเรื่องสั้นทั้ง 7 เรื่อง

重岡 徹 Tetsushi (2006) ได้กล่าวในงานวิจัยเรื่อง 「村上春樹『東京奇譚集』論」(วิเคราะห์ มูราคามิ ฮารุกิ “ลึกลับ โตเกียว เรื่องสั้น”) ซึ่งประกอบด้วยเรื่องสั้นจำนวน 5 เรื่องว่า มูราคามิมีวิธีการดำเนินเรื่องที่สร้างให้ตัวละครเรื่องหนึ่งมีความเกี่ยวพันกันกับตัวละครอีกเรื่องหนึ่งอย่างแยบยล ยกตัวอย่างเช่น ตัวละครเอกในเรื่อง 「偶然の旅人」 “เราต่างท่องไปในความบังเอิญ” ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการปรับเสียงเปียโนแต่ไม่สามารถก้าวเป็นนักเปียโนมืออาชีพได้จะมีประสบการณ์ร่วมกันกับตัวละครเอกในเรื่อง 「ハナレイ・ベイ」 “อ่าวฮานาเลอิ” ซึ่งมีพรสวรรค์ในการเล่นเปียโนแต่ก็ไม่ใช่นักเปียโนมืออาชีพ ตัวละครทั้งสองจึงมีความสามารถในการฟังเสียงเหมือนกัน นอกจากนี้ ตัวละครในรวมเรื่องสั้นเล่มเดียวกันยังมีบทบาทไปปรากฏในบทประพันธ์เรื่องอื่นของมูราคามิด้วย จึงเป็นลักษณะการเขียนที่ผู้ประพันธ์สร้างช่องทางติดต่อกันในระหว่างเรื่องที่ตนเป็นผู้เขียน นอกเหนือจากการประติดประต่อสร้างช่องทางติดต่อกันระหว่างตัวละครเอกแล้ว ผู้วิจัยกล่าวว่ามูราคามิมีแนวทางการปิดฉากรวมเรื่องสั้นด้วยการส่งสารอย่างมีมิติให้กับผู้อ่านในเรื่องสุดท้ายของรวมเรื่องสั้น สำหรับรวมเรื่องสั้นนี้ กล่าวได้ว่ามูราคามิต้องการจะโปรยคำถามกับผู้อ่านอยู่เนืองๆ ว่ามนุษย์จะสามารถยอมรับ “สิ่งชั่วร้าย” ที่อยู่ภายในจิตใจต่อสู้อแล้วก้าวเดินต่อไปได้หรือไม่

งานวิจัยของเท็ตสึชิ (Tetsushi, 2006) วิเคราะห์รวมเรื่องสั้น ทำให้ทราบถึงแนวทางการวางโครงเรื่องในการเขียนเรื่องสั้นของมูราคามิและสะท้อนภาพลักษณ์ประการหนึ่งของมูราคามิว่ามนุษย์มีความชั่วร้ายแฝงอยู่ในตัว แต่สิ่งสำคัญคือ มนุษย์จะยอมรับและต่อสู้กับสิ่งชั่วร้าย เพื่อก้าวเดินต่อไปได้หรือไม่

シャルル マルタ デュイスシコ ดวิสูลิโล (Dwisusilo, 2008) ได้กล่าวในงานวิจัยเรื่อง 「村上春樹の初期作品について-背景も視野に入れながら-」 “ผลงานระยะแรกของฮารุกิ มูราคามิ: วิเคราะห์เบื้องหลังผลงาน” ถึงลักษณะร่วมกันและลักษณะเด่นของนวนิยายเรื่องยาวระยะแรก 3 เรื่อง ได้แก่ 「風の歌を聴け」 “ระดับลมซับซ้อน” 「1973年のピンボール」 “พินบอล, 1973” และ 「羊をめぐる冒険」 “แกะรอย แกะดาว” คือ 1. การแบ่งแยกระหว่างตัวตน 「内面」 “ภายใน” กับ 「外面」 “ภายนอก” ของตัวละครเอกชาย 2. ตัวตนภายนอก (僕= ผม) กับตัวตนภายใน (鼠= หนู) แม้จะเป็นคนๆ เดียวกันแต่มีหน้าที่แตกต่างกัน 3. ผลงานทั้ง 3 เรื่องมีความเกี่ยวพันกันกับเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมญี่ปุ่นช่วงทศวรรษปี 1970-1980 4. 「死」 “ความตาย” ในนวนิยายทั้ง 3 เรื่อง ไม่ใช่จุดจบ แต่อยู่ร่วมกันกับ 「生」 “การเกิด” ซึ่งเป็นจุดกำเนิดของเรื่องราว กล่าวคือมูราคามิใช้ “ความตาย” เป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินเรื่อง ไม่ใช่จุดจบของเรื่อง เป็นทักษะต่อความตายที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกเสมือนได้บำบัดหรือผ่อนคลาย 5. การดำเนินเรื่องในนวนิยายจาก 「死」 “ความตาย” สู่ 「共同体の崩壊」 “การล่มสลายของร่างที่อยู่ร่วมกัน” สู่ 「探検」 “การค้นหา” เป็นพัฒนาการที่เกิดขึ้นในเวลาเดียวกันของ 「個人的な世界」 “โลกแบบปัจเจก” และ 「社会的な世界」 “โลกของสังคม” 6. จากผลของข้อ 5. กล่าวได้ว่าผลงานระยะแรกของฮารุกิ มูราคามิ ผู้อ่านสามารถตีความเพียงผิวเผินก็ได้ หรือผู้วิจารณ์สามารถตีความลึกซึ้งก็ย่อมได้ จึงเป็นวรรณกรรมที่แสวงหาคคุณค่าอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ในหนังสือ 「世界は村上春樹をどう読むか」 มีบทสัมภาษณ์นักแปลทั่วโลกที่มีผลงานแปลงานเขียนของมูราคามิ นักแปลตัวแทนจากประเทศไทย คือ นพตล เวชสวัสดิ์ ผู้แปลงานมูราคามิจำนวนมาก ผู้วิจัยขอหยิบยกตอนหนึ่งที่เขาให้สัมภาษณ์ต่อประเด็นคำถาม ดังนี้

Q: 村上作品に対してどのような批評が現れたか、また読者は村上文学をどのように受け入れたかについて教えてください。

A: 村上作品はタイで大きな騒動を引き起こしました。白か黒かにははっきりと分かれ、中間はなし。「まあまあ」といった中庸の批評は一切なかったのです。読者は二つのグループに分かれます。つまり、村上春樹の言葉を一語たりとも理解しない人々と、彼のスタイルに心底惚れ込んでしまう人々と、後者は、「村上春樹はポストモダン文学の神である」とまで言っている。

(「世界は村上春樹をどう読むか」, 2009, p. 340)

คำถาม: มีการวิจารณ์ผลงานของมูราคามิว่าอย่างไร และผู้อ่านยอมรับวรรณกรรมของมูราคามิแบบใด

คำตอบ: ผลงานของมูราคามิก่อให้เกิดความปั่นป่วนอย่างยิ่งในประเทศไทย แยกแยะชาวต่างชาติเจน ไม่มีตรงกลาง คำวิจารณ์ เช่น “งั้นๆ” ไม่มีเลย ผู้อ่านแบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ คนที่ไม่เข้าใจภาษาของฮารุกิ มูราคามิ แม้แต่คำเดียว อีกกลุ่มคือคนที่ลุ่มหลงในสไตล์ของเขา กลุ่มหลังนี้ถึงกับพูดว่า “ฮารุกิ มูราคามิ คือเทพเจ้าแห่งวรรณกรรมยุคหลังสมัยใหม่”

(“โลกอ่านฮารุกิ มูราคามิว่าอย่างไร,” น. 340)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นเป็นที่ประจักษ์ว่าผลงานของมูราคามิผ่านการแปลมีอิทธิพลต่อนักอ่านคนไทย ถึงกับให้สมญานามมูราคามิเป็น “เทพเจ้าแห่งวรรณกรรมยุคหลังสมัยใหม่” แสดงว่าผลงานของเขาครองใจกลุ่มนักอ่านคนไทยที่คลั่งไคล้สไตล์การเขียนแบบมูราคามิ จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์ลีลาการเขียนของมูราคามิควบคู่ไปกับภาพลักษณ์

จากการทบทวนวรรณกรรมซึ่งเป็นงานวิจัยและบทสัมภาษณ์พบว่างานส่วนใหญ่ที่วิจัยผลงานของมูราคามิมักเป็นประเด็นการวิเคราะห์ตัวละคร เช่น เจาะจงเฉพาะชาวจีน การวางโครงเรื่อง การดำเนินเรื่อง และเบื้องหลังทางสังคม แตกต่างจากงานวิจัยนี้ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ภาพลักษณ์แห่งชีวิตและลีลาการเขียนในรวมเรื่องสั้นเล่มแรกของมูราคามิ

6. ผลการศึกษาและการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์เรื่องสั้นทั้ง 7 เรื่อง พบภาพลักษณ์แห่งชีวิตและลีลาการเขียนที่ปรากฏเด่นชัด เป็นจุดร่วมกันของรวมเรื่องสั้นซึ่งแสดงทัศนะของมูราคามิ ดังต่อไปนี้

6.1 ภาพลักษณ์แห่งชีวิตสะท้อน “ความตาย”

ผ่านการเล่าเรื่องของ 「僕」 = “ผม” ดังจะเห็นได้จากบทในรวมเรื่องสั้น ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

“แยจจังที่ต้องมากวนอยู่เรื่อย” ผมกล่าว

“อย่าคิดมากนัก” เขาบอก

เขาเองตั้งแต่ตัดสินใจฆ่าเมื่อสามปีก่อน แทบจะไม่เคยใส่สูทนั้นผ่านร่างเขาเลย

“ก็ไม่มีใครเสียชีวิตนี่” เขาบอก “น่าแปลกที่ตั้งแต่ตัดสินใจฆ่าไม่มีใครตายสักคนเลย”

“มันเป็นแบบนี้แหละ”

“นั่นสินะ” เขาพูด

ไม่น่าเชื่อเหมือนกันว่าเป็นปีที่มีงานศพมากเหลือเกิน รอบข้างตัวผม ทั้งเพื่อน ๆ และเพื่อนในอดีตต่างพากันเสียชีวิตคนแล้วคนเล่า เหมือนไร่ข้าวโพดหน้าร้อนที่ยืนต้นแห้งอยู่กลางแดดจ้า⁵ ในวัยยี่สิบแปดปี

เพื่อน ๆ รอบกายก็อยู่ในวัยใกล้เคียงกัน 27, 28, 29... เป็นวัยที่ไม่สมควรแก่การตาย

กวีเสียชีวิตในวัย 21 นักปฏิวัติและชาวเรือแอนด์โรลเสียชีวิตในวัย 24 ถ้าหากผ่านช่วงนั้นไปได้ คงพอจะไปได้สวย นี่คือคำทำนายคร่าว ๆ ของพวกเรา

(มูราคามิ, 2560, โศกนาฏกรรมเหมือนถ่านหินนิวียร์ก, น. 72-73)

นักวิจารณ์ผลงานของมูราคามิมักลงความเห็นว่างานของมูราคามิเล่าอย่างตรงไปตรงมา ไม่นิยมอุปมาอุปไมย แต่สำนวนข้างต้นที่เปรียบเปรยว่า “ผู้คนเสียชีวิตเหมือนข้าวโพดหน้าร้อนที่ยืนต้นแห้งอยู่กลางแดดจ้า” แม้จะเป็นสำนวนอุปมาอุปไมยแต่ก็ให้ความรู้สึกชัดเจน ตรงไปตรงมาแก่ผู้อ่าน มูราคามินำ “ความตาย” มาดำเนินเรื่องคล้ายเป็นเรื่องปกติ เพราะในเรื่องนี้ก็มีคำพูดที่โผล่มาว่า “แต่สุดท้ายแล้ว ถึงแม้จะตายก็ต้องตาย... (ละ) (น. 74) เป็นคำพูดที่ดีความได้ว่า เป็นสำนวนแบบวรรณกรรมหลังสมัยใหม่สอดคล้องตามที่โคอิชิโร (Kouichirou,

⁵ การขีดเส้นใต้และตัวเอียงในทุกที่ตัดแปลงโดยผู้วิจัย

n.d.) กล่าวไว้ว่าลักษณะของวรรณกรรมยุคหลังสมัยใหม่เปรียบเหมือนการเก็บเอาเศษเสี้ยวของโลกหรือสังคมที่กระจัดกระจายขึ้นมานำเสนอเป็นโมเสก

นอกจากนี้ ตัวละครเอกชายคือ “ผม” ในเรื่องนี้มักไปเยี่ยมสุทิสิดำเพื่อใส่ไปงานศพจากเพื่อนของเขาเสมอ นอกจากสุทิสิดำ ยังมีเน็กไท รองเท้าหนัง ซึ่งเพื่อนคนนี้เตรียมพร้อมไว้ให้ “ผม” ทุกครั้ง โดยใส่ในถุงกระดาษใบใหญ่ให้อย่างเรียบร้อย จากการที่ “ผม” กล่าวออกตัวว่า “ແຍ້ງຈິ່ງທີ່ຕ້ອງມາทຳວຽກຢູ່ເຮືອນ” แสดงออกถึงความรู้สึกเกรงใจที่มาทຳວຽກ จากการกระทำดังกล่าว วิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรมของ “ผม” สะท้อนถึงลักษณะของคนญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมที่มีการยอมรับการพึ่งพิงผู้อื่นหรือการ “อ่อน”⁶ ในกรณีที่ผู้พูดคิดว่าคู่สนทนาเป็นคนในหรือเป็นคนในกลุ่มเดียวกัน (松井嘉和, 1991, p. 60)

การเดินทางด้วย “ความตาย” ในทัศนะของมูราคามิเสมือนเป็นเรื่องปกติ ดังอีกตัวอย่างการเล่าเรื่องใน “เรื่องเรื่องเข้าสู่เมืองจีน”

ตัวอย่างที่ 2

เอาเหอะ, บัดฝุ่นทิ้งไป ก็ยังกินได้น่า

จากถ้อยคำนั้น น่าจะเป็นต้นตอที่ผมนำมาคิดถึงการดำรงอยู่ในฐานะมนุษย์ และเส้นทางที่ทอดยาวไปข้างหน้า ความคิดหลากหลายประดามีของคนเรามุ่งหน้าไปยังจุดเดียว... ความตาย การวาดความตายอย่างน้อยก็สำหรับตัวผมเอง เป็นทฤษฎีบทที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน และเมื่อพูดถึงความตาย ด้วยเหตุผลอะไรสักอย่าง สะกิดให้ผมย้อนนึกไปถึงคนจีน

(มูราคามิ, 2560, เรื่องเรื่องเข้าสู่เมืองจีน, น. 12)

ในเรื่อง “เรื่องเรื่องเข้าสู่เมืองจีน” นี้ ผู้เล่าเรื่อง คือ “ผม” กล่าวถึงคนจีนสามคนที่เขารู้จัก แต่ทุกคนก็จบลงด้วยการลาจากและไม่ได้พบกันอีก ในเรื่องนี้ “ผม” พูดถึงความตายไปพร้อมๆ กับการคิดถึงคนจีน แสดงนัยของการเปรียบเทียบ ดังนั้น “ความตาย” จึงเสมือนการจากลาแต่สร้างความหวังว่าอาจจะได้พบกันอีก เป็นทัศนะต่อความตายในเชิงบวก และการที่ “ผม” คิดถึงคนจีนเมื่อเอ่ยถึงความตาย ดีความจากบทสัมภาษณ์ของมูราคามิเกี่ยวกับเรื่องนี้ได้ว่าเขาคงคิดถึงพ่อของเขาที่เป็นทหารเกณฑ์ คือไปออกรบที่ประเทศจีนซึ่งถูกญี่ปุ่นรุกรานเป็นเวลานาน คิดถึงสนามรบที่คนตายในสงครามซึ่งก็คือคนจีน มูราคามิจึงเขียนโดยสอดแทรกประสบการณ์ตนเอง

ตัวอย่างที่ 3

เออะ, ปล่อยความสูญเสีย การทำลายล้างพัดผ่านมาทางผม ไม่กระเทือนผิว ผมไม่ขลาดกลัว ไม่มากไปกว่าความกลัวของผู้ตีปิดท้ายที่มีต่อลูกเรือ ไม่มากไปกว่านักปฏิวัติหวาดหวั่นต่อปโลกเหล็กบีบคอ ขอเพียง ขอเพียง...

โอ, เพื่อนยาก เพื่อนรัก เมืองจีนอยู่ห่างไกลแสนไกล

(มูราคามิ, 2560, เรื่องเรื่องเข้าสู่เมืองจีน, น. 38)

⁶ ภาษาญี่ปุ่นใช้คำว่า 「甘えを許しあう」 ซึ่งคำว่า 「甘え」 มาจากคำกริยา 「甘える」 มีความหมายว่า “presume upon one's love (kindness), behave like a spoilt child, be coquettish, take an advantage of another's kindness” (松井嘉和, 1991, p. 61)

ผู้เขียนคือ “ผม” กล่าวพาดพิงถึงการตีลูกเบสบอลซึ่งเป็นกีฬาที่มูราคามิสนใจและพาดพิงไปถึงการปฏิบัติ ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าผู้เขียนระลึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปี 1970 เมื่อมิซึมะ ยูกิโอะ นักเขียนซึ่งเป็นแกนนำกลุ่มสมาชิก “ทาเทะโนะไค” ก่อการปฏิวัติแต่ไม่สำเร็จจึงคว้านท้องฆ่าตัวตายเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน ค.ศ. 1970 ซึ่งมีการวิเคราะห์ว่ามิซึมะไม่พึงพอใจต่อสภาพวัฒนธรรมที่ไม่ถูกต้องเหมาะสมและการเปลี่ยนท่าทีอย่างรวดเร็วของชาวญี่ปุ่น (มะชะยะซุ, 2544, น. 211-212) ดังนั้น ภาพลักษณ์ “ความตาย” ความสูญเสียผ่านการเล่าเรื่องของมูราคามิย่อมมีที่มาส่วนหนึ่งจากเบื้องหลังของสังคมญี่ปุ่นที่เติบโตด้านเศรษฐกิจหลังสงครามโลก แต่คนก็กำลังหันเหกับความเสื่อมทางจิตใจของผู้คน เปรียบดัง “แสงสว่างและเงามืดของการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว” (มะชะยะซุ, 2544, น. 201)

ภาพลักษณ์แห่งชีวิตผ่าน “ความตาย” จากทัศนะของมูราคามิที่ปรากฏในเรื่องสั้นข้างต้นสอดคล้องกับข้อค้นพบของดวิสึโล (Dwisusilo, 2008) ในมุมมองต่อ “ความตาย” ว่าไม่ใช่จุดจบ แต่อยู่ร่วมกันกับ “การเกิด” ซึ่งเป็นจุดกำเนิดของเรื่องราว เนื่องจากมูราคามิมักใช้ความตายเปิดเรื่องหรือดำเนินเรื่อง ซึ่งพบว่าในเรื่องสั้น “โศกนาฏกรรมเหมือนถ่านหินนิวออร์ก” พัฒนาเรื่องโดยการพรรณนาถึงงานศพ การที่มีคนตายติดต่อกัน และการฆ่าคน ในเรื่องเล่าของมูราคามิมักแฝงเรื่องราวร้ายๆ ที่เป็นความสูญเสีย เมื่ออ่านจนจบเรื่อง ผู้อ่านก็ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าเรื่องนั้นจะจบด้วยความตายหรือไม่ ดังตอนจบของเรื่องโศกนาฏกรรมเหมือนถ่านหินนิวออร์กนี้

ตัวอย่างที่ 4

ทุกคน พยายามอย่าหายใจ อากาศที่เหลือน้อย

ภายนอก แนนอนว่า ผู้คนยังคงขุดอยู่อย่างต่อเนื่องราวกับฉากหนึ่งในภาพยนตร์

(มูราคามิ, 2560, โศกนาฏกรรมเหมือนถ่านหินนิวออร์ก, น. 87)

นอกจากการเล่าเรื่อง “ความตาย” อย่างชัดเจนผ่านตัวอักษร ในเรื่อง “สุนัขตัวน้อยของเจ้าหลอนในผืนดิน” ยังมีสัญลักษณ์ของ “ความตาย” ผ่าน “กลืน” ดังบทสนทนาต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 5

“กลืนหรือครับ?”

“กลืนติดอยู่กับสมุดเงินฝาก” ไม่รู้ว่าจะพูดอย่างไรดี คือ...กลืนนะคะ กลืน พอถือที่มีมือ กลืนก็ติดมือด้วย ถึงจะล้างมือสักแค่ไหน กลืนนั้นก็ล้างไม่ออก จะล้างสักกี่ครั้งก็ไม่มีประโยชน์ กลืนซึมลงไปถึงกระดูกเลยคะ แม้แต่ตอนนี้... เรื่องเป็นแบบนี้เอง

(ละ)

.....
ผมตอบรับ “ขอผมดมกลิ่นจากมือคุณได้ไหมครับ?”

(มูราคามิ, 2560, สุนัขตัวน้อยของเจ้าหลอนในผืนดิน, น. 180, 181)

“กลืน” ในเรื่องนี้ หมายถึงกลืนจากการที่เธอผู้นี้ขุดหลุมเพื่อหากลองที่ฝังร่างสุนัขที่เลี้ยงไว้ตายขึ้นมาอีกครั้ง เพื่อหาสมุดเงินฝากที่ฝังไปพร้อมกัน เนื่องจากเพื่อนเธอประสบปัญหาเรื่องเงิน เธออยากช่วยเหลือ จึงขุดหลุมเพื่อนำสมุดเงินฝากไปขึ้นเงินที่ธนาคาร แต่ปรากฏว่ากลืนติดกับสมุดเงินฝาก เธอจึงเฝ้าทิ้งในที่สุด ดังนั้น กลืนจึงสื่อถึง “ความตาย” และการที่ผมอยากจะดมกลิ่นจากมือเธอ จึงสื่อถึงการที่มูราคามิสะท้อนภาพลักษณ์แห่งชีวิตผ่าน “ความตาย” นั้นเอง

6.2 ภาพลักษณ์แห่งชีวิตสะท้อน “ความโดดเดี่ยว”

ตัวอย่างที่ 6

เขามักจะนั่งอยู่หน้ากรงเสือโคร่ง ตีம்பีร์หนึ่งกระป๋อง (เพราะเสือโคร่งจะโมโหร้ายที่สุดเมื่อมีพายุไต้ฝุ่น) ต่อจากนั้น เขาตีம்பีร์กระป๋องที่สองในกรงกอริลลา กอริลลาแทบไม่สนใจไต้ฝุ่นเลยไม่ว่าจะเป็นกรณีใด มันนั่งลงบนพื้นคอนกรีตด้วยท่าทางราวกับสัตว์ประหลาด และมักจ้องมองเขาซึ่งกำลังตีம்பีร์กระป๋องอยู่ด้วยสีหน้าสมเพชเวทนา

“ให้ความรู้สึกราวกับคนสองคนที่เผชิญติดค้างอยู่ในลิฟต์เสียด้วยกันนะ” เขากล่าว

(มูราคามิ, 2560, โศกนาฏกรรมเมืองถ่านหินนิวยอร์ก, น. 70)

ในเรื่องนี้ มูราคามิเปิดเรื่องด้วยการแนะนำชายผู้หนึ่งซึ่งเป็นเพื่อนของเขาเอง มีนิสัยประหลาด ชอบไปสวนสัตว์เมื่อมีพายุไต้ฝุ่นเข้า จากฉากนี้สะท้อนภาพชีวิตของคนที่แปลกแยกจากสังคม ใช้สัตว์เป็นเพื่อนปลอบใจชีวิตว่างเปล่า จึงมีกิจกรรมที่คนทั่วไปไม่ปฏิบัติ เป็นพฤติกรรมที่ประหลาดแม้แต่สัตว์เช่นกอริลลายังสมเพชเวทนา แต่อันที่จริงแล้ว จากการเล่าเรื่องของ “ผม” ชายผู้นี้เป็นคนที่ปกติกมากที่สุดคนหนึ่ง อยู่อพาร์ตเมนต์สวยงามสะอาด สะอาด เปลี่ยนคู่วางทุกหกเดือน มีรถยนต์มือสองหนึ่งคัน มีนิยายของบัลซัคครบชุด มีสุทสี่ดำกับเน็กไทสีดำและรองเท้าน้ำสีดำที่เอื้อเพื่อให้ “ผม” ไปยืมเสมอเมื่อไปงานศพ ภาพลักษณ์ของ “ความโดดเดี่ยว” ในเรื่องนี้จึงดูเหมือนเป็นความโดดเดี่ยวของคนที่มี “มี” ความพร้อมในชีวิตระดับหนึ่ง แต่ยังคงมีความอ้างว้าง เดียวดาย ไม่ใช่โดดเดี่ยว เพราะ “ไม่มี” การฉายภาพความงามแห่งชีวิตผ่าน “ความโดดเดี่ยว” ในทัศนะของมูราคามิจึงแตกต่างจากความงามในแบบฉบับของญี่ปุ่นดั้งเดิม คือ “วาบิ ซาบิ”⁷

อีกตัวอย่างหนึ่งเป็นการพรรณนาเปิดใจของ “ผม” ในเรื่อง “แถลงการณ์จิ้งจอก”

ตัวอย่างที่ 7

กล่าวถึงตัวผมเองนะ

แท้จริงแล้ว ผมไม่สบายใจนักกับการดำรงตัวตนของตัวเอง ไม่เกี่ยวกับหน้าตา ความสามารถ สถานะทางสังคม หรือคุณสมบัติใดๆ แค่ไม่พอใจที่จะเป็นตัวของตัวเอง สถานการณ์สะกิดความคิดจนผมรู้สึกว่าไม่เป็นธรรมชาติเสียเลย

(ละ)

ผมเปิดอกเทหัวใจให้คุณรับทราบเลยได้ไหม ?

ผมอยากจะอยู่สองที่ในเวลาเดียวกัน ผันเดียว ความปรารถนาหนึ่งเดียวที่ผมอยากได้ หากไม่นับเรื่องนี้ไม่มีอะไรอื่นที่ผมต้องการอีกแล้ว

(ละ)

....ผมใครจะใช้ชีวิตดำรงอยู่สุดแสนสามัญ ในเวลาเดียวกันก็ต้องการตัวตนแปลกแยก โดดเด่นเฉพาะตัว

(มูราคามิ, 2560, แถลงการณ์จิ้งจอก, น. 107-108)

⁷ 「侘び」 หมายถึง ความวังเวง เศร้าโศก ความเยียบสงบ เมื่อใช้กับไฮกุหรือการชงชา และ 「寂び」 หมายถึง ความรู้สึกถึงอรรถรสของความเก่าแก่ ความเยียบ ความเหี่ยวเฉาซึ่งมีความไม่ยั่งยืนและความรู้สึกโดดเดี่ยวแฝงอยู่เบื้องหลัง

จากบทข้างต้น กล่าวได้ว่า “ผม” ซึ่งเป็นตัวละครเอกไม่พึงพอใจกับภาวะ “เอกพจน์” ของตนเอง ต้องการตัวตนแปลกแยก ซึ่งอาจจะเป็นการหาทางออกที่แตกต่างไปจากชายผู้ชอบไปสวนสัตว์เวลาที่มีพายุได้พุ่งเข้า การจินตนาการว่ามีอีกหนึ่งตัวตน ช่วยบรรเทาความโดดเดี่ยว ความอ้างว้างในจิตใจ ทั้งนี้ สอดคล้องกับผลวิจัยของ ดวิชูซีโล (Dwisusilo, 2008) ในประเด็นการแบ่งแยกระหว่างตัวตน “ภายใน” กับ “ภายนอก” ของตัวละครเอกชาย แต่ต่างกันว่า “ผม” ในเรื่องนี้ ไม่มีตัวตนแบ่งแยกชัดเจนออกเป็น 2 คน เป็นจินตนาการของตัวละครที่ประสงค์จะอยู่สองที่ในเวลาเดียวกัน โดย “ผม” ในเรื่องนี้ทำงานในแผนกควบคุมผลิตภัณฑ์ของห้างสรรพสินค้า นอกจากตรวจสอบสินค้า ยังมีงานตอบสนองต่อเรื่องร้องเรียนของลูกค้า ทุกเดือนต้องอ่านจดหมายร้องเรียนของลูกค้ากว่าห้าร้อยฉบับ แต่หนึ่งในนั้น มีฉบับเดียวเป็นเรื่องเล่า...ไม่ใช่เรื่องร้องทุกข์ จึงเป็นที่มาให้ “ผม” เขียนแถลงการณ์ตอบจดหมายลูกค้าที่ร้องเรียน และในฉากจบของเรื่องนี้ คือ

ตัวอย่างที่ 8

เออะ, ผมตัดสินใจแล้วว่าส่ง แต่ก็ยังเป็นกังวลอยู่ดี

วะ, จะเป็นไรไป ไหนๆ ผมก็เสาะหาความไม่บริบูรณ์อยู่ดี ผมก็น่าจะดำเนินชีวิตต่อไปอย่างสุขสมขึ้นมีน เพราะคุณกับจิตใจทั้งสี่นั้นเองที่กระชากลากถูผมให้หล่นลงมาในหล่มความไม่บริบูรณ์

ยุติการกระจายเสียง

(มูราคามิ, 2560, แถลงการณ์จิตใจ, น. 109)

ตัวละคร “ผม” กล่าวชัดเจนว่าเขาแสวงหา “ความไม่บริบูรณ์” ซึ่งตรงกันข้ามกับนิสัยคนปกติโดยทั่วไป กล่าวได้ว่าภาพลักษณ์แห่งชีวิตในมุมมองของมูราคามิไม่ใช่ความสวยงามในแบบฉบับดั้งเดิมของวรรณกรรมญี่ปุ่น แต่สะท้อนความขัดแย้งในสังคมยุค 1980 ในขณะที่เขาประพันธ์เรื่องสั้นนี้ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงลักษณะนิสัยของ “ผม” ซึ่งมุ่งมั่น เพียรพยายามจะตอบจดหมายการร้องเรียนของลูกค้าทุกราย แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในงานที่รับผิดชอบ ใส่ใจในลูกค้า เป็นคุณลักษณะของคนญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมที่เรียกกันว่า 「義理がたさ」 girigatasa ซึ่งให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับความสัมพันธ์และหน้าที่ที่พึงรักษาไว้กับผู้อื่น

และอีกตัวอย่างเป็นการเล่าเรื่องของ “ผม” ในเรื่องเล่า ‘ป้ายากจน’

ตัวอย่างที่ 9

อะไรหรือที่เป็นตัวของตัวเองแท้จริงของผม ? ผมไม่แน่ใจอีกต่อไปแล้ว ผมรู้สึกคล้ายกับว่าตัวผมมีอีกร่าง ตัวตนอีกหนึ่งที่เลียนท่าหน้าตาได้เหมือนตัวตนแท้จริง ผมควรทำอะไร ? ผมโดดเดี่ยวเหมือนเสาป้าย บักกลางทะเลทราย ผมไม่รู้ทิศทางอีกต่อไป ผมสอดมือล้วงกระเป๋า สอดเหรียญประดามีลงไปในห้องรับเหรียญในตู้โทรศัพท์สาธารณะแปดกริ่ง เก้า แล้วเธอก็ตอบรับ

(มูราคามิ, 2560, เรื่องเล่า ‘ป้ายากจน’, น. 62-63)

“ผม” ในเรื่องนี้เล่าว่าอยากเขียนเรื่อง “ป้ายากจน” แต่เขาไม่มีป้ายของแท่งในครอบครัวยุคหนึ่ง งานแต่งงานจะมีป้ายากจนประดับทุกงาน แทบไม่มีใครเสียเวลาแนะนำเธอ แทบไม่มีใครใส่ใจชวนคุย ไม่มีใครคุกเข่าเชื่อเชิญให้เธอกล่าวสุนทรพจน์ เขารู้สึกตัวว่ามีป้ายากจนเกาะหลังในเดือนสิงหาคม เขาออกทีวี พยายามอธิบายว่าป้ายากจน...

เป็นแต่ถ้อยคำ เรียกว่า “สัญลักษณ์ความคิด” ทุกคนต่างมองเห็นป้ายากจนเกาะหลังเขา แต่มีเพียงเพื่อนหญิงของ “ผม” ที่บอกว่า “...ฉันไม่เห็นอะไรเลย ฉันมองเห็นแต่ตัวคุณ” (น. 57-58) และตอบคำถามเรื่องป้ายากจนว่า “ป้ายากจนตำรงอยู่ (ละ) ...การตำรงอยู่คือเหตุผลของเธอ เหมือนเรา เราตำรงอยู่ ที่นี้ เวลา นี้ โดยไม่มีเหตุผล ไม่มีเหตุใดที่จะก่อให้เกิดผล” (น. 57) เมื่อ “ผม” รู้สึกโดดเดี่ยว จึงเลือกที่จะโทรศัพท์หาเพื่อนหญิงคนนี้ เพื่อเป็นทางออกเป็นการเยียวยาจิตใจ จากความสัมพันธ์ในลักษณะการฟังฟังของตัวละครเอกนี้ วิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรมของ “ผม” สะท้อนถึงลักษณะของคณูปุ่นแบบดั้งเดิมที่ยอมรับการฟังฟังผู้อื่น ในกรณีทีคนๆ นั้นเป็นคนในหรือเป็นคนในกลุ่มเดียวกัน เป็นพฤติกรรมเช่นเดียวกับ “ผม” ตัวละครเอกในเรื่อง “โศกนาฏกรรมเหมือนถ่านหินนิวยอร์ก”

นอกจากนี้ ผู้วิจัยตีความเรื่องทีทุกคนเห็น “ป้ายากจน” เกาะหลัง “ผม” แต่เพื่อนหญิงของเขากลับมองไม่เห็นอะไรเลย สะท้อนแนวคิดของมูราคามิในเรื่อง “ความมีอยู่หรือมีตัวตน” กับ “ความว่างเปล่าหรือไม่มีตัวตน” ทีพบในงานวิจัยของกวนและหยาง (GUAN & YANG, 2020)

อย่างไรก็ตาม ในการเล่าเรื่องสั้นบางเรื่อง เช่น “สนามหญ้าสุดท้ายในป่าอันนั้น” ความโดดเดี่ยวจะแทรกอยู่กับบทบรรยายภาพตัวละครที่ไม่ใช่ตัวละครเอก ดังนี้

ตัวอย่างที่ 10

...(ละ) แต่ภาพทีมองเห็นทำให้ผมรู้สึกเศร้า ประหนึ่งมีก้อนหนาหนักกดทับบนหน้าอก ผมดันลิ้นชักเลื่อนปิด

สตรีนางนั้นนึ่งทีชอบเตี๋ย เหม่อมองออกไปดูทีวทัศน์นอกหน้าต่าง วีดกาโทนิกในมือขวาแทบจะว่างเปล่าแล้ว

(มูราคามิ, 2560, สนามหญ้าสุดท้ายในป่าอันนั้น, น. 134)

“ผม” ในเรื่องนี้เป็นนักศึกษา อายุราวสิบแปดสิบเก้า มีงานพิเศษทีบริษัทดูแลสนามหญ้า มีความสามารถในการตัดหญ้า วันหนึ่งในหน้าร้อน เขาได้รับงานตัดหญ้าที่บ้านแห่งหนึ่งใกล้สวนสนุกโยมิอูริเป็นงานขั้นสุดท้าย เจ้าของบ้านเป็นสตรีสาวใหญ่ร่างยักษ์ อยู่บ้านคนเดียว สามสี่เสียชีวิตแล้ว มีลูกสาววัยรุ่นหนึ่งคนแต่ไม่ได้อยู่บ้าน เมื่อ “ผม” ตัดหญ้าเสร็จ เจ้าของบ้านรังให้อยู่ต่อเพื่อดูอะไรบางอย่าง ซึ่งก็คือตู้ใส่เสื้อผ้าของลูกสาว เพื่อให้ “ผม” ช่วยบอกเธอว่าลูกสาวเธอเป็นคนแบบไหน ภาพทีบรรยายข้างต้นเป็นภาพที “ผม” เห็นเมื่อสำรวจของในลิ้นชักตู้เสื้อผ้าเสร็จสิ้น ภาพนี้สะท้อนความเหงา โดดเดี่ยวของสตรีนางนั้น ซึ่งก็คือเธอผู้เป็นเจ้าบ้าน ทางออกในการคลี่คลายความโดดเดี่ยวแม้เป็นชั่วครั้งชั่วคราว คือการพูดคุยถึงลูกสาวของเธอ จึงเป็นภาพทีพลอยทำให้ตัว “ผม” รู้สึกเศร้าสะเทือนใจ

6.3 ภาพลักษณ์แห่งชีวิตสะท้อน “ความสับสน”

ตัวอย่างที่ 11

มีคราวหนึ่ง ผมออกทีวี รายการ ‘เช้าวันนี้’ พวกเขาลากผมจากเตี๋ยตั้งแต่หกโมงเช้า ขับรถพาผมไปยังห้องส่งสถานีโทรทัศน์ กรอกกาแพพระเจ้ารังเกียจลงคอผม คนไม่รู้เห็นอูร์ตีวังพลา่นทำเรื่องไม่รู้เห็นอูร์ตี รอบตัวผม ผมคิดว่าผมน่าจะเผ่นออกจากที่นั่น แต่ก่อนจะทันได้ขยับตัว พวกเขาบอกว่าถึงตามมาแล้ว ในตอนที่กล้งยังไม่เดินเครื่อง พิธีกรของรายการจะเป็นไอ้ง่าว กราดกริ้วขี้น หันไปทางไหนต้องตวาดต่า

ทุกคนที่เหลือไปพบ แต่ในวินาทีที่ไฟแดงติดเหนือกล้อง ใบหน้าเปลี่ยนเป็นยิ้มแย้ม คำหน้าฉลาดเฉลียว
คนใจดีใจงามวัยกลางคนครบสูตร

(มูราคามิ, 2560, เรื่องเล่า 'ป้ายากจน', น. 50-51)

การถ่ายทอดบรรยากาศการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ผ่านตัวอักษรของมูราคามิแสดงถึงภาวะ**สับสน**ของสังคมในขณะนั้นที่ผู้คนมุ่งแต่เรื่องงาน ไม่ได้สนใจหรือเอื้ออาทรต่อกันรอบข้าง สามารถปรับเปลี่ยนสีหน้าให้เข้ากับสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงทีเพื่อให้ตนเองมีภาพลักษณ์ที่ดี ไม่ได้มีความจริงใจต่อกัน เสมือนการใส่หน้ากากเข้าหากันของคนในสังคม

นอกจากนี้ ในเรื่อง "ถนนสีเขียวในซิดนีย์" มูราคามิยังฉายภาพของคนในสังคมที่มีจิตใจ**สับสน** ไม่เข้าใจตนเอง และยังเบียดเบียนผู้อื่น ซึ่งเป็นการดำเนินเรื่องที่ "ผม" ผู้ซึ่งเปิดสำนักงานนักสืบเอกชนที่ถนนสีเขียวในซิดนีย์ และ "ซารี" สาวเสิร์ฟมีสายเลือดคนจีนในตัวครึ่งหนึ่ง คลี่คลายคดีที่มนุษย์แกะถูกดอกเตอร์แกะขโมยหูไป แต่ในที่สุด ทั้งสองคนก็สามารถทวงหูลกลับคืนมาให้มนุษย์แกะ เพราะซารีได้อ้างอิงทฤษฎีของ "ฟรอยด์" (ซิกมันด์ ฟรอยด์) นักจิตวิทยาชาวออสเตรีย และ "จุง" (คาร์ล กุสตาฟ จุง) นักจิตวิทยาชาวสวิส ซึ่งให้ดอกเตอร์แกะยอมรับว่าตนปรารถนาอยากเป็นมนุษย์แกะมาก จึงบ้าสะสมหูของมนุษย์แกะ ไม่ได้เกลียดชังมนุษย์แกะแต่อย่างใด ดังบทสนทนาระหว่างพวกเขา ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 12

'ซารี' หันไปทางดอกเตอร์แกะ "ทำไมถึงได้เคื่องแค้นมนุษย์แกะล่ะ เขาเป็นคนดีไม่ใช่หรือ ? ผมถาม

"ไม่มีทางคืนหูให้เด็ดขาด มนุษย์แกะเป็นศัตรูของฉัน เจออีกหนละก็ จะฉีกหูอีกข้างให้ดู" ดอกเตอร์แกะพูด

"ทำไมถึงได้เคื่องแค้นมนุษย์แกะล่ะ เขาเป็นคนดีไม่ใช่หรือ ? ผมถาม

"ไม่มีเหตุผลหรอก เพียงแต่เกลียดเท่านั้นเอง พวกมันแต่งตัวบ้าๆ ดูไม่ได้แบบนั้น แล้วก็ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข เห็นแล้วก็เกลียด ทั้งหญิง ทั้งชายเลย"

"เป็นความปรารถนาอย่างรุนแรง" 'ซารี' เอ่ย

"อะไรนะ ?" ดอกเตอร์แกะอุทาน

"หือ" ผมหลุดอุทาน

"จริงๆ แล้ว คุณก็อยากเป็นมนุษย์แกะนะสิ แต่เนื่องจากไม่ยอมรับ ก็เลยกลับตาลปัตร เป็นเคื่องแค้นมนุษย์แกะไป"

"อย่างนั้นเองหรือ ?" ดอกเตอร์แกะเอ่ยอย่างประทับใจ "ไม่เคยรู้ตัวเลย"

"ทำไมถึงได้เข้าใจเรื่องแบบนั้นล่ะ ?" ผมถาม 'ซารี'

"พวกคุณเคยอ่านทฤษฎีของฟรอยด์ หรือของจุง บ้างไหม ?"

"ไม่เคย" ดอกเตอร์แกะตอบ

"น่าเสียดายที่ไม่เคย" ผมตอบ

(มูราคามิ, 2560, ถนนสีเขียวในซิดนีย์, น. 203-204)

นอกจากความสับสนภายนอกแล้ว มูราคามิยังสะท้อนภาพความสับสนทางความคิดของปัจเจกบุคคล ดังเช่นตัวอย่างหนึ่งในเรื่อง "สุนัขตัวน้อยของเจ้าหล่อนในผืนดิน" ซึ่งมูราคามิหยิบยกเรื่อง "ฝน" มากล่าวถึงอย่างกำกวมโดยที่ยอมรับว่าสมองของเขาสับสนมาก

ตัวอย่างที่ 13

ในกรณีหนึ่ง กล่าวได้ว่าฝนเป็นประสบการณ์ส่วนตัวที่เรียบง่าย กล่าวคือพร้อมๆ กันกับที่ความคิดโลดแล่น โดยมีฝนเป็นศูนย์กลาง ฝนก็ตกหมุนเวียนไปเรื่อยๆ โดยมีความคิดเป็นศูนย์กลาง...เป็นวิธีการพูดที่
กำกวมเป็นอย่างมาก แต่ก็เป็นอย่างนั้น ในเวลาแบบนั้น สมองผมจะสับสนมาก เพราะผมไม่รู้เลยว่าฝนที่ผม
กำลังจ้องมองอยู่เป็นฝนฝ่ายใดกันแน่ แต่การพูดเช่นนี้ก็ออกจะปัจเจกเกินไปหน่อย สุดท้ายแล้ว ฝนก็
ต้องเป็นฝนอยู่วันยังค่ำ

(มูราคามิ, 2560, สุนัขตัวน้อยของเจ้าหล่อนในฝันดิน, น. 140-141)

และอีกตัวอย่างหนึ่งจากเรื่องเดียวกันนี้

ตัวอย่างที่ 14

ผมเอี้ยวคอบนหมอน มองเวลาให้แน่ใจอีกครั้ง เป็นเวลาหกนาฬิกาสิบห้านาที แต่ผมไม่รู้ว่านั้นเป็นเวลา
หกนาฬิกาสิบห้านาทีในตอนเช้าหรือเป็นเวลาในตอนเย็น ผมรู้สึกเหมือนเป็นเวลาตอนเย็นและ
ขณะเดียวกันก็รู้สึกเหมือนเป็นเวลาตอนเช้าด้วย ถ้าเปิดทีวีดูคงจะรู้ว่าเป็นเวลาไหน แต่ผมไม่มีอารมณ์จะ
เดินไปถึงหน้าจอทีวีเลย

(มูราคามิ, 2560, สุนัขตัวน้อยของเจ้าหล่อนในฝันดิน, น. 140-141)

บทบรรยายข้างต้นนี้แสดงภาวะอารมณ์และความคิดที่ขัดแย้งสับสนในตัวตนของ “ผม” ซึ่งมูราคามิดูเหมือน
จงใจที่จะถ่ายทอดให้เกินจริง หรือบ่อยครั้งที่ใช้ถ้อยคำบรรยายที่กำกวม

ความรู้สึกสับสนของ “ผม” ตัวละครเอก ยังพบเห็นในเรื่อง “สนามหญ้าสุดท้ายในป่าอันนั้น”

ตัวอย่างที่ 15

“เข้าไปนั่งในบ้านก่อน” เธอบอก “ข้างนอกร้อนฉิบ”

ผมมองเวลาบนข้อมือ บ่ายสองสามสิบห้า ล่วงเวลามากแล้ว ? ยังเหลือเวลาอีกถมเถ ? ผมตัดสินใจ
ไม่ได้ ผมทำงานเสร็จสิ้นแล้ว นับจากพรุ่งนี้เป็นต้นไป ผมจะไม่ได้ตัดหญ้าบนสนามอีกแม้แต่ต้นเดียว
ความรู้สึกสับสนปนกันดีแท้

(มูราคามิ, 2560, สนามหญ้าสุดท้ายในป่าอันนั้น, น. 129)

จากตัวอย่างบทบรรยายเล่าเรื่องและบทพูดในเรื่องสั้นข้างต้นทั้งสามภาพลักษณ์พบภาพลักษณ์ที่เป็นไป
ในเชิงลบ คือ ความตาย ความโดดเดี่ยว และความสับสน ครอบคลุมประเด็นทั้ง 7 เรื่องในรวมเรื่องสั้นนี้ ไม่พบ
ภาพลักษณ์ในเชิงบวก เช่น ความอบอุ่น สายใยความเป็นครอบครัว ความสำเร็จสมหวัง ความบริสุทธิ์ ทั้งนี้
วิเคราะห์ได้ว่าผลงานประพันธ์ในช่วงต้นของมูราคามิ ไม่ว่าจะเป็นนวนิยายหรือเรื่องสั้น แสดงทัศนคติต่อสังคม
แบบตีแตกแมนท์ คือไม่มีความสนใจและไม่มีความข้องเกี่ยวกับสิ่งอื่นๆ ภายนอก (ตุลิตา ปริญญาพล, 2561)
มูราคามิมักจะย้ำที่ตัวตนแปลกแยกและการดำเนินเรื่องที่มี “ผม” เป็นตัวละครเอกชายแต่เพียงผู้เดียว พอเสียชีวิต
ไปแล้ว ตัวละครประกอบมีจำนวนน้อย มีเพื่อนหญิงที่เขากล่าวถึงในหลายเรื่อง แต่ก็อยู่ห่างไกลกัน ความสัมพันธ์ดี
บ้าง ร้าวฉานบ้าง นอกจากนี้ ลักษณะการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกของมูราคามิยังคงแฝงความเหนือจริง เหนือ
จินตนาการ ทั้งปริศนาให้ผู้อ่านต้องขบคิดอยู่เสมอ

6.4 ลีลาการเขียนของฮารุกิ มูราคามิ จากรวมเรื่องสั้น “เรือเซ็งซัสึเมืองจีน”

ในหัวข้อนี้ เป็นการวิเคราะห์ลักษณะเด่นด้าน “ลีลาการเขียน” ดังนี้

1. ลีลาการเขียนที่มี “จิ้งหะ ”

เดือนเต็ม กฤษดาธาณนท์ (2558) วิเคราะห์ว่าความบาตะมีแนวการเขียนโดยใช้ศิลปะการเขียนแบบญี่ปุ่นแท้ แบบนีโอเพอร์เซ็ปชันนิสต์ คือการเขียนร้อยแก้วโดยใช้หลักการของการเขียนร้อยกรองไฮกุ แต่สำหรับมูราคามินั้น ไม่ได้ยึดตามแบบแผนของร้อยกรองไฮกุ แต่ใช้หลักการให้ “จิ้งหะ” ตามแบบฉบับของนักดนตรี ซึ่งหากผู้อ่านอ่านออกเสียง จะสามารถจับนัยนี้ได้ดี ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม เช่น การทวนซ้ำคำที่สำคัญ ได้แก่ คำนาม นามวลี กริยาวลี ดังนี้

ตัวอย่างที่ 16

(ละ) ผมพูดออกมาว่า เอาเหอะ, บัดฝุ่นทิ้งไป ก็ยังกินได้น่า
วะ, เรื่องนั้นโผล่มาจากที่ไหนกัน ? จวบจนทุกวันนี้ ผมยังไม่อาจคาดเดาที่ไปที่มาได้ เดาเอาว่าผมน่าจะ
ฝันถึงอาหารกลางวัน เวลาผ่านไปสองทศวรรษ วลีนั้นยังสะท้อนไปมาในห้วงความคิด
เอาเหอะ, บัดฝุ่นทิ้งไป ก็ยังกินได้น่า

จากถ้อยคำนั้น น่าจะเป็นต้นตอที่ผมนำมาคิดถึงการดำรงอยู่ในฐานะมนุษย์ และเส้นทางที่ทอดยาวไปข้างหน้า ความคิดหลากหลายหลายประดามีของคนเรามุ่งหน้าไปยังจุดเดียว...ความตาย การวาดภาพ ความตาย อย่างน้อยก็สำหรับตัวผมเอง เป็นทฤษฎีบทที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน และเมื่อพูดถึง ความตาย ด้วยเหตุผลอะไรสักอย่าง สะกิดให้ผมย้อนนึกไปถึงคนจีน

(มูราคามิ, 2560, เรือเซ็งซัสึเมืองจีน, น. 11-12)

จิ้งหะที่จับได้จากย่อหน้าที่หนึ่ง คือ วลีที่ทวนซ้ำว่า “เอาเหอะ บัดฝุ่นทิ้งไป ก็ยังกินได้น่า” สะท้อนภาพคนในสังคมที่ไม่ใส่ใจ หรือเคร่งครัดกฎระเบียบ มีความยึดหยุ่นมากยิ่งขึ้น เปรียบกับ “อาหารกลางวัน” ที่อาจจะเบื่อนฝุ่นเพราะหล่นจากจาน ก็ไม่ต้องทิ้ง หยิบกินได้

ส่วนการทวนซ้ำคำนามในย่อหน้าที่สอง คือ “ความตาย” แม้ไม่ได้ทวนซ้ำทันที แต่เขียนซ้ำอีก ก็มีอิทธิพลต่อการดึงดูดผู้อ่านเช่นกัน

ตัวอย่างอื่นๆ ที่แสดง “จิ้งหะ” ในรวมเรื่องสั้นนี้ ได้แก่ตัวอย่างใน “เรื่องเล่า ‘ป้ายากจน’”

ตัวอย่างที่ 17

ผมผงกหัวรับ “สงสัยอยู่เหมือนกัน”

เธอเอียงคอ ไม่พูดอะไรต่อ (ละ)...เครื่องหมายปริศนั้ระยิบระยับที่พื้นห้องน้ำเหมือนเศษโลหะสุกปลั่งแวบวาวเท่าที่ผมทราบ เครื่องหมายปริศนั้รอยตัวโอบกระป๋องน้ำอัดลม...ด้วยคำถามเดียวกัน

สงสัยอยู่เหมือนกัน สงสัยอยู่เหมือนกัน สงสัยอยู่เหมือนกัน

(มูราคามิ, 2560, เรื่องเล่า ‘ป้ายากจน,’ น. 42-43)

ตัวอย่างที่ 18

กินะ พูดคุยกับคุณสนุกๆ แบบนี้ ผมรู้สึกเหมือนกับว่าผมเปลี่ยนเป็นมนุษย์ทรายไอยคุปต์ ทุกอย่างที่ผมแตะสัมผัสกลายเป็น ทราย ทราย ทราย ทราย ทราย...

(มูราคามิ, 2560, แดงการณังใจ, น. 99)

ตัวอย่างที่ 19

“ทำไมเราไม่เข้าไปในบ้าน หาเครื่องดื่มเย็นๆ ให้คุณสักแก้วก่อนจะออกเดินทาง ไม่กินเวลานานนัก อีกอย่างหนึ่ง ฉันมีอะไรบางอย่างอยากให้คุณดู”

อะไรบางอย่างที่อยากให้คุณดู?

(มูราคามิ, 2560, สนามหญ้าสุดท้ายในบายนัน, น. 129)

จากตัวอย่างลีลาการเขียนที่เป็น “จิ้งหะ” ข้างต้น มูราคามิใช้คำนาม นามวลี กริยาวลี เป็นหลัก มีการซ้ำนามหรือวลีหนึ่งครั้งถึงสี่ห้าครั้งหากเป็นนามเดี่ยว กล่าวกันว่า ผลของการทวนซ้ำจากทฤษฎีทวนซ้ำ 「くりかえしの文法」 ของเซอิจิ (Seichi, 1980) มีบทบาททำให้ผู้อ่านหรือผู้ฟังมีปฏิสัมพันธ์ (interaction) ต่อเรื่องราวนั้นๆ การทวนซ้ำในแบบฉบับของมูราคามิเป็นการเน้นย้ำความสำคัญของนามหรือวลีนั้นๆ ทำให้ผู้อ่านสะดุดคิด พลอยจินตนาการไปกับตัวละครในเรื่อง

2. ลีลาการเขียนที่เห็นสรรพนามบุรุษที่ 1

富岡幸一郎 Tomioka Kouichirou (n.d.) ระบุว่าแนวการเขียนของมูราคามินั้นได้รับอิทธิพลจากภาษาอังกฤษ ตัวเขาเองเคยให้สัมภาษณ์ว่านวนิยายชิ้นแรกของเขาเขียนเป็นภาษาอังกฤษแล้วหลังจากนั้นจึงแปลกลับเป็นภาษาญี่ปุ่น เนื่องจากภาษาอังกฤษมีคำศัพท์น้อยและตัวเขาเองไม่เคยรำเรียนวิธีการเขียนจากนักเขียนนวนิยายญี่ปุ่นเลย เขามักใช้เวลาว่างในวัยหนุ่มอ่านแต่หนังสือภาษาอังกฤษ ทำให้ลักษณะงานเขียนของเขามีลักษณะร่วมของตะวันตก ที่ปรากฏชัดเจน คือ การใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 ซ้ำๆ ในประโยคโครงสร้างภาษาญี่ปุ่น ทั้งๆ ที่ภาษาญี่ปุ่นไม่เน้นสรรพนามบุรุษที่ 1 มักจะละประธานหรือหัวเรื่องเสมอ ดังตัวอย่างต่อไปนี้ ในเรื่อง “สุนัขตัวน้อยของเจ้าหล่อนในผืนดิน” ซึ่งในหัวข้อนี้ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างทั้งภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยที่เป็นฉบับแปลเพื่อชี้ให้เห็นการใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 อย่างชัดเจน

ตัวอย่างที่ 20

僕にはわからなかった。僕には困っている友だちもいなければ、死んだ犬もいなかった。わからない、と僕は言った。

(村上春樹, 1983, 土の中の彼女の小さな犬, p. 199)

ผมเองก็ไม่ทราบ ผมเองไม่มีทั้งเพื่อนที่เดือดร้อน ไม่มีสุนัขที่เลี้ยงไว้ตาย ผมตอบว่า ไม่รู้

(มูราคามิ, 2560, สุนัขตัวน้อยของเจ้าหล่อนในผืนดิน, น. 178)

จากประโยคบรรยายข้างต้น พบว่ามูราคามิต้องการเน้นตัวตนของ “ผม” ทั้งๆ ที่ในประโยคที่สองของภาษาญี่ปุ่น ไม่มีความจำเป็นต้องเน้นหัวเรื่องอีก เพราะเข้าใจตั้งแต่ประโยคก่อนหน้า แต่ก็ยังย้ำหัวเรื่องอีกครั้ง โดย

ปกติในภาษาญี่ปุ่นมักจะละละคำนามที่เป็นหัวเรื่องในกรณีที่เป็นบุรุษที่ 1 ไม่นิยมใช้คำว่า “ฉัน” หรือ “ผม” ซ้ำๆ ต่างจากภาษาอังกฤษ ซึ่งจากบทบรรยายในรวมเรื่องสั้น มูราคามิจึงใจใช้สรรพนาม “ผม” บ่อยครั้งจนเกินความจำเป็น อย่างไรก็ตาม กรณีนี้ชี้ให้เห็นว่ามูราคามิไม่ได้ใช้คำสรรพนามบุรุษที่ 1 ซ้ำๆ เพราะต้องการทำให้เป็นรูปแบบการเขียนของภาษาอังกฤษ แต่ต้องการตอกย้ำตัวตนของสรรพนามบุรุษที่ 1 สู่ภายนอกนั่นเอง กล่าวคือเพื่อถ่ายทอดให้ผู้อ่านรับรู้ถึงตัวตนผู้กระทำกริยานั้นๆ นอกจากนี้ มูราคามิยังมีทำนองการเขียนที่สลับเปลี่ยนการกระทำของ “บุรุษที่ 3” มาเป็น “บุรุษที่ 1” ได้อย่างรวดเร็วภายใต้ย่อหน้าเดียวกัน เพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองจากสายตาของบุรุษที่ 3 ซึ่งเป็นคนนอกกลับมายังคนในได้อย่างชาญฉลาด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 21

近く見ると、彼女は最初の印象より、三、四歳は老けて見えた。いつも眼鏡をかけている人間が眼鏡を失くしてしまうと、大抵の女は実際より若く見える。僕は本のページを閉じて指の腹で目をこすった。

(村上春樹, 1983, 土の中の彼女の小さな犬, p. 170)

เมื่อดูใกล้ๆ ดูเธอแก่กว่าที่คิดไว้ตอนแรกสักสามสี่ปี คนที่สวมแว่นตาอยู่เสมอ พอไม่ได้ใส่แว่น ผู้หญิงส่วนใหญ่มักจะดูอ่อนกว่าวัย ผมปิดหน้าหนังสือ ใช้ท้องนิ้วขยี้ตา

(มูราคามิ, 2560, สุนัขตัวน้อยของเจ้าหล่อนในผืนดิน, น. 150)

3. ลีลาการเขียนที่มี “ความเรียบง่าย”

ในบทสัมภาษณ์ของ イカ・カミンカ Ika Kaminka นักแปลวรรณกรรมชาวนอร์เวย์ได้กล่าวถึงลีลาการเขียนเกี่ยวกับความเรียบง่ายของมูราคามิ ดังนี้

「村上さんの作品を訳す上での難しさは、その「簡単さ」にあると思います。彼はいわゆる文学的な文章を書きません。飾りがなくすごく新鮮な文体を、翻訳で伝えるのは非常に難しい。」

(「世界は村上春樹をどう読むか」, p. 190)

“ความยากในการแปลงานของมูระคามิ คือ “ความง่าย” นั่นเอง เขาไม่ได้เขียนประโยคแบบงานวรรณกรรม ไม่มีคำประดับประดา จึงยากมากจริงๆ ที่จะถ่ายทอดการแปลท่วงทำนองการเขียนแบบสดมาก”

(“โลกอ่านฮารุกิ มูราคามิว่าอย่างไร,” น. 190)

ดังนั้น เมื่อลองพิจารณาตัวอย่างประโยคเริ่มต้นจากเรื่องสั้นต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 22

“ผมพบคนจีนคนแรกเมื่อไหร่?”

(มูราคามิ, 2560, เรื่องซึ้งซำซู่เมืองจีน, น. 9)

ตัวอย่างที่ 23

“ว่าไง, สบายดีหรือเปล่า?”

(มูราคามิ, 2560, แดงการณังใจ, น. 89)

พบว่าประโยคส่วนใหญ่เป็นประโยคความเดียว เข้าใจง่าย ไม่มีอนุประโยคที่ซับซ้อน และไม่ได้ใช้คำศัพท์ที่ยาก ในบางเรื่องเริ่มต้นด้วยประโยคพรรณนาแต่ก็เรียบง่าย ประกอบด้วยประโยคสั้นๆ 3 ประโยค ดังนี้

ตัวอย่างที่ 24

“ภายนอกหน้าต่าง สายฝนยังคงโปรยปราย/ ฝนตกติดต่อกันมาสามวันแล้ว/ เป็นฝนที่ช่างจืดชืดไร้เอกลักษณ์และตกได้ทนทานนานมาก”

(มูราคามิ, 2560, สุนัขตัวน้อยของเจ้าหล่อนในผืนดิน, น. 140)

ทั้งสามประโยคข้างต้นย้ำที่คำว่า “ฝน” ซึ่งเป็นการซ้ำความให้จังหวะแก่ผู้ฟังและยังตัดแบ่งประโยคออกเป็นประโยคเดี่ยว สั้น ทำให้อ่านง่าย สื่อความหมายถึง “ฝน” ที่ตกไม่หยุดได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกันกับที่นักแปล Ika Kaminka ให้สัมภาษณ์ว่า “ความเรียบง่าย” เป็นความยากในการแปล

7. บทสรุป

ภาพรวมการเขียนรวมเรื่องสั้นของมูราคามิทั้ง 7 เรื่องนี้เป็นการเล่าเรื่องที่ไม่มีการจับจองซับซ้อน ดำเนินเรื่องโดยตัวละครเอกชาย คือ “ผม” แม้จะมีเรื่องเกินจริง เนื้อเรื่องมักสอดแทรกเพลงหรือเครื่องดนตรีที่แสดงถึงวัฒนธรรมตะวันตก การเล่าเรื่องที่ขับเคลื่อนด้วยเหตุการณ์ของ “ผม” ไร้ความสนใจของผู้อ่าน แต่ก็เจือความอ้างว้าง เหมือนฉายย้อนอดีต

เมื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์แห่งชีวิตที่สะท้อนอยู่ในรวมเรื่องสั้น “เรือเซ็งซึ่เมืองจีน” พบว่าสะท้อนทัศนะต่อชีวิตของมูราคามิที่ประจักษ์ได้ชัดเจนจากการเล่าเรื่องของ “ผม” จากบทสนทนาในเรื่องและจากพฤติกรรมของตัวละคร ในประเด็นของ “ความตาย” “ความโดดเดี่ยว” และ “ความสับสน” มูราคามิเปรียบเสมือนตัวแทนของนักเขียนในยุคหลังสมัยใหม่ กล่าวคือหลังสงครามโลกในสมัยโซเวียต ผู้คนมุ่งมั่นอยู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจ แต่ประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจคือประเทศที่เต็มไปด้วยความต้องการอย่างไม่มีขอบเขต ถ้าหากขาดซึ่งความรู้และเหตุผลที่จะควบคุมความต้องการนี้ ช่องว่างทางด้านจิตใจของแต่ละคนก็จะขยายกว้างขึ้นโดยไม่มีขอบเขตจำกัด (มะชะยะซุ, 2544, น. 201) ดังนั้น ภาพลักษณ์แห่งชีวิตในด้านลบจึงปรากฏให้เห็นร่องรอยจากงานวรรณกรรมยุคหลังสมัยใหม่

ภาพลักษณ์แห่งชีวิตสะท้อน “ความตาย” หรือความสูญเสียเป็นภาพลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในเรื่องสั้นทุกเรื่อง ผ่านการบอกเล่าโดยตรงบ้าง เช่น การกล่าวถึงงานศพ การฆ่าคน ผ่านนัยเปรียบเปรยบ้าง เช่นในเรื่อง “เรือเซ็งซึ่เมืองจีน” “ผม” เล่าถึงคนจีนรวม 3 คนที่เขารู้จัก แต่ทุกคนก็จบลงด้วยการลาจาก ซึ่ง “ผม” ได้กล่าวว่า “เมื่อพูดถึงความตาย ด้วยเหตุผลอะไรสักอย่าง สะกิดให้ผมย้อนนึกไปถึงคนจีน” แสดงนัยของการเปรียบเปรย ดังนั้น “ความตาย” จึงเสมือนการจากลา แต่ก็สร้างความหวังว่าอาจจะได้พบกันอีก “ความตาย” ในมุมมองของมูราคามิในบาง

บริบทจึงตรงกับข้อสรุปของดวิสึโล (Dwisusilo, 2008) ว่า “ความตายไม่ใช่จุดจบ แต่อยู่ร่วมกันกับ “การเกิด” หรือเป็นการเริ่มต้นนั่นเอง สังเกตได้ว่ามูราคามีขับเคลื่อนหรือดำเนินเรื่องด้วยเหตุการณ์ไม่ใช่ปมทางความคิดหรืออารมณ์ตัวละคร ไม่มีปัจจัยซับซ้อน การระบุถึง “ความตาย” ทั้งในการเปิดเรื่อง ดำเนินเรื่อง หรือตอนจบก็ไม่ใช่ “จุดจบ” ยังคงปล่อยให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของเท็ตซุชิ (Tetsushi, 2006) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ที่สะท้อนจากผลงานของมูราคามีประการหนึ่ง คือ มนุษย์มีความชั่วร้ายแฝงอยู่ในตัว สิ่งสำคัญคือ มนุษย์จะยอมรับและต่อสู้กับสิ่งชั่วร้ายเพื่อก้าวเดินต่อไปได้หรือไม่

ภาพลักษณ์แห่งชีวิตสะท้อน “ความโดดเดี่ยว” ปรากฏให้เห็นในเรื่องสั้นทุกเรื่องเช่นกัน ผู้เล่าเรื่องฉายภาพให้เห็นความอ้างว้าง ตัวตนแปลกแยก ในการดำรงชีวิตอยู่ของตัวละคร ไม่ว่าจะเป็นตัวละครเอกคือ “ผม” หรือตัวละครอื่นในเรื่อง ล้วนแต่เป็นคนที่ “มี” ความพร้อมในการดำรงชีพ ถึงจะไม่ร่ำรวย แต่ไม่ได้ด้อยาก ความโดดเดี่ยวจึงไม่ได้มาจากสาเหตุความ “ไม่มี” หรือเดือดร้อนด้านปากท้อง ความโดดเดี่ยวมาจากจิตใจของตัวละคร ตัวละครแก้ไขปัญหาโดยอาศัยการพึ่งพิง คือ โทรศัพท์หาเพื่อนหญิงที่คบกันมาซึ่งถือเป็นคนใน ไม่ใช่คนนอก การไปสวนสัตว์ในวันพายุได้พ่นเข้า หรือการจินตนาการว่าตนเองมีตัวตนสองที่ ภาพลักษณ์นี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของดุสิตา ปริญญาพล (2561) ที่ระบุว่านวนิยายช่วงแรกของมูราคามีสะท้อนทัศนคติต่อสังคมแบบดีแทชเมนต์ คือ ไม่มีความสนใจและไม่มีความข้องเกี่ยวกับสิ่งอื่นๆ ภายนอก

ภาพลักษณ์แห่งชีวิตสะท้อน “ความสับสน” นั้น มูราคามีบรรยายภาพความสับสนวุ่นวายทั้งผู้คนในสังคมและความสับสนในใจของปัจเจกบุคคล ความสับสนก่ออยู่ทั้งในใจ “ผม” และตัวละครตัวอื่น เช่น เรื่อง “ถนนสี่เขี้ยวในซิดนีย์” ดอกเตอร์แคะมีจิตใจสับสน ไม่เข้าใจตนเอง เบียดเบียนมนุษย์แคะ แต่สุดท้ายก็จบลงด้วยดี มนุษย์แคะได้หุ้กลับคืนมา ดอกเตอร์แคะก็เข้าใจจิตใจตนเองมากขึ้น กลายเป็นมนุษย์แคะที่มีความสุข ความสับสนที่พบในเรื่องสั้นจึงมีทั้งเรื่องที่สามารถเยียวยา คลี่คลายได้ และความสับสนในใจของ “ผม” ที่ไม่มีคำตอบในเรื่องว่าจะสามารถคลี่คลายได้อย่างไร จึงเป็นปริศนาที่ทิ้งไว้ให้แกผู้อ่าน

ตามที่มูราคามีเคยให้สัมภาษณ์ว่า “อย่างไรก็ตาม ผมมีความสนใจในแนวทางการเขียนแบบญี่ปุ่น หรือยังคงมีแนวทางการเขียนแบบคนญี่ปุ่นหลงเหลืออยู่ในงาน หรืออดไม่ได้ที่จะคงไว้ ไม่ใช่ที่ผมจะไปในทิศทางนั้นอย่างเข้มข้น แต่ไม่ว่าผมจะพยายามผลจากแนวทางนั้นอย่างไร ก็ยังมีส่วนที่ผลออกมาไม่ได้” นั้น จากงานวิจัยนี้พบว่าแนวทางการเขียนแบบคนญี่ปุ่นที่เขาผลออกมาไม่ได้ปรากฏให้เห็นในพฤติกรรมตัวละครหลายเรื่องซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมญี่ปุ่นดั้งเดิมในแง่ของ “การอ่อนหรือการพึ่งพิง” (a-ma-e) และ “การให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับหน้าที่ที่พึงรักษาไว้กับผู้อื่น” (giri-gatasa) ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยส่วนหนึ่งของดุสิตา ปริญญาพล (2559) ที่พบแนวคิด “อามาเอะ” และหน้าที่ที่คนรักที่ดีพึงกระทำ “กิริ” ในงานวิจัยรวมเรื่องสั้นชุด Onna no Inai Otokotachi ของฮารุกิ มูราคามี

นอกจากนี้ คำสำคัญที่มูราคามีกล่าวถึงงานเขียนของเขา คือ “เป็นธรรมชาติ เรียบง่าย ยืดหยุ่น และไม่มี การตกแต่ง” นั้น ในงานวิจัยเรื่องสั้นนี้พบทำนองการเขียนที่สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของเขา กล่าวคือมูราคามีมีลีลาการเขียนที่ให้ความสำคัญกับ “จังหวะ” “เน้นสรรพนามบุรุษที่หนึ่ง” และ “ความเรียบง่าย” การให้จังหวะ เช่น การซ้ำคำ ทำให้ผู้อ่านหรือผู้แปลสร้างปฏิสัมพันธ์กับตัวละคร ได้รับอรรถรสของน้ำเสียงนั้น การเขียนประโยคเดี่ยวๆ ที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้บุรุษที่หนึ่ง คือ “ผม” ดำเนินเรื่อง ชวนให้ติดตามเหตุการณ์ของตัวละครที่โลดแล่นไปเรื่อยๆ สามารถรับฟังการเล่าเรื่องที่ให้ความรู้สึกใหม่ สด อย่างกระตือรือร้น และถึงแม้ประโยคบรรยายของมูราคามีจะไม่มีการตกแต่งก็ตาม แต่ผู้อ่านก็เพลิดเพลินไปกับอารมณ์ขันที่สอดแทรกอยู่และการใช้อุปมาอุปไมยที่แปลกไปกว่าสำนวนญี่ปุ่นดั้งเดิม

ด้วยภาพลักษณ์แห่งชีวิตและลีลาการเขียนดังที่อภิปรายมาข้างต้น จึงไม่น่าประหลาดใจที่นักอ่านคนไทย จะให้สมญานามแก่มูราคามิว่า “เทพเจ้าแห่งวรรณกรรมยุคหลังสมัยใหม่”

รายการอ้างอิง

- ดุสิตา ปริญญาพล. (2559). การวิเคราะห์วิถีคิดและพฤติกรรมผ่านความสัมพันธ์ชาย-หญิงของตัวละครเอกในหนังสือรวมเรื่องสั้นชุด Onna no Inai Otokotachi ของฮารุกิ มูราคามิ. *วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์*, 35(2), 21-40.
- ดุสิตา ปริญญาพล. (2561). ตัวละครเอกชายในวรรณกรรมชุดไตรภาคเนะสุมิกับทัศนคติต่อสังคมของมูระกะมิ ฮะรุกิ. *วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นศึกษา ฉบับพิเศษ*, 8(3), 71-83.
- เดือนเต็ม กฤษดาธานนท์. (2558). *นวนิยายญี่ปุ่นสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- มูราคามิ, ฮารุกิ. (2560). *เรือเซียงข้าสู่เมืองจีน*. แปลโดยสร้อยสุตา ณ ระนอง และนพดล เวชสวัสดิ์. กรุงเทพฯ: กำมะหยี่.
- มะชะยะซุ, โอะซะกะเกะ. (2544). *ญี่ปุ่นสมัยโชวะ ประวัติศาสตร์บอกเล่าจากพ่อผู้ลี้ภัย*. แปลโดยสร้อยสุตา ณ ระนอง และปราณี จงสุจริตธรรม. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- Brown, C. (2014, February 27). *Haruki Murakami now available in 50 languages*. Retrieved from <https://www.curtisbrown.co.uk/news/haruki-marukami-now-available-in-50-languages>.
- Guan, B., & Yang, B. (2020). 村上春樹小説における「虚」と「実」: 「中国行きのスロウ・ボート」の中国人について. *東アジア文化交渉研究*, 関西大学学術リポジトリ, 13, pp. 433-443.
- Horiuchi, H. (2007). International Cultural Relations and Teaching Japanese as a Foreign Language. 14th Princeton Japanese Pedagogy Forum. Retrieved from <https://ppjf.princeton.edu/past-forums>.
- Okuda, K. & and Okuda, H. (2003). New Trends in Foreign Language Education in the U.S. *Journal of the Faculty of Human Cultures and Sciences, Fukuyama University*, 3, pp. 55-67.
- シャルル マルタ デュイスシコ Dwisusilo, S. M. (2008). 村上春樹の初期作品について-背景も視野に入れながら. *岩手大学大学院人文社会科学部研究科紀要*, 17, p. 69-86.
- 国際交流基金・企画 Kokusaikouryuukin-kikaku. (2009). *A Wild Haruki Chase 世界は村上春樹をどう読むか*. 文春文庫.
- 国土交通白書 Kokudokoutsuhakusho. (2019). *日本人の感性 (美意識) の変化*. Retrieved from <https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h30/hakusho/r01/pdf/np101300.pdf>
- 牧野成一 Seiichi, M. (1980). *くりかえしの文法—日・英語比較対照* (日本語叢書). 大修館書店.
- 松井嘉和 Yoshikazu, M. (1991). *日本人の考え方: 「日本論」への案内*. 東京: 凡人者.
- 村上春樹 Haruki, M. (2011). *夢を見るために毎朝僕は夢を見るのです: 村上春樹インタビュー集 1997-2011*. 文春文庫.
- 重岡 徹 Tetsushi, S. (2006). 村上春樹『東京奇譚集』論. *別府大学国語国文学 No.48* (2006. 12), pp. 21-35.
- 富岡幸一郎 Kouichirou, T. (n.d.). *千年残る日本語—ポスト・モダン時代の日本文学「第1回文学は時代を映す鏡である」*. Retrieved from <https://www.nttpub.co.jp/webnttpub/contents/japanese/001.html>

การพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียน ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Received: 20 May 2021

Revised: 6 August 2021

Accepted: 20 December 2022

มนัสนันท์ หัตถศักดิ์*

รัชกร เวชวรนนท์**

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาวิจัยในลักษณะการวิจัยและพัฒนา โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ การวิจัยระยะที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามคือนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 3 กลุ่มคือ อาจารย์ผู้สอนในรายวิชาชีพครู นิสิต และครูผู้สอนในโรงเรียนเรียนระดับการศึกษาระดับพื้นฐาน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และดัชนีการจัดเรียงลำดับความต้องการจำเป็น ผลที่ได้จากแบบสอบถามทั้ง 3 ด้านพบว่า ค่า $PNI_{modified}$ อยู่ระหว่าง .231-.301 โดยด้านที่มีระดับความต้องการจำเป็นที่สูงคือ ด้านครูมีค่าเท่ากับ .301 และจากการสัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม การสังเคราะห์ข้อมูลพบว่าทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นตรงกันในการจัดประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียนให้กับนิสิตก่อนที่จะออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม ความมั่นใจ และสามารถประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้ การวิจัยระยะที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2563 จำนวน 40 คน สำหรับการพัฒนาบอร์ดเกมซึ่งได้มาโดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บอร์ดเกมต้นแบบ

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

บอร์ดเกม;
การเรียนรู้;
การจัดการชั้นเรียน;
นิสิต

* รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ติดต่อได้ที่: hatthasak@gmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** นักวิชาการอิสระ ติดต่อได้ที่: ratchakorn.w@ku.th

เรื่องการจัดการชั้นเรียน แบบสอบถามเพื่อพัฒนาบอร์ดเกม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่าการออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกมได้มีการทดลองใช้และปรับปรุงตั้งแต่ครั้งที่ 1 จนถึงครั้งที่ 4 เพื่อให้การออกแบบนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ และผู้เล่นมีความเข้าใจและได้รับความรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียน การวิจัยระยะที่ 3 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการทดลองใช้บอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรีจำนวน 15 คน สำหรับการทดลองซึ่งได้มาโดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียน แบบสอบถามความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมนิสิตมีความพึงพอใจต่อบอร์ดเกม มีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .723 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่ได้คะแนนมากที่สุดคือ บอร์ดเกมเป็นเทคนิคที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการเรียนรู้ของนิสิตในห้องเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .487 รองลงมาคือ เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนนิสิตด้วยกันในห้องเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.533 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .516

The Development of a Board Game to Enhance the Classroom Management Learning of Students in the Faculty of Education, Kasetsart University

Received: 20 May 2021

Revised: 6 August 2021

Accepted: 20 December 2022

Manasanan Hatthasak^{*}Ratchakorn Wetworanan^{**}

This article reports on a three-phase research and development study. The first phase aimed to identify the needs to enhance the classroom management learning of students in the Faculty of Education, Kasetsart University. The sample comprised students in the second semester of the academic year 2019 selected through a simple random sampling method and three groups of interviewees, namely teacher profession course lecturers, students, and basic education school teachers, selected through a purposive sampling method. The former completed a survey questionnaire, while the latter responded to interview questions. The data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and the priority needs index. It was found that the $PNI_{modified}$ was in the range of 0.231 to 0.301 with the highest value standing at 0.301 for the factors relating to lecturers. Also, the interview results revealed agreement between the three groups in their perceptions of the management of classroom experience for the students in terms of their preparedness, confidence, and ability to apply learning content to real-life situations prior to their professional internships.

The second phase of the study aimed to design and develop a board game to enhance the classroom management learning of students in the Faculty of Education, Kasetsart University. The sample comprised 40 purposively selected students in the academic year 2020.

Research Article**Abstract****Keywords**

board game;
learning;
classroom management;
students

^{*} Associate Professor, Department of Educational Psychology and Guidance, Faculty of Education, Kasetsart University, e-mail: hatthasak@gmail.com (corresponding author)

^{**} Independent Scholar, e-mail: ratchakorn.w@ku.th

The research instruments were a classroom management board game prototype and a board game improvement questionnaire. The findings showed that the board game was trialed and improved four times to ensure that the design fulfilled the research objectives and that it enabled the players (students) to develop classroom management understanding and knowledge.

The objective of the final phase was to examine the effects of the board game application on the classroom management learning of students in the Faculty of Education, Kasetsart University. The sample comprised 15 purposively selected students. The research instruments were the classroom management board game and a board game satisfaction survey questionnaire. The data were analyzed using percentage, mean, and standard deviation. Overall, the students were highly satisfied with the board game ($X=4.33$, $S.D.=0.723$). When the satisfaction criteria were analyzed individually, the ones receiving the highest ratings were the role of the board game in promoting classroom learning ($X=4.66$, $S.D.=0.487$), followed by the role of the board game in promoting student interaction ($X=4.533$, $S.D.=0.516$).

1. บทนำ

นิสิตของคณะศึกษาศาสตร์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเรียนรู้ในความรู้ต่างๆ เพื่อจะไปถ่ายทอดความรู้ในการถ่ายทอดความรู้ต่อผู้เรียนในระดับต่างๆ นอกจากวิชาเอกที่นิสิตต้องศึกษาให้มีความเชี่ยวชาญแล้ว นิสิตยังต้องศึกษาในวิชาชีพครูซึ่งเป็นรายวิชาที่จะนำไปใช้เพื่อเติมเต็มและช่วยสนับสนุนให้เป็นครูที่สมบูรณ์ หนึ่งในหัวข้อที่มีความสำคัญที่นิสิตต้องศึกษาและได้นำไปใช้ทั้งในช่วงฝึกประสบการณ์วิชาชีพและนำไปใช้เมื่อนิสิตออกไปประกอบอาชีพ หัวข้อนั้นคือ การบริหารจัดการชั้นเรียน (กนกกร จีนา และอลงกรณ์ อุตระกูล, 2561)

การจัดการชั้นเรียนนั้นเป็นการเสริมสร้างให้ผู้เรียนมีความสนใจในบทเรียน ทำให้นำไปสู่การที่ผู้เรียนเกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดี อีกทั้งยังเป็นไปตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ยังเป็นส่วนที่สำคัญในการจูงใจให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะครูที่มีความสามารถในการจัดการเรียนชั้นที่ต้นนั้น คือ การที่ครูหรือผู้สอนสามารถจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพในชั้นเรียน เข้าใจพฤติกรรมของผู้เรียน รวมถึงจัดการกับพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของผู้เรียนได้ มีการเสริมสร้างวินัยในชั้นเรียน ตลอดจนสามารถจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของครูและการพัฒนาทักษะการสอนของครู กระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งหมายรวมการจัดการกิจกรรมต่างๆ ของครูเพื่อให้การสอนมีประสิทธิภาพด้วย (ภูมิภควัฒ์ ภูมิพงศ์ศุข, 2563)

ความสำคัญของการจัดการชั้นเรียนที่ส่งผลต่อผู้เรียนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะว่าในชั้นเรียนให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ของผู้เรียน ฉะนั้นผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้มากหรือน้อย หรือมีสิ่งใดมารบกวนการเรียนรู้ อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาในการเรียน บริบทสภาพแวดล้อม พฤติกรรมของผู้เรียน สิ่งเหล่านี้ล้วนอาจจะทำให้เกิดปัญหาในการเรียนรู้ได้ทั้งสิ้น การที่ครูจัดการชั้นเรียนได้ดีช่วยส่งเสริมให้การสอนดำเนินไปได้อย่างราบรื่น เสริมสร้างลักษณะนิสัยที่ดีงามและความเป็นระเบียบวินัยแก่ผู้เรียน ส่งเสริมทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิตแก่ผู้เรียน ช่วยให้เกิดความเข้าใจในบทเรียนนั้นๆ ได้มากขึ้นและง่ายขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมในห้องเรียน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการส่งเสริมการเป็นสมาชิกที่ดีในสังคมและประเทศชาติต่อไป สิ่งที่สำคัญที่สุดเมื่อการจัดการชั้นเรียนจัดการได้จะทำให้ผู้เรียนเกิดเจตคติที่ดีต่อการเรียน การมีเจตคติที่ดีต่อการเรียนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียน (พิมพ์พาญ ทอังก, 2563)

การให้ความรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนกับนิสิตที่เรียนวิชาชีพครูนั้นมีสอดแทรกในหลายวิชา รวมทั้งในวิชาจิตวิทยาการศึกษาได้มีส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดการชั้นเรียน เพื่อให้ นิสิตได้มีความเข้าใจเบื้องต้นก่อนที่จะออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การให้ความรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนส่วนใหญ่จะเป็นความรู้ หรือมอบหมายให้นิสิตค้นคว้ามานำเสนอความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ให้กับสมาชิกในห้องเรียนรับรู้ เรียนรู้ร่วมกัน (พระครูสิริธรรมนิเทศ, พระครูวิภัชธรรมวิจิตร และจักรี บางประเสริฐ, 2563)

งานวิจัยนี้คำนึงถึงรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบร่วมมือเพื่อให้ห้องเรียนเป็นห้องเรียนเชิงรุก (active learning) ด้วยการคำนึงถึงช่วงวัย รูปแบบการเรียนรู้ของนิสิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของของสังคม อีกทั้งในปัจจุบันการเรียนรู้แบบลงมือทำด้วยตนเองนั้นจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ เข้าใจมากกว่าการสื่อสารทางเดียวจากอาจารย์ผู้สอน จึงนำบอร์ดเกมทางการศึกษามาใช้เพื่อให้นิสิตได้เกิดการเรียนรู้ ส่งเสริมความเข้าใจในการจัดการชั้นเรียน เนื่องจากในปัจจุบันมีการนำบอร์ดเกมมาใช้ในการจัดการศึกษามากขึ้น (นภาศรี สงสัย,

2563) และพบว่าบอร์ดเกมนั้นจะช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ให้กับนิสิตในช่วงวัยนี้ได้เป็นอย่างดี มีงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงการนำเกมมาใช้ในการเรียนการสอนว่าการเรียนการสอนโดยใช้เกมกับการสอนแบบบรรยายและการฝึกอบรมพบว่าการสอนผ่านเกมจะมีข้อดีมากกว่า เช่น มีความปลอดภัยมากกว่า การมีส่วนร่วมของผู้เรียนที่สูงกว่า ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ สามารถให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้เรียนได้ทันที ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงบทเรียนหรือเกมเข้ากับบริบทชีวิตจริงได้ง่ายกว่า เป็นต้น (Pho & Dinscore, 2015)

จากข้อมูลทางวิชาการที่ได้นำเสนอข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นว่าการนำบอร์ดเกมมาใช้ในการจัดการศึกษาทางจิตวิทยานั้นพบว่ามีมากขึ้น และการนำบอร์ดเกมมาใช้เพื่อสรุปองค์ความรู้ในเนื้อหาวิชาต่างๆ นั้นมีเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน แต่การพัฒนาบอร์ดเกมมาใช้ในวิชาชีพครูนั้นยังมีน้อยและยังไม่เป็นที่แพร่หลาย รวมทั้งงานวิจัยในลักษณะวิจัยและพัฒนาบอร์ดเกมนั้นยังมีน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อนำมาใช้กับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์นั้นก็ยังมีน้อยเช่นกัน

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงสนใจที่จะค้นหาความต้องการจำเป็นในการมีความรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนของนิสิต โดยจากการสัมภาษณ์บุคคลกลุ่มต่างๆ และนำเอาข้อมูลมาออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียน เพื่อให้สามารถนำไปใช้ส่งเสริมความรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียน โดยมีกระบวนการพัฒนาจากบอร์ดเกมต้นแบบจำนวน 4 ครั้ง เพื่อนำไปสู่อบอร์ดเกมที่จะใช้จริงและนำไปทดลองกับนิสิต และได้บอร์ดเกมที่เป็นนวัตกรรมในรายวิชาจิตวิทยาการศึกษา ซึ่งเป็นหนึ่งในรายวิชาชีพครูของคณะศึกษาศาสตร์

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อหาความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์
3. เพื่อศึกษาผลของการทดลองใช้บอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์

3. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตในการศึกษา คือ นิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมุ่งที่จะพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตและทดลองใช้บอร์ดเกม เป็นลักษณะการวิจัยและพัฒนา (research and development)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระยะการดำเนินการวิจัยดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 หาความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ดังนี้

1. สำหรับประเมินแบบสอบถามความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ ประชากรคือนิสิตชั้นปีที่ 2-4 คณะศึกษาศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 10 ของนิสิตชั้นปีที่ 2-4

2. สำหรับสัมภาษณ์ความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ โดยสุ่มอย่างง่ายจากตัวแทนนิสิตชั้นปีที่ 2-4 คณะศึกษาศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวนชั้นปีละ 2 คน รวมเป็น 6 คน

3. สำหรับสัมภาษณ์ความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ จากบุคคล 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 นิสิตชั้นปีที่ 2-4 คณะศึกษาศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวนรวมเป็น 4 คน โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย

กลุ่มที่ 2 ครูในโรงเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานมาแล้วไม่เกิน 3 ปี จำนวน 4 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

กลุ่มที่ 3 อาจารย์ผู้สอนนิสิตระดับปริญญาตรีในวิชาชีพครูจำนวน 4 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

การวิจัยระยะที่ 2 ออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 นิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2563 จำนวน 40 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง มีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้คือ นิสิตสามารถเข้าร่วมกิจกรรมนอกเวลาเรียนได้ ตั้งแต่เริ่มทำกิจกรรมบอร์ดเกมจนจบกิจกรรมและตอบแบบสอบถามเพื่อนำไปพัฒนาบอร์ดเกมในครั้งต่อไป ส่วนที่ 2 นิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2563 ที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจริงจำนวน 40 คน ได้ทดลองเพื่อตรวจสอบความตรงภายนอก โดยทำการเล่นเกมต้นแบบเพื่อพัฒนาบอร์ดเกม

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้บอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์
2. ได้ขยายองค์ความรู้ในการพัฒนานิสิตในสาขาวิชาชีพครูในคณะศึกษาศาสตร์ให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการจัดการชั้นเรียน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนที่นิสิตจะฝึกประสบการณ์วิชาชีพและเป็นครูที่ดีต่อไปในอนาคต
3. ได้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาชีพครูเพื่อให้เป็นประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอนต่อไป

5. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการจัดการชั้นเรียน

การจัดการชั้นเรียน หมายถึง การจัดระบบ ระเบียบ และรักษาสิ่งแวดล้อม การจัดที่นั่งของนักเรียน และอุปกรณ์ที่ครูจะใช้ในการสอนให้อยู่ในสภาพที่จะช่วยผู้สอนในการใช้เวลาสอนขณะอยู่ในห้องเรียนให้เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน ผู้สอนสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้สำหรับบทเรียนและสามารถใช้เวลาที่กำหนดไว้ในตารางสอนได้อย่างเต็มศักยภาพ ผู้เรียนได้รับการพัฒนาศักยภาพได้เต็มตามอัตรภาพ พร้อมทั้งส่งเสริม สนับสนุนการสอนของผู้สอนให้เต็มศักยภาพทั้งสองฝ่าย (สันติ บุญภิรมย์, 2557; สุรงค์ ไคว้ตระกูล, 2556; Moore, 2007)

องค์ประกอบของการบริหารจัดการห้องเรียน

สันติ บุญภิรมย์ (2557) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการจัดการชั้นเรียนไว้ดังนี้ การจัดการชั้นเรียน (element of classroom management) เพื่อให้ชั้นเรียนได้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้เรียน มีการจัดองค์ประกอบของการจัดการชั้นเรียนดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านกายภาพ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในชั้นเรียนจัดให้มีไว้อย่างเพียงพอพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา
2. องค์ประกอบด้านสังคม หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนในรูปแบบต่างๆ ตามกิจกรรมประกอบการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชา ผู้สอนกับผู้เรียนได้ช่วยกันทำงาน ผู้เรียนทำงานกันเป็นกลุ่ม ผู้สอนสาคิดให้ผู้เรียนได้ศึกษาสังเกต
3. องค์ประกอบด้านการศึกษา หมายถึง การจัดลำดับเนื้อหาสาระความรู้ให้เหมาะสมกับวุฒิภาวะของผู้เรียน พร้อมทั้งให้ผู้เรียนมีการวางแผนการเรียนร่วมกับผู้สอน และให้ผู้เรียนได้ตระหนักในคุณค่าของความรู้ความสามารถที่ได้รับจากผู้สอน หรือการศึกษาค้นคว้าตามที่ได้รับมอบหมายให้เต็มตามอัตรภาพ ทั้งนี้ เนื่องด้วยการจัดการศึกษาในส่วนของจัดการชั้นเรียนเป็นเป้าหมายสูงสุดในการเรียนรู้

การพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อการเรียนรู้

บอร์ดเกมเพื่อการเรียนรู้ หมายถึง วิธีการจัดการเรียนการสอนรูปแบบหนึ่ง เป็นกระบวนการสอนที่ผู้สอนใช้ในการช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดโดยผู้สอน สร้างสถานการณ์สมมติขึ้นให้ผู้เรียนได้เล่นด้วยตนเองภายใต้ข้อตกลงหรือกติกา ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ (กาญจนา ไชยพันธ์, 2549; ทิศนา ขัมมณี, 2552; สุคนธ์ สินธพานนท์, 2553) เข้าใจและจดจำบทเรียนได้ง่ายและพัฒนาทักษะต่างๆ รวดเร็ว อีกทั้งยังส่งผลให้ผู้เรียนได้รู้จักทำงานร่วมกัน มีกระบวนการทำงานและอยู่ร่วมกันในเกมและผ่านกระบวนการสอนนั้นให้ได้ และสร้างบรรยากาศที่ตื่นเต้น สนุกสนาน และจูงใจ (สาโรช โศภีรักษ์, 2546) รูปแบบของเกมนั้นมีหลายรูปแบบ และได้แบ่งเกมออกเป็น 3 ประเภท คือ 1. เกมพัฒนาการ (developmental games) เป็นเกมที่มุ่งให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ ที่ตนเองยังไม่เคยพบเห็นมาก่อน 2. เกมยุทธศาสตร์ (strategy games) เป็นเกมที่มุ่งยั่วให้ผู้เรียนเกิดแนวทางการเรียนรู้ที่บรรลุจุดหมายในด้านต่างๆ 3. เกมเสริมแรง (reinforcement games) เป็นเกมที่มุ่งให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในเรื่องความรู้ใหม่ๆ ที่เป็นพื้นฐาน เพิ่มเติมความรู้เดิม และเป็นการเพิ่มพูนทักษะในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้

การพัฒนาตัวแบบเกมเพื่อการเรียนรู้ (game-based learning model) ขึ้นมา โดยแบ่งส่วนประกอบเป็น 3 ส่วนหลักคือ ข้อมูลนำเข้า (input) กระบวนการ (process) และผลลัพธ์ (outcome) โดยข้อมูลนำเข้า (input) ได้มาจากเนื้อหาการเรียนการสอนผสมกับลักษณะเฉพาะของเกมแต่ละเกม กระบวนการ (process) จะทำงานเป็น วงรอบ (game cycle) โดยในวงรอบ (game cycle) จะประกอบไปด้วยการตัดสินใจ (judgments) ของผู้เล่น ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรม (behavior) ที่ตัวเกมต้องการให้เกิด และท้ายที่สุดก็จะมีการตอบสนองโดยตัวระบบ (system feedback) ให้ผู้เล่นรู้ว่าพฤติกรรมที่ได้กระทำไปนั้นถูกต้องหรือไม่ จากนั้นก็จะวนเป็นรอบไปเรื่อยๆ ดังนั้น ตัวเกมเองจะต้องมีแรงจูงใจเพื่อให้ผู้เล่นอยู่ในวงรอบ (game cycle) ให้ได้ ท้ายที่สุดจะเกิดการตั้งคำถามในใจของผู้เล่น (debriefing) ได้เป็นผลลัพธ์ (outcome) ออกมาเป็นส่วนหนึ่งของผลการเรียนรู้ (learning outcomes) (Garris & Ahlers, 2002)

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าบอร์ดเกมเพื่อการเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการเพื่อให้เกิดการเรียนรู้โดยผ่านการเล่นและมีกฎ กติกา เงื่อนไขที่ต้องทำให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งทำให้ผู้เล่นที่เล่นบอร์ดเกมนั้นเกิดการเรียนรู้ในหัวข้อหรือประเด็นหลักหลังจากการเล่นบอร์ดเกม ซึ่งการพัฒนาตัวแบบเกมเพื่อการเรียนรู้ (game-based learning model) ขึ้นมานั้นสามารถแบ่งส่วนประกอบเป็น 3 ส่วนหลักคือ การนำเข้าข้อมูล กระบวนการ และผลลัพธ์ที่เกิดจากการเล่นบอร์ดเกม และจากการสรุปข้อมูลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยพิจารณานำข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ประกอบการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องต่อไป

6. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งที่จะพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิต และทดลองใช้บอร์ดเกม เป็นลักษณะการวิจัยและพัฒนา (research and development) งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โครงการวิจัยรหัส KUREC-SS63/031 เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2563 จากฝ่ายมาตรฐานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 หาความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิต คณะศึกษาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 1 แบ่งเป็นดังนี้

1. สำหรับประเมินแบบสอบถามความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ ประชากรคือนิสิตชั้นปีที่ 2-4 คณะศึกษาศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 10 ของนิสิตชั้นปีที่ 2-4

2. สำหรับสัมภาษณ์ความต้องการจำเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ จากบุคคล 3 กลุ่มโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงดังนี้

กลุ่มที่ 1 นิสิตชั้นปีที่ 2-4 คณะศึกษาศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 4 คน

กลุ่มที่ 2 ครูในโรงเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานมาแล้วไม่เกิน 3 ปี จำนวน 4 คน

กลุ่มที่ 3 อาจารย์ผู้สอนนิสิตระดับปริญญาตรีในวิชาชีพครู จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามความต้องการจำเป็นในการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ เครื่องมือได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพดังนี้ ได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แล้วนำไปทดสอบกับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านระดับประสิทธิภาพการสอนที่เป็นจริงเท่ากับ .810 แบบสัมภาษณ์ความต้องการจำเป็นในการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์มีแบบสัมภาษณ์ 3 ชุดสำหรับบุคคล 3 กลุ่ม ได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นในการคาดหวังการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ โดยใช้ดัชนีความสำคัญของความต้องการจำเป็น (Modified Priority Needs Index: PNI Modified) เป็นรายชื่อและโดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน นำผลต่างที่ได้มาจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ส่วนที่เป็นการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาความต้องการจำเป็น

การวิจัยระยะที่ 2 ออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 นิสิตระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2563 จำนวน 40 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง มีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้คือ นิสิตสามารถเข้าร่วมกิจกรรมนอกเวลาเรียนได้ ตั้งแต่เริ่มทำกิจกรรมบอร์ดเกมจนจบกิจกรรมและตอบแบบสอบถามเพื่อนำไปพัฒนาบอร์ดเกมในครั้งต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) บอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียน 2) แบบสอบถามเพื่อพัฒนาบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียน การสร้างบอร์ดเกมมีการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการทำบอร์ดเกมเพื่อการเรียนรู้และความรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนจากเอกสารหนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้กิจกรรมในบอร์ดเกมครอบคลุมเนื้อหา นิยามของการจัดการชั้นเรียน นำมาสร้างเป็นบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์
2. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของบอร์ดเกมเป็นการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาและปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาให้ข้อเสนอแนะ
3. นำมาให้ นิสิตที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจริงจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนที่ 2 ได้ทดลองเล่นบอร์ดเกม เพื่อตรวจสอบความตรงภายนอกโดยทำการเล่นบอร์ดเกมต้นแบบเพื่อพัฒนาบอร์ดเกม
4. นำข้อพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญและจากนิตินข้อที่ 3 มาปรับปรุงแก้ไขบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์

ส่วนที่ 2 การดำเนินการพัฒนาบอร์ดเกม

1. พัฒนาบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและนำข้อเสนอแนะที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงบอร์ดเกม

2. นำบอร์ดเกมที่ได้ปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญแล้วมาทดลองทำกิจกรรมกับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจริง จำนวน 40 คน ได้ทดลองเพื่อตรวจสอบความตรงภายนอก โดยทำการเล่นบอร์ดเกมต้นแบบเพื่อพัฒนาบอร์ดเกม จำนวน 4 รอบ โดยใช้รอบละ 10 คน

3. นำข้อพิจารณาหรือข้อเสนอแนะจากนิสิตในข้อที่ 2 มาปรับปรุงพัฒนาบอร์ดเกมส์เพื่อนำไปใช้จริง

4. ผู้วิจัยนำบอร์ดเกมที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงจากข้อที่ 3 แล้วมาเป็นเครื่องมือที่ใช้ศึกษา โดยให้นิสิตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ทำกิจกรรมบอร์ดเกม เมื่อทำการปรับปรุงบอร์ดเกมต้นแบบจากการประมวลผลข้อมูลจากการสอบถามหลังจากเล่นบอร์ดเกมกับนิสิตทั้ง 4 รอบโดยมีการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะในแต่ละรอบแล้วนำบอร์ดเกมต้นแบบมาทำเป็นบอร์ดเกมตัวจริงเพื่อใช้กับนิสิตกลุ่มทดลองในระยะที่ 3 ต่อไป

การวิจัยระยะที่ 3 ศึกษาผลของการทดลองใช้บอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องการจัดการเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 3 สำหรับการทดลองใช้บอร์ดเกม ประชากรคือนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ปีการศึกษา 2563 โดยการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 15 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ 1) นิสิตสามารถจัดสรรเวลาเข้าร่วมกิจกรรมที่ผู้วิจัยจัดขึ้นได้ตลอดทั้งกิจกรรม 2) นิสิตยินยอมและสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในระยะที่ 3 แผนการสอนเรื่องการจัดการชั้นเรียน ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา ความรู้ ในหัวข้อ ความหมาย ความสำคัญของการจัดการชั้นเรียน คุณลักษณะของครูที่เกี่ยวข้องกับการจัดการชั้นเรียน และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. อาจารย์บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียนและสรุปรวบยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียน ใช้เวลาประมาณ 45 นาที

2. อาจารย์ให้นิสิตทำกิจกรรมบอร์ดเกม เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ ใช้เวลาประมาณ 50 นาที

3. อาจารย์สรุปองค์ความรู้และให้นิสิตซักถาม 15 นาที

4. อาจารย์ให้นิสิตประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ 10 นาที

7. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยระยะที่ 1 วิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามความต้องการจำเป็นการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน จากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รายด้าน

ตารางที่ 1 ความต้องการจำเป็นในเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รายด้าน

ความต้องการจำเป็นรายด้าน	ค่าเฉลี่ยของ สภาพที่เป็นจริง		ค่าเฉลี่ยของ สภาพที่คาดหวัง		PNI _{modified} (I-D/D)	ลำดับ
	D	S.D.	I	S.D.		
ด้านครู	3.229	.291	4.202	.409	.301	1
ด้านการจัดบรรยากาศและความสัมพันธ์ ในห้องเรียน	3.540	.334	4.359	.369	.231	3
ด้านการสร้างแรงจูงใจและลดพฤติกรรม ที่ไม่พึงประสงค์ของผู้เรียน	3.455	.347	4.376	.392	.266	2

จากการตารางที่ 1 พบว่า เมื่อวิเคราะห์ระดับความต้องการจำเป็น โดยวิธีการหา PNI_{modified} โดยทั้ง 3 ด้าน พบว่า ค่า PNI_{modified} อยู่ระหว่าง .231-.301 โดยด้านที่มีระดับความต้องการจำเป็นที่สูงคือ ด้านครูมีค่า PNI_{modified} เท่ากับ .301 ลำดับที่ 2 คือด้านการสร้างแรงจูงใจและลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของผู้เรียน มีค่า PNI_{modified} เท่ากับ .266 ลำดับที่ 3 การจัดบรรยากาศและความสัมพันธ์ในห้องเรียน มีค่า PNI_{modified} เท่ากับ .231

ส่วนที่ 2 ผลจากการสังเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่มมีดังนี้

บทสรุปจากการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ของอาจารย์ผู้สอนวิชาชีพครู

อาจารย์ผู้สอนวิชาชีพครูมีความเห็นตรงกันว่าควรมีการให้ความรู้เรื่องการบริหารจัดการชั้นเรียนแก่นิสิต ก่อนที่จะออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ซึ่งไม่ใช่เพียงแต่การให้ความรู้อย่างเดียว แต่ต้องรวมไปถึงการฝึกทักษะ ด้วย เช่น การให้นิสิตได้ลองออกแบบการจัดการชั้นเรียนด้วยตนเองและนำเสนอการจัดการชั้นเรียนในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เป็นพื้นฐานเบื้องต้นให้นิสิตได้ลองนำไปใช้กับสถานการณ์จริง เพราะนิสิตยังไม่มีประสบการณ์สอนในชั้นเรียน ถ้าเกิดปัญหาขึ้นในชั้นเรียนแล้วนิสิตไม่สามารถจัดการได้ อาจจะทำให้นิสิตไม่มีความสุขในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพได้

บทสรุปจากการสังเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์ของนิสิต

นิสิตเห็นด้วยในเรื่องของการจัดการให้ความรู้ ประสบการณ์แก่นิสิตหรือผู้ที่อยู่ในวิชาชีพครู ให้ได้รับการเรียนรู้เรื่องการบริหารจัดการชั้นเรียนก่อนที่จะออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือก่อนจบการศึกษา เพราะจะได้เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง แก้ไขสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม จนเกิดการพัฒนาตนเองให้เป็นครูที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ควรให้นิสิตไปสังเกตการณ์สอนที่โรงเรียน เรียนรู้วัฒนธรรม ภาระงานของครู พฤติกรรมของนักเรียน กิจกรรมของโรงเรียน ปัญหาต่างๆ ที่พบทั้งในและนอกชั้นเรียน รวมถึงได้สะท้อนตนเองกับครูผู้สอน เพื่อนำข้อแนะนำจากครูไปปรับใช้ในวิชาชีพต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ ส่งเสริมให้นิสิตได้เรียนรู้วิธีการจัดการชั้นเรียนรูปแบบต่างๆ และเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ ทำให้นิสิตได้มีความพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น เนื่องจากนิสิตบางคนอาจจะยังไม่มีประสบการณ์ในการสอน จึงไม่เคยเจอเหตุการณ์ต่างๆ ในชั้นเรียนหรือสถานการณ์เฉพาะหน้าที่ต้องแก้ไข แต่การ

เรียนรู้ดังกล่าวจะเป็นพื้นฐานที่ดี มีหลักการเบื้องต้นที่อาจนำไปปรับใช้ได้ และยังเป็นการสร้างความพร้อมและเป็นแนวทางให้นิสิตบริหารจัดการชั้นเรียนให้เกิดประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จได้

บทสรุปจากการสังเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์ของครู

ครูเห็นด้วยกับการให้ความรู้ จัดประสบการณ์ให้กับนิสิตในระดับปริญญาตรี ในเรื่องการบริหารจัดการชั้นเรียนก่อนที่จะออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือก่อนจบการศึกษา เพราะจะเป็นการเสริมความมั่นใจให้กับนิสิต แม้ว่านิสิตจะเตรียมการสอนไปอย่างดีเพียงใด แต่ถ้าขาดทักษะในการบริหารจัดการชั้นเรียนที่ดี อาจจะทำให้เกิดความท้อแท้แก่ผู้เรียนไม่บรรลุผล ซึ่งถ้านิสิตมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้แล้ว รวมทั้งได้มีโอกาสลองปฏิบัติก่อน จะช่วยให้การฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนิสิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย อีกทั้งยังส่งผลต่อการประกอบวิชาชีพของนิสิตในอนาคต เพราะนิสิตจะสามารถบริหารจัดการชั้นเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างแรงจูงใจและเจตคติที่ดีให้แก่ผู้เรียน จนเกิดผลสำเร็จทางการเรียนต่อไป

ผลการวิจัยระยะที่ 2 นำเสนอผลการวิจัยดังนี้

การออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์

1. การเลือกสถานการณ์ (situation) ขั้นตอนแรกของกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมทางการศึกษา คือ การเลือกสถานการณ์ (situation) ซึ่งผู้พัฒนาต้องการให้บอร์ดเกมนี้จำลองสถานการณ์ในห้องเรียนที่นิสิตจะต้องไปเจอเมื่อได้ไปสอนจริงในโรงเรียน จึงยกสถานการณ์ในห้องเรียนมาใส่ในบอร์ดเกมนี้ โดยจำลองห้องเรียนบนกระดานของผู้เล่นแต่ละคน และมีการได้รับนักเรียนที่มีความแตกต่างกันเข้ามาในห้องเรียนของผู้เล่นแต่ละคน

2. การกำหนดเนื้อหา (research) เนื้อหาเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้พัฒนาต้องการสื่อให้กับผู้เล่น ดังนั้นสำหรับบอร์ดเกมนี้ที่ต้องการพัฒนาเพื่อให้นิสิตได้ฝึกฝนการจัดการห้องเรียน ซึ่งเป็นการจำลองผ่านการเล่นบอร์ดเกม เนื้อหาที่ใช้จึงเกี่ยวข้องกับการจัดการชั้นเรียน ได้แก่ เทคนิคการเรียนการสอน กิจกรรมในชั้นเรียน และการเสริมแรง

3. ออกแบบกลไกวิธีการเล่น (ideate) การออกแบบในส่วนนี้จะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ การออกแบบวิธีการเล่น การออกแบบวิธีการจบเกม และการออกแบบอุปกรณ์ในบอร์ดเกม มีรายละเอียดดังนี้

การออกแบบวิธีการเล่น วิธีการเล่นเป็นส่วนสำคัญที่จะเชื่อมโยงเนื้อหาเกี่ยวกับการกระทำของผู้เล่นให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นวิธีการเล่นที่ดีจะต้องทำให้ผู้เล่นเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อได้ชัดเจน ผู้พัฒนาจึงออกแบบวิธีการเล่นให้เป็นการเล่นผ่านการ์ด โดยกำหนดให้เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในห้องเรียน มีขั้นตอนการเล่นแบ่งเป็น 3 ช่วง

1) ช่วงจัดสรรนักเรียนเข้าห้องเรียน ผู้เล่นแต่ละคนจะสุ่มหยิบลักษณะนักเรียนคนละ 1 อัน และนำมาจัดวางในกระดานห้องเรียนของแต่ละคน วนสุ่มหยิบลักษณะนักเรียนจนกระดานห้องเรียนทุกห้องมีลักษณะนักเรียนครบ 8 อัน

2) ช่วงการเรียนการสอน ผู้เล่นคนแรกจะทำการเล่นในช่วงนี้ก่อน โดยในแต่ละตาผู้เล่นที่กำลังเล่นจะมีโอกาสทำได้ 3 แอคชั่น โดยสามารถเลือกที่จะทำการจั่วการ์ด หรือเล่นการ์ดก็ได้ โดยที่การจั่วการ์ด 1 ใบจะนับว่าเป็น 1 แอคชั่น และการเล่นการ์ดจากบนมือ 1 ใบก็นับเป็น 1 แอคชั่นเช่นเดียวกัน ดังนั้นแล้วผู้เล่นสามารถเล่น

ซ้ำๆ กันได้ แต่ทั้งหมดต้องรวมกันแล้วได้ 3 แอคชั่น เช่น จั๋วการ์ด 2 ใบ และเล่นการ์ดจากบนมือ 1 ใบ รวมเป็น 3 แอคชั่น เป็นต้น ซึ่งการเล่นการ์ดแต่ละใบจะมีเงื่อนไขที่แตกต่างกันไป ให้เกิดผลตามที่การ์ดระบุ เมื่อเล่นจนครบ 3 แอคชั่นแล้ว จะถือว่าจบตา ให้ผู้เล่นทางซ้ายเป็นคนเล่นคนต่อไป เมื่อเล่นครบรอบวงแล้ว จะเข้าสู่ช่วงต่อไป

3) ช่วงส่งการบ้าน เป็นช่วงที่ครูจะได้รับคะแนน โดยมีเงื่อนไขดังนี้ ครูจะได้รับ 1 คะแนนต่อนักเรียนในห้องเรียนที่ส่งการบ้าน 1 คน และครูจะถูกหักลบ 2 คะแนนต่อนักเรียนในห้องเรียนที่ไม่ยอมส่งการบ้าน 1 คน การเล่นเกมจะเล่นซ้ำช่วงที่ 2 และ 3 จำนวน 9 รอบ จึงจะถือว่าจบเกม ดังนั้นแล้วตลอดทั้งเกมผู้เล่นจะได้สอนนักเรียนทั้งหมด 3 ห้อง ห้องละ 3 รอบ

อุปกรณ์ที่ใช้ในบอร์ดเกม ประกอบด้วยกระดานคะแนน กระดานของผู้เล่นเป็นกระดานห้องเรียน การ์ดกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วยชื่อการ์ด ชื่อกิจกรรม ผลของการใช้กิจกรรมในการ์ด ถุงผ้าใส่การ์ดกิจกรรม ลูกแก้วหรือลูกคริสตัลสำหรับนับคะแนน



ภาพที่ 1-2. ภาพของอุปกรณ์ของบอร์ดเกม



ภาพที่ 3-6. อุปกรณ์ภายในกล่องบอร์ดเกมและคู่มือคำอธิบายกฎและเงื่อนไขการเล่นเกม



ภาพที่ 7.-8. รูปภาพกล่องเกมภายในและภายนอก

ผลจากการพัฒนาบอร์ดเกมทั้ง 4 สืบเคราะห์จากการตอบแบบสอบถามเมื่อนิสิตทำกิจกรรมเสร็จในแต่ละครั้ง ทั้ง 4 ครั้งสามารถสังเคราะห์ได้ดังนี้

ข้อคำถามการทำความเข้าใจเนื้อหา

ครั้งที่ 1 นิสิตส่วนใหญ่เห็นว่าต้องใช้เวลาทำความเข้าใจเนื้อหาของเกมและนิสิตเข้าใจตรงกันว่าเป็นความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการชั้นเรียน โดยสื่อในเรื่องของความแตกต่างระหว่างบุคคล และควรมีวิธีการจัดการเรียนการสอนหรือกิจกรรมอย่างไรให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์กับผู้เรียน

ครั้งที่ 2 นิสิตเห็นว่าเนื้อหา มีความซับซ้อน หลากหลาย อุปกรณ์ประกอบการเล่นมาก ทำให้เข้าใจยาก แต่หลังจากเริ่มเล่นแล้วจะค่อย ๆ เข้าใจมากขึ้น และนิสิตเข้าใจว่าเกมช่วยให้ฝึกความคิดเรื่องเทคนิคและวิธีการจัดการชั้นเรียนเพื่อให้เหมาะสมกับผู้เรียนที่มีความต่างกัน

ครั้งที่ 3 นิสิตเข้าใจถึงเนื้อหาของเกมว่าต้องการสื่อถึงการบริหารจัดการชั้นเรียน การเลือกใช้การสอนที่เหมาะสมกับผู้เรียนในชั้นเรียนที่มีความแตกต่างกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

ครั้งที่ 4 นิสิตมีความเข้าใจว่าเนื้อหาจากบอร์ดเกมสื่อถึงเรื่องการจัดการเรียนการสอน ความสำคัญในการจัดการชั้นเรียน ความแตกต่างระหว่างบุคคล การใช้กลยุทธ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้เหมาะสมกับชั้นเรียน

ข้อคำถามการทำความเข้าใจวิธีการ กติกาการเล่น

ครั้งที่ 1 มีความซับซ้อนเข้าใจยากในช่วงแรกที่เริ่มเล่น ต้องได้ทดลองเล่นสัก 2-3 รอบ จึงจะเข้าใจ

ครั้งที่ 2 นิสิตเห็นว่ากติกาการเล่นค่อนข้างซับซ้อน มากเกินไปและเข้าใจยาก ต้องใช้เวลาทำความเข้าใจพอสมควร ควรมีการสาธิตการเล่นประกอบคำอธิบาย

ครั้งที่ 3 นิสิตเห็นว่าสำหรับกติกาการเล่นต้องทำความเข้าใจเป็นอย่างมาก เพราะวิธีการเล่นซับซ้อน ต้องอ่านทำความเข้าใจและลองเล่นดูก่อน จึงจะเข้าใจมากขึ้น แต่บางส่วนก็เห็นว่าเข้าใจง่าย เพราะเป็นสถานการณ์ที่ต้องเจออยู่

ครั้งที่ 4 นิสิตมีความเห็นเกี่ยวกับกติกาการเล่น คือ มีความเห็นว่าเข้าใจง่าย กติกาไม่ซับซ้อน พอได้ฟังอธิบายเรื่องกติกาการเล่นแล้วก็เข้าใจ เมื่อได้ทดลองเล่นยิ่งเกิดความเข้าใจ

ข้อคำถามสิ่งที่อยากให้ปรับปรุง

ครั้งที่ 1 กติกาและเงื่อนไขการเล่นควรใช้คำอธิบายที่สั้นลง ใช้คำง่าย ๆ ชัดเจน การ์ดที่ได้คะแนนสูงควรปรับให้มี 2-3 แอคชั่น

ครั้งที่ 2 กติกาการเล่น อยากให้เพิ่มรอบการเล่นเป็น 6 รอบ กติกาการเล่นและการ์ดควรอธิบายให้ชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ควรมีการสาธิตการเล่น เพิ่มเวลาในการเล่น รวมทั้งมีวิทยากรประจำโต๊ะช่วยสอนให้เข้าใจการเล่น สีสันและตัวเกม ควรใช้สีสันแยกความแตกต่างของประเภทการ์ดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ใช้ลูกเต๋าที่มีแต้มมาก และชิ้นตัวแต้มควรมากกว่านี้

ครั้งที่ 3 กติกาการเล่นควรเพิ่มเงื่อนไขให้หลากหลายมากขึ้น โดยอ้างอิงจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ควรเขียนอธิบายกติกาให้ละเอียดมากขึ้นหรือมีรูปประกอบ เพิ่มเวลาในการเล่น และเพิ่มการ์ดกิจกรรม สีสันและตัวเกม อยากให้ปรับปรุงเรื่องวัสดุที่ใช้ในการทำบอร์ดเกมควรมีความคงทนกว่านี้ แยกสีสันของการ์ดให้ชัดเจน และเพิ่มตารางการเดินคะแนน

ครั้งที่ 4 ควรเพิ่มกลยุทธ์และแอคชั่นให้มากขึ้น เพิ่มรอบการเล่น เพิ่มรายละเอียดของวิธีการเล่นเกม ปรับคำอธิบายของการ์ดให้ชัดเจน จะได้ไม่เกิดการเข้าใจผิด ใช้อุปกรณ์ที่คงทนและสามารถอยู่ได้นาน ควรแยกสีสันที่ใช้แทนประเภทของนักเรียนให้ชัดเจนมากขึ้น

ข้อคำถามสิ่งที่น่าสนใจหรือสิ่งที่ส่งผลให้นิสิตเกิดการเรียนรู้มากขึ้น

ครั้งที่ 1 ได้เรียนรู้ถึงความสำคัญของการบริหารจัดการชั้นเรียน เรียนรู้ถึงวิธีการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับผู้เรียนทุกคน เรียนรู้ว่าการจัดที่นั่งให้กับนักเรียนก็ส่งผลในการเรียนรู้เช่นกัน

ครั้งที่ 2 ทำให้นิสิตเกิดการคิดวิเคราะห์และทักษะในการจัดการ ได้ความรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียนที่มีความแตกต่างกันของผู้เรียน นิสิตสามารถนำประสบการณ์จากการเล่นเกมนี้ไปใช้ประโยชน์ได้จริงในการทำงานในอนาคต

ครั้งที่ 3 นิสิตได้เรียนรู้ในเรื่องการสอนในห้องเรียนที่สะท้อนความเป็นจริง ซึ่งนิสิตสามารถนำไปใช้ในการเตรียมการสอนจริงได้ เกิดกระบวนการคิดในการบริหารจัดการชั้นเรียนให้ได้เรียนรู้การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการวางแผน

ครั้งที่ 4 นิสิตเกิดการเรียนรู้ในเรื่องการจัดรูปแบบของห้องเรียน ควรรู้จักจุดเด่นจุดด้อยของผู้เรียน เพื่อนำมาเป็นข้อมูลจัดผังที่นั่งให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการเรียนต่อผู้เรียน

จากระยะที่ 2 ผลที่ได้จากกิจกรรมบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียนในแต่ละรอบได้นำมาปรับปรุงและพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ เมื่อพัฒนาในแต่ละรอบแล้วจนถึงรอบที่ 4 รอบสุดท้าย นำมาปรับปรุงเพื่อนำมาจัดทำบอร์ดเกมของจริงเพื่อใช้ในการทดลองต่อไปในระยะที่ 3

ผลการทดลองในระยะที่ 3 การประเมินความพึงพอใจต่อการทำกิจกรรมบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์

ตารางที่ 2 ผลของความพึงพอใจของนิสิตต่อบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การจัดการชั้นเรียนสำหรับนิสิตคณะ
ศึกษาศาสตร์

รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ด้านวัตถุประสงค์			
1. นิสิตได้รับความรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียน	4.200	.593	มาก
2. นิสิตเกิดการเรียนรู้อย่างสนุกสนาน ไม่รู้สึกเบื่อในการเรียนรู้	4.400	.507	มาก
3. เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนนิสิตด้วยกัน ในห้องเรียน	4.533	.516	มากที่สุด
4. นิสิตฝึกการทำงานเป็นทีม ผู้นำและผู้ตาม	4.133	.516	มาก
5. นิสิตได้รับการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ เรื่องการจัดการชั้นเรียนอย่างเข้าใจได้ง่าย	4.466	.639	มาก
ด้านอุปกรณ์			
6. บอร์ดเกมมีรูปแบบที่น่าสนใจ อุปกรณ์สีสัน สวยงาม	3.733	.593	มาก
7. บอร์ดเกมสอดคล้องกับหัวข้อการจัดการ ชั้นเรียน	4.133	.639	มาก
8. บอร์ดเกมมีขั้นตอนในการเล่นเข้าใจได้ง่าย	3.800	.676	มาก
9. ใช้ระยะเวลาเหมาะสมต่อการจัดการเรียนรู้ ในหัวข้อดังกล่าว	3.933	.593	มาก
ด้านการจัดกิจกรรม			
10. นิสิตเกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ผ่านการทำกิจกรรมบอร์ดเกม	4.333	.487	มาก
11. เป็นการช่วยลดวิธีการสอนแบบบรรยาย	4.466	.516	มาก
12. นิสิตในห้องเรียนเกิดทักษะการคิด อย่างหลากหลายรูปแบบในการทำกิจกรรม	3.800	.560	มาก
13. บอร์ดเกมเป็นเทคนิคที่ช่วยกระตุ้น ความสนใจในการเรียนรู้ของนิสิตในห้องเรียน	4.666	.487	มากที่สุด
14. เมื่อทำกิจกรรมจบนิสิตสามารถสรุป องค์ความรู้ที่ได้จากการเล่นเกม ในเรื่องการจัดการชั้นเรียน	3.866	.639	มาก
15. นิสิตมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียน การสอนโดยใช้บอร์ดเกมเป็นสื่อ ช่วยให้เกิดการเรียนรู้	4.333	.723	มาก

จากตารางพบว่าความพึงพอใจในภาพรวมของนิสิตที่มีต่อบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียนมีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .723 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่ได้คะแนนมากที่สุดคือ เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนนิสิตด้วยกันในห้องเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.533 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .516 และบอร์ดเกมเป็นเทคนิคที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการเรียนรู้ของนิสิตในห้องเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .487

8. การอภิปรายผล

การอภิปรายผลจากการประเมินความต้องการจำเป็นพบว่าในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน นิสิตมีความต้องการจำเป็นในการเรียนรู้เรื่องการจัดการชั้นเรียน ทั้งในด้านตัวครู ด้านการจัดบรรยากาศและความสัมพันธ์ในห้องเรียน และด้านการสร้างแรงจูงใจและลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของผู้เรียน สอดคล้องกับสันติ บุญภิรมย์ (2557) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการจัดการชั้นเรียนไว้ว่า องค์ประกอบของการจัดการชั้นเรียน (element of classroom management) เพื่อให้ชั้นเรียนได้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้เรียน การจัดการองค์ประกอบของการจัดการชั้นเรียน 3 ด้านจึงมีความสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของณิรดา เวชฎาลักษณ์ และธัญญาพร ก่องจันทร์ (2562) ที่กล่าวถึงงานวิจัยองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการชั้นเรียน มีเรื่องการใช้ ICT เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน การสร้างวินัยเชิงบวกในห้องเรียน การออกแบบการเรียนรู้ของครูให้เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของผู้เรียน และพินดาชาติยามา (2559) ได้กล่าวถึงการจัดการห้องเรียนในศตวรรษที่ 21 การจัดการชั้นเรียนที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ เนื่องจากการจัดการชั้นเรียนเป็นกระบวนการในการจัดเตรียมสภาพห้องเรียน วัสดุอุปกรณ์ และกิจกรรมรวมทั้งวิธีการในการปรับพฤติกรรมของผู้เรียนเพื่อรักษาบรรยากาศในชั้นเรียน ช่วยให้การเรียนการสอนดำเนินไปอย่างราบรื่น ทำให้ผู้เรียนเกิดความร่วมมือในกิจกรรมการเรียนรู้ การจัดการชั้นเรียนควรมีส่วนของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกห้องเรียนทางด้านกายภาพและจิตภาพ ด้านกายภาพ ได้แก่ การจัดการห้องเรียนที่ส่งเสริมการเรียนรู้อย่างหลากหลาย การแบ่งพื้นที่ในห้องเรียนให้มีมุมประสบการณ์ มีพื้นที่ส่วนตัวของเด็ก พื้นที่ในการทำกิจกรรมทั้งกลุ่มใหญ่และกลุ่มย่อย มีโต๊ะเก้าอี้ขนาดเหมาะสมกับวัยของเด็กสำหรับการทำกิจกรรมกลุ่มหรือกิจกรรมที่ไม่ควรให้เด็กนั่งกับพื้น ผนังห้องเรียนควรมีป้ายนิเทศเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ให้กับเด็ก ส่วนด้านจิตภาพเป็นการสร้างบรรยากาศทางด้านจิตใจ ให้เด็กรู้สึกสบายใจ มีความอบอุ่น เป็นกันเอง มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ตลอดจนมีอิสระในการกล้าแสดงออกอย่างมีระเบียบวินัย สร้างความรู้สึกให้เกิดความสบายใจ ปราศจากความกลัว มีบรรยากาศของการสร้างสรรค์ กระตุ้นความสนใจให้เด็กร่วมกิจกรรมการเรียนรู้อย่างมีความสุข

สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนรายวิชาชีพครูของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นิสิตระดับปริญญาตรี และครูผู้สอนในโรงเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานนั้นพบเห็นตรงกันในส่วนที่การจัดการศึกษา จัดองค์ความรู้ จัดประสบการณ์ให้นิสิตที่กำลังศึกษาในวิชาชีพครูได้มีประสบการณ์ในเรื่องการจัดการชั้นเรียนก่อนที่จะเข้าสู่การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับนิสิตในการที่จะออกไปทำงาน ฝึกประสบการณ์จริงในอาชีพต่อไป นอกจากนี้การที่ให้นิสิตได้เรียนรู้ หรือได้ลองทำกิจกรรมเสมือนจริงก่อนที่จะออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพนั้น จะช่วยให้นิสิตมีความมั่นใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น การจัดการชั้นเรียนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ส่งเสริมให้นิสิตได้เรียนรู้วิธีการจัดการ

ชั้นเรียนรูปแบบต่างๆ และเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ หรือจากกิจกรรม หรือจากการทำสถานการณ์จำลอง การแสดงบทบาทสมมติ เพื่อให้มนิสิตได้มีความพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น เนื่องจากมนิสิตบางคนไม่มีประสบการณ์ในการสอน จึงไม่เคยเจอเหตุการณ์ต่าง ๆ ในชั้นเรียนหรือสถานการณ์เฉพาะหน้าที่ต้องแก้ไข แต่การเรียนรู้ดังกล่าวจะเป็นพื้นฐานที่ดี ทริโบนีและเวเบอร์ (Triboni & Weber, 2018) ที่พัฒนาเกมกระดานสไตน์ยุโรปเพื่อสอนเคมีอินทรีย์ เป็นการจำลองขั้นตอนการทดลองปฏิบัติการในห้องปฏิบัติการ พบว่าผู้เรียนมีความสนใจในการเรียนรู้มากขึ้น สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้ขั้นตอนการทดลองได้ดีมากขึ้น เมื่อเข้าห้องปฏิบัติการก็สามารถนำเอาองค์ความรู้ไปใช้ในการทดลองได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การพัฒนาบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียนสำหรับมนิสิตเป็นการนำองค์ความรู้ทางด้านจิตวิทยา การศึกษาและการพัฒนาบอร์ดเกมมาบูรณาการเพื่อประโยชน์สำหรับมนิสิตในวิชาชีพครู เพื่อให้มนิสิตทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก (active learning) ในห้องเรียนนอกจากการเรียนจากตำรา ดังนั้นเมื่อพิจารณาองค์ความรู้ในหัวข้อการจัดการชั้นเรียนซึ่งมีเนื้อหาและความรู้ที่มนิสิตควรต้องทำความเข้าใจและนำสิ่งนั้นมาพัฒนาเป็นบอร์ดเกม จึงมีการสร้างบอร์ดเกมต้นแบบฉบับร่างและนำมาพัฒนากับผู้เล่นถึง 4 ครั้ง ในแต่ละครั้ง เมื่ออธิบายการเล่นบอร์ดเกมเรียบร้อยแล้ว การลงมือเล่น ในระหว่างการเล่นจะมีการสังเกต รวมทั้งจดประเด็นคำถามของผู้เล่นในแต่ละครั้ง และเมื่อเล่นเสร็จจะให้ผู้เล่นตอบแบบสอบถามที่นำไปสู่การพัฒนาบอร์ดเกมในครั้งต่อไป ในแต่ละครั้งจะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและเสริมส่วนที่ขาดหาย เพิ่มส่วนที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ในการเล่นบอร์ดเกม โดยยึดหลักของการพัฒนาบอร์ดเกม ผู้เล่นต้องได้ความรู้ (knowledge) ได้เจตคติที่ดีต่อเรื่องที่กำลังเล่น (attitude) และผู้เล่นต้องได้ทักษะ (skill) ที่ได้จากการเล่นบอร์ดเกมนำมาพิจารณาควบคู่ไปด้วย รวมทั้งการเล่นบอร์ดเกมนั้นต้องให้เกิดความสนุกสนาน การแข่งขัน ความร่วมมือในการทำกิจกรรม และทักษะที่สำคัญคือ ทักษะการคิดซึ่งเป็นทักษะที่คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญในการผลิตบัณฑิตของคณะ สอดคล้องกับข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยของชนันภรณ์ อารีกุล (2563) ที่พัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้แบบเกมกระดานเพื่อเสริมสร้างความเป็นพลเมืองที่เข้มแข็งของมนิสิตระดับปริญญาตรี จากการทดลองใช้นวัตกรรม พบว่าระดับความเป็นพลเมืองที่เข้มแข็งในภาพรวมของมนิสิตระดับปริญญาตรีก่อนและหลังการใช้นวัตกรรมการเรียนรู้แบบเกมกระดานมีความแตกต่าง มนิสิตมีความพึงพอใจต่อนวัตกรรมการเรียนรู้แบบเกมกระดานและพึงพอใจต่อความเหมาะสมของจำนวนเวลาที่ใช้ในการเล่นและมนิสิตมีความพึงพอใจในด้านความน่าสนใจและการดึงดูดใจให้เล่นเกมกระดานในครั้งต่อไป แสดงให้เห็นว่าเกมเพื่อการศึกษาจะเป็นนวัตกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนสนใจในเนื้อหากิจกรรมผ่านการเล่นเกม และส่งเสริมให้เกิดทักษะต่างๆ เช่น การสื่อสารภายในกลุ่ม การบริหารจัดการ การควบคุมอารมณ์ และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น

ฉะนั้นบอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียนนี้จึงให้ความสำคัญอย่างมากกับการพัฒนาตัวบอร์ดเกมเพื่อให้ต้นแบบสามารถนำไปผลิตเป็นบอร์ดเกมจริงฉบับสมบูรณ์และต่อยอดเป็นนวัตกรรมของสาขาวิชาจิตวิทยา การศึกษาและการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ได้ต่อไป

9. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้

1. บอร์ดเกมเรื่องการจัดการชั้นเรียนเป็นการพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมความรู้ในหมวดของวิชาชีพครู สำหรับนิสิตในคณะศึกษาศาสตร์ ซึ่งสำหรับนิสิตที่ไม่ใช่ นิสิตของคณะศึกษาศาสตร์ เป็นนิสิตของคณะอื่นแต่สนใจที่จะประกอบอาชีพครูในอนาคต สามารถนำบอร์ดเกมนี้ไปเล่นเพื่อทำความเข้าใจเรื่องการจัดการชั้นเรียนได้
2. การวิจัยและพัฒนาบอร์ดเกมทางด้านจิตวิทยานั้นยังมีน้อย ที่จริงแล้วยังมีเนื้อหาหรือองค์ความรู้ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นบอร์ดเกมเพื่อให้นิสิตได้เป็นสื่อในการเรียนรู้ในเรื่องต่างๆ อีกมากมาย อาทิ เรื่อง แรงจูงใจ หรือการปรับพฤติกรรมในชั้นเรียน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องทางการศึกษาในส่วนของวิชาชีพครูควรให้ความสำคัญกับการเตรียมตัวก่อนที่จะเข้าสู่การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับนิสิตทั้งในเรื่องประสบการณ์โดยตรงและเรื่องการเรียนรู้เพื่อให้นิสิตเกิดความมั่นใจในการเข้าสู่กระบวนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
2. การจัดกิจกรรมที่หลากหลาย บอร์ดเกมเป็นกิจกรรมหนึ่งที่น่าสนใจและเป็นที่นิยมนำมาใช้ และเป็นกิจกรรมที่สามารถทำให้นิสิตเกิดการเรียนรู้ได้เร็วในการนำองค์ความรู้มาประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ได้ อีกทั้งยังเป็นภาพจำลองเสมือนจริงในการที่นิสิตจะได้เตรียมตัวก่อนออกไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบสำหรับรายวิชาที่เกี่ยวข้องที่มีเนื้อหาเรื่องการจัดการชั้นเรียน เช่น รายวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนวสำหรับครู จิตวิทยาการศึกษา ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับกิจกรรมในชั้นเรียน เช่นบทบาทสมมติเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในหัวข้อการจัดการชั้นเรียนกับการทำกิจกรรมบอร์ดเกม
2. ควรมีการทดลองใช้บอร์ดเกมนี้กับนิสิตที่อยู่ต่างคณะที่มีความสนใจในวิชาชีพครู แต่ไม่ได้อยู่ในคณะศึกษาศาสตร์

รายการอ้างอิง

- กนกกร จีนา และอลงกรณ์ คูตระกูล. (2561). กระบวนการถ่ายทอดความรู้จากมหาวิทยาลัยสู่ชุมชน: กรณีศึกษาโครงการอนุรักษ์วิหารพระเจ้าพันองค์ วัดปงสนุก จังหวัดลำปาง. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 9(1), 59-80.
- กาญจนา ไชยพันธ์. (2549). *กระบวนการกลุ่ม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ชนันภรณ์ อารีกุล. (2563). การพัฒนาวัตกรรมการเรียนรู้แบบเกมกระดานเพื่อเสริมสร้างความเป็นพลเมืองที่เข้มแข็งของนิสิตระดับปริญญาตรี. *วารสารปัญญาภิธาน*, 5(2), 137-150.
- ณิรดา เวชัญญลักษณ์ และธัญญาพร ก่องจันทร์. (2562). แนวปฏิบัติการบริหารจัดการชั้นเรียนของครูปฐมวัยตามแนวห้องเรียนคุณภาพโรงเรียนขนาดเล็กที่จัดการศึกษาระดับปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 2. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 16(73), 23-30.
- ทิตนา แคมมณี. (2552). *ศาสตร์การสอน*. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.

- นภาศรี สงสัย. (2563). การศึกษาผลการใช้บอร์ดเกมประกอบการเรียนการสอนรายวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่องระบบนิเวศ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนศรีสำโรงชนูปถัมภ์. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์สื่อนวัตกรรมและการศึกษาเชิงสร้างสรรค์*, 3(2), 1-11.
- พนิดา ซาตยาภา. (2559). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษาโดยใช้แผนที่ทางความคิด. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(2), 307-321.
- พระครูสิริธรรมนิเทศ, พระครูวิภาชธรรมวิจิตร และจักษิ์ บางประเสริฐ. (2563). การจัดการชั้นเรียนในยุคการศึกษาเปลี่ยนแปลง. *วารสารสิรินธรปริทรรศน์*, 21(2), 369-376.
- พิมพาพิญ ทอังกิ่ง. (2563). บทบาทครูกับการจัดบรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวกในศตวรรษที่ 21. *ศึกษาศาสตร์สาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 4(1), 50-59.
- ภูมิภควิชญ์ ภูมิพงศ์คชศร. (2563). การบริหารจัดการชั้นเรียนเพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(3), 591-600.
- สันติ บุญภิรมย์. (2557). *การบริหารจัดการในห้องเรียน*. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- สาโรช โศภีรักษ์. (2546). *นวัตกรรมการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ*. กรุงเทพฯ: บัคพอยท์.
- สุคนธ์ สินธพานนท์. (2553). *นวัตกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณภาพของเยาวชน การใช้เกมประกอบการสอน*. กรุงเทพฯ: 9119 เทคโนโลยีปริทัศน์.
- สุรางค์ โค้วตระกูล. (2556). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Garris, R., & Ahlers, R. (2002). Driskell, J. E. 2002. Games, motivation and learning. *Simulation & gaming: An interdisciplinary. Journal of Theory, Practice and Research*, 33(4).
- Moore, Kenneth D. (2007). *Classroom teaching skills: McGraw-Hill Humanities, Social Sciences & World Languages* (6th ed.). New York City: McGraw-Hill.
- Pho, A., & Dinscore, A. (2015). Game-based learning. *Tips and Trends, Spring*, 1-5.
- Triboni, E., & Weber, G. (2018). MOL: Developing a European-Style Board Game to Teach Organic Chemistry. *Journal of Chemical Education*, 95(5), 791-803.



ลักษณะของเรื่องเล่าในการเล่นบทบาทสมมติ บนเฟซบุ๊กภาษาไทย: การศึกษากลุ่มการเล่นระยะสั้น และระยะยาว

Received: 24 January 2020

Revised: 28 October 2020

Accepted: 07 October 2020

มิ่งขวัญ สังข์วัฒนะ*

การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กในภาษาไทยเป็นการเล่าเรื่องผ่านสื่อประเภทหนึ่ง มีความโดดเด่นคือ มีลักษณะคล้ายนวนิยายที่มีผู้เขียนหลายคน และผู้เขียนหลายคนนั้นยังสวมบทบาทของตัวเองที่ตนคิดขึ้นเอง เพื่อร่วมกันเขียนเรื่องและเล่นบทบาทสมมติไปพร้อมกันด้วย ทั้งที่ไม่ได้พบหน้ากัน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากระบวนการเล่าเรื่องในการเล่นดังกล่าว

จุดประสงค์งานวิจัยนี้ คือ เพื่อศึกษาการเชื่อมโยงกันของชุดของเหตุการณ์ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการเล่นแบบระยะสั้น (ใช้เวลาเล่น 7-10 วัน) 2 กลุ่ม และกลุ่มการเล่นระยะยาว (ใช้เวลาเล่น 3 เดือน - 1 ปี) 2 กลุ่ม ผู้วิจัยเลือกกลุ่มด้วยการสุ่มแบบบังเอิญและมีการเล่นติดต่อกันมากกว่า 7 วัน วิเคราะห์ตามแนวคิดเรื่องเล่าของอิริค มิลเลอร์ (Miller, 2010) เนื่องจากข้อมูลสอดคล้องกับนิยามที่ว่าเรื่องเล่าคือชุดของเหตุการณ์ และการเล่าเรื่องคือการเชื่อมโยงชุดของเหตุการณ์

ผลการศึกษาพบว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กทั้ง 4 กลุ่มมีความเป็นเรื่องเล่าในลักษณะเดียวกัน คือ มีลักษณะของการด้นสด (improvisation) ผู้เล่นบทบาทสมมติแต่ละคนจะไม่ทราบโครงเรื่องที่ร่วมกันเล่า แต่จะร่วมกันสร้างเหตุการณ์ขึ้นเพื่อให้เรื่องดำเนินไปข้างหน้า และอาศัยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในผลัดก่อนหน้าเป็นตัวบทในการผลิตข้อความผลัดถัดไป การร่วมกันสร้างและเชื่อมโยงเหตุการณ์เข้าด้วยกันนี้ทำให้เกิดเป็นชุดเหตุการณ์ขึ้น

การเชื่อมโยงเรื่องเล่าในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กเกิดขึ้นด้วยวิธีการที่ผู้เล่นแต่ละคนผลัดกันสร้างเหตุการณ์และคลี่คลายเหตุการณ์เหล่านั้น โดยใช้ตัวละครที่ตนเองสวมบทบาทสนทนาหรือเล่าเรื่องเปลี่ยนผลัดกันไปมา กระทั่งไม่มีเหตุการณ์ใดเกิดขึ้นใหม่อีกต่อไปแล้ว การเล่นแต่ละครั้งจึงจบลง

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

การวิเคราะห์เรื่องเล่า;
การเล่นบทบาทสมมติ;
เฟซบุ๊ก

* นักวิชาการอิสระ ติดต่อได้ที่: mingkwan.sun@dome.tu.ac.th

นอกจากนี้ในแต่ละผลัด ผู้เล่นจะเล่นบทบาทสมมติตอบรับการสนทนากับตัวละครของผู้อื่น ร่วมกับการสร้างเหตุการณ์ใหม่ขึ้นเพื่อให้ผู้เล่นคนอื่นถัดไปสามารถตอบรับการสนทนานั้น หรือใช้รูปอ้างอิงในการเชื่อมโยงความไปยังผลัดก่อนหน้าที่มีจุดอ้างอิงได้ กระบวนการนี้ทำให้ตัวบทมีเอกภาพเป็นหนึ่งเดียวกันด้วย

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการเล่าเรื่องด้วยการสื่อสารผ่านสื่อด้วยการสวมบทบาทนั้น แม้จะไม่ใช้การเผชิญหน้ากัน แต่การสื่อสารผ่านสื่อก็ก่อให้เกิดรูปแบบเรื่องเล่าในภาษาไทยที่เฉพาะตัวได้ ความเฉพาะตัวนี้ผู้วิจัยสังเกตว่าพบในการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันน้อย นอกจากนี้ข้อค้นพบที่ได้ยังแสดงบทบาทของภาษาไทยที่อยู่ในเฟซบุ๊กและขยายขอบเขตการศึกษาภาษาผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ด้วย

Elements of Narratives in the Role-Playing among Thai-Speaking Facebook Users: A Short- and Long-Term Study

Received: 24 January 2020

Revised: 28 October 2020

Accepted: 07 October 2020

Mingkwan Sungkawatana *

Employing social media as a platform, the role-playing acts among Thai-speaking users on Facebook are characterized by their fictional and multi-authored nature. Each of the various participants of this virtual storytelling, whose interactions are limited exclusively online, assumes two roles simultaneously: on the one hand, the participants are role-playing as fictitious characters in the story, ones which they originally created for themselves; on the other, they collectively act as the author, pushing the narrative thread forward.

This study aims to illuminate how the participants of this virtual role-playing on Facebook develop and connect the chains of events within the story. The data is gathered from four role-playing groups on Facebook, two of which are short-term (lasting 7-10 days), while the others are long-term (extending from over three months to a year). The subjects of the study have been drawn through accidental sampling, with at least 7 days of constant activities within the group, and analyzed through Eric Miller's framework of storytelling (Miller, 2010), which defines "story" as the chains of events, and "storytelling" as the connections between such chains of events.

It is found that the role-playing acts in all the four Facebook groups were driven by improvisation. None of the participants were aware of the exact direction of the storyline toward which they were heading together. Instead, each would take turns generating an event based on the one previously introduced by the last participant. The process was then repeated, pushing the story forward, as individually generated events were strung into a single, unified chain of events.

Research Article

Abstract

Keywords

narrative analysis;
role-play;
facebook

* Independent Scholar, e-mail: mingkwan.sun@dome.tu.ac.th

To link each event together, the participants, assuming the role of the characters they had initially chosen for themselves, engaged in either conversations or narrations. The role-plays would end when no more new events were pushed forth by any of the participants.

In each turn, the participants might also respond to other characters with role-playing stories while initiating conversations or events. The referencing used during turns would serve as reference points. Participants could later refer back to these points in the conversations, resulting in unity of the text.

The study suggests that role-playing in online communities, despite the absence of face-to-face interactions, leads to a unique form of storytelling. The finding also illuminates the role of the Thai language on Facebook and expands the scope of language study through social media.

1. บทนำ

การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กเป็นการที่ผู้เล่นผลัดกันเขียนเรื่องเล่าของตัวเองสร้างขึ้นและกำหนดให้สนทนาโต้ตอบกันไปมาโดยอาศัยเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร (มิ่งขวัญ สังฆะวัณณะ และสุธาสินี ปิยพสุนทร, 2562, น. 396) ข้อความการเล่นบทบาทสมมตินี้มีลักษณะคล้ายการเขียนนวนิยายต่อเนื่องกัน โดยมีผู้เขียนร่วมกันหลายคน แต่ละคนจะใช้บัญชีผู้ใช้เฟซบุ๊กเข้าร่วมกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติที่สนใจและสร้างตัวละครสมมติของตนเอง ตลอดจนดำเนินเรื่องราวของตัวละครร่วมกันกับตัวละครของผู้อื่นในกลุ่มเฟซบุ๊กนั้นจนจบ ทำให้บางครั้งผู้เล่นอาจไม่ทราบว่าผู้เล่าเรื่องคนอื่นนั้นเป็นใคร เนื่องจากบัญชีผู้ใช้เฟซบุ๊กของผู้เล่นบทบาทสมมติมักมีการปิดบังตัวตน

การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีความแตกต่างจากการใช้เฟซบุ๊กทั่วไป คือ ผู้เล่าเรื่องนั้นจะต้องสวมบทบาทเป็นตัวละครของตนเองในเรื่องที่เล่าและต้องมีการเล่าด้วยการโต้ตอบไปมากับผู้ที่สวมบทบาทเพื่อเล่าเรื่องคนอื่น ไม่ใช่การเขียนเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบด้วยผู้เล่นเพียงคนเดียว หรือเล่าโดยปราศจากการสวมบทบาทเหมือนการเล่าเรื่องทั่วไป รวมถึงเรื่องเล่าจะต้องเป็นเรื่องที่สมมติขึ้นเท่านั้นด้วย

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีลักษณะเป็นข้อความประเภทสนทนา แต่ก็มีคุณสมบัติของความเป็นเรื่องเล่าอยู่และเป็นการเล่าเรื่องโดยการใช้สื่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication: CMC) มีผู้เล่าหลายคน รวมถึงผู้เล่าหลายคนนั้นยังมีการสวมบทบาทเพื่อร่วมกันเล่าเรื่องด้วย ดังนั้นเป็นที่น่าสนใจว่าผู้เล่าเหล่านั้นมีการเชื่อมโยงเหตุการณ์ที่ร่วมกันเล่าหรือไม่ และเชื่อมโยงกันได้อย่างไร เมื่อไม่ได้อยู่ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน (face-to-face conversation)

มิลเลอร์ (Miller, 2010 p. 1) กล่าวถึงความหมายของเรื่องเล่าไว้ว่า “เรื่องเล่าเป็นชุดของเหตุการณ์ ส่วนการเล่าเรื่องนั้น คือ ความเชื่อมโยงกันของชุดของเหตุการณ์นั้นๆ” และ “เรื่อง (story) กับ เรื่องเล่า (narrative) ก็เป็นสิ่งเดียวกัน” จากนิยามของมิลเลอร์จะเห็นว่าความเป็นเรื่องเล่านั้นเกิดจากการมีชุดของเหตุการณ์ขึ้นในข้อความ และหากมีการเชื่อมโยงชุดของเหตุการณ์เหล่านั้นจะเรียกว่าเป็นการเล่าเรื่องโดยทันที กล่าวคือการจะเป็นเรื่องเล่าได้นั้นต้องมีชุดของเหตุการณ์และการเชื่อมโยงชุดของเหตุการณ์เหล่านั้นนั่นเอง ในงานวิจัยนี้ ความเป็นเรื่องเล่าจะมีความหมายตามนิยามที่มิลเลอร์กล่าวไว้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก กล่าวคือการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กด้วยข้อความตัวอักษรนี้อาจมีชุดของเหตุการณ์ที่ผู้เล่นบทบาทสมมติร่วมกันเขียนขึ้นและเชื่อมโยงกันเพื่อดำเนินเรื่องไปข้างหน้า ดังที่มิลเลอร์ได้กล่าวไว้ด้วย

รัชชานนท์ จิตธีรสรพ และนรุตม์ คุปต์ธนโรจน์ (2562) ศึกษาเกี่ยวกับ “อนุภาคและแบบเรื่องของเรื่องเล่าสยองขวัญสมัยใหม่ในแอปพลิเคชันจอยลด้า” โดยใช้ข้อมูลเรื่องเล่าที่จบแล้วจากห้องเซตอาคาร 50 เรื่องมาวิเคราะห์แบบเรื่องและหาอนุภาค งานวิจัยของรัชชานนท์ จิตธีรสรพ และนรุตม์ คุปต์ธนโรจน์ พบว่าอนุภาคที่โดดเด่นและมีผลต่อการดำเนินเรื่องคืออนุภาคการลอบหลอนและอนุภาคการรับมือกับผี และแบบเรื่องทั้งหมดสามารถแบ่งได้ 9 แบบ

งานวิจัยของรัชชานนท์และนรุตม์นั้นแสดงให้เห็นว่าสื่อเทคโนโลยีนั้นถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอเรื่องเล่า แต่เรื่องเล่าในแอปพลิเคชันจอยลด้านั้นเป็นการเล่าเรื่องโดยมีผู้เล่าเพียงคนเดียวเป็นผู้เขียนตัวบทเรื่องเล่านั้น แตกต่างจากการเล่นบทบาทสมมติที่มีผู้เล่าหลายคนและผู้เล่าหลายคนนั้นไม่ได้เขียนตัวบทเล่าเรื่อง

โดยทราบเรื่องทั้งหมดหรือพบปะกันมาก่อน ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจว่าผู้เล่าเรื่องหลายคนนั้นทำให้การเล่นบทบาทสมมติดำเนินร่วมกันไปเป็นเรื่องเดียวกันได้อย่างไร

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ที่ศึกษาเกี่ยวกับภาษาในเฟซบุ๊กจะเน้นศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook fanpage) เช่น งานวิจัยเรื่อง “การใช้ภาษาในเพจใต้เตียงดารา” ของพีรญา กล่อมจิต (2561) หรืองานวิจัยของอุไรวรรณ สิงห์ทอง และคณะ (2560) เรื่อง “การศึกษาการใช้คำแสลงในเว็บเพจอีเจียบ เลียบด่วน” ผลจากการทบทวนวรรณกรรมนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบว่ายังมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กในฐานะเรื่องเล่าในการสื่อสารผ่านสื่อ แต่มีงานวิจัยที่ศึกษาข้อมูลดังกล่าวแล้ว

มีงขวัญ สัจจะวิณะ (2563) ศึกษาเรื่อง “การเปลี่ยนผลัดการเล่าเรื่องภาษาไทยในชุมชนการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก: ศึกษาตามแนวคิดกฎในการมอบผลัดของแซกส์ และคณะ” โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการเล่นระยะสั้นและกลุ่มการเล่นระยะยาว มาวิเคราะห์ค้นหาลักษณะการเปลี่ยนผลัดในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก ผลการศึกษาพบว่าผู้เล่นบทบาทสมมติมีแนวโน้มเสนอตนเองในการชิงผลัดเพื่อเล่าเรื่องของตนเองให้จบ ก่อให้เกิดคู่แทรกของถ้อยคำ จำนวนผู้สนทนา และความเร็วในการสนทนา แต่ผู้เล่นได้ทำการแก้ปัญหา ด้วยการสร้างข้อตกลงเพิ่มเติมเพื่อจัดเรียงผลัดการเล่าเรื่อง ใช้สัญลักษณ์ หรือใช้การแท็ก (tag) ชื่อบัญชีผู้ใช้ของเจ้าของตัวละคร เพื่อรักษาเอกภาพของเรื่องที่ร่วมกันเล่าไว้

งานวิจัยเรื่องการเปลี่ยนผลัดการเล่าเรื่องภาษาไทยในชุมชนการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนี้ แสดงให้เห็นแง่มุมหนึ่งของการศึกษาการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กว่า ในมิติของการสื่อสารนั้นเกิดการเชื่อมโยงกันของการเล่นอย่างแน่นนอนแล้ว ดังนั้นในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการเล่นบทบาทสมมติในเชิงเรื่องเล่าว่า ในมิติของเรื่องเล่า นั้น มีชุดของเหตุการณ์และการเชื่อมโยงกันของชุดเหตุการณ์เหล่านั้นอยู่ด้วยหรือไม่ ด้วยวิธีการใด

จากการทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นว่างานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภาษาไทยในเฟซบุ๊กนั้นยังไม่มียงานวิจัยที่ศึกษาการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กในฐานะเรื่องเล่า จึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาชุดของเหตุการณ์และการเชื่อมโยงกันของชุดเหตุการณ์ในการเล่าเรื่องของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก เพื่อแสดงให้เห็นกระบวนการเล่าเรื่องด้วยการสื่อสารผ่านสื่อของผู้ใช้เฟซบุ๊กที่ไม่ได้พบปะกัน และแสดงให้เห็นความเฉพาะตัวของเรื่องเล่าอีกประเภทหนึ่งที่ปรากฏในภาษาไทย

การศึกษานี้จะแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาตามยุคสมัยของเรื่องเล่าอีกมุมมองหนึ่งที่อาศัยสื่อในการสื่อสารมาใช้เล่าเรื่องที่จินตนาการขึ้น รวมถึงแสดงให้เห็นว่าผู้เล่นที่ไม่ได้รู้จักกันหรือพบปะกันในชีวิตจริงก็สามารถมาเล่าเรื่องร่วมกันได้ นอกจากนี้ยังช่วยขยายขอบเขตการวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มข้อมูลการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กต่อไปด้วย

2. จุดประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความเป็นเรื่องเล่าในประเด็นการเกิดขึ้นของชุดเหตุการณ์และความเชื่อมโยงกันของชุดเหตุการณ์ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก ทั้งกลุ่มการเล่นระยะสั้นและกลุ่มการเล่นระยะยาว

3. สมมติฐาน

ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีความเป็นเรื่องเล่าตามที่มิลเลอร์ได้นิยามไว้ กล่าวคือเมื่อเหตุการณ์หนึ่งจบลงจะมีเหตุการณ์ใหม่เกิดขึ้น กระทั่งไม่มีเหตุการณ์ใหม่เกิดขึ้นอีกแล้ว การเล่นจึงจบลง โดยชุดเหตุการณ์เหล่านั้นมีความเชื่อมโยงกันด้วย

4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

มิลเลอร์ (Miller, 2010, p. 1) ได้กล่าวถึงความหมายของเรื่องเล่าไว้ว่า “เป็นชุดของเหตุการณ์” ส่วนการเล่าเรื่องนั้นคือ “ความเชื่อมโยงกันของชุดของเหตุการณ์นั้นๆ” และ “เรื่อง (story) และเรื่องเล่า (narrative)” เป็นสิ่งเดียวกัน นอกจากนี้มิลเลอร์ยังกล่าวถึงเงื่อนไข 3 ข้อของการเล่าเรื่องเอาไว้ว่า การเล่าเรื่องนั้นอยู่ภายใต้เงื่อนไข 3 ข้อ นั่นคือ ในเวลาเฉพาะ (in a special time) ในพื้นที่เฉพาะ (in a special space) และเพื่อความบันเทิง (just for fun) ด้วย

จากการกล่าวถึงเรื่องเล่าของมิลเลอร์ ผู้วิจัยเห็นว่ามีผลคล้ายคลึงและใกล้เคียงกันกับการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมตินั้นก็เป็ชุดของเหตุการณ์เช่นกัน กล่าวคือ การตั้งกระทู้สำหรับเล่นแต่ละครั้งเปรียบเป็นชุดของเหตุการณ์หนึ่งๆ หรือนับเป็นการเล่าเรื่องหนึ่งครั้ง ไม่ว่าจะการเล่านั้นจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม คือชุดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยมีผู้เล่นหลายคนแล้วนั่นเอง โดยชุดของเหตุการณ์นี้จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของเวลา พื้นที่ และเพื่อความสนุกสนานด้วย

โดยสรุปผู้วิจัยพบว่าเรื่องเล่าอาจหมายถึงชุดของเหตุการณ์ที่เชื่อมโยงกันภายใต้เงื่อนไขของเวลา พื้นที่ และความสนุกสนาน ดังที่มิลเลอร์ (Miller, 2010) ได้กล่าวถึงความหมายของเรื่องเล่าไว้ และในงานวิจัยนี้ใช้นิยามเรื่องเล่าของมิลเลอร์ในการวิเคราะห์

ส่วนการเชื่อมโยงตัวชุดของเหตุการณ์นั้น จันทิมมา อังคพาณิชกิจ (2561, น. 47) กล่าวว่า ตัวบทไม่สามารถเกิดขึ้นและสื่อสารได้ตามลำพัง หากแต่ต้องสัมพันธ์กับตัวบทที่มีมาก่อนหน้าซึ่งได้ถูกนำมาผลิตซ้ำแล้วถ่ายทอดในรูปแบบของตัวบทใหม่ การเล่นบทบาทสมมติเป็นเรื่องเล่าที่มีผู้เล่าร่วมกันหลายคน การที่ผู้เล่นจะสามารถเล่าเรื่องต่อไปได้นั้นจึงจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงตัวบทจากผลผลิตที่ถูกส่งมาก่อนหน้า เนื่องจากการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก ผู้เล่นแต่ละคนจะทำการสวมบทบาทตัวละครที่ครอบครองมารวมกันเล่าเรื่องเดียวกันและมีสิทธิ์ควบคุมเฉพาะตัวละครของตนเองเท่านั้น ดังนั้นในการจะเล่าเรื่องของตนเองต่อไปได้จะต้องอาศัยข้อมูลการเล่นที่ผู้เล่นคนอื่นได้เล่าเอาไว้แล้วมาเขียนเรื่องต่อไปนั่นเอง

5. ข้อมูลและวิธีการวิจัย

จากการสำรวจข้อมูล ผู้วิจัยพบว่าในการเล่นบทบาทสมมตินั้นมีการเล่นอยู่ 2 แบบ คือ แบบระยะสั้น ใช้เวลาการเล่น 7-15 วัน จำนวนผู้สนทนาไม่เกิน 20 คน และแบบระยะยาว ใช้เวลาการเล่น 3 เดือน-1 ปี จำนวน

ผู้สนทนามากกว่า 20 คนขึ้นไป ในการเล่น 2 แบบนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าไม่มีข้อแตกต่างของความเป็นเรื่องเล่าเกิดขึ้นในการเล่นทั้ง 2 แบบ แต่ในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมการเล่นบทบาทสมมติทั้งหมด จำเป็นจะต้องเก็บข้อมูลจากการเล่นทั้ง 2 แบบ โดยเก็บแบบละ 2 กลุ่ม เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ผู้วิจัยทำการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) เลือกรุ่นการเล่นบทบาทสมมติจากกลุ่มประกาศหาผู้เล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กแบบชุมชนในช่วงเดือนมิถุนายน 2560-พฤษภาคม 2561 รวมระยะเวลา 1 ปี เพื่อเข้าไปสังเกตการณ์เดือนละ 1 ชุมชน รวม 12 ชุมชน จากนั้นเข้าไปติดตามการเล่นบทบาทสมมติจนกว่าการเล่นจะสิ้นสุดลง หากกลุ่มที่ทำการคัดเลือกได้มีเนื้อหาการเล่นยาวนานหลายภาค จะเลือกเก็บตัวอย่างมาเพียงภาคเดียวเท่านั้น

หลังจากได้กลุ่มตัวแทนในการสังเกตการณ์จำนวน 12 กลุ่มแล้ว ผู้วิจัยจะคัดเลือกกลุ่มชุมชนที่มีการเคลื่อนไหวของสมาชิกและผู้ควบคุมอยู่เสมอ เพื่อให้มีข้อมูลเพียงพอในการวิเคราะห์และมีความทันสมัย

จากเกณฑ์ข้างต้นผู้วิจัยเลือกรุ่นเฉพาะการเล่นบทบาทสมมติจำนวน 4 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มการเล่นแบบระยะยาว 2 กลุ่ม และกลุ่มการเล่นแบบระยะสั้น 2 กลุ่ม ใช้เป็นตัวแทนในการศึกษาการเชื่อมโยงชุดของเหตุการณ์ในการเล่นเล่าเรื่อง

หลังจากได้กลุ่มตัวอย่างมาแล้ว ผู้วิจัยทำการกรองกระทู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเล่นบทบาทสมมติออกไป เลือกเฉพาะกระทู้ที่เป็นการเล่นบทบาทสมมติ และทำการสุ่มตัวอย่างกระทู้ในการเล่นบทบาทสมมติจากกลุ่มตัวอย่างอีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้เป็นตัวแทนของข้อมูลในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการสุ่ม คือ ต้องเป็นกระทู้ที่มีความยาวมากกว่า 50 ผลัดขึ้นไป แต่ไม่เกิน 200 ผลัด¹ จำนวนกลุ่มละ 2 กระทู้ รวม 6 กระทู้ เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลตัวอย่างมีความยาวเพียงพอต่อการวิเคราะห์และเพื่อกรองข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป ทั้งนี้กระทู้ที่สุ่มเลือกมาจะต้องมีผู้เล่นมากกว่า 3 คนขึ้นไปด้วย เพื่อไม่เป็นการเล่าของผู้เล่นเพียง 1 หรือ 2 คน และหากมีจำนวนกระทู้ที่ผ่านเกณฑ์มากกว่า 2 กระทู้ในกลุ่มการเล่นนั้นๆ จะใช้วิธีจับสลากมาวิเคราะห์เพียง 2 กระทู้

กลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์

- | | | | | |
|---|---------------|-------|---------|-----------------------|
| 1. [COMMU] Saint & Sinner | มีจำนวนสมาชิก | 79 คน | ข้อความ | 238 ผลัด |
| 2. Dark Insider Community [TH] | มีจำนวนสมาชิก | 85 คน | ข้อความ | 225 ผลัด |
| 3. {Murder on the Orient Express Commu} | มีจำนวนสมาชิก | 17 คน | ข้อความ | 271 ผลัด |
| 4. RED BEACH SHOW 2: Get Away (Demo) | มีจำนวนสมาชิก | 12 คน | ข้อความ | 244 ผลัด ² |

ส่วนกลุ่มการเล่นที่ไม่ถูกคัดเลือกนั้นเกิดจากกลุ่มชุมชนนั้นไม่มีผู้เคลื่อนไหวในการเล่นหลังจากผู้ควบคุมเปิดการเล่น ผู้ควบคุมหรือผู้เล่นหยุดเคลื่อนไหวทำการออกจากกลุ่มหรือทำการเล่นกันเฉพาะในกล่องข้อความเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้

¹ ผลัดหนึ่งในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีความยาวเฉลี่ย 443 ตัวอักษร จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยพบว่า ผลัดที่ยาวที่สุดมีความยาวถึง 2,227 ตัวอักษร

² นิยามตามศิริพร ปัญญาเมธีกุล (2558, น. 65) หนึ่ง ผลัดหนึ่งในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีความยาวเฉลี่ย 443 ตัวอักษร จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยพบว่าผลัดที่ยาวที่สุดมีความยาวถึง 2,227 ตัวอักษร

6. ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบว่าการเล่นบทบาทสมมติมีการเกิดขึ้นของเหตุการณ์เป็นชุดเรียงต่อกันไป ชุดของเหตุการณ์เหล่านั้นมีความเชื่อมโยงกันดังที่มิลเลอร์ (Miller, 2010) กล่าวถึงไว้ด้วย โดยเป็นไปในการทำงานเดียวกันทั้งกลุ่มการเล่นระยะสั้นและกลุ่มการเล่นระยะยาวทุกตัวอย่างที่นำมาศึกษา

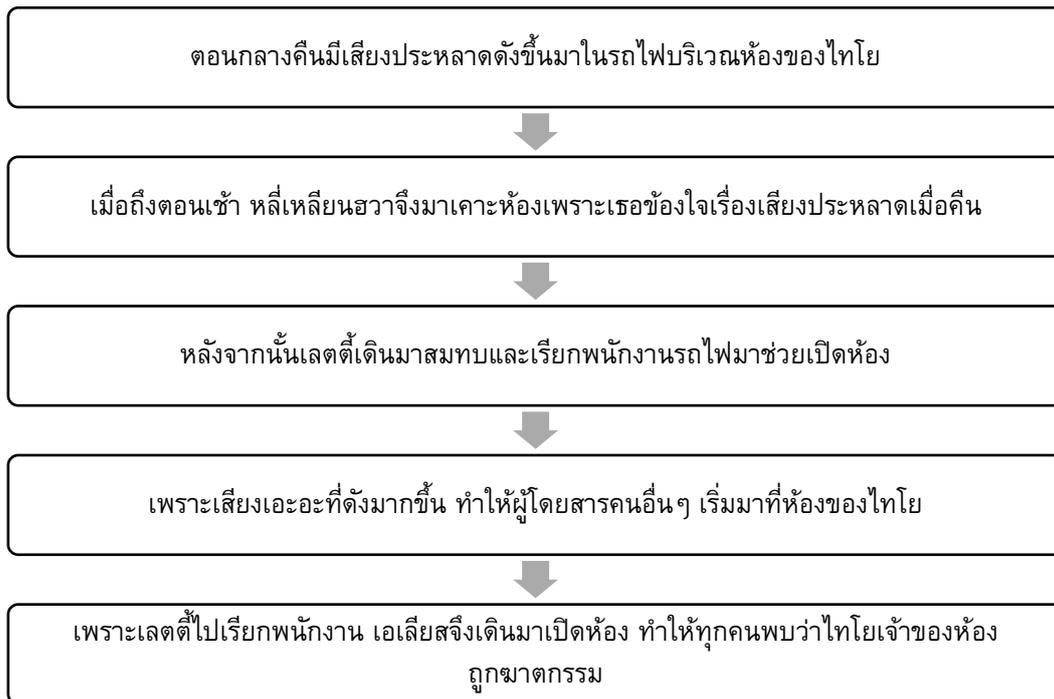
เพื่อตอบจุดประสงค์ของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอผลเป็นสองส่วน คือ ความเป็นเรื่องเล่าของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก เพื่อแสดงให้เห็นการเกิดขึ้นของชุดของเหตุการณ์ในการเล่นบทบาทสมมติ แล้วจึงนำเสนอกระบวนการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติ เพื่อนำเสนอการเชื่อมโยงชุดของเหตุการณ์ในการเล่นนั้นตามลำดับ

6.1 ความเป็นเรื่องเล่าของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

จากการศึกษาข้อมูลพบว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีลักษณะเป็นข้อความประเภทเรื่องเล่าแบบการต้นสด (improvisation)³ เนื่องจากการเล่นแต่ละครั้งจะไม่มีกรกล่าวถึงโครงเรื่องที่ร่วมกันเล่าเลยแม้จะมีผู้เล่าร่วมกันหลายคน กล่าวคือ การเปิดเล่นบทบาทสมมติในกลุ่มนั้น ผู้เล่นแต่ละคนจะทราบข้อมูลเพียงบางส่วนเท่านั้น เช่น ฉาก เวลา สถานที่ บริบทในเรื่อง หรือการกระทำของตัวละครของผู้เปิดเล่น การไม่ทราบโครงเรื่องเช่นนี้ ส่งผลให้เมื่อเกิดการเปิดเล่นขึ้น ผู้เล่นที่เข้าร่วมการเล่นบทบาทสมมติจึงต้องใช้ตัวละครของตัวเองสร้างเหตุการณ์ร่วมกันเพื่อให้เรื่องสามารถดำเนินไปข้างหน้าได้

การสร้างเหตุการณ์เหล่านี้เองเป็นไปในการทำงานเดียวกันทั้งกลุ่มการเล่นแบบระยะสั้นและกลุ่มการเล่นแบบระยะยาว แสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้นมีการเกิดขึ้นของชุดของเหตุการณ์อยู่จริงตามนิยามเรื่องเล่าที่มิลเลอร์ (Miller, 2010) ได้กล่าวไว้ว่าเรื่องเล่าเป็นชุดของเหตุการณ์นั่นเอง ดังภาพที่ 1

³ ในสาขาวรรณกรรมและภาษายังไม่พบการใช้คำศัพท์เฉพาะที่ตรงกับความหมายที่ต้องการ ผู้วิจัยจึงศึกษาคำศัพท์นี้ ด้านนิยามของสาขาสังคีตวิทยาและพัฒนา ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยพบว่าการคิดและกระทำในขณะนั้น โดยไม่ได้มีการเตรียมมาก่อนล่วงหน้า (วัชระ กัณธีการณ, 2557, น. 1)



ภาพที่ 1. แสดงการเป็นชุดของเหตุการณ์ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

ภาพที่ 1 เป็นตัวอย่างจากกลุ่ม (Murder on the Orient Express Commu) ตอนที่ตัวละครของผู้เล่นทุกคนขึ้นรถไฟมาแล้ว 2 วันตามระยะเวลาในเรื่อง และคืนก่อนขึ้นวันที่ 3 นั้น ได้มีเสียงแปลกๆ ดังออกมาจากห้องของตัวละครไทยตอนกลางดึก จึงก่อให้เกิดเหตุการณ์ขึ้นตามที่แสดงในตัวอย่าง

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่ามีเหตุการณ์เกิดขึ้นในการเล่นบทบาทสมมติครั้งนี้จำนวน 5 เหตุการณ์ โดยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ละเหตุการณ์สามารถแบ่งแยกกันได้ด้วยการมองจุดที่เริ่มปรากฏคำเชื่อม ในตัวอย่างนี้ เหตุการณ์แรกที่เกิดขึ้นคือ ตอนกลางคืนมีเสียงประหลาดดังขึ้นมาในรถไฟบริเวณห้องของไทย ต่อมาด้วยเหตุการณ์ที่สองคือ เมื่อถึงตอนเช้าหลี่เหลียนฮวามาเคาะห้องเพราะเธอขังใจเรื่องเสียงประหลาดเมื่อคืน

จากตัวอย่างที่ยกมานี้จะเห็นว่าตั้งแต่การเริ่มปรากฏคำว่า เมื่อ ไปจนถึงคำว่า เพราะ เป็นจุดที่สามารถแบ่งเหตุการณ์ ระหว่างเหตุการณ์ตอนกลางคืนมีเสียงประหลาดดังขึ้นมาในรถไฟบริเวณห้องของไทย ออกจากเหตุการณ์ที่หลี่เหลียนฮวามาเคาะประตูในตอนเช้าเป็นเหตุการณ์ใหม่ได้ และต่อจากเหตุการณ์ที่กล่าวไปแล้วนี้ยังมีเหตุการณ์อื่นๆ เกิดตามมาอีกเป็นลำดับ โดยมีการแบ่งออกจากกันในลักษณะเดียวกัน

การเรียงกันตามลำดับนี้มีความเชื่อมโยงกันด้วย กล่าวคือเหตุการณ์ก่อนหน้าเป็นผลให้เกิดเหตุการณ์ถัดไป การเป็นเหตุเป็นผลนี้เกิดขึ้นในการเล่นบทบาทสมมติทุกการเปิดเล่นสมมติเสมอ แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงกันของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามลำดับในเรื่อง ดังนั้นตัวอย่างในภาพที่ 1 จึงแสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีชุดของเหตุการณ์อยู่ โดยเกิดจากการเชื่อมโยงกันของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจำนวนมากในเรื่อง ดังนั้นการเล่นบทบาทสมมติจึงเป็นเรื่องเล่าดังที่มีลเลอร์ (Miller, 2010) ได้กล่าวไว้ แต่เป็นเรื่องเล่าที่มีผู้เล่าเรื่องหลายคน และใช้การเล่าเรื่องผ่านเฟซบุ๊กด้วยการสวมบทบาทนั่นเอง

ชุดของเหตุการณ์ในการเล่นบทบาทสมมตินี้เกิดจากเหตุการณ์การมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างตัวละครเหล่านั้น หรือเกิดจากปมปัญหาที่มีผู้เล่นคนใดคนหนึ่งเริ่มปมปัญหานั้นขึ้นมาเพื่อให้ผู้เล่นคนอื่นๆ ร่วมกันคลี่คลายนั่นเอง การมีปฏิสัมพันธ์กับตัวละครหรือเริ่มปมปัญหานี้อาจเป็นได้ทั้งการสร้างสถานการณ์ใหม่ขึ้นมาในเรื่อง การถามตอบ การสนทนาเรื่องต่างๆ ของตัวละคร หรือการกระทำกิริยาต่างๆ ต่อตัวละครของผู้อื่นแล้วได้รับการโต้ตอบ (react) กลับมาก็ได้

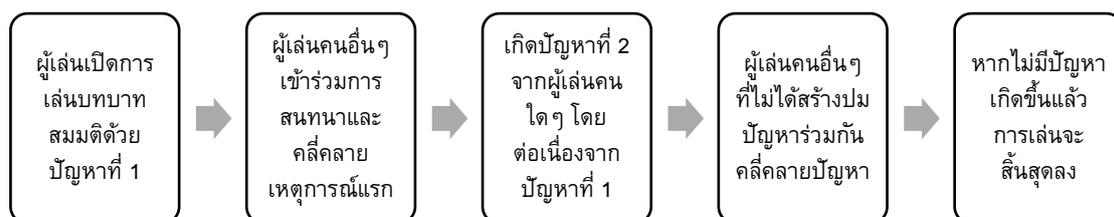
จากการวิเคราะห์ข้อมูล การเป็นเรื่องเล่าแบบต้นสดของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้นแสดงให้เห็นว่าการไม่ทราบโครงเรื่องหรือเหตุการณ์ถัดไปที่จะเกิดขึ้นนั้น ทำให้ผู้เล่นสามารถนำพาเรื่องที่ร่วมกันเล่าไปในทางใดก็ได้ตามแต่ผู้เล่นคนนั้นต้องการ นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้นมีชุดของเหตุการณ์เกิดขึ้นอย่างแน่นอนแล้ว ในลำดับถัดไปผู้วิจัยจะอธิบายการเชื่อมโยงกันของชุดเหตุการณ์เหล่านี้ เพื่อแสดงให้เห็นการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

6.2 การเชื่อมโยงเรื่องเล่าในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

จากการศึกษาข้อมูลแสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีลักษณะเฉพาะคือ ผู้สนทนาทุกคนกำลังพูดเรื่องเดียวกันอยู่ ไม่มีผู้เล่นคนใดไม่สนใจข้อความบางผลัด หรือมุ่งพูดคุยอยู่กับผู้สนทนาบางคนเท่านั้น กล่าวคือ ผู้เล่นทุกคนจะมุ่งร่วมกันพูดคุยในเรื่องเดียวกัน เพราะในการเล่นบทบาทสมมติ ผู้เล่นทุกคนจะร่วมกันดำเนินเรื่องที่ร่วมกันเขียนนั่นเอง

เมื่อผู้เล่นมุ่งสนทนาในเรื่องเดียวกันทำให้ข้อความในการเล่นบทบาทสมมติเกิดเอกภาพขึ้น กล่าวคือ ผู้เล่นทุกคนจะต้องพยายามรักษาเอกภาพของเรื่องที่ร่วมกันเล่าเอาไว้เพื่อให้เรื่องสามารถดำเนินไปข้างหน้าได้ ในขณะเดียวกัน ผู้เล่นก็พยายามเล่าเรื่องของตัวเองให้จบร่วมกันไปด้วย ส่งผลให้การเชื่อมโยงกันของชุดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่องนั้น ผู้เล่นจะต้องใช้ข้อความการเล่นจากผลัดก่อนหน้าเป็นพื้นฐานในการเขียนผลัดถัดไปโดยสอดคล้องเรื่องที่ผู้เล่นต้องการจะเล่าเพิ่มเติมเข้าไปด้วยนั่นเอง

การสร้างเหตุการณ์ใหม่เพื่อเชื่อมโยงกับตัวบทเดิมนั้น ผู้เล่นใช้วิธีการสร้างปมปัญหาขึ้นในเรื่อง เป็นเหตุการณ์ที่ทำให้ตัวละครแต่ละตัวในการเล่นครั้งนั้นต้องแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง อาจเป็นการสร้างผลัดถามตอบ หรือสร้างเหตุการณ์ที่ให้ผู้เล่นร่วมกันคลี่คลายเหตุการณ์ก็ได้ กล่าวคือ ผู้เล่นที่เข้าร่วมการเล่นจะต้องใช้เหตุการณ์ที่ดำเนินมาแล้วเป็นตัวบทตั้งต้นในการผลิตตัวบทถัดไป สร้างเหตุการณ์ใหม่ที่สอดคล้องกับตัวบทเดิมเพื่อให้เรื่องดำเนินไปข้างหน้าและเป็นหนึ่งเดียวกันได้ ทำให้กระบวนการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติบน เฟซบุ๊กเป็นดังภาพที่แสดงต่อไปนี้



ภาพที่ 2. แสดงกระบวนการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นกระบวนการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติว่าการเล่าเรื่องนั้นเกิดจากการสร้างปมปัญหาและร่วมกันคลี่คลายเป็นชุด ๆ ของผู้เล่น กล่าวคือ เมื่อมีการเปิดการเล่นบทบาทสมมติขึ้น ผู้เล่นที่เริ่มการเล่นจะสร้างปมปัญหาขึ้นปมหนึ่ง จากนั้นผู้เล่นคนอื่นๆ จะเข้าร่วมการเล่นเพื่อแก้ปมปัญหาดังกล่าวทำให้เกิดเป็นเหตุการณ์หนึ่งๆ ขึ้นมา

เมื่อปัญหาแรกถูกคลี่คลาย ผู้เล่นคนอื่นที่เป็นสมาชิกในการเล่นครั้งนั้นจะสร้างปมปัญหาใหม่ขึ้น ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นนี้อาจเป็นผลมาจากปัญหาที่คลี่คลายลงแล้ว หรือเป็นปัญหาใหม่ที่ผู้เล่นคนใดคนหนึ่งนำเสนอขึ้นมาก็ได้ เมื่อมีปมปัญหาใหม่เกิดขึ้น ผู้เล่นบทบาทสมมติก็จะร่วมคลี่คลายปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นอีกครั้ง จนซ้ำการกระทำนี้ไปกระทั่งไม่มีปมปัญหาใหม่เกิดขึ้นการเล่นจึงจะจบลง เช่น ในกลุ่ม [COMMU] Saint†Sinner ตอนที่ ลัวร์แอน ฮาแกน ลัลลาบาย โมโนโครม เอ็ดการ์และโรเบิร์ตรู้ว่าโนอาร์ปีศาจฝ่ายดีถูกมาลีเซียสหัวหน้าตัวร้ายชักจูงไปในทางที่ผิดจนหลงทางและออกล่าชีวิตผู้อื่น ทุกคนต่างก็มารวมตัวกันที่บ้านของโรเบิร์ตและพยายามหาวิธีช่วยเหลือโนอาร์ให้กลับมาเป็นปีศาจฝ่ายดีดั้งเดิม หลังจากตกลงกันได้เรียบร้อย การเล่นก็จบลงเนื่องจากไม่มีเหตุการณ์ใหม่หรือผู้เล่นคนใดสร้างปมปัญหาใหม่ให้คลี่คลาย เป็นต้น

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในการคลี่คลายปัญหาหรือก่อให้เกิดปมปัญหานี้ ผู้วิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่เสมอ เนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่จะต้องมีความสอดคล้องกับเรื่องที่ผ่านมาแล้วอยู่เสมอ และปมปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่นี้จะเพิ่มระดับความตื่นเต้นของการเล่นครั้งใหม่ขึ้นไปทีละน้อยด้วย

การเกิดขึ้นของปัญหาและถูกคลี่คลายลงนี้มีลักษณะคล้ายกับแนวคิดการวิเคราะห์เรื่องเล่าของลองเอเคอร์ (Longacre, 1983) คือ การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กครั้งหนึ่งนั้น เมื่อเปิดเรื่อง มีทั้งการเพิ่มขึ้นของปัญหา มีจุดสูงสุด หรือมีเหตุการณ์สำคัญของการเล่นครั้งนั้นเกิดขึ้น ตามมาด้วยเหตุการณ์ต่อเนื่องหลังจุดสูงสุด ก่อนการเล่นแต่ละครั้งจบลง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลยังแสดงให้เห็นว่าบางครั้งการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้นมีการดำเนินเรื่องไปโดยไม่มีจุดสูงสุดหรือมีความตื่นเต้นเท่าๆ กันหมดทั้งเรื่องด้วย การเล่นประเภทนี้ ได้แก่ การเปิดเล่นเพื่อทำความรู้จักกันของตัวละคร การเปิดเล่นเพื่อทำความรู้จักกันก็ไม่ปรากฏจุดสูงสุดของเรื่องในการเล่นแต่ละครั้ง เพราะตัวละครจะสนทนาเพื่อทำความรู้จักกันด้วยบทสนทนาทั่วไป ทำให้ไม่มีความแตกต่างของระดับความตื่นเต้นในเรื่อง แต่การเล่นประเภทนี้ตัวละครจะได้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือรู้จักกับตัวละครตัวอื่นและส่งผลให้การเล่นครั้งถัดไปมีความราบรื่นมากขึ้นนั่นเอง

ตัวอย่างของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กที่มีความตื่นเต้นเท่าๆ กัน เช่น ตอนที่ฮาแกน ปีศาจฝ่ายดีเปิดการเล่นครั้งแรกในกลุ่ม [COMMU] Saint†Sinner เมื่อผู้ควบคุมประกาศเปิดการเล่นบทบาทสมมติแล้ว ในการเล่นครั้งนี้ ฮาแกนได้เปิดการเล่น นั่งดื่มในร้านเพื่อทำความรู้จักกับตัวละครอื่นๆ หลังจากทำความรู้จักด้วยการพูดคุยเล็กน้อยแล้ว การเล่นก็จบลงโดยไม่มีปมปัญหาใดๆ ให้ต้องแก้ไขหรือคลี่คลาย

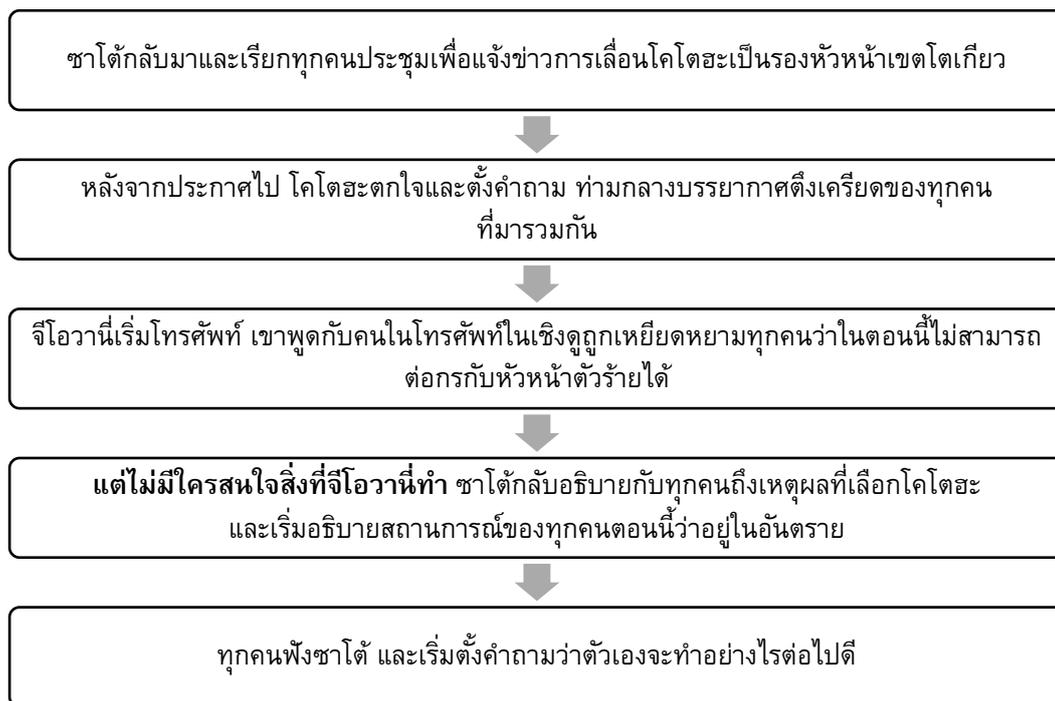
จากการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าในการเล่นแต่ละครั้งเมื่อปัญหาได้ถูกคลี่คลายไปแล้ว บางครั้งอาจไม่เกิดปัญหาถัดไปที่เป็นผลต่อเนื่องกันจากปัญหาเดิมทันทีก็ได้ แต่เกิดปัญหาใหม่ที่ผู้เล่นคนอื่นเสนอมาแทนที่ เนื่องจากการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีผู้เล่นร่วมกันหลายคน มีลักษณะของการต้นสด ทำให้ผู้เล่นแต่ละคนไม่ทราบว่าจะเกิดเหตุการณ์ใดขึ้นบ้าง รวมถึงผู้เล่นแต่ละคนต้องการเล่าเรื่องของตัวละครตนเองให้จบ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมานี้ ก่อให้เกิดความพยายามชิงผลัดการสนทนาขึ้น ทำให้เรื่องร่วมกันเล่านั้นมีการเปลี่ยนแปลงทิศทางได้

ตลอดเวลา เป็นผลให้บางครั้งปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่อาจไม่ใช่ปัญหาที่เป็นผลต่อเนื่องจากปัญหาที่คลี่คลายก่อนหน้าเสมอไปก็ได้

เมื่อผลต่อเนื่องไม่สามารถปรากฏในการเล่นครั้งเดียวได้ ทำให้ผลกระทบจากปัญหาเดิมที่คลี่คลายนั้นเกิดขึ้นในการเล่นครั้งถัดๆ ไป เนื่องจากปมปัญหาที่เกิดขึ้นในการเล่นแต่ละครั้งนั้นเป็นปมปัญหาลักษณะเล็ก แต่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องทั้งหมดที่รวมกันแล้วอยู่ขณะนั้น และบางครั้งเป็นร่องรอยบางส่วนของปมปัญหาใหญ่ของเรื่องที่รวมกันแล้วอยู่ด้วย

การที่เหตุการณ์ในการเล่นได้รับการคลี่คลายลงและเป็นผลให้เกิดเหตุการณ์ใหม่ขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดโครงเรื่องซ้อนแบบเชื่อมโยงของสตรันด์ ไตลิ่งเค (2560, น. 48) เนื่องจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นผลต่อเนื่องจากชุดเหตุการณ์แรกหรือการเปิดเล่นบทบาทสมมตินั่นเองและชุดเหตุการณ์เหล่านั้นเกิดขึ้นติดต่อกันอย่างเป็นเหตุเป็นผลด้วย

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าชุดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นลำดับต่อกันมีชุดเหตุการณ์บางชุดไม่ถูกคลี่คลายปัญหาที่เกิดขึ้น กล่าวคือ ในการดำเนินไปของชุดเหตุการณ์ที่เรียงต่อกันนั้นมีชุดของเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้วไม่ได้รับการตอบสนอง หรือเกิดมีชุดเหตุการณ์อื่นเข้ามาเกิดซ้อนกัน ทำให้ชุดเหตุการณ์ที่ดำเนินอยู่นั้นไม่ถูกคลี่คลายไปดังตัวอย่างนี้



ภาพที่ 3. แสดงผู้เล่นบทบาทสมมติไม่สนใจเหตุการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นในเรื่อง

ภาพที่ 3 แสดงผู้เล่นบทบาทสมมติไม่สนใจเหตุการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นในเรื่องนี้เป็นตัวอย่างจากกลุ่ม Dark Insider Community [TH] ตอนที่สถานการณ์ของทุกคนกำลังระส่ำระสายและหาวิธีการรับมือกับหัวหน้าตัวร้ายที่แฝงตัวอยู่ในองค์กร ซาโต้ หัวหน้าองค์กรกลับมาและพยายามพาทุกคนผ่านพ้นเรื่องนี้ไปได้ จึงเรียกทุกคนมารวมกันเพื่อวางแผนรับมือ แต่จิโวานี่ ตัวละครที่เป็นสมาชิกองค์กรสาขาอื่นกลับแสดงตัวน่าสงสัย เหมือนกับว่ารู้

เรื่องทุกอย่างแต่ไม่ยอมบอกทุกคน การแสดงความน่าสงสัยของตัวละครจิโวนาในครั้งนี้กลับถูกละเลยไป และไม่มีใครแก้ไขปมปัญหาที่เกิดขึ้น

ภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่าบางครั้งในการเล่นบทบาทสมมตินั้นมีชุดเหตุการณ์ที่เหตุการณ์ไม่ได้รับความสนใจอยู่ด้วย โดยเกิดชุดเหตุการณ์อื่นแทรกชุดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อน ผู้เล่นส่วนใหญ่เลือกตอบสนองกับชุดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแทรกนั้นแทนที่ชุดเหตุการณ์ที่เป็นปมปัญหาเดิม

การที่เหตุการณ์ไม่ได้รับความสนใจหรือชุดเหตุการณ์เกิดขึ้นซ้อนกันมักเกิดขึ้นในการเล่นที่มีผู้สนทนาจำนวนมาก กล่าวคือ เมื่อเกิดเหตุการณ์หนึ่ง ๆ ขึ้น และมีผู้สนทนาจำนวนมาก ผู้เล่นทุกคนที่พยายามมีส่วนร่วมในการเล่นนั้นก็จะพิมพ์ข้อความเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ ก่อให้เกิดคู่แทรกของถ้อยคำเป็นจำนวนมาก การเกิดคู่แทรกของถ้อยคำนี้เอง ทำให้บางครั้งปมปัญหาบางประการถูกละเลยไปได้ และบางครั้งการละเลยปมปัญหานี้อาจเป็นผลต่อเรื่องในการเล่นครั้งถัด ๆ ไปด้วย

นอกจากชุดของเหตุการณ์ที่แสดงการเชื่อมโยงแล้ว จากการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าในผลัดของผู้เล่นแต่ละคนปรากฏรูปภาษาที่แสดงถึงการเชื่อมโยงผลัดก่อนหน้าด้วย การปรากฏรูปภาษาเชื่อมโยงนี้มีความสำคัญมากเนื่องจากเป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้นเป็นเรื่องเล่าเรื่องเดียวกันได้อย่างไร เช่นตัวอย่างในภาพที่ 4



ภาพที่ 4. แสดงการปรากฏรูปภาษาเชื่อมโยงในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก

ภาพที่ 4 แสดงการปรากฏรูปภาษาเชื่อมโยงในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก เป็นตัวอย่างจาก [COMMU] Saint†Sinner ตอนที่เกรนเดลและลัวร์แอนกำลังมารวมตัวกับคนอื่นๆ ที่เหลือหลังจากเมืองถูกทำลาย เพื่อค้นหาวิธีต่อกรกับบุงยักซ์อุโรโบรอสและมาลิเซียสหัวหน้าตัวร้ายเพื่อจบเรื่องราวทั้งหมด

จากภาพที่ 4 ผู้เล่นคนที่ 2 ใช้รูปภาษา **เด็กสาว** เชื่อมโยงกับรูปภาษาชื่อตัวละคร **เกรนเดล** ที่อยู่ในผลัดก่อนหน้าของผู้เล่นคนที่ 1 โดยรูปภาษา **เด็กสาว** ปรากฏอยู่หลังสิ่งที่ถูกอ้างถึง หรือก็คือตัวละครเกรนเดลนั่นเอง ลักษณะการเชื่อมโยงในการเล่นบทบาทสมมตินี้สอดคล้องกับการอ้างถึงจุดอ้างอิงที่มีมาก่อน (anaphorics) จันท์มา อังคพณิชกิจ (2561, น. 134) กล่าวว่าเป็นการอ้างถึงที่มีจุดอ้างอิงมาก่อน และรูปอ้างอิงอยู่ตามหลัง รูปอ้างอิงต้องสามารถย้อนไปหาจุดอ้างอิงได้ ในตัวอย่างนี้ **เด็กสาว** จึงเป็นรูปอ้างอิง โดยมีรูปภาษา **เกรนเดล** ที่อยู่ในผลัดก่อนหน้าเป็นจุดอ้างอิงนั่นเอง

การแสดงรูปภาษาเชื่อมโยงในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก นอกจากใช้สรรพนามแล้ว ยังใช้กลุ่มคำอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน เช่น การใช้คำแทนตัวละครด้วยการกล่าวถึงบางส่วนของตัวละคร ฉายาของตัวละคร หรืออนุพากษ์กริยา เพื่อตอบสนองต่อการกระทำที่ผู้เล่นคนก่อนหน้ากระทำกับตัวละครอื่นๆ ลักษณะเช่นนี้แสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น แม้ผู้เล่นจะไม่เผชิญหน้ากัน แต่เรื่องที่ร่วมกันเล่าเป็นเอกภาพหนึ่งเดียวกันผ่านรูปภาษาและการเชื่อมโยงด้วยทวิตด้วยกลไกดังกล่าว

นอกจากนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่ารูปภาษาที่พบในการเชื่อมโยงเพิ่มเติมมักเป็นกลุ่มที่แสดงการตอบรับ หรือแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่อง และเป็นการซ้ำกริยาเดิมที่ตัวละครได้กระทำกับตัวละครด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นตัวละครของตนเองหรือตัวละครของผู้อื่นที่ร่วมมีปฏิสัมพันธ์ด้วยในฉากนั้นๆ เช่นตัวอย่างในภาพที่ 5

ผู้เล่นคนที่ 1: "!"? พอเห็นร่างงูที่โผล่มากะทันหัน ก็รีบพุ่งเข้าไป กอดคุณปีศาจใจดี แน่น...
ผู้เล่นคนที่ 2: เธอเลือกเมื่อนอสรพิษยักษ์แล้วยื่นมือไปแตะขาของโนอาร์...
ผู้เล่นคนที่ 3: "!"? เมื่อ โดนกอดจากปีศาจร่างเล็ก คนเดิม ก่อนจะมองลัลลาบายที่เข้ามา
กันขาออกจากอสรพิษ...

ภาพที่ 5. แสดงการซ้ำกริยาและแสดงปฏิกิริยาตอบสนองเพื่อเชื่อมโยงตัวบท

ภาพที่ 5 แสดงให้เห็นการซ้ำกริยาและแสดงปฏิกิริยาตอบสนองเพื่อเชื่อมโยงตัวบทของผู้เล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก ตัวอย่างนี้เป็นตอนที่ตัวละครโนอาร์กำลังสับสนว่าตัวเองเป็นใครกันแน่ เพราะปีศาจจูกูโรโอรอสกีพยายามชักจูงไปในทางไม่ดีและจะลักพาตัวโนอาร์ไปกับตน ลัลลาบายและโมนาโครมที่เป็นปีศาจฝ่ายดีจึงพยายามช่วยเหลือและพาหลบหนีจากปีศาจจูกูโรโอรอสกีให้ได้

ภาพที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้เล่นคนที่ 1 ได้อธิบายกริยาตัวละครของตนเองว่าได้กระทำการกอดตัวละครของผู้เล่นคนที่ 3 ด้วยรูปภาษา กอดคุณปีศาจใจดี แน่น เมื่อผู้เล่นคนที่ 3 พิมพ์ผลัดของตน จึงปรากฏรูปภาษาตอบรับต่อการกระทำของผู้เล่นคนที่ 1 โดนกอดจากปีศาจร่างเล็ก จากการปรากฏของรูปภาษา 2 รูปนี้ แสดงให้เห็นการเชื่อมโยงกันของข้อความการเล่นบทบาทสมมติอีกรูปแบบหนึ่งได้อย่างชัดเจน แต่ผู้วิจัยพบเพียงบางส่วนและไม่สม่ำเสมอ บางครั้งพบว่าไม่ปรากฏรูปภาษาเชื่อมโยงที่ชัดเจน แต่เรื่องที่เกี่ยวข้องกันแล้วก็ยังมีเอกภาพและการเชื่อมโยงกันได้ด้วยเหตุการณ์ และการที่ผู้เล่นกำลังพูดเรื่องเดียวกันอยู่ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

นอกจากนี้การตอบรับกริยาหรือแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อการกระทำของตัวละครนั้น จากการวิเคราะห์พบว่าผู้เล่นมักจะตอบรับการกระทำของตัวละครอื่นที่กระทำต่อตัวละครตัวเองก่อนแล้ว แล้วจึงเล่าเรื่องของตัวเองต่อไป กล่าวคือ ในผลัดหนึ่งของผู้เล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก บริเวณต้นผลัดจะเป็นส่วนที่ผู้เล่นใช้ตอบรับต่อการกระทำที่ตัวละครของผู้เล่นได้รับและท้ายผลัดจะเป็นส่วนที่ผู้เล่นใช้เล่าเรื่องในส่วนของตนเอง เพื่อให้ผู้เล่นคนถัดไปเชื่อมโยงเรื่องที่เกี่ยวข้องกันเล่าได้ เช่นในภาพที่ 5 ผู้เล่นคนที่ 3 ตอบรับการกระทำของผู้เล่นคนที่ 1 ด้วยการใช้อักษร โดนกอด ก่อน จากนั้นจึงทำการเล่าเรื่องในส่วนของตัวเองต่อไปคือ มองลัลลาบาย นั่นเอง

จากการศึกษาความเป็นเรื่องเล่าในการเล่นบทบาทสมมติ แสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กไม่สามารถเล่นด้วยผู้เล่นเพียงคนเดียวได้ ส่งผลให้ผู้เล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กต้องเข้าร่วมกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จึงจะเริ่มเล่นได้ สะท้อนให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กเป็นตัวบทที่เกิดขึ้นได้ด้วยการเล่าของผู้เล่าหลายคนเท่านั้น

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าการเชื่อมโยงข้อความของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กจะเกิดขึ้นได้จากเหตุการณ์ที่เรียงต่อกันในฉาก กล่าวคือผู้เล่นแต่ละคนอาศัยข้อมูลที่อยู่ในผลัดก่อนหน้ามาเป็นตัวบทตั้งต้นในการผลิตตัวบทถัดไป โดยการผลิตตัวบทผลัดถัดไปนั้น ผู้เล่นจะพยายามรักษาเอกภาพเรื่องที่เกี่ยวข้องกันเล่าเอาไว้ด้วยการไม่เล่าเรื่องอื่น แต่เล่าเรื่องของตัวเองภายใต้ข้อจำกัดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีรูปภาษาปรากฏเป็นหลักฐานเป็นบางครั้งดังที่ได้นำเสนอไปแล้ว

ผลจากการพยายามรักษาเอกภาพของเรื่องที่ร่วมกันเล่านี้ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเหตุการณ์เป็นทอดๆ ผ่านการกระทำของตัวละครในเรื่องที่ผู้เล่นถือครองอยู่และช่วยกันเล่า ได้แก่ การก่อปัญหาและคลี่คลายปัญหานั้น ทำให้เหตุการณ์เกิดขึ้นและคลี่คลายไปได้ กระทั่งไม่มีเหตุการณ์ใหม่เกิดขึ้นแล้วการเล่าเรื่องครั้งนั้นจึงสิ้นสุดลง เพราะผู้เล่นแต่ละคนมีความต้องการเล่นบทบาทสมมติและนำพาเรื่องราวไปทางใดทางหนึ่งที่ไม่เหมือนกันนั่นเอง

นอกจากจะพูดเรื่องเดียวกันแล้ว สิ่งที่เชื่อมโยงกันของชุดเหตุการณ์ทั้งหมด คือ บริบทและการรับรู้ร่วมกันของข้อตกลงในกลุ่มผู้เล่นที่อยู่ในบริบทเดียวกัน ทำให้เกิดการเชื่อมโยงในมิตินอกเหนือจากรูปภาษาด้วย

7. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องความเป็นเรื่องเล่าและการเชื่อมโยงเรื่องเล่าในการเล่นบทบาทสมมติด้วยแนวคิดของ มิลเลอร์ (Miller, 2010) แสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีชุดเหตุการณ์เกิดขึ้นจริง และในการเล่นแต่ละครั้ง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจำนวนหนึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างเป็นเหตุเป็นผลกับเหตุการณ์อื่นๆ จากการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าเหตุการณ์เหล่านี้ยังเรียงต่อเนื่องกันไปจนไม่มีการเกิดขึ้นของเหตุการณ์ใหม่แล้ว เรื่องที่ร่วมกันเล่าจึงจบลง โดยเกิดซ้ำในลักษณะเดียวกันอย่าสม่ำเสมอ

การเกิดขึ้นของเหตุการณ์เรียงต่อเนื่องกันไปแบบซ้ำกันและมีความสัมพันธ์กันนี้แสดงให้เห็นการเป็นชุดเหตุการณ์ของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก แต่ชุดของเหตุการณ์เกิดขึ้นโดยมีผู้เขียนหลายคน นอกจากนี้ชุดของเหตุการณ์ก็อยู่ภายใต้เงื่อนไขของเวลา พื้นที่ และมีจุดมุ่งหมายเพื่อความสนุกสนานตามที่ มิลเลอร์กล่าวถึงด้วย

การเชื่อมโยงชุดของเหตุการณ์ในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กเกิดขึ้นจากการที่ผู้เล่นอยู่ในบริบทเดียวกัน ข้อตกลงร่วมกัน และพยายามรักษาเอกภาพของเรื่องที่ร่วมกันเล่าในขณะที่พยายามเล่าเรื่องของตนเองให้จบ นอกจากนี้ ผู้เล่นยังใช้รูปอ้างอิงเชื่อมโยงกับจุดอ้างอิงที่อยู่ก่อนหน้าในการเชื่อมโยงข้อความแต่ละผลัดเอาไว้ด้วยกัน

จากการเชื่อมโยงด้วยบริบทเดียวกัน อาศัยข้อตกลงร่วมกัน และการปรากฏหลักฐานผ่านรูปภาษานี้แสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีการเชื่อมโยงกันในระดับโครงสร้าง การเชื่อมโยงในระดับโครงสร้างนี้ จันทิม่า อังคพณิชกิจ (2561, น. 155) อธิบายไว้ว่า การยึดโยงกันของเนื้อหาภายในข้อความประเภทเรื่องเล่า แม้จะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันแต่โครงสร้างมีความสัมพันธ์กันทำให้เรื่องทั้งหมดเป็นเรื่องเดียวกันได้

นอกจากนี้ลักษณะของการเกิดเหตุการณ์เป็นเหตุเป็นผลกันในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก ยังสอดคล้องกับเรื่องเล่าประเภทโครงเรื่องเชิงซ้อนตามที่ สรณัฐ ไตลังคะ (2560, น. 48) ได้กล่าวไว้ คือ โครงเรื่องมีลักษณะชุดเหตุการณ์เป็นเหตุเป็นผลกัน เพียงแต่การเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กเป็นการเล่าเรื่องที่เกิดจากผู้เล่นหลายคนร่วมกันสวมบทบาทตัวละครเพื่อเล่าเรื่องผ่านสื่อ ไม่ใช่การเล่าโดยผู้เล่นเพียงคนเดียว

ไม่เพียงแต่เชื่อมโยงกันผ่านเหตุการณ์ ผู้วิจัยยังพบว่าบางครั้งในการเชื่อมโยงกันแต่ละผลัดการเล่น ปรากฏรูปภาษาที่แสดงความเชื่อมโยงกันด้วย กล่าวคือ ผู้เล่นได้พิมพ์รูปภาษาตอบสนองต่อการกระทำของตัวละครผู้อื่นที่กระทำต่อตัวละครตนเอง แล้วจึงอธิบายเหตุการณ์ต่อไปร่วมกับเล่าเรื่องของตัวละครของตัวเองให้จบ ลักษณะเช่นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยาใจ ชูวิศา (ศิริพร ปัญญาเมธิกุล, 2546) เรื่องการเชื่อมโยงความที่ปรากฏในเรื่องเล่าภาษาไทยกลาง การเชื่อมโยงตัวละครและการเชื่อมโยงระหว่างย่อหน้า เพราะการเล่นบทบาทสมมติมีทั้งการแสดง

ปฏิกริยาตอบกลับต่อการกระทำระหว่างตัวละครและการซ้ำโครงสร้างเพื่อตอบสนองปฏิกริยาระหว่างตัวละครนั่นเอง

รูปภาพแสดงการอ้างถึงในการเล่นบทบาทสมมติ นอกจากอ้างถึงตัวละครหรือกริยาที่ได้กระทำต่อตัวละครแล้ว ผู้วิจัยพบว่ายังมีชุดคำ หรืออนุพากย์ที่ใช้อ้างถึงอีกจำนวนหนึ่งที่มีกลไกการเชื่อมโยงภายในตัวบท กล่าวคือในข้อความการเล่นบทบาทสมมติ ผู้เล่นแต่ละคนได้ใช้รูปภาพอ้างถึงจุดอ้างอิงที่มาก่อนและรูปภาพอ้างถึงจุดอ้างอิงที่เกิดหลังในการเชื่อมโยงตัวบทเข้าด้วยกัน กลไกนี้ยังทำให้ข้อความการเล่นบทบาทสมมติเป็นเอกภาพได้แม้จะมีผู้เขียนเรื่องหลายคน สำหรับการศึกษาการเชื่อมโยงนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสนับสนุนงานวิจัยของมิ่งขวัญ สังข์วัฒนะ (2563) เรื่องการเปลี่ยนผลัดการเล่าเรื่องภาษาไทยในชุมชนการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก เรื่องการพยายามมีส่วนร่วมในการสนทนาและการพยายามรักษาเอกภาพของเรื่องร่วมกัน โดยการค้นพบรูปภาพที่แสดงการเชื่อมโยงกันในระดับผลัดแสดงให้เห็นเป็นหลักฐานว่าในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กนั้น ผู้เล่นพยายามรักษาเอกภาพของเรื่องร่วมกันเล่าเอาไว้ ทำให้การเล่นทั้งหมดเป็นเรื่องเดียวกันได้

8. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากระบวนการเล่าเรื่องในการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กแสดงให้เห็นว่าในการเชื่อมโยงกันแต่ละผลัดนั้น บางครั้งพบรูปภาพที่สื่อถึงการเชื่อมโยงของผลัดนั้นๆ ด้วย เช่น พอเห็นว่า.... เขาตอบ.... ไป แต่พบไม่สม่ำเสมอและพบเป็นบางผลัดเท่านั้น ในการวิจัยต่อไป ผู้วิจัยจึงขอเสนอน่าจะมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปภาพแสดงการเชื่อมโยงเหล่านี้

นอกจากนี้ จากการเชื่อมโยงตัวบทของการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กอาจแสดงให้เห็นว่าการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊กมีตัวบทที่เปรียบเสมือนเครือข่ายสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน คริสตีวา (Kisteva) (จันท์มา อังคพณิชกิจ, 2561, น. 169) เรียกลักษณะการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันนี้ว่า การสหบท (intertextuality) ด้วยลักษณะนี้จึงน่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการสหบทในการวิจัยต่อไป

รายการอ้างอิง

- จันท์มา อังคพณิชกิจ. (2561). *การวิเคราะห์ข้อความ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มิ่งขวัญ สังข์วัฒนะ (2563). การเปลี่ยนผลัดการเล่าเรื่องภาษาไทยในชุมชนการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก: ศึกษาตามแนวคิดกฎในการมอบผลัดของแซกส์และคณะ. *วารสารวชนะ*, 1(8), 46-67.
- มิ่งขวัญ สังข์วัฒนะ และสุธาสินี ปิยพสุนทร. (2562). คำเรียกตัวละครและคำเรียกเจ้าของตัวละครของผู้เล่นชาวไทยในกลุ่มการเล่นบทบาทสมมติบนเฟซบุ๊ก: การศึกษาด้วยแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ภาษาผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ใน *เอกสารนำเสนอในการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ สรรพศาสตร์ สรรพศิลป์ ประจำปี 2562* (น. 394-411). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- รัชชานนท์ จิตวีรสรพ และนรุตม์ คุปต์ธนโรจน์. (2562). *อนุภาคและแบบเรื่องของเรื่องเล่าของขวัญสมัยใหม่*
ในแอปพลิเคชันจอยลดา. จาก <https://rsucon.rsu.ac.th/proceeding/article/2178>.
- วัชระ กัณฐียากรณ์. (2557). *การวิเคราะห์รูปแบบการร้องต้นสดของบอบบี แมคเฟอร์รีน* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
สาขาสังคมวิทยาและพัฒนา). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ศิริพร ปัญญาเมธิกุล. (2546). *ความต่อเนื่องของปฏิสัมพันธ์ในห้องสนทนาไทย: การส่งผลต่อกันระหว่างการเชื่อมโยงความ
การมอบผลัดและความเกี่ยวข้องของเรื่องที่สนทนา* (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์).
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิริพร ปัญญาเมธิกุล. (2558). *ภาษาและอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพฯ: พรินคอนเนอร์.
- สรณัฐ ไตลังคะ. (2560). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่อง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุไรวรรณ สิงห์ทอง และคณะ. (2560). การศึกษาการใช้คำสแลงในเว็บเพจจี๊บบ เลียบด่วน. ใน *รายงานสืบเนื่องจาก
การประชุมระดับชาติ ครั้งที่ 4 สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 22 ธันวาคม 2560* (น. 143-158).
กำแพงเพชร: สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- Longacre, R. E. (1983). *The Grammar of Discourse*. New York: Plenum Press.
- Miller, E. (2010). *Theories of Story and Storytelling*. Retrieved October 15, 2019,
from <http://www.storytellinginstitute.org/24.pdf>.

การแปรของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนภาษาไทยและ ความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์ของผู้ใช้ภาษา*

Received: 27 January 2020

Revised: 19 October 2020

Accepted: 3 May 2021

ประภัสสร กิรตันติ**

การใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ในบริบทท้ายประโยคที่ไม่เป็นไปตามหลักการใช้ภาษาไทยปรากฏให้เห็นในภาษาเขียนปัจจุบันอย่างแพร่หลาย ในมุมมองการศึกษาศาสตร์สังคม การที่เจ้าของภาษาใช้รูปภาษาที่แตกต่างออกไปจากหลักภาษาไม่ได้ถือเป็นการใช้ภาษาที่ผิด แต่เรียกว่าเป็นการแปรทางภาษาที่กำลังเกิดขึ้น ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยมุ่งอภิปรายการใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนในแง่ของการแปรทางภาษา โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 2 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาการแปรของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนที่ปรากฏ ณ ตำแหน่งท้ายประโยคในบริบทประโยค 3 ประเภท ได้แก่ ท้ายประโยคบอกเล่า ท้ายประโยคคำถาม และปรากฏตามหลังคำว่า “นะ” และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้รูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” กับความรู้หลักภาษาไทยเรื่องการผันวรรณยุกต์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ภาษาไทย จำนวน 249 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบไปด้วยคำถาม 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนเติมประโยคด้วยคำลงท้าย “คะ” หรือ “คะ” ในบริบทประโยค 3 ประเภท และส่วนทดสอบความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์ในภาษาไทย ผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากยังคงเลือกใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ในบริบทท้ายประโยคไปตามหลักการใช้ภาษา ส่วนบริบทที่ปรากฏการใช้รูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” ที่ไม่ตรงกับหลักภาษามากที่สุดคือ บริบทตามหลังคำว่า “นะ” นอกจากนี้ ผลการศึกษา ยังแสดงให้เห็นว่าการเลือกใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนนั้นสัมพันธ์กับความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์ของผู้ใช้ภาษาในระดับต่ำ อีกทั้งผู้ที่เลือกใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ตรงตามหลักภาษาไม่ได้จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์มากไปด้วยเสมอไป

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

การแปรทางภาษา;
การแปรรูปเขียน;
คำลงท้าย;
คำบอกสถานภาพทางเพศ

* บทความวิจัยนี้ได้รับการพัฒนาต่อมาจากการนำเสนอผลงานวิชาการเรื่อง “ลักษณะการแปรของคำบอกสถานภาพทางเพศของเพศหญิง คะ/ คะ” ในการประชุมวิชาการระดับชาติด้านภาษา วัฒนธรรม และสังคม จัดโดยคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2562 ผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและรองศาสตราจารย์ ดร.ทรงธรรม อินทจักร ที่ให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงบทความวิจัยนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ติดต่อได้ที่: prapatsom.t @arts.tu.ac.th

Variation of [kháʔ] and [khàʔ] in Written Thai and Its Relation to Users' Knowledge of Tone Marking System*

Received: 27 January 2020

Revised: 19 October 2020

Accepted: 3 May 2021

Prapatsorn Tiratanti**

In recent years, the final particles [kháʔ] and [khàʔ] have been used in written texts widely in a different way from grammarians' prescription. In the sociolinguistic view, the fact that native speakers use variants differing from the grammar is not considered as wrong usage but called as linguistic variation. Therefore, this study aims to investigate the use of the final particles [kháʔ] and [khàʔ] in written language from the linguistic variation perspective. Two objectives of this study are (1) to study characteristics of the variation of [kháʔ] and [khàʔ] in three sentential contexts, which are ending of declarative sentences, ending of questions, and after the final particle [náʔ], and (2) to examine the correlation between the use of variants [kháʔ] and [khàʔ] and the users' knowledge in the Thai tone system. The data set was collected from 249 native speakers of Thai. The questionnaire used consists of two sections: (1) sentence completion with final particles [kháʔ] and [khàʔ] in three sentential contexts and (2) questions about tone marking system in Thai. The research shows that most of the informants use [kháʔ] and [khàʔ] correspondingly with Thai grammar. The population uses the variant different from the rule mostly with the word [náʔ]. Furthermore, the result shows that there is only a weak correlation between the use of the variants and the users' knowledge of the tone marking system. It is not necessary that those who use the variant of [kháʔ] and [khàʔ] in accordance with grammar rule always have complete knowledge about the tone marking system.

Research Article

Abstract

Keywords

linguistic variation;
variation in orthography;
final particles;
female-specific final particles

* This article was developed from an academic oral presentation entitled "The variation of female-specific final particles in Thai " at the KU National Conference on Language, Culture and Societies organised by the Faculty of Humanities, Kasetsart University on November 29, 2019. I would like to thank the readers and Associate Professor Dr. Songthama Intachakra for their constructive comments, which helped to improve this article.

** Lecturer in Linguistics, Faculty of Liberal Arts, Thammasat University, e-mail: prapatsorn.t@arts.tu.ac.th

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การใช้คำว่า “คะ” และคำว่า “คะ” ลงท้ายประโยค (เช่น “คุณสะดวกคุยไหมคะ” และ “ดิฉันกำลังเดินทางไปคะ”) เป็นลักษณะการใช้คำลงท้าย (final particle) ในภาษาไทยที่พบได้ทั่วไปในการปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม คำลงท้ายประเภทนี้มักไม่ได้มีความหมายประจำคำ (semantic meaning) แต่เมื่อถูกนำมาใช้ในข้อความแล้วจะให้ความหมายทางสังคมบางประการ (Noss, 1964, p. 201) เช่น ใช้แสดงความสุภาพ (McCready, 2014) และแสดงสถานภาพทางเพศของผู้พูดหรือผู้ฟัง (นววรรณ พันธุมเมธา, 2554, น. 138) คำลงท้ายอย่างเช่นคำว่า “คะ” และ “คะ” นี้ปรากฏใช้ในภาษาพูดเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันไม่ได้มีเส้นแบ่งระหว่างการสื่อสารด้วยภาษาพูดและการสื่อสารด้วยภาษาเขียนอย่างชัดเจน ในบางครั้งผู้สื่อสารสามารถถ่ายทอดประโยคที่เป็นภาษาพูดผ่านภาษาเขียนได้ด้วยเช่นกัน ดังนั้น เราจึงสามารถพบการใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ในรูปภาษาเขียนได้บ่อยมากขึ้น

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าผู้ใช้ภาษาไทยเป็นภาษาแม่โดยมากแล้วมักไม่มีข้อผิดพลาดใดๆ กับการใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ในการปฏิสัมพันธ์ด้วยการพูด ผู้พูดสามารถเลือกใช้คำว่า “คะ” หรือ “คะ” ในบริบทประโยคต่างๆ และออกเสียงทั้งสองคำได้อย่างถูกต้องตามสำเนียงภาษาไทยมาตรฐาน ทว่า ในภาษาเขียน ผู้วิจัยพบการสะกดคำว่า “คะ” และ “คะ” ปะปนกันไปในประโยคประเภทต่างๆ การใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ปะปนกันในที่นี้หมายถึงการที่ผู้ใช้ภาษาไทยหลายท่านเลือกใช้ทั้งคำว่า “คะ” และ “คะ” ในบริบทประโยคประเภทเดียวกัน (เช่น ประโยคคำถาม) อธิบายได้อีกมุมหนึ่งคือ เราสามารถพบผู้ที่เขียนประโยค เช่น “สบายดีไหมคะ” และ “สบายดีไหมคะ” ได้ทั้งสองแบบ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนปรากฏในรูปใดบ้างและเราสามารถพบการใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ปะปนกันในบริบทประโยคที่แตกต่างกันได้มากหรือน้อยเพียงใด (ดูต่อใน 1.2)

เราคงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเราสามารถพบการใช้รูปเขียนของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในลักษณะที่ปะปนกันนี้ได้ทั่วไปในการใช้ภาษาของคนในสังคมไทยปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นในสังคมออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือป้ายประกาศ เช่น เราอาจพบป้ายหน้าประตูที่เขียนติดไว้ว่า “เปิดแล้ว กรุณาปิดด้วยนะคะ” หรือได้รับข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยภาษาเขียนว่า “ขอบคุณที่สนับสนุนคะ” ข้อความดังที่ปรากฏในตัวอย่างประโยคทั้งสองนี้อาจทำให้ผู้ใช้ภาษาไทยบางท่านรู้สึกขัดใจอยู่ไม่น้อย เหตุเพราะรูปเขียนของคำว่า “คะ” และ “คะ” ที่ปรากฏในประโยคข้างต้นไม่ตรงไปตามการออกเสียงของคำทั้งสองคำนี้ในภาษาพูด กล่าวคือ ในบริบทท้ายคำว่า “นะ” (เช่น “กรุณาปิดด้วยนะ”) หากเป็นการกล่าวประโยคนี้ในภาษาพูด ผู้ใช้ภาษาไทยโดยทั่วไปคงเลือกคำว่า “คะ” พูดต่อท้าย และออกเสียงคำดังกล่าวเป็นเสียงวรรณยุกต์ตรี แต่ในประโยคภาษาเขียนข้างต้น (“กรุณาปิดด้วยนะคะ”) รูปภาษาที่ปรากฏคือคำว่า “คะ” ซึ่งอ่านออกเสียงได้เป็นวรรณยุกต์โทและเป็นคนละเสียงกับคำที่ผู้ใช้ภาษาไทยทั่วไปจะเลือกใช้ใช้ในภาษาพูด

การใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” แบบที่ปะปนกันไปในบริบทประโยคประเภทต่างๆ และการเลือกใช้รูปเขียนที่ไม่ตรงกับกรออกเสียงในกรณีดังกล่าวเป็นประเด็นที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมไทยเป็นอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ผู้ใช้ภาษาไทยจำนวนมากไม่เห็นด้วยกับการเลือกใช้รูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” ที่ผิดแผกออกไปจากบรรทัดฐานการออกเสียง (ดังที่ได้ยกตัวอย่างไว้แล้วข้างต้น) และรณรงค์ให้ใช้คำลงท้ายทั้งสองคำนี้

ตามที่หลักภาษาไทยได้ระบุไว้ การรณรงค์ดังกล่าวเกิดขึ้นในหลายรูปแบบ ตั้งแต่การประกาศทางการจากสำนักงานราชบัณฑิตยสภา (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2561) ไปจนถึงการเผยแพร่ความรู้เรื่องการใช้คำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ให้ตรงตามหลักภาษาไทยตามช่องทางสื่อสมัยใหม่ เช่น หน้าเฟซบุ๊กชื่อ “คุณคะ “นะคะ” ไม่ต้องมี “ไม่เออคะ” ที่มีผู้ติดตามจำนวนกว่า 92,468 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 29 กรกฎาคม 2563) วิดิทัศน์เรื่อง “คะ ค่ะ ใช้ยังไง???” ที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ยูทูป (www.youtube.com) ที่มีผู้รับชมแล้ว 108,133 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 29 กรกฎาคม 2563) รวมไปถึงกระทู้ในเว็บไซต์กระทู้ (www.kapook.com) และเว็บไซต์พันทิป (www.pantip.com) เช่น “สับสนใหม่.. คะ ค่ะ คำไทยง่าย ๆ แต่ทำไมใช้ผิดกันบ่อยจัง” และ “ทำไมทุกวันนี้ยังมีคนใช้คำว่า คะ ค่ะ ไม่ถูกกันอีกหรือคะ?”

ผู้ที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้คำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาไทยปัจจุบันมักเน้นให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีใช้คำทั้งสองคำนี้ให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย แต่นอกเหนือจากการให้ความรู้แล้ว ยังมีผู้คนจำนวนหนึ่งที่เสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุของการใช้รูปเขียนคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่ไม่ตรงตามหลักภาษาและผิดแผกไปจากการออกเสียงว่าเกิดจากการขาดความรู้ภาษาไทยเรื่องการผันวรรณยุกต์ ในที่นี้ ผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างข้อความส่วนหนึ่งที่มีการกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้คำว่า “คะ” “ค่ะ” ในภาษาไทยกับความรู้อันเนื่องมาจากการผันวรรณยุกต์ ดังนี้

ผมว่าพวกนี้ตกภาษาไทยเรื่องอักษรสูง/ กลาง/ ต่ำ กับผันวรรณยุกต์ครับ

(การใช้ คะ ค่ะ ผิด จนเป็นวาระแห่งชาติ...คือความล้มเหลวทางการศึกษาหรือไม่, 2558)

สาเหตุหลักที่คนรุ่นใหม่ใส่วรรณยุกต์ที่ใช้กำกับการออกเสียงไม่ค่อยถูก น่าจะเป็นเพราะไม่เข้าใจหลักภาษาไทยนะ เพราะหลักภาษาจะบอกถึงระดับเสียงพยัญชนะ การผันวรรณยุกต์ ถ้าใช้วรรณยุกต์เอกกับพยัญชนะสูง กลาง ต่ำ ก็ออกเสียงคนละระดับกันแล้ว พอความรู้ตรงนี้ไม่แน่นมากพอตั้งแต่ตอนเรียน มันก็ผิดไปตลอด ใส่ระดับเสียงไม่เป็น ยิ่งถ้าขาดการสังเกตและไม่คิดจะปรับปรุง คำง่าย ๆ ก็ผิดได้

(เลิกใช้นะคะ นะคะ ผิดกันซักรึ!!!, 2558)

งกับคนที่เขียนคำว่า คะ ค่ะ ไม่ถูก แล้วแบบนี้ตอนเรียนประถมศึกษา คุณครูเค้าไม่เคยสอนอ่านคำ ผันวรรณยุกต์ เอก โท ตรี จัตวา กันเลยรึไง ก่อนจะเขียนก็ลองผันวรรณยุกต์ดูก่อนก็จะรู้แล้วว่ามันเขียนผิด

(เทคนิคการใช้ คะ/ค่ะ ละ/ละ จ๊ะ/จ๊ะ นะ/นะ, 2560)

ตัวอย่างข้อคิดเห็นทั้ง 3 ประการข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผู้คนจำนวนหนึ่งเชื่อว่าการใช้คำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่แตกต่างไปจากหลักการใช้ภาษาไทยเป็นผลมาจากการที่ผู้ใช้ภาษานั้นไม่มีความรู้เกี่ยวกับหลักภาษาไทย เรื่องการผันวรรณยุกต์หรือไม่สามารถผันวรรณยุกต์ในภาษาไทยได้ถูกต้องตามกฎหมายเกณฑ์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพิสูจน์ข้อคิดเห็นดังกล่าวของคนในสังคมว่าการใช้รูปแบบของรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” นั้นสัมพันธ์กับความรู้หลักภาษาไทยเรื่องระบบวรรณยุกต์จริงหรือไม่ ผู้วิจัยมุ่งที่จะหาคำตอบให้กับประเด็นคำถามนี้ ผนวกกับอีก 1 ประเด็นคำถามตั้งที่ผู้วิจัยได้เกริ่นไว้แล้วในช่วงต้นของหัวข้อที่ 1.1 นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จำนวน 2 ข้อ ดังจะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการแปรของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนที่ปรากฏ ณ ตำแหน่งท้ายประโยคในบริบทประโยคต่างประเภทกัน ได้แก่ ปรากฏท้ายประโยคบอกเล่า ปรากฏท้ายประโยคคำถาม และปรากฏตามหลังคำว่า “นะ”
2. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้รูปเขียนคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” กับความรู้หลักภาษาไทย เรื่องระบบวรรณยุกต์

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1. ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะการแปรของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” เท่านั้น โดยไม่รวมคำลงท้ายอื่นๆ และศึกษาเฉพาะรูปแปร “คะ” และ “ค่ะ” เพียง 2 รูปเท่านั้น
2. ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะการแปรของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่ปรากฏในภาษาเขียนเท่านั้นและไม่ศึกษาการแปรของเสียงพูด
3. ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะการแปรของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่เกิดในบริบทท้ายประโยคเท่านั้น อันได้แก่ ท้ายประโยคบอกเล่า ท้ายประโยคคำถาม และท้ายคำว่า “นะ” โดยไม่รวมคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่ปรากฏเดี่ยวหรือปรากฏต่อท้ายคำเรียก
4. ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาการแปรของรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่เป็นไปตามปัจจัยทางสังคมของผู้ใช้ภาษา ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ชนชั้น ถิ่นฐาน ฯลฯ

2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1 การแปรทางภาษา

ตามที่คุณวิจัยได้กล่าวไปในส่วนที่มาและความสำคัญว่าในปัจจุบันนี้เราสามารถพบการใช้รูปเขียนของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ปะปนกันได้บริบทประโยคประเภทต่างๆ กล่าวคือ ในตำแหน่งท้ายประโยคหนึ่งๆ ผู้ใช้ภาษาแต่ละคนอาจเลือกใช้คำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ลงท้ายประโยคนั้นไม่เหมือนกัน (เช่น สบายดีไหมคะ สบายดีไหมค่ะ) ในมุมมองภาษาศาสตร์สังคม ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้เรียกว่า “การแปรทางภาษา” (linguistic variation) ซึ่งหมายถึง การที่ลักษณะภาษาที่เราใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวัน (ไม่ว่าจะเป็นเสียง คำ หรือประโยค) ปรากฏออกมาเป็นรูปภาษาได้มากกว่า 1 รูป (Tagliamonte, 2012; Burrige & Bergs, 2016) ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้พูดต้องการอธิบายกิจกรรมของตนเองที่เกิดขึ้นและเสร็จสิ้นแล้วด้วยการกล่าวประโยคที่ว่า “I came from town this morning.” และ “I come from town this morning.” ทั้งสองประโยคมีการใช้รูปกริยาที่ต่างกัน ประโยคหนึ่งมีการผันกริยา ‘come’ เป็นอดีตกาลตามระบบไวยากรณ์ของภาษาอังกฤษ แต่อีกประโยคหนึ่งผู้พูดมิได้เปลี่ยนรูปกริยา ใดๆ ทั้งสองประโยคยังคงสื่อความหมายเดียวกัน การปรากฏรูปคำว่า “came” และ “come” ในประโยคที่ 1 และ 2 ตามลำดับแสดงถึงการแปรทางภาษา (Tagliamonte, 2016, p. 1) ทั้งนี้ การสื่อความด้วยรูปภาษาที่ต่างกันมักสื่อ

นัยทางจิตวิทยาและทางสังคมที่ต่างกันของผู้พูดด้วย (ดูความสัมพันธ์ระหว่างคำว่า “คะ” “ค่ะ” และการแปรทางภาษาได้ถัดไป)

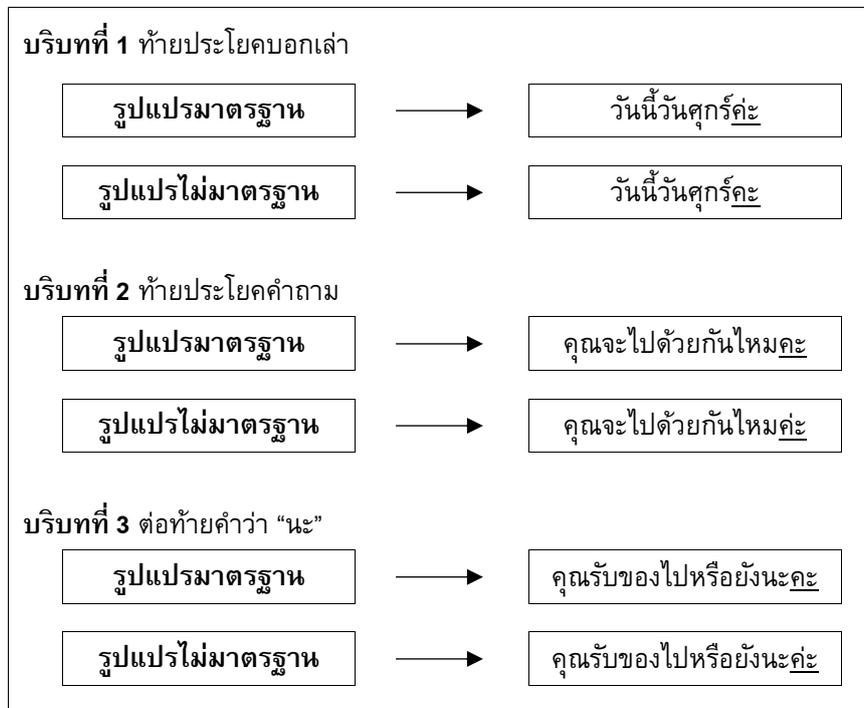
การแปรทางภาษาเกิดขึ้นได้ในรูปภาษาทุกระดับ ทั้งการแปรในระดับเสียง (เช่น การออกเสียง (th) ในตำแหน่งพยัญชนะต้นที่ผู้ใช้ภาษาอังกฤษชาวอเมริกันออกเสียงพยัญชนะดังกล่าวด้วยลักษณะการออกเสียงที่ต่างกัน (Labov, 1964)) การแปรในระดับคำ (เช่น กรณีที่ผู้ใช้ภาษาอังกฤษใช้ทั้งคำว่า “that” และ “which” ขึ้นต้นอนุประโยคขยายคำนาม (relative clause) ปะปนกัน (Wasow, Jaeger, & Orr, 2011) การแปรในระดับการสะกดคำในภาษาเขียน (เช่น การสะกดหน่วยคำเติมท้าย -ward และ -way ในภาษาอังกฤษ ที่มีผู้ใช้ภาษาอังกฤษในปัจจุบันสะกดทั้ง 2 หน่วยคำในหลากหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น “afterward” “afterwards” “anyway” และ “anyways” (Franco & Tagliamonte, 2020) และการแปรของไวยากรณ์ในระดับประโยค (เช่น การที่ผู้ใช้ภาษาอังกฤษจำนวนหนึ่งใช้เฉพาะคำว่า “was” หรือ “were” รูปใดรูปหนึ่งเท่านั้นในทุกประโยคที่แสดงอดีตกาลและไม่ได้ผันกริยาไปตามประธานของประโยคที่แตกต่างกันตามกฎไวยากรณ์ (Anderwald, 2001)

การศึกษาภาษาในมุมมองการแปรทางภาษาสามารถสะท้อนการใช้ภาษาในสังคมตามที่เกิดขึ้นจริง เพราะแน่นอนว่าการใช้ภาษาแต่ละครั้งของผู้พูดแต่ละคนไม่สามารถปรากฏออกมาเป็นรูปภาษาที่เหมือนกันทุกประการได้เสมอไป ผู้พูดแต่ละคนย่อมใช้รูปภาษาที่แตกต่างกันออกไป หรือแม้แต่ผู้พูดคนเดียวก็อาจเลือกใช้รูปภาษาที่ต่างกันไปในแต่ละครั้งได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น การออกเสียงหน่วยคำเติมท้าย “-ing” ในภาษาอังกฤษ ผู้พูดจำนวนหนึ่งอาจออกเสียงว่า [ɪŋ] ในขณะที่คนอื่นอีกกลุ่มหนึ่งออกเสียงเป็น [ɪn] รูปภาษาที่ปรากฏแตกต่างกัน (ในกรณีนี้ได้แก่ [ɪŋ] และ [ɪn]) เรียกว่า “รูปแปร” (variant) ของตัวแปร (variable) “-ing” (Baker & Hengeveld, 2012, p. 366) รูปแปรที่เกิดขึ้นนี้สามารถใช้สลับกันได้โดยไม่เปลี่ยนความหมายแก่น (Meyerhoff, 2006, pp. 8-9) กล่าวคือ ไม่ว่าผู้พูดภาษาอังกฤษจะออกเสียงหน่วยคำเติมท้าย “-ing” เป็น [ɪŋ] หรือ [ɪn] ก็ไม่ได้ทำให้ความหมายทางไวยากรณ์ของหน่วยคำเติมท้าย “-ing” เปลี่ยนแปลงไป

ในบรรดารูปแปรต่างๆ ที่ผู้ใช้ภาษาเลือกใช้มักมีรูปแปรใดรูปแปรหนึ่งได้รับความนิยมและถูกยกให้เป็น “รูปแปรมาตรฐาน” (standard variant) ซึ่งเป็นรูปแปรที่มีเกียรติภูมิ (prestige) และสะท้อนสถานะทางสังคมที่มีระดับสูงของผู้ที่ใช้รูปแปรนั้น (van Herk, 2012, p. 48) ในทางตรงกันข้าม รูปแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้รับการยกให้เป็นมาตรฐานจะถูกเรียกว่าเป็น “รูปแปรไม่มาตรฐาน” (non-standard variant) อย่างไรก็ตาม หากผู้วิจัยอธิบายเรื่องรูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานเช่นนี้ ผู้อ่านหลายคนอาจเข้าใจว่าเมื่อรูปแปรมาตรฐานคือรูปภาษาที่ได้รับการยกย่องและมีศักดิ์ศรี ดังนั้น รูปแปรไม่มาตรฐานต้องเป็นรูปภาษาที่มีตำหนิ (stigma) และให้ภาพด้านลบกับผู้ใช้รูปภาษานั้นเป็นแน่ อันที่จริงแล้ว นักภาษาศาสตร์สังคมหลายคน (เช่น Trudgill, 1972; Meyerhoff, 2006) ได้นำเสนอไว้ว่าเกียรติภูมิเป็นค่านิยมที่ซับซ้อนของแต่ละสังคม จึงอาจมีทั้งเกียรติภูมิที่ผู้คนในสังคมรับรู้ได้อย่างเปิดเผยและบางเกียรติภูมิที่มีคุณค่าอยู่ในวงเฉพาะกลุ่ม ดังนั้น การใช้รูปภาษาที่ไม่ได้รับความนิยมในสังคมก็อาจมีเกียรติภูมิในรูปภาษานั้นได้เช่นกัน แต่เป็นเกียรติภูมิที่เรียกว่า “เกียรติภูมิแฝง” (covert prestige)

หากเราพิจารณาปรากฏการณ์การใช้รูปเขียนของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่เกิดขึ้นปะปนกันในบริบทประโยคประเภทต่างๆ ตามมุมมองการแปรทางภาษาดังที่กล่าวมาข้างต้น เราอาจกล่าวได้ว่า การใช้คำว่า “คะ” ท้ายประโยคคำถามและตามหลังคำว่า “นะ” (เช่น “คุณจะไปด้วยกันไหมคะ” และ “คุณรีบจะไปหรือยังคะ”) เป็นการใช้รูปแปรมาตรฐานตามหลักภาษาไทย เช่นเดียวกับการใช้คำว่า “ค่ะ” ในบริบทท้ายประโยคบอกเล่า (เช่น “วันนี้วันศุกร์ค่ะ”) อย่างไรก็ตาม ตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตและกล่าวไว้ในส่วนที่มาและความสำคัญว่า ในการใช้รูปเขียนคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในปัจจุบันนี้ เราสามารถพบผู้ใช้ภาษาไทยที่เลือกใช้รูปแปรที่ไม่สอดคล้องกับหลัก

ภาษาไทย อันได้แก่ การใช้รูปแปร “คะ” ในบริบทท้ายประโยคคำถามและตามหลังคำว่า “นะ” (เช่น “คุณจะไปด้วยกันไหมคะ” และ “คุณรีบของไปหรือยังนะคะ”) รวมไปถึงการใช้รูปแปร “คะ” ท้ายประโยคบอกเล่า (เช่น “วันนี้วันศุกร์คะ”) การใช้รูปแปรในลักษณะหลังนี้เรียกได้ว่าเป็นการใช้รูปแปรไม่มาตรฐาน ตามที่ผู้วิจัยได้แจกแจงในแผนภาพที่ 1 ด้านล่างนี้



แผนภาพที่ 1. รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” ในบริบทประโยค 3 ประเภท

2.2 คำว่า “คะ” และ “คะ”

คำว่า “คะ” และ “คะ” เป็นคำลงท้ายประโยค (sentence final particle) ที่พบได้มากในการปฏิสัมพันธ์ด้วยการพูด แม้คำในกลุ่มคำลงท้ายเช่น 2 คำนี้จะมีได้มีความหมายตามรูปภาษา แต่ก็ให้ความหมายในเชิงการสื่อสาร (Haas, 1970; Li, 2006) คำลงท้ายประเภทนี้สามารถพบได้ในภาษาอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาไทยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นในภาษาจีนกลาง ภาษาจีนกวางตุ้ง ภาษาญี่ปุ่น นักภาษาศาสตร์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละภาษานิยมศึกษาเรื่องคำลงท้ายในหลากหลายแง่มุม ตั้งแต่การศึกษาทำนองเสียงของคำลงท้ายในภาษาจีนกวางตุ้ง (เช่น Wu, 2008; Xu & Mok, 2011) กระบวนการกลายเป็นคำไวยกรณ์ของกลุ่มคำลงท้ายในภาษาจีนกลาง (เช่น Yap, Wang, & Lam, 2010) เจื่อนไขการใช้คำลงท้ายภาษาจีนกลางในประโยค (เช่น Erlewine, 2017) และหน้าที่ของคำลงท้ายในการสื่อสารในภาษาจีนกวางตุ้ง (เช่น Luke, 1990) และภาษาญี่ปุ่น (เช่น Katagiri, 2007; Kita & Ide, 2007; Ono, Thompson, & Sasaki, 2012)

สำหรับการศึกษาเรื่องการลงท้ายในภาษาไทยนั้น นักภาษาศาสตร์ในแต่ละสาขาท่างศึกษารื่องคำลงท้ายในหลากหลายประเด็นเช่นกัน ทั้งการศึกษาทำนองเสียงของคำลงท้ายที่ปรากฏในประโยค (เช่น Pittayaporn, 2007) การปรากฏร่วมกันของคำในกลุ่มคำลงท้าย (เช่น Peyasantiwong, 1981) การศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่และ

ความหมายของคำลงท้ายในประโยค (เช่น Bhamoraput, 1972; Cooke, 1989) และการศึกษาคำลงท้ายในมุมมอง ความสุภาพในภาษา (เช่น McCready, 2014; ทรงธรรม อินทจักร, 2559) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่มุ่งศึกษาแต่ เฉพาะคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” มีอยู่จำกัด ส่วนมากแล้วนักวิชาการหลายคนจะศึกษาคำทั้งสองคำนี้รวมกันไปกับคำ อื่นๆ ในกลุ่มคำลงท้าย แต่ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาลักษณะการแปรที่เกิดขึ้นแต่กับเฉพาะคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนเท่านั้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกพิจารณาเพียงแค่สองคำดังกล่าวโดยแยกออกจากคำลงท้าย คำอื่นๆ

แม้นักภาษาศาสตร์หลายคน (เช่น Cooke, 1989; Katagiri, 2007; Wu, 2008; Erlewine, 2017) จะเน้น กล่าวถึงคำลงท้ายกลุ่มนี้ในฐานะคำที่ปรากฏในตำแหน่งท้ายประโยคและใช้ชื่อเรียกว่า “คำลงท้ายประโยค” หรือ “sentence final particle” แต่ในภาษาไทย เราสามารถพบการใช้คำลงท้ายนี้ในบริบทอื่นๆ นอกเหนือจากท้าย ประโยคได้อีก ไม่ว่าจะเป็นการปรากฏตามหลังคำเรียก (address term) (เช่น “อาจารย์คะ”) หรือไม่ปรากฏร่วมกับ คำอื่น (เช่น เมื่อมีผู้อื่นถามว่า “เข้าใจไหม” แล้วผู้สนทนาตอบกลับว่า “ค่ะ”) อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัย สนใจศึกษาแต่เฉพาะคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่ปรากฏในบริบทท้ายประโยคเท่านั้น นววรรณ พันธุเมธา (2554, น. 138) ได้กล่าวถึงหลักการใช้คำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในบริบทท้ายประโยคไว้ว่า คำว่า “คะ” ใช้ในประโยคถามให้ตอบและ ใช้ตามหลังคำลงท้ายอื่น เช่น “นะ” (ซึ่งก็คือ “นะคะ”) ส่วนคำว่า “ค่ะ” ใช้ในประโยคบอกเล่า

นอกเหนือจากงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่เป็นส่วนหนึ่งการศึกษาเรื่องคำลงท้ายแล้ว ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปรของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนมากนัก งานวิจัยที่กล่าวถึง คำลงท้ายในแง่ของการแปรทางภาษามักเน้นไปที่การแปรทางด้านเสียง เช่น งานวิจัยของคูก์ (Cooke, 1989) และพิทยาวัฒน์ พิทยาภรณ์ (Pittayaporn, 2007) ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในมุมมอง เรื่องการแปรทางภาษาเช่นกัน แต่เป็นการพิจารณาการแปรของ 2 คำดังกล่าวในภาษาเขียนเป็นสำคัญ

3. วิธีการเก็บข้อมูล¹

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (online questionnaire) เพราะเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถกระจายแบบสอบถามในวงกว้างได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถเก็บข้อมูลได้ เป็นจำนวนมาก (ดูหลักการใน Munn & Drever, 1990; Sue & Ritter, 2012) รวมถึงในขณะที่เก็บข้อมูล ผู้วิจัย ไม่ได้พำนักอยู่ในประเทศไทย การใช้แบบสอบถามออนไลน์จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถส่งแบบสอบถามไปยังคนไทยที่ อาศัยอยู่นอกประเทศที่กับผู้วิจัยได้โดยสะดวก

ผู้วิจัยออกแบบแบบสอบถามให้ตรงกับความต้องการในการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษา อัน ได้แก่ เพื่อศึกษาลักษณะการใช้รูปแบบรูปเขียนของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้รูปแบบของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” กับความรู้หลักภาษาเรื่องระบบวรรณยุกต์ ดังนั้น แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บ

¹ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นชุดเดียวกับกับข้อมูลที่ผู้วิจัยเคยใช้ในรายงานประจำภาคเรียนในหลักสูตร ภาษาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเอเดนบะระ ในรายงานชิ้นดังกล่าว ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลการใช้คำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ของผู้ใช้ ภาษาไทย เพื่อวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการผันวรรณยุกต์และทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนที่มีต่อการใช้รูปแบบของคำ ว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลชุดดังกล่าวมาออกแบบการวิเคราะห์ใหม่ในมุมมองการแปรทางภาษาและจัดทำ ขึ้นเป็นบทความวิจัยนี้

ข้อมูลจึงมี 2 ส่วน จำแนกเป็น ส่วนที่ 1 เก็บข้อมูลการเลือกใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในบริบทประโยคที่ต่างกันออกไป และส่วนที่ 2 เก็บข้อมูลความรู้หลักภาษาไทยเรื่องการผันวรรณยุกต์²

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ประกอบไปด้วยคำถามให้เลือกตอบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกใช้รูปแปร “คะ” หรือ “คะ” ในบริบทท้ายประโยคที่กำหนดให้ ผู้วิจัยเลือกใช้คำถามปิด (closed question) โดยกำหนดคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเฉพาะรูปแปร “คะ” หรือ “คะ” เดิมลงในท้ายประโยคนั้นๆ สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการถามคำถามปิดเป็นเพราะรูปแปรที่ปรากฏท้ายรูปประโยคนั้นมีเพียง 2 รูปเท่านั้นตามหลักภาษาไทย (ได้แก่ “คะ” และ “คะ”) การใช้คำถามปิดและกำหนดตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามจึงเป็นวิธีการที่เหมาะสมเพราะคำถามแต่ละข้อมีตัวเลือกคำตอบในจำนวนจำกัด รวมถึงข้อมูลที่ได้จากคำถามปิดเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ จึงสามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้อย่างเป็นรูปธรรม (Rowley, 2014)

คำถามในแบบทดสอบส่วนที่ 1 นี้มีจำนวนทั้งหมด 10 ข้อ แต่ละข้อเป็นตัวแทนบริบทประโยค 3 ประเภทที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา ได้แก่ 1) ท้ายประโยคบอกเล่า จำนวน 4 ข้อ 2) ท้ายประโยคคำถาม จำนวน 3 ข้อ และ 3) ตามหลังคำว่า “นะ” ในส่วนท้ายประโยค จำนวน 3 ข้อ³ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตศึกษาไว้เฉพาะ 3 บริบทนี้เพราะผู้วิจัยต้องการศึกษาแต่เฉพาะการปรากฏของคำว่า “คะ” และ “คะ” ที่อยู่ท้ายประโยคเท่านั้นตามที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้วในส่วนขอบเขตการศึกษา ตัวอย่างคำถามจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 มีดังนี้

1. แม่ไม่อยู่_____
 - 1) คะ
 - 2) คะ
2. ไปทานข้าวด้วยกันไหม_____
 - 1) คะ
 - 2) คะ
3. อย่าเหยียบโถส้วมนะ_____
 - 1) คะ
 - 2) คะ

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ไปใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของงานวิจัยนี้ ส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกใช้รูปแปร “คะ” และ “คะ” กับความรู้เรื่องระบบเสียงวรรณยุกต์ของผู้ใช้ภาษา ผู้วิจัยจำเป็นต้องเก็บข้อมูลว่าผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนที่เลือกใช้รูปแปรของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในบริบทท้ายประโยคต่างๆ นั้นมีความรู้เรื่องหลักภาษาไทยที่เกี่ยวข้องกับระบบวรรณยุกต์มากน้อยเพียงใด การออกแบบแบบสอบถามส่วนที่ 2 นี้มีความคิดพื้นฐานตามข้อสันนิษฐานของผู้คนในสังคมไทยส่วนหนึ่งที่ว่า ผู้ที่ใช้รูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องการผันวรรณยุกต์ในภาษาไทยน้อย ดังที่ผู้วิจัยได้แสดงตัวอย่างข้อคิดเห็นในลักษณะดังกล่าวไปแล้วในส่วนที่มาและความสำคัญ

² ในแบบสอบถามที่ผู้วิจัยใช้เก็บข้อมูลเพื่อการทำรายงานประจำภาคเรียนประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 3 ส่วน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยไม่ได้นำผลการศึกษาจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 มาวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้

³ แม้ว่าจำนวนข้อของบริบทประโยคแต่ละประเภทไม่เท่ากัน แต่ในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบอัตราส่วนร้อยละ

ผู้วิจัยตั้งคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับหัวข้อทางหลักภาษาเรื่องระบบเสียงวรรณยุกต์ในภาษาไทย และกำหนดตัวเลือกคำตอบ 4 ตัวเลือกในแต่ละข้อ คำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 นี้มีทั้งหมด 10 ข้อ ทุกข้อเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับระบบวรรณยุกต์ในภาษาไทย อันได้แก่ เรื่องรูปและเสียงวรรณยุกต์ (4 ข้อ) อักษรสามหมู่ (3 ข้อ) และคำเป็น-คำตาย (3 ข้อ) (พระยาอุปกิตศิลปสาร, 2548, น. 12-18) ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยคำถามปิดเช่นเดียวกับในแบบสอบถามส่วนที่ 1 และนำข้อมูลเชิงปริมาณในส่วนนี้ไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ร่วมกับการใช้รูปแปรมาตรฐานและไม่มาตรฐาน ตัวอย่างคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 เช่น

1. พยัญชนะในข้อใดต่อไปนี้เป็นอักษรสูงทั้งหมด

- | | |
|------------------|----------------|
| 1) จ บ ก อ ด ต | 2) ค ช ง ญ ฑ น |
| 3) ส ห ฉ ช ข ค ภ | 4) ถ ผ ฝ ห ส ษ |

2. ข้อใดต่อไปนี้เป็นคำเป็นทั้งหมด

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| 1) ขา กล่อง ขาว กิน | 2) เดิน เบ็ด หยุด ชัน |
| 3) ทะลุ กะทิกิ กวาด สมุด | 4) เป็น ตาย ปาก คอม |

3. ข้อใดต่อไปนี้ไม่มีเสียงวรรณยุกต์เหมือนคำว่า “ข้า”

- | | |
|--------|---------|
| 1) บอล | 2) อะ |
| 3) นำ | 4) น่อง |

ผู้วิจัยแจกจ่ายแบบสอบถามออนไลน์ไปยังช่องทางต่าง ๆ และขอให้ผู้ที่ได้รับแบบสอบถามส่งต่อไปให้ผู้อื่น การกระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์นี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถส่งแบบสอบถามออกไปยังผู้รับได้ในวงกว้าง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตระหนักดีว่าการใช้แบบสอบถามมีข้อท้าทายตามที่โรสเตอร์และคณะ (Roster et al, 2007 อ้างถึงใน Wright & Schwager, 2008, p. 254) ได้ชี้ประเด็นให้เห็นไว้ว่าการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามอาจทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลกลับมาน้อยกว่าจำนวนที่ต้องการ ในที่นี้หมายถึง ผู้วิจัยอาจส่งแบบสอบถามไปยังบุคคลต่างๆ ไปเป็นจำนวนมาก แต่มีผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ผู้วิจัยจำนวนน้อย รวมถึงผู้ที่ตอบแบบสอบถามอาจตอบคำถามไม่ครบทุกข้อ ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์และไม่สามารถนำข้อมูลนั้นไปใช้วิเคราะห์ได้ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้ตั้งคำถามกำหนดของแบบสอบถามในระบบออนไลน์ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถามทุกข้อ มิเช่นนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่สามารถกดส่งคำตอบได้

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังผู้ตอบแบบสอบถามและทิ้งระยะเวลาให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งข้อมูลกลับมาเป็นเวลา 5 วัน รวมได้ข้อมูลทั้งหมดจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 249 คน ทั้งนี้ เพื่อปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 249 คนนี้ทราบล่วงหน้าก่อนกดเริ่มทำแบบสอบถามว่าคำตอบจากแบบสอบถามนี้จะนำมาใช้ในการศึกษาและยินยอมให้เผยแพร่ข้อมูลการวิเคราะห์ในภาพรวม และเพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามชุดนี้ไม่มีคำถามที่สามารถเชื่อมโยงไปยังผู้ตอบแบบสอบถามได้และไม่มีคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนตัว

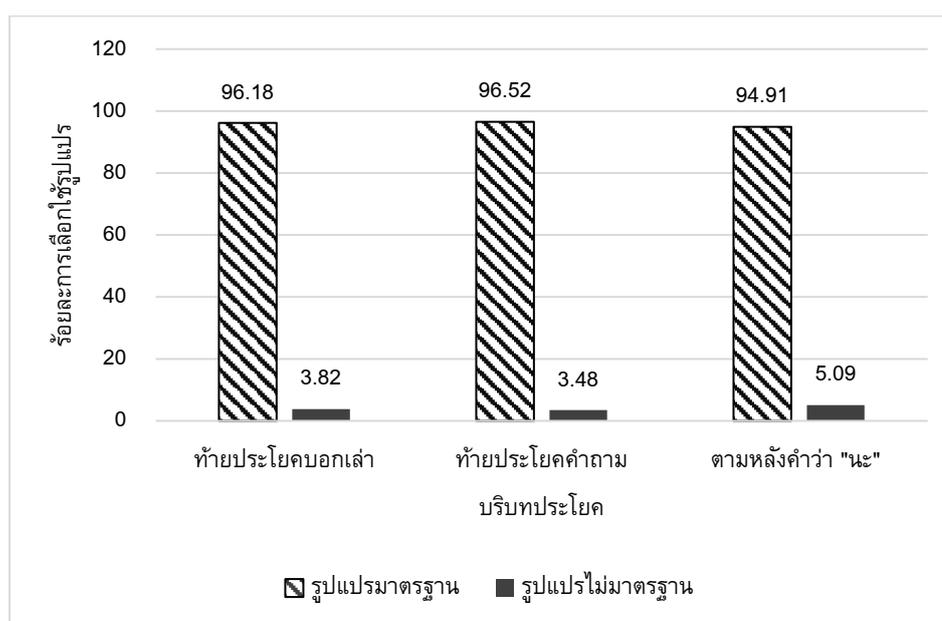
4. ผลการศึกษา

4.1 การแปรของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนที่ปรากฏในบริบทประโยค 3 ประเภท

ผลการศึกษาในหัวข้อที่ 4.1 ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาการแปรของรูปเขียนของคำว่า “คะ” และ “คะ” ที่ปรากฏในบริบทท้ายประโยคที่แตกต่างกัน ข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อนี้ นำมาจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 หลังจากที่ผู้วิจัยได้รับคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 249 รายที่เลือกเติมรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” ลงในตำแหน่งท้ายประโยคประเภทต่างๆ แล้ว ผู้วิจัยได้นำคำตอบแต่ละข้อมาแยกว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานจำนวนเท่าใดในแต่ละบริบทประโยคตามที่ปรากฏในช่องที่ 3 ของตารางที่ 1 ด้านล่าง จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลดิบที่ได้มาคำนวณเป็นอัตราส่วน (ค่าร้อยละ) และแสดงผลการวิเคราะห์ในช่องที่ 4 ของตารางที่ 1 และแสดงเป็นแผนภูมิตามแผนภูมิที่ 1 ด้านล่างนี้

ตารางที่ 1 ความถี่และค่าร้อยละของการใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” ใน 3 บริบท

ลักษณะของรูปแปร	ท้ายประโยคบอกเล่า		ท้ายประโยคคำถาม		ตามหลังคำว่า “นะ” ในตำแหน่งท้ายประโยค	
	ความถี่ที่พบ	ค่าร้อยละ	ความถี่ที่พบ	ค่าร้อยละ	ความถี่ที่พบ	ค่าร้อยละ
มาตรฐาน	958	96.18	721	96.52	709	94.91
ไม่มาตรฐาน	38	3.82	26	3.48	38	5.09
รวม	996	100	747	100	747	100



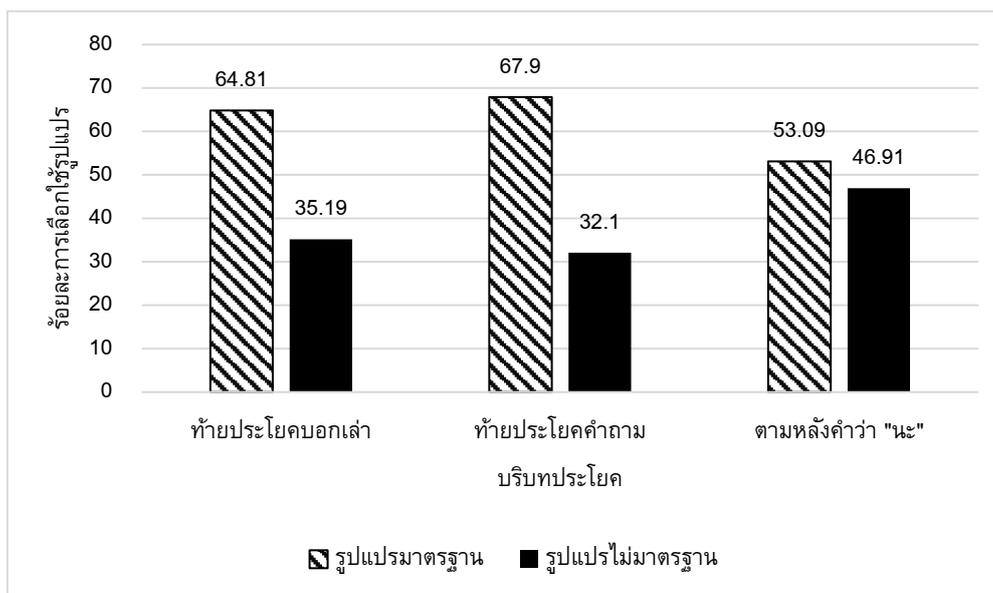
แผนภูมิที่ 1. ค่าร้อยละของการใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” ใน 3 บริบท

แผนภูมิที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเกินกว่าร้อยละ 94 เลือกใช้รูปแปรมาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ทำยบริบทประโยคทั้ง 3 ประเภท และมีผู้ที่เลือกใช้รูปแปรไม่มาตรฐานในแต่ละบริบทเพียงจำนวนประมาณร้อยละ 3-5 เท่านั้น บริบทที่พบการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานมากที่สุดคือการปรากฏตามหลังคำว่า “นะ” ในส่วนท้ายประโยค (ร้อยละ 5.09) ขณะที่การใช้รูปแปรไม่มาตรฐานท้ายประโยคบอกเล่าและท้ายประโยคคำถามมีจำนวนไม่ได้แตกต่างกันมากนัก (ร้อยละ 3.82 และร้อยละ 3.48 ตามลำดับ) โดยมีค่าร้อยละต่างกันเพียง 0.34 เท่านั้น ความสำเร็จของการเลือกใช้รูปเขียนของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในส่วนนี้สามารถนำไปใช้สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก (เกินกว่าร้อยละ 94) ยังคงเลือกใช้รูปแปรมาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในบริบทท้ายประโยคทั้ง 3 ประเภทในภาษาไทย ส่วนการปรากฏของรูปแปรไม่มาตรฐานนั้น เราสามารถพบในบริบทท้ายคำว่า “นะ” ได้มากกว่าในบริบทท้ายประโยคคำถามและท้ายประโยคบอกเล่า กล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า จากผลการศึกษาในแง่นี้ เราสามารถพบผู้ที่เขียนรูปแปรไม่มาตรฐานในประโยคเช่น “พุงนี้พอกันคะคะ” ได้มากกว่าการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานในประโยคคำถาม (เช่น “ทานข้าวหรือยังคะ”) และท้ายประโยคบอกเล่า (เช่น “อยากไปเที่ยวคะ”) ผลการศึกษาส่วนนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยในงานชิ้นอื่นๆ ที่เปรียบเทียบการใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของตัวแปรต่างๆ ในภาษาอังกฤษ (เช่น Kroch & Small, 1978; Eisikovits, 1991; Anderwald, 2001) ในประเด็นที่ว่า ผู้บอกภาษาส่วนมากยังคงนิยมใช้รูปแปรมาตรฐานมากกว่ารูปแปรไม่มาตรฐาน

ทั้งนี้ เพื่อให้ผลการวิจัยมีมิติที่ลุ่มลึกยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์รายบุคคลและพบว่า ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 249 รายนั้น มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากถึง 222 รายที่เลือกใช้เพียงรูปแปรมาตรฐานในทุกบริบทประโยคเท่านั้น อีก 27 รายเลือกใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานเฉพาะในบางประโยค และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดเลยที่เลือกใช้แต่รูปแปรไม่มาตรฐาน ผู้วิจัยต้องการที่จะขยายผลการศึกษาในส่วนนี้ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อที่จะวิเคราะห์ว่ากลุ่มผู้ที่เลือกใช้รูปแปรไม่มาตรฐานเพียงบางประโยคจำนวน 27 รายนั้นเลือกใช้รูปแปรแต่ละรูปเป็นจำนวนเท่าใด ผู้วิจัยจึงจะขอกกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ก่อนที่จะแสดงผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ต่อไปในส่วนที่ 4.2 จากการพิจารณาข้อมูลผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 27 รายนี้ใช้ทั้งรูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานปะปนกันไปอย่างไม่มีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน ยิ่งไปกว่านั้น ผู้บอกภาษากลุ่มนี้ยังเลือกใช้รูปแปรมาตรฐานมากกว่ารูปแปรไม่มาตรฐานในทุกบริบทประโยค ดังแสดงในตารางที่ 2 และแผนภูมิที่ 2 ด้านล่างนี้

ตารางที่ 2 ความสำเร็จและค่าร้อยละของการใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” ใน 3 บริบทของกลุ่มผู้ที่เลือกใช้รูปแปรไม่มาตรฐานในบางประโยค

บริบทประโยค ลักษณะของรูปแปร	ท้ายประโยคบอกเล่า		ท้ายประโยคคำถาม		ตามหลังคำว่า “นะ” ในตำแหน่งท้ายประโยค	
	ความถี่ที่พบ	ค่าร้อยละ	ความถี่ที่พบ	ค่าร้อยละ	ความถี่ที่พบ	ค่าร้อยละ
มาตรฐาน	70	64.81	55	67.90	43	53.09
ไม่มาตรฐาน	38	35.19	26	32.10	38	46.91
รวม	108	100	81	100	81	100



แผนภูมิที่ 2 ค่าร้อยละของการใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐาน
ของรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ใน 3 บริบทของกลุ่มผู้เลือกรูปแปรไม่มาตรฐานในบางประโยค

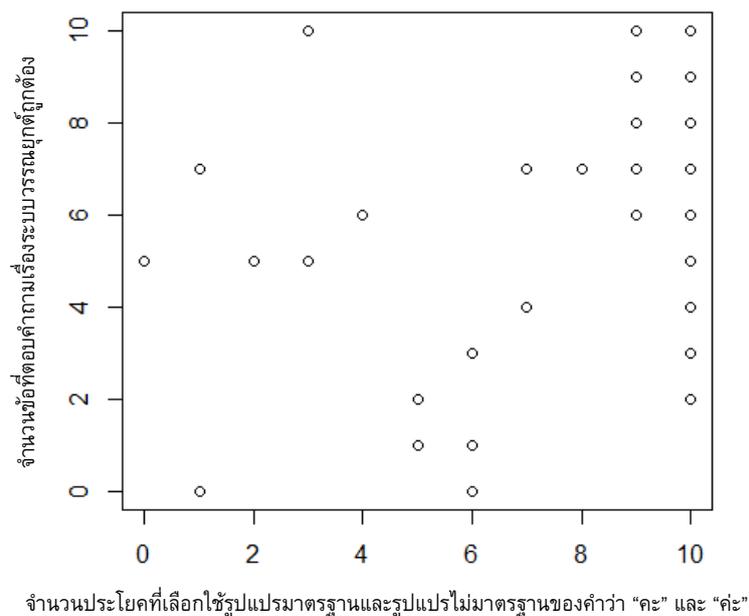
ข้อมูลจากตารางที่ 2 และแผนภูมิที่ 2 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 27 รายนี้เลือกรูปแปรมาตรฐานในบริบททำประโยชน์บอกเล่าและทำประโยชน์คำถามมากกว่าร้อยละ 60 และในบริบทตามหลังคำว่า “นะ” ทำประโยชน์ก็ยังคงพบการใช้รูปแปรมาตรฐานมากถึงร้อยละ 53.09 ผู้วิจัยจึงสามารถตีความผลการศึกษาในส่วนนี้ได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ไม่ได้เลือกตอบรูปแปรไม่มาตรฐาน “คะ” ทำประโยชน์บอกเล่าเสมอไป หรือไม่ได้อ้างอิงใช้ “ค่ะ” ลงทำประโยชน์คำถามและต่อท้ายคำว่า “นะ” เสียทุกครั้งเช่นกัน ในทางตรงกันข้าม ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 27 คนนี้ เลือกใช้รูปแปรมาตรฐานเกินกว่าร้อยละ 50 ในทุกบริบทประโยค ส่วนบริบทที่พบการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานมากที่สุดคือการใช้ตามหลังคำว่า “นะ” ในส่วนทำประโยชน์ซึ่งพ้องกับผลที่ผู้วิจัยได้แสดงไปแล้วในตารางที่ 1 และแผนภูมิที่ 1

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนกับความรู้อธิบายเรื่องระบบวรรณยุกต์

ข้อสังเกตที่เป็นประเด็นตั้งต้นของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในงานวิจัยเรื่องนี้ตามที่ผู้วิจัยกล่าวไว้ในส่วนที่มาและความสำคัญคือ คนในสังคมจำนวนหนึ่งเชื่อมโยงการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนเข้ากับความรู้หลักภาษาไทยเรื่องระบบวรรณยุกต์ คนจำนวนหนึ่งแสดงความคิดเห็นว่าผู้ที่เลือกรูปแปรไม่มาตรฐานเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้เรื่องการผันวรรณยุกต์ไม่เพียงพอ จากข้อสังเกตดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลจากคำตอบในแบบสอบถามตอนที่ 1 (การเลือกรูปแปร “คะ” และ “ค่ะ” ในบริบททำประโยชน์) และตอนที่ 2 (ความรู้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับระบบวรรณยุกต์ในภาษาไทย) ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 249 รายมาทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (correlation analysis) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปรว่าแปรผันซึ่งกันและกันมากน้อยเพียงใด (Franzese & Iuliano, 2019) วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์นี้ถูกนำไปใช้ในงานวิจัยทางภาษาศาสตร์อื่นๆ เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพูดทวนด้วยภาษาที่

ถูกต้อง (recast) กับการตอบ (response) ของผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง (McDonough & Mackey, 2006) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เครื่องมือแสดงการเชื่อมโยงความ (cohesive device) ในงานเขียนภาษาอังกฤษกับความรู้ทางภาษาของผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง (Crossley & McNamara, 2012) และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ของคำกริยาในภาษาจีนกับความถี่ของการปรากฏคำกริยาเหล่านั้น (Wu & Xu, 2010)

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้การเลือกใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนเป็นตัวแปรที่ 1 และความรู้หลักภาษาไทยเรื่องระบบวรรณยุกต์เป็นตัวแปรที่ 2 เพื่อที่จะวิเคราะห์ว่าการเลือกใช้รูปแปรมาตรฐานหรือไม่มาตรฐานนั้นสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการผันวรรณยุกต์มากน้อยเพียงใด ผู้วิจัยแปลงคำตอบจากแบบสอบถามเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ โดยในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ผู้วิจัยให้คะแนนประโยคที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเติมรูปแปรมาตรฐาน 1 คะแนน และประโยคที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้รูปแปรไม่มาตรฐาน 0 คะแนน ส่วนในแบบสอบถามตอนที่ 2 ผู้วิจัยให้คะแนนตามจำนวนข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละรายเลือกคำตอบได้ถูกต้อง จากนั้นผู้วิจัยจึงนำข้อมูลของทั้งสองตัวแปรนี้ไปวิเคราะห์สหสัมพันธ์ด้วยโปรแกรม R Studio ซึ่งเป็นคำนวณสำเร็จรูป และแสดงผลด้วยแผนภาพแสดงการกระจายด้านล่างนี้



แผนภาพที่ 2. การกระจายความสัมพันธ์ของการใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนกับความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์

การกระจายความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ 1 (การใช้รูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียน) กับตัวแปรที่ 2 (ความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์) ดังที่แสดงในแผนภาพที่ 2 สามารถสรุปได้ว่าการใช้รูปแปรของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ในภาษาเขียนกับความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์นั้นไม่ได้สัมพันธ์กันมากนัก ค่าสหสัมพันธ์ (ค่า r) ของทั้งสองตัวแปรนี้อยู่ที่ 0.4 เมื่อผู้วิจัยนำค่านี้ไปเทียบกับเกณฑ์ที่ฮินเคิลและคณะ (Hinkle, William, & Stephen, 1998, p. 118) อ้างอิงไว้ ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งสองนี้ไม่มี

ความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ⁴ ข้อมูลในแผนภาพที่ 2 ชี้ให้เห็นได้ชัดเจนว่าผู้ที่เลือกรูปแปรมาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ไม่ได้ตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับระบบวรรณยุกต์ได้ถูกต้องทั้งหมดทุกคน ในขณะที่เดียวกัน ผู้ที่เลือกรูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ก็ไม่ได้ตอบคำถามเหล่านั้นผิดทั้งหมดเช่นกัน เราจึงอาจกล่าวได้ว่า ความรู้ทางหลักภาษาเรื่องการผันวรรณยุกต์ของผู้ใช้ภาษารายหนึ่ง ๆ ไม่ได้สัมพันธ์กับการเลือกรูปแปรมาตรฐานหรือรูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนนัก อีกทั้ง มีเชื่อว่าผู้ที่เลือกรูปแปรมาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนจะมีความรู้เกี่ยวกับระบบวรรณยุกต์ในภาษาไทยมากด้วยเสมอไป

5. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาของงานวิจัยเรื่องนี้ต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ทั้ง 2 ข้อได้ตามลำดับดังนี้ วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยต้องการศึกษาการแปรของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนที่ปรากฏท้ายบริบทประโยค 3 ประเภท ได้แก่ 1) ท้ายประโยคบอกเล่า 2) ท้ายประโยคคำถาม และ 3) ตามหลังคำว่า “นะ” ผลการศึกษารูปได้ว่าผู้ใช้ภาษาจำนวนมากกว่าร้อยละ 94 ยังคงเลือกรูปแปรมาตรฐานของทั้งสองคำดังกล่าวในทุกบริบทประโยค ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงจำนวนไม่เกินร้อยละ 5 จากทั้งหมด 249 ราย ที่เลือกรูปแปรไม่มาตรฐานในแต่ละบริบทและตำแหน่งที่ปรากฏการเลือกรูปแปรไม่มาตรฐานมากที่สุดคือบริบทตามหลังคำว่า “นะ” ผลการศึกษาในข้อนี้แสดงให้เห็นความนิยมในการเลือกรูปแปรมาตรฐานซึ่งสอดคล้องกับประเด็นที่คร็อชและสมอล (Kroch & Small, 1978) เสนอไว้ว่าผู้คนในสังคมส่วนมากยังคงเลือกรูปแปรมาตรฐานมากกว่ารูปแปรไม่มาตรฐาน ส่วนหนึ่งเป็นเพราะรูปแปรมาตรฐานสัมพันธ์กับเกียรติภูมิที่มีระดับสูงและถูกนับว่าเป็นการใช้ภาษาที่ “ถูกต้อง” ตามแนวภาษาศาสตร์เชิงกำหนด

เหตุผลดังกล่าวนี้พ้องไปกับความเชื่อของผู้ใช้ภาษาในสังคมไทยจำนวนหนึ่งซึ่งเห็นว่าการเลือกรูปแปรมาตรฐานเกี่ยวข้องกับการมีความรู้เรื่องระบบวรรณยุกต์เป็นอย่างดีของผู้ใช้ภาษารายนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้พิสูจน์สมมติฐานดังกล่าวตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการศึกษาชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการเลือกรูปแปรมาตรฐานและรูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนนั้นสัมพันธ์กับความรู้อันเนื่องมาจากวรรณยุกต์ในภาษาไทยในระดับต่ำเท่านั้น ดังนั้น ข้อสังเกตที่มีผู้กล่าวว่าผู้ที่เลือกรูปแปรไม่มาตรฐานเป็นพวก “ตกภาษาไทย” หรือ “ไม่เข้าใจหลักภาษาไทย” ตามที่ผู้วิจัยยกตัวอย่างไว้ในตอนต้นของบทความอาจเป็นคำกล่าวที่ไม่ถูกต้องเสมอไป ประเด็นนี้มีความสัมพันธ์กับเรื่องการรับภาษาที่ 1 ของผู้ใช้ภาษา ตามปกติแล้วมนุษย์เรียนรู้ภาษาที่ 1 ผ่านตัวอย่างภาษาที่เป็นข้อมูลเข้า (input) (Ambridge & Leiven, 2011) เจ้าของภาษามักจะใช้ภาษาไปตามธรรมชาติและคุ้นชินกับการใช้ภาษาผ่านปฏิสัมพันธ์มากกว่าท่องจำหลักการใช้ภาษาตามกฎไวยากรณ์ จึงเป็นไปได้ว่าผู้ใช้ภาษาไทยหลายท่านเลือกใช้คำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนโดยสังเกตจากรูปภาษาที่ผู้อื่นใช้กันทั่วไปและไม่ได้ตัดสินใจเลือกรูปเขียน “คะ” หรือ “คะ” จากการพิจารณาตามระบบวรรณยุกต์

⁴ ค่าสหสัมพันธ์ (ค่า r) ของตัวแปรสองตัวแปรไต่ระดับตั้งแต่ 0 - 1 โดยที่ค่า 0 - 0.3 แสดงถึงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และค่า 0.9 - 1.0 แสดงความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ส่วนค่าสหสัมพันธ์ที่วิเคราะห์ได้ในงานวิจัยนี้อยู่ที่ 0.4 ซึ่งอยู่ในช่วงระดับคะแนน 0.3 - 0.5 ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองอยู่ในระดับต่ำ

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าไม่เพียงแต่การสะกดรูปเขียนคำว่า “คะ” และ “คะ” เท่านั้นที่แสดงให้เห็นว่าเจ้าของภาษาเลือกใช้รูปภาษาจากความเคยชินมากกว่าการท่องจำระบบการผันวรรณยุกต์ แต่คำอื่นๆ ในภาษาไทยที่มีรูปและเสียงวรรณยุกต์ต่างๆ ด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นคำในกลุ่มคำลงท้ายที่นอกเหนือจากคำว่า “คะ” และ “คะ” (เช่น วะ วะ และ นะ นะ) คำอุทาน (เช่น เว้ย เว้ย และ เอ้ย เอ้ย) หรือคำยืมจากภาษาต่างประเทศ (เช่น โน้ต โน้ต และ กุกี้ กุกี้) เราสามารถพบการสะกดคำจำพวกดังกล่าวด้วยรูปวรรณยุกต์ที่แตกต่างกันออกไปในบริบทประโยคเดียวกัน (เช่น “เข้ามาก่อนจ๊ะ” “เข้ามาก่อนจ๊ะ” และ เสื่อซี้ดตัวนี้ราคาเท่าไร เสื่อซี้ดตัวนี้ราคาเท่าไร) หากผู้ใช้ภาษาไทยพบเห็นการเลือกใช้รูปแปรไม่มาตรฐานเหล่านี้มากขึ้นเท่าใดก็อาจทำให้ผู้ใช้ภาษาค้นเคยกับการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานและนำไปใช้แพร่หลายยิ่งขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้ ผู้คนจำนวนหนึ่งในสังคมปัจจุบันก็ยอมรับการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานมากขึ้นเรื่อยๆ ความนิยมการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานพบได้ในงานวิจัยที่ศึกษาการแปรในภาษาอื่นด้วยเช่นกัน เช่น การใช้รูปแปรไม่มาตรฐานทางไวยากรณ์ในภาษาโปรตุเกส (Carrilho, 2013) และการปรากฏรูปแปรไม่มาตรฐานในการสะกดคำภาษาเยอรมันในสื่อสังคมออนไลน์ (Glaznieks & Glück, 2019) สำหรับในภาษาไทยนั้น ความนิยมในการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานอาจมีเพิ่มสูงขึ้นเมื่อคนในสังคมไม่ได้เคร่งครัดต่อการเลือกใช้เฉพาะรูปแปรมาตรฐานเท่านั้น ผู้วิจัยพบข้อคิดเห็นจำนวนหนึ่งเกี่ยวกับการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานในเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่ว่า “แค่สะกดผิดแต่ยังสื่อสารได้ก็เพียงพอแล้ว” หรือ “ผู้อ่านสามารถคาดเดาเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการจะสื่อได้อยู่แล้วแม้ผู้เขียนจะสะกดคำผิดก็ตาม” ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสันนิษฐานว่าการเลือกใช้รูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” รวมถึงคำอื่นๆ อาจพบเห็นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ในอนาคตอาจมีผู้คนในสังคมนิยมใช้รูปแปรไม่มาตรฐานของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในบริบทประโยคประเภทต่างๆ มากขึ้น (เช่น เราอาจพบเจอผู้ที่เขียนประโยคว่า “กรุณาใช้ประตูด้านหน้านะคะ” “เชิญด้านในคะ” หรือ “ทานข้าวด้วยกันไหมคะ”) จนเกิดการยอมรับการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานในบริบทท้ายประโยคดังกล่าวอย่างไรก็ตาม ในทางทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงของภาษาด้านการสะกดคำอาจไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในช่วงเวลาอันสั้น เหตุเพราะปัจจุบันมีหนังสืออ้างอิงการสะกดคำในรูปแบบที่ “ถูกต้อง” หรือการใช้รูปเขียนให้เป็นไปตามหลักภาษา อันส่งผลให้รูปแปรในภาษาเขียนไม่เป็นที่ยอมรับได้อย่างง่ายดาย (Trask, 1994) ทั้งนี้ แม้การเปลี่ยนแปลงรูปเขียนจะเป็นสิ่งที่คนในสังคมให้การยอมรับได้ยาก แต่การเปลี่ยนแปลงทางภาษาไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามย่อมเป็นปรากฏการณ์ตามปกติวิสัยที่มีอยู่แล้วในภาษามนุษย์ ในภาษาไทยก็มีการเปลี่ยนแปลงรูปเขียนที่มีการยอมรับอย่างเป็นทางการด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น การใช้รูปวรรณยุกต์เอกในคำตายที่ประสมด้วยพยัญชนะต้นอักษรต่ำและสระเสียงยาวบางคำ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานตั้งแต่ พ.ศ. 2493 จนถึง พ.ศ. 2542 บันทึกคำว่า “วอกแวก” ด้วยรูปเขียนเช่นนี้ แต่ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ฉบับ พ.ศ. 2554 กลับเปลี่ยนแปลงการสะกดเปลี่ยนเป็น “วอกแวก” (ดูเพิ่มเติมใน นิตยา กาญจนะวรรณ, 2563) แม้ว่าคำตายที่ประสมด้วยพยัญชนะต้นอักษรต่ำไม่สามารถใส่รูปวรรณยุกต์เอกได้และออกเสียงเป็นเสียงโทโดยไม่ต้องใส่รูปวรรณยุกต์ใดๆ การปรับปรุงคำในพจนานุกรมนี้เป็นที่ยืนยันได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของรูปเขียนสามารถเกิดขึ้นได้ ดังนั้น การแปรของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนนี้ก็อาจเกิดการยอมรับการใช้รูปแปรไม่มาตรฐานมากขึ้นได้ด้วยเช่นกัน ผู้ที่สนใจสามารถติดตามและขยายผลการศึกษารูปเขียนของคำเหล่านี้ที่อาจเกิดขึ้นต่อไปได้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยตระหนักดีว่างานวิจัยเรื่องนี้ไม่ได้กล่าวถึงรายละเอียดทั้งหมดในปรากฏการณ์การแปรของคำว่า “คะ” และ “คะ” ในภาษาเขียนที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในสังคมในขณะนี้ ผู้ที่สนใจประเด็นเกี่ยวกับการแปรของคำลงท้ายทั้งสองคำนี้สามารถนำงานวิจัยเรื่องนี้ไปต่อยอดได้ในหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาเรื่องการแปร

ของคำว่า “คะ” และ “ค่ะ” ที่สัมพันธ์ไปกับปัจจัยทางสังคมของผู้พูดตามแนวการศึกษาแบบภาษาศาสตร์สังคม รวมไปถึงการศึกษาการใช้รูปแบบในบริบททางภาษาอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากบริบทท้ายประโยคที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษามาเฉพาะ 3 บริบทเท่านั้น การวิจัยต่อยอดเหล่านี้จะมีส่วนช่วยให้เราสามารถอธิบายปรากฏการณ์การใช้ภาษาที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบันได้ละเอียดยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- การใช้ คะ ค่ะ ผิด จนเป็นวาระแห่งชาติ...คือความล้มเหลวทางการศึกษาหรือไม่. (2558). สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2558
จาก <https://pantip.com/topic/34580676>
- ทรงธรรม อินทจักร. (2559). การคาดการณ์ได้และความสัมพันธ์เชิงบทบาทในถ้อยคำให้เกียรติในภาษาไทย. *วารสารศิลปศาสตร์*, 16(2), 142-172.
- เทคนิคการใช้ คะ/ค่ะ ละ/ละ จะ/จะ นะ/นะ. (2560). สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2560
จาก <https://pantip.com/topic/36313303>.
- นววรรณ พันธุมธธา. (2554). *ไวยากรณ์ไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตยา กาญจนวรรณ (2563). *การใช้รูปวรรณยุกต์เอกในคำ แซ่บ กับ แซ่ด*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2563
จาก <http://www.royin.go.th/?p=24332>.
- เลิกใช้ นะคะ นะค่ะ ผิดกันชัดๆ!!!. (2558). สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2558
จาก Pantip: <https://pantip.com/topic/33394040>.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2561). ว่าด้วยคำว่า “แซว”, “คะ”, “ค่ะ”, “นะคะ”. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2561
จาก <http://www.royin.go.th/?p=18393>.
- อุปทิศศิลปสาร, พระยา. (2548). *หลักภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- Ambridge, B. M. & Leven, E. V. (2011). *Child Language Acquisition: Contrasting Theoretical Approaches*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Anderwald, L. (2001). Was/were-variation in non-standard British English today. *English World-Wide: A Journal of Varieties of English*, 22(1), 1-21.
- Baker, A. E., & Hengeveld, K. (2012). *Linguistics*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Bhamoraput, A. (1972). *Final Particles in Thai* [Unpublished master's thesis]. Brown University, U.S.A.
- Burridge, K., & Bergs, A. (2016). *Understanding Language Change*. London: Routledge.
- Carrilho, E. (2013). On the areal dimension of non-standard syntax: Evidence from a Portuguese corpus. *Proceedings of the 14th International Conference on Methods in Dialectology*, 69-79.
- Cooke, J. R. (1989). Thai sentence particles: Forms, meaning and formal-semantic variations. In J. R. Cook, *Thai Sentence Particles and Other Topics* (pp. 1-90). Canberra: Australian National University.
- Crossley, S. A., & McNamara, D. S. (2012). Predicting second language writing proficiency: The role of cohesion and linguistic sophistication. *Journal of Research in Reading*, 35(2), 115-135.
- Eisikovits, E. (1991). Variation in subject-verb agreement in Inner Sydney English. In J. Cheshire, *English Around the World* (pp. 235-255). Cambridge: Cambridge University Press.

- Erlewine, M. Y. (2017). Low sentence-final particles in Mandarin Chinese and the final-over-final constraint. *Journal of East Asian Linguistics*, 26(1), 37-75.
- Franco, K., & Tagliamonte, S. (2020). New-way(s) with -ward(s): Lexicalization, splitting and sociolinguistic pattern. *Language Variation and Change*, 1-23.
- Franzese, M., & Iuliano, A. (2019). Correlation analysis. In S. Ranganathan, M. R. Gribskov, K. Nakai, & C. Schönbach, *Encyclopedia of Bioinformatics and Computational Biology* (pp. 706-721). Amsterdam: Elsevier.
- Glaznieks, A., & Glück, A. (2019). From the valleys to the world wide web: Non-standard spellings on social network sites. In C. R. Wigham, & E. W. Stemle, *Building Computer-Mediated Communication Corpora for Sociolinguistic Analysis* (pp. 12-27). Clermont-Ferrand: Blaise Pascal University.
- Haas, M. R. (1970). *Thai-English Student's Dictionary*. Stanford: Stanford University Press.
- Hinkle, D. E., William, W., & Stephen, G. J. (1998). *Applied Statistics for the Behavioral Science*. New York: Houghton Mifflin.
- Katagiri, Y. (2007). Dialogue functions of Japanese sentence-final particles 'yo' and 'ne'. *Journal of Pragmatics*, 39(7), 1313-1323.
- Kita, S., & Ide, S. (2007). Nodding, aizuchi, and final particles in Japanese conversation: How conversation reflects the ideology of communication and social relationship. *Journal of Pragmatics*, 39(7), 1242-1254.
- Kroch, A., & Small, C. (1978). Grammatical ideology and its effect on speech. In D. Sankoff, *Linguistic Variation Models and Methods* (pp. 45-55). New York: Academic Press.
- Labov, W. (1964). Phonological correlates of social stratification. *American Anthropologist*, 66(6), 164-176.
- Li, B. (2006). *Chinese Final Particles and the Syntax of the Periphery*. Amsterdam: Landelijke Onderzoekschool Taalwetenschap.
- Luke, K. K. (1990). *Utterance Particles in Cantonese Conversation*. Amsterdam: John Benjamins.
- McCready, E. (2014). A semantics for honorifics with reference to Thai. *Proceedings of the 28th Pacific Asia Conference on Language, Information and Computing*, 503-512.
- McDonough, K., & Mackey, A. (2006). Responses to recasts: Repetitions, primed production, and linguistic development. *Learning Learning*, 56(4), 693-720.
- Meyerhoff, M. (2006). *Introducing Sociolinguistics*. London: Routledge.
- Munn, P., & Drever, E. (1990). *Using Questionnaire in Small-Scale Research: A Teacher's Guide*. Edinburgh: SCORE.
- Noss, R. B. (1964). *Thai Reference Grammar*. Washington, D.C.: U.S. Government Printing.
- Ono, T., Thompson, S. A., & Sasaki, Y. (2012). Japanese negotiation through emerging final particles in everyday talk. *Discourse Processes*, 49(3-4), 243-272.
- Peyasantiwong, P. (1981). *A Study of Final Particles in Conversational Thai* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Michigan, U.S.A.
- Pittayaporn, P. (2007, August 5). *Prosody of Final Particles in Thai: Interaction between Lexical Tones and Intonation*. Paper presented at the workshop on "Intonational Phonology: Understudied or Fieldwork Languages". Saarbrücken, Germany.

- Rowley, J. (2014). Designing and using research questionnaires. *Management Research Review*, 37(3), 308-330.
- Sue, V. M., & Ritter, L. A. (2012). *Conducting Online Research*. London: SAGE.
- Tagliamonte, S. A. (2012). *Variationist Sociolinguistics: Change, Observation, Interpretation*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Tagliamonte, S. A. (2016). *Making Waves: The Story of Variationist Sociolinguistics*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Trask, R. L. (1994). *Language Change*. London: Routledge.
- Trudgill, P. (1972). Sex, covert prestige and linguistics change in the urban British English of Norwich. *Language in Society*, 1(2), 179-195.
- van Herk, G. (2012). *What is Sociolinguistics?*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Wasow, T., Jaeger, T. F., & Orr, D. M. (2011). Lexical variation in relativizer frequency. In H. J. Simon & H. Wiese, *Expecting the Unexpected: Exceptions in Grammar* (pp. 175-196). Berlin: de Gruyter.
- Wright, B., & Schwager, P. H. (2006). Online survey research: Can response factor be improved?. *Journal of Internet Commerce*, 7(2), 253-269.
- Wu, W. (2008). An acoustic phonetic study of the intonation of sentence-final particles in Hong Kong Cantonese. *Asian Social Science*, 2(4), 23-29.
- Wu, W.-J., & Xu, Y. (2010). Correlation analysis of visual verbs' subcategorization based on Pearson's correlation coefficient. *Proceedings of 2010 International Conference on Machine Learning and Cybernetics*, 2042-2046.
- Xu, B. R., & Mok, P. (2011). Final rising and global raising in Cantonese intonation. *Proceedings of The International Congress of Phonetic Science*, 2173-2176.
- Yap, F. H., Wang, J., & Lam, C. T. (2010). Clausal intergration and the emergence of mitigative and adhortative sentence-final particles in Chinese. *Taiwan Journal of Linguistics*, 8(2), 63-86.



โฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านช่วงการแพร่ระบาด
ของโรคโควิด-19: การศึกษาชนิดกระบวนการของคำกริยา
ตามแนวคิดไวยากรณ์ระบบและหน้าที่

Received: 31 August 2022

Revised: 1 November 2022

Accepted: 1 November 2022

ธันวาคม เสรีชัยกุล *

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชนิดกระบวนการ (process types) ของคำกริยาในโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้าน (food delivery) ตามแนวของ ทฤษฎีไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ (systemic functional approach) โดยฮัลลiday (Halliday, 2004) เก็บข้อมูลจากแผ่นภาพโฆษณาในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2563 และเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นช่วง การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รวมจำนวน 201 โฆษณา ผลการศึกษาพบ ชนิดกระบวนการ (process types) เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กระบวนการแสดงการกระทำ (material process) ร้อยละ 73.11 กระบวนการ แสดงความรู้สึก (mental process) ร้อยละ 25.04 กระบวนการแสดงสภาพ (relational process) ร้อยละ 1.69 และกระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process) ร้อยละ 0.16 ตามลำดับ ชนิดของกระบวนการที่พบในข้อความ โฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 สื่อความคิดของผู้ผลิตโฆษณาที่สื่อสารไปยังผู้บริโภค ดังนี้ 1) สื่อ ความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 2) สื่อความคิด เกี่ยวกับการซื้อขายอาหารในรูปแบบบริการส่งอาหาร 3) สื่อความคิดเกี่ยวกับ คุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหาร และ 4) สื่อความคิดเกี่ยวกับการ ส่งเสริมการขาย กระบวนการที่พบแสดงให้เห็นว่าในสถานการณ์การแพร่ ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้พฤติกรรมมารับประทานอาหารของผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงไปตามมาตรการควบคุมโรคซึ่งเป็นประสบการณ์ที่คนในสังคม ประสบร่วมกัน ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้สถานการณ์ดังกล่าวมาเป็นแนวคิดสำคัญ ในการโน้มน้าวใจผู้บริโภคในการสั่งอาหารผ่านบริการส่งอาหาร

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

โฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้าน;
หน้าที่สื่อความคิด;
ชนิดกระบวนการ;
โควิด-19

* อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: thanwaporn.n@ku.th

Food Delivery Advertisements during the Pandemic of COVID-19: A Study of Process Types of Verb Using Systemic Functional Approach

Received: 31 August 2022

Revised: 1 November 2022

Accepted: 1 November 2022

Thanwaporn Sereechaikul*

This article aims to analyze the process types of verb in food delivery advertisements, using Systemic Functional Approach by Halliday (2004). The data were collected from advertising posters published online during the COVID-19 pandemic in Thailand: March-May 2020 and May-August 2021. The data include in total 201 advertisements. It is found that process types, sorted in descending order, consist of Material Process (73.11%), Mental Process (25.04%), Relational Process (1.69%), and Existential Process (0.16%). The advertisements seek: 1) to attract consumer attention by using COVID-19 Pandemic, which is a shared experience; 2) to stimulate consumer attention and need for products and services; 3) to provide details about food delivery services and the quality of such services; and 4) to make consumers decide to buy products or services by using promotions to encourage consumers to make a purchase. The process types found showed that, during the pandemic, consumer eating behavior has changed. The advertisements have employed the temporal condition to boost purchasing power of consumers through home delivery and its empathic marketing strategy.

Research Article

Abstract

Keywords

food delivery advertisements;
ideational metafunction;
process types;
COVID-19

* Lecturer, Department of Thai, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: thanwaporn.n@ku.th

1. บทนำ

โฆษณาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน (ประภัสสร อินตา และสมพงษ์ บุญเลิศ, 2557) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอคุณสมบัติของสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่อผู้รับสารเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการของผู้ผลิตโฆษณา ในปัจจุบัน โฆษณามีหลากหลายประเภทตามช่องทางของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้นว่าสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล ยานพาหนะ ตลอดจนสื่อออนไลน์ เพื่อเข้าถึงผู้รับสารที่มีพฤติกรรมบริโภคสื่อที่แตกต่างกัน (ณัฐรัชดา วิจิตรจามรี, 2556)

โฆษณาอาหารเป็นโฆษณาประเภทหนึ่งที่มีการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ด้วยอาหารเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ (พันทวี ฤกษ์สำราญ, 2548) และด้วยการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันเพื่อสอดรับกับพฤติกรรมบริโภคอาหารที่หลากหลาย ทั้งการไปรับประทานที่ร้าน การสั่งกลับบ้าน หรือบริการส่งอาหารและส่งที่บ้าน (delivery) เป็นบริการที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2562) ได้คาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจดังกล่าวใน พ.ศ. 2562 อยู่ที่ร้อยละ 14 จากปีก่อนหน้าและสร้างรายได้ในระบบเศรษฐกิจราว 3.5 หมื่นล้านบาท อันเนื่องมาจากการพัฒนา ปรับปรุงและแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทนี้ ทำให้ผู้ใช้มีความสะดวกในการสั่งอาหารมารับประทานที่บ้านมากขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ ธุรกิจประเภทนี้มีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้นแบบก้าวกระโดดในปี 2563-2564 อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2564; แบรินด์บุฟเฟต์, 2564) ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถไปรับประทานอาหารที่ร้านได้อันเนื่องมาจากมาตรการควบคุมโรคของภาครัฐ อาทิ การให้ปฏิบัติงานจากที่บ้าน (work from home) เป็นหลัก การเว้นระยะห่างทางสังคม (social distancing) รวมไปถึงการห้ามไม่ให้นั่งรับประทานอาหารในร้านโดยสามารถเปิดให้บริการเฉพาะนำกลับไปทานที่บ้านเท่านั้น (ราชกิจจานุเบกษา, 2563; 2564ข) จึงเป็นเหตุให้ธุรกิจบริการส่งอาหารถึงที่บ้านได้รับความนิยมแบบก้าวกระโดดตามพฤติกรรมรับประทานอาหารที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากภาวะโรคระบาด (จุฑามาศ ศรีรัตน, 2564) จึงทำให้มีการเผยแพร่โฆษณาเกี่ยวกับบริการจัดส่งอาหารจำนวนมากขึ้นและหลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะโฆษณาในสื่อออนไลน์ (Warawattananon, 2564) เพื่อให้สอดรับกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในยามที่เกิดโรคระบาดที่ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์เป็นหลัก

ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าในช่วงที่มีการบังคับใช้ข้อกำหนดในการควบคุมโรคอันเป็นเหตุให้บรรดาร้านอาหารไม่สามารถดำเนินธุรกิจการขายได้ตามปกติและจะเป็นเหตุให้ยอดขายลดลงจากช่วงเวลาปกติ จึงต้องหันไปให้บริการผ่านบริการส่งอาหารไปรับประทานที่บ้าน หลายร้านอาหารได้มีการผลิตสื่อโฆษณาเพื่อเชิญชวน โฉมหน้าผู้รับสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของร้านตนเอง จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้ออาหารไปรับประทานในที่สุด ตัวอย่างโฆษณาที่พบ เช่น

(ตัวอย่างที่ 1)

ส่งห่างๆ อย่างห่างๆ (โฆษณา The Pizza Company, มีนาคม 2563)

(ตัวอย่างที่ 2)

อร่อยคุ้ม เมนูโปรด (โฆษณา S&P, พฤษภาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 3)

โปรคัม แกรมฟรี ส่งฟรี (โฆษณา Dairy Queen, กรกฎาคม 2564)

จากตัวอย่างข้างต้น เห็นได้ว่าโฆษณาได้พยายามถ่ายทอดความคิดให้ผู้รับสารเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการมีคุณสมบัติอย่างไร เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้ตัดสินใจเลือกซื้อบริการนั้น สืบเกิดได้จากคำกริยาที่มีความหมายต่าง ๆ อาทิ การใช้คำที่มีความหมายสื่อถึงความปลอดภัยในช่วงที่กำลังเกิดการแพร่ระบาดของโรค คำที่มีความหมายสื่อถึงรสชาติของอาหาร คำที่มีความหมายสื่อถึงความคุ้มค่า ในช่วงที่ต้องรับประทานอาหารที่บ้าน แต่กลับได้รับรสชาติเหมือนรับประทานที่ร้าน และได้รับความคุ้มค่าจากเงินที่ต้องเสียไป เป็นต้น ทั้งนี้ ตามแนวคิดไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ของฮัลลiday (Halliday, 2004) คำที่มีความหมายเหล่านี้จัดเป็นชนิดกระบวนการ (process types) ที่มีบทบาทในการถ่ายทอดความคิดไปสู่ผู้รับสาร เพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในที่สุด

จากการทบทวนงานวิจัยก่อนหน้า พบว่าประเด็นการศึกษาภาษาโน้มน้าวใจมักเป็นการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาว่าสื่อโฆษณาชิ้นนั้นมีกลวิธีในการโน้มน้าวใจอย่างไร เช่น งานวิจัยของนพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) ศึกษา “การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ” งานวิจัยของเบญจวรรณ ศรีกุล จินตนา พุทเมตะ และอัครา บุญทิพย์ (2555) ศึกษา “วิเคราะห์ภาษาในแผ่นพับโฆษณาเครื่องสำอาง ปีพ.ศ. 2551” และงานวิจัยของกมลวรรณ สีเม้ย เพชรรัตน์ ปฐมพฤกษ์วงษ์ และกนกวรรณ วารีเขตต์ (2564) ศึกษา “การศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในพาดหัวโฆษณาแค็ตตาล็อกกิฟฟารีน” จากโฆษณาในแค็ตตาล็อกกิฟฟารีน ประจำปี 2562 เป็นต้น ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาชนิดกระบวนการของคำกริยา แม้ว่าจะมีผู้ศึกษาไว้ แต่กลุ่มข้อมูลที่ใช้ในการศึกษายังไม่มีการศึกษาภาษาในสื่อโฆษณาอาหาร โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาว่าในสื่อโฆษณาของร้านอาหารในการให้บริการส่งอาหารกลับบ้านในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีชนิดกระบวนการ (process types) ของคำกริยาประเภทใดบ้าง คำกริยาที่พบดังกล่าวถ่ายทอดความคิดไปสู่ผู้รับสารอย่างไรเพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าที่นำเสนอขายจนทำให้ธุรกิจบริการส่งอาหารไปรับประทานที่บ้านได้รับความนิยมในช่วงภาวะวิกฤตที่เกิดโรคระบาดเช่นที่ผ่านมา

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาชนิดกระบวนการ (process types) ของคำกริยาในโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้าน (food delivery) ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามแนวทฤษฎีไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ (systemic functional approach)

3. ขอบเขตข้อมูลและวิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ขอบเขตข้อมูล

การเก็บข้อมูลแผนภาพโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้าน (food delivery) ได้ใช้คำค้นว่า “เดลิเวอรี” “อาหาร” และ “โปรโมชั่น” ในช่องค้นหาค้นหาบนเว็บไซต์ Google โดยกำหนดช่วงเวลาในการค้นหาข้อมูลตามระยะเวลาที่ภาครัฐมีมาตรการให้ร้านอาหารดัดแปลงรับประทานที่ร้านและให้บริการส่งอาหารถึงบ้านแทน รวมจำนวนข้อมูลโฆษณาทั้งสิ้น 201 โฆษณา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลโฆษณาในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม-16 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ตามที่มีประกาศห้ามรับประทานอาหารในร้านจนกระทั่งผ่อนคลายมาตรการดังกล่าว (กรุงเทพมหานคร, 2563; ราชกิจจานุเบกษา, 2563; ไทยรัฐ, 2563) รวมระยะเวลา 56 วัน จำนวนข้อมูลโฆษณา 69 โฆษณา

2) ข้อมูลโฆษณาในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกเดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม-31 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ตามที่มีประกาศห้ามรับประทานอาหารในร้านจนกระทั่งผ่อนคลายมาตรการดังกล่าว (ราชกิจจานุเบกษา, 2564ก; 2564ข) รวมระยะเวลา 123 วัน จำนวนข้อมูลโฆษณา 132 โฆษณา

ทั้งนี้ เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ไม่มีการสั่งห้ามรับประทานอาหารในร้าน โดยให้อำนาจแต่ละสถานที่พิจารณาจัดการตามความเหมาะสม (ราชกิจจานุเบกษา, 2563) จึงไม่นำข้อมูลมาศึกษาในงานวิจัยนี้

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จึงนำเฉพาะข้อความโฆษณาที่ปรากฏในแผนภาพโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านมาศึกษา โดยไม่วิเคราะห์ส่วนที่เป็นเงื่อนไขและรูปภาพประกอบโฆษณา จากนั้นวิเคราะห์ชนิดกระบวนการ (process types) ของคำกริยาในข้อความโฆษณา ตามแนวคิดของทฤษฎีไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ (systemic functional approach) ทั้งนี้ การนับความถี่ของชนิดกระบวนการนั้นผู้วิจัยนับคำกริยาที่ซ้ำกันด้วย จากนั้นจึงนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

4. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดทฤษฎีไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ (systemic functional approach)

ฮัลลiday (Halliday, 2004) กล่าวถึงหน้าที่ทางอภิภาษา (metafunction) ไว้ 3 ประการ ได้แก่ หน้าที่ด้านถ่ายทอดความคิด (ideational metafunction) หน้าที่ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interpersonal metafunction) และหน้าที่ด้านเรียบเรียงความ (textual metafunction) หน้าที่แต่ละด้านจะแสดงผ่านหน่วยที่ต่างกัน คือ หน้าที่ด้าน

เรียบเรียงความจะแสดงผ่านใจความหลัก (theme) และใจความรอง (rheme) หน้าที่ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะแสดงผ่านมาลา (mood) ส่วนหน้าที่ด้านถ่ายทอดความคิดจะแสดงผ่านชนิดกระบวนการ (process types) เป็นหลัก

ชนิดกระบวนการตามแนวคิดนี้ ฮัลลิเดย์ได้เสนอให้แบ่งอนุภาคย่อยออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ผู้ร่วมเหตุการณ์ (participants) แสดงด้วยคำนาม 2) ชนิดกระบวนการ (process types) แสดงด้วยคำกริยา และ 3) สภาพแวดล้อม (circumstances) แสดงด้วยคำกริยาวิเศษณ์และคำบุพบท สำหรับชนิดกระบวนการในภาษาอังกฤษ ฮัลลิเดย์ได้เสนอไว้ 6 ชนิด ซึ่งชนิดกระบวนการแต่ละชนิดจะกำหนดผู้ร่วมเหตุการณ์ รายละเอียดดังนี้

1) กระบวนการแสดงการกระทำ (material process) เป็นกระบวนการที่คำกริยาแสดงการกระทำ (doing) และแสดงเหตุการณ์ (happening) เช่น replace tying tie cut off ผู้ร่วมเหตุการณ์ในชนิดกระบวนการนี้ ได้แก่ ผู้กระทำ (actor) และผู้เป็นเป้าหมายของการกระทำ (goal) ทั้งนี้ ผู้รับผลประโยชน์ (beneficiary) ที่เกิดร่วมกับคำกริยาแสดงการกระทำ หรือขอบเขต (range) ที่เกิดร่วมกับคำกริยาแสดงเหตุการณ์จะมีหรือไม่ก็ได้

2) กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process) เป็นกระบวนการที่คำกริยาเกี่ยวข้องกับความรู้สึก แสดงด้วยคำกริยา 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) คำกริยาที่เกี่ยวกับการรับรู้ (perception) เช่น perceive sense see 2) คำกริยาที่เกี่ยวกับความคิด (cognition) เช่น think believe realize 3) คำกริยาที่เกี่ยวกับความต้องการ (desiderative) เช่น want wish refuse และ 4) คำกริยาที่เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึก (emotive) เช่น like hate enjoy ผู้ร่วมเหตุการณ์ในกระบวนการนี้ ได้แก่ ผู้ที่รับรู้หรือผู้รู้สึก (sensor) และสิ่งที่รับรู้หรือทำให้รู้สึก (phenomenon)

3) กระบวนการแสดงสภาพ (relational process) เป็นกระบวนการที่คำกริยาแสดงสภาพ (process of being) ที่สิ่งหนึ่งสัมพันธ์กับอีกสิ่งหนึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิดย่อย ได้แก่

3.1 คำกริยาแสดงลักษณะ (attributive) เป็นกระบวนการในการบรรยายคุณสมบัติ ผู้ร่วมเหตุการณ์ในกระบวนการนี้ ได้แก่ ผู้มีคุณสมบัติ (carrier) และคุณสมบัติ (attribute)

3.2 คำกริยาระบุลักษณะ (identifying) เป็นกระบวนการที่สิ่งหนึ่งถูกระบุเป็นอีกสิ่งหนึ่ง เช่น the dinosaurs **were** the longest ever to live on earth ผู้ร่วมเหตุการณ์ในกระบวนการนี้ ได้แก่ สิ่งที่ถูกระบุหรือนิยาม (token/ identified) และสิ่งที่ระบุหรือนิยาม (value identifier)

4) กระบวนการแสดงพฤติกรรม (behavioral process) เป็นกระบวนการที่คำกริยาแสดงพฤติกรรมทางกายภาพและพฤติกรรมทางจิตใจ เช่น like smile dream ผู้ร่วมเหตุการณ์ในกระบวนการนี้ ได้แก่ ผู้มีพฤติกรรม (beaver)

5) กระบวนการแสดงการพูด (verbal process) เป็นกระบวนการที่แสดงด้วยคำกริยาที่เกี่ยวกับการพูด เช่น said told reply ผู้ร่วมเหตุการณ์ในกระบวนการนี้ ได้แก่ ผู้พูด (sayer)

6) กระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process) เป็นกระบวนการที่คำกริยาแสดงการเกิดขึ้นของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น exist remain occur ผู้ร่วมเหตุการณ์ในชนิดกระบวนการนี้ ได้แก่ ผู้ปรากฏขึ้น (existent)

5. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะได้กล่าวถึงงานวิจัยที่ศึกษาภาษาในโฆษณา 2 ส่วน ได้แก่ งานวิจัยที่ศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในสื่อโฆษณาและงานวิจัยที่ศึกษาภาษาในสื่อโฆษณาด้วยแนวคิดไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

งานวิจัยที่ศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในสื่อโฆษณามุ่งศึกษาว่าโฆษณานั้นๆ มีการใช้กลวิธีในการโน้มน้าวใจผู้รับสารอย่างไร อาทิ นพวัฒน์ สุวรรณช่าง (2553) ศึกษา “การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ” จากโฆษณาในนิตยสาร “ชีวิต” “Health Today” “ใกล้หมอ” และ “หมอชาวบ้าน” ผลการศึกษาพบกลวิธีในการโน้มน้าวใจ เช่น การกล่าวถึงคุณสมบัติของสินค้าและบริการ การให้ความรู้ การกล่าวถึงสิ่งพึงประสงค์และสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การกล่าวอ้าง การใช้จุดจับใจเชิงข่าว เป็นต้น ซึ่งอาจพบต่างกันไปตามแต่ละประเภท เบญจวรรณ ศรีกุล จินตนา พุทฺธเมตตะ และอัศรา บุญทิพย์ (2555) ศึกษา “วิเคราะห์ภาษาในแผ่นพับโฆษณาเครื่องสำอาง ปี พ.ศ. 2551” ผลการศึกษาพบว่าวัจนภาษาที่พบในแผ่นพับโฆษณามี 2 ส่วน ได้แก่ พาดหัวโฆษณาทั้งพาดหัวหลักและพาดหัวรอง พาดหัวหลักมีการพาดหัวแบบข่าวเพื่อสื่อสารเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ ส่วนพาดหัวรองพบทั้งการบอกคุณสมบัติและอธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ สำหรับในส่วนข้อความอธิบายรายละเอียดพบทั้งการใช้คำ ประโยค และภาพพจน์ กมลวรรณ สีเมย์ เพชรรัตน์ ปฐมพฤกษ์วงษ์ และกนกวรรณ วาริเขตต์ (2564) ศึกษา “การศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในพาดหัวโฆษณาเค็ดตาล็อกกิฟฟารีน” จากโฆษณาในเค็ดตาล็อกกิฟฟารีน ประจำปี 2562 ผลการศึกษาพบว่าเค็ดตาล็อกกิฟฟารีนมีการใช้กลวิธีโน้มน้าวใจต่างๆ ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านประสาทสัมผัส ด้านอารมณ์ทางเพศ ความรัก และสังคม ด้านสิ่งแปลกใหม่ ด้านความกลัวและความวิตกกังวล ด้านดาราศาสตร์และการใช้บุคคลรับรอง ด้านจิตใต้สำนึก ด้านการยกย่อง และด้านธรรมชาติ

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาภาษาในสื่อโฆษณาด้วยแนวคิดไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ พบงานวิจัยที่ศึกษาด้วยภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ดังนี้ พรวิภา ไชยสมคุณ (2560) ศึกษา “การวิเคราะห์โฆษณาประเภทเรื่องเล่าของสินค้าเพื่อสุขภาพ” ด้วยข้อมูลโฆษณาประเภทเรื่องเล่าในนิตยสารชีวิตที่เผยแพร่ใน พ.ศ. 2554 ผลการศึกษาพบว่าประเภทใจความหลักที่พบมากที่สุด คือใจความหลักแสดงเรื่องทั้งประเภทปรากฏรูปและการละรูป ส่วนประเภทของประโยคตามมาลาที่พบมากที่สุด คือ ประโยคบอกเล่า ประโยคคำสั่ง ด้านความสัมพันธ์ระหว่างนามกับกริยาพบว่ามีกริยา 4 ประเภท ได้แก่ คำกริยาแสดงการกระทำ คำกริยาแสดงลักษณะ คำกริยาทางจิตใจ และคำกริยาทางการสื่อสาร ปัทมา พัฒน์พงษ์ (Patpong, 2009) ศึกษา “*Thai Persuasive Discourse: A Systemic Functional Approach to an Analysis of Amulet Advertisements*” จากภาษาในโฆษณาเครื่องรางที่เผยแพร่บนหนังสือพิมพ์ไทยรัฐระหว่าง พ.ศ. 2548-2550 ผลการศึกษาพบว่าด้านการเรียงความมีการใช้ความหลัก (theme) แบบเวลาและสถานที่ คุณภาพ และประโยคแบบเหตุผล ส่วนด้านบุคคลสัมพันธ์ มีการใช้ประโยคบอกเล่าเพื่ออธิบายคุณสมบัติของสินค้าและใช้ประโยคคำสั่งเพื่อเชิญชวนผู้รับสารให้ปฏิบัติตาม ส่วนในด้านถ่ายทอดความคิด พบชนิดกระบวนการ ได้แก่ กระบวนการแสดงการกระทำ (material process) และกระบวนการแสดงสภาพ (relational process) เพื่อเชิญชวนผู้รับสารให้มาใช้บริการ ปิยะพงษ์ เลาศรีรัตนชัย (Laosrirattanachai, 2018) ศึกษา “*An Analysis of Slogans of Airline Business Using Ideational Metafunction*” จากข้อมูลสโลแกนจากเว็บไซต์ของสายการบิน ผลการศึกษาพบว่าประเภทหลักของหน้าที่สื่อความคิดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ 1) ผู้แสดงประสบการณ์ (participants) โดยผู้กระทำ (actor) เป็นประเภทย่อยของ

ผู้แสดงประสบการณ์พบมากที่สุด 2) สิ่งแวดล้อม (circumstances) โดยสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับสถานที่ (spatial location) เป็นประเภทย่อยของสิ่งแวดล้อมที่พบมากที่สุด และ 3) ตัวกระบวนการ (process) โดยประสบการณ์การกระทำแบบแสดงผลลัพธ์ (material transformative) เป็นประเภทย่อยของตัวกระบวนการที่พบมากที่สุด ปิยะพร ภูณณะศิริกุล และเจร สิงห์โกวินท์ (Punkasirikul & Singhakowinta, 2019) ศึกษา *“The Analysis of Linguistic Features in Annuity Advertisements”* จากข้อมูลโฆษณาประกันบำนาญจำนวน 15 ชิ้น ผลการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาในการโน้มน้าวผู้รับสารด้วยคำกริยา 6 ชนิดในไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ ได้แก่ คำกริยาที่สื่อถึงการกระทำ คำกริยาที่ใช้ในการให้คำนิยาม คำกริยาที่สื่อถึงอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด คำกริยาเกี่ยวกับการพูด คำกริยาที่แสดงถึงพฤติกรรมของมนุษย์ และคำกริยาที่แสดงถึงการเกิดขึ้นหรือมีขึ้นของสิ่งต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการใช้ประโยคบอกเล่า คำถาม และคำสั่งในโฆษณาเพื่อโน้มน้าวผู้รับสาร นอกจากนี้ ผู้ผลิตโฆษณายังตอกย้ำและผลิตซ้ำวาทกรรมบางอย่างเพื่อให้ผู้รับสารเห็นถึงความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายด้วย สารีและโนเวรีโน (Sari and Noverino, 2021) ศึกษา *“A Multimodal Discourse Analysis in Pantene Advertisement”* จากโฆษณาแชมพูสระผม “Pantene” ในประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาในส่วนตัวบทที่เป็นภาษาพบว่ามีการใช้ชื่อผลิตภัณฑ์เป็นผู้กระทำ (actor) และกระทำกริยาที่ให้ผลในทางบวก เพื่อโน้มน้าวผู้รับสารให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาสามารถบำรุงผมให้สวยงามและป้องกันการขาดหลุดร่วงได้ นอกจากนี้ โฆษณายังเน้นความให้ผู้รับสารเห็นว่าผู้หญิงที่มีผมสวยงามและแข็งแรงถือว่าเป็นผู้หญิงที่สวยงาม และอุมิยาติและยันติ (Umiyati & Yanti, 2022) ศึกษา *“Language Metafunction in Cosmetic Advertisement”* เพื่อศึกษาการประกอบสร้างความหมายของความงามในโฆษณาเครื่องสำอางของประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่าชนิดกระบวนการ (process types) ที่พบในโฆษณา ได้แก่ กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process) กระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process) กระบวนการแสดงสภาพ (relational process) โดยโฆษณาได้ชี้ให้เห็นว่าความสวยงามที่ถูกถ่ายทอดผ่านหน้าที่ทางอภิภาษา ได้แก่ การมีผิวชุ่มชื้น การมีผมหนา ยาวและสวย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่างานวิจัยทางด้านการศึกษาภาษาไทยตามแนวทางภาษาศาสตร์ยังไม่พบการศึกษาโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้าน (food delivery) ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาชนิดกระบวนการของคำกริยาในโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้าน (food delivery) ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามแนวทฤษฎีไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ (systemic functional approach) ทั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ให้เห็นว่าชนิดกระบวนการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการสื่อความคิดของโฆษณาที่สื่อสารไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

6. ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏในโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้าน (food delivery) โดยใช้ทฤษฎีไวยากรณ์ระบบและหน้าที่ (systemic functional approach) ระบบของความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยนามกับหน่วยกริยา (the system of transitivity) คือ ระบบหน้าที่ของภาษาในด้านแสดงประสบการณ์ (experiential metafunction) ที่จะสะท้อนความคิดของผู้ใช้ภาษาโดยผ่านหน่วยกริยาซึ่งถือเป็นทรัพยากร (resource) ทางภาษาที่แสดงสภาพลักษณะ การกระทำ รวมทั้งความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ที่ผู้ใช้ภาษาต้องการสะท้อนถึงความคิดหรือประสบการณ์ของตนเอง (Halliday, 2004) ทั้งนี้หน่วยกริยาทำหน้าที่เป็นผู้แสดงกระบวนการ (process) ถือเป็นหน่วยทางภาษาที่

สำคัญที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความคิดของผู้ผลิตโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายที่มีความประสงค์จะให้เงินลูกค้าหรือผู้บริโภคร โดยมีความหมายทำหน้าที่เป็นผู้ร่วมเหตุการณ์ (participant) และหน่วยกริยาวิเศษณ์ หรือหน่วยบุพบททำหน้าที่แสดงสภาพแวดล้อม (circumstance)

ผลการศึกษาพบว่าจากโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านจำนวน 201 โฆษณา พบชนิดกระบวนการที่ปรากฏในข้อความโฆษณาทั้งหมด 4 ประเภท โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กระบวนการแสดงการกระทำ (material process) กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process) กระบวนการแสดงสภาพ (relational process) และกระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

ตารางแสดงความถี่ของชนิดกระบวนการที่พบในโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้าน

ชนิดกระบวนการ	จำนวน (คำ)	ร้อยละ
กระบวนการแสดงการกระทำ (material process)	476	73.11
กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process)	163	25.04
กระบวนการแสดงสภาพ (relational process)	11	1.69
กระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process)	1	0.16
รวม	651	100.00

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าชนิดกระบวนการในโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านมีจำนวนทั้งหมด 651 คำ แบ่งเป็นชนิดกระบวนการทั้งหมด 4 ชนิด โดยกระบวนการแสดงการกระทำ (material process) พบมากที่สุด จำนวน 476 คำ (ร้อยละ 73.11) กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process) พบรองลงมา จำนวน 163 คำ (ร้อยละ 25.04) กระบวนการแสดงสภาพ (relational process) จำนวน 11 คำ (ร้อยละ 1.69) และกระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process) พบน้อยที่สุด จำนวน 1 คำ (ร้อยละ 0.16) ทั้งนี้ กระบวนการทั้ง 4 ชนิดดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นถึงความคิดของผู้ผลิตโฆษณาที่สื่อไปยังผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ 1) สื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 2) สื่อความคิดเกี่ยวกับการซื้อขายอาหารในรูปแบบบริการส่งอาหาร 3) สื่อความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหาร และ 4) สื่อความคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย ผู้ผลิตโฆษณาได้สื่อความคิดดังกล่าวเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อและสั่งอาหารผ่านบริการส่งอาหารโดยผ่านกระบวนการทั้ง 4 ชนิดข้างต้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 กระบวนการแสดงการกระทำ (material process)

กระบวนการแสดงการกระทำ คือ กระบวนการที่คำกริยาแสดงการกระทำ (doing) และแสดงเหตุการณ์ (happening) ในข้อความโฆษณา โดยพบว่ากระบวนการแสดงการกระทำสื่อความคิดของผู้ผลิตโฆษณาไปยังผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

6.1.1 กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการแสดงการกระทำในข้อความโฆษณาที่สื่อความคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ร่วมในการดำเนินชีวิตท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบหน่วยกริยาทั้งในระดับคำกริยาและกริยาวลี กระบวนการแสดงการกระทำดังกล่าวผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้เพื่อสื่อความคิดในการโน้มน้าวชักจูงใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งเป็นการสื่อสารโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบร่วมรู้สึก (empathic marketing strategy) คือ การเชื่อมโยงความรู้สึกหรือความเข้าใจในประสบการณ์ร่วมเดียวกันระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตโฆษณา (The Sociafix Kickass Content Team, 2021) กล่าวคือการใช้ความเข้าใจความใส่ใจที่ผู้ผลิตโฆษณามีต่อผู้บริโภคที่ต้องดำเนินชีวิตอยู่ในวิกฤตของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันในทุกด้านต้องเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต เกิดการใช้ชีวิตในวิถีความปกติใหม่ (new normal) รวมทั้งการไม่สามารถรับประทานอาหารที่ร้านอาหารได้ เนื่องจากมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของรัฐบาล รายละเอียดดังนี้

1) การป้องกันตนเองและสังคมจากโรคโควิด-19

ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้หน่วยกริยาที่เป็นกระบวนการแสดงการกระทำที่มีวงความหมายเกี่ยวข้องกับวิธีป้องกันตนเองและสังคมจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ซึ่งเป็นมาตรการที่ประชาชนควรทำและให้ความร่วมมือตามมาตรการของรัฐเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบวิถีความปกติใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์ดังกล่าว ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารที่ผู้บริโภคไม่สามารถมารับประทานอาหารที่ร้านได้ตามปกติ แต่ต้องสั่งอาหารและให้ทางร้านอาหารบริการส่งอาหารถึงที่ จึงทำให้ผู้ผลิตโฆษณาใช้หน่วยกริยาดังกล่าวเพื่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคที่อยู่ร่วมในสถานการณ์ เช่น

(ตัวอย่างที่ 1) ห่างกัน (โฆษณา Café Amazon, มีนาคม 2563)

(ตัวอย่างที่ 2) เก็บตัว (โฆษณา Bon Chon, มีนาคม 2563)

(ตัวอย่างที่ 3) หยุดอยู่บ้าน (โฆษณา Pizza Hut, มีนาคม 2563)

ตัวอย่าง (1) (2) (3) ข้างต้น ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้กระบวนการแสดงการกระทำ คือ คำกริยา **ห่าง** **เก็บ** **กริยาวลี**ที่เป็นหน่วยกริยาเรียง **หยุดอยู่** เพื่อสื่อให้เห็นถึงข้อปฏิบัติที่ทุกคนต้องกระทำตามมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 คือ การเว้นระยะห่างทางสังคมโดยเว้นระยะห่างระหว่างตนเองกับผู้อื่น โดยการเก็บหรือกักตัวอยู่ในที่พักอาศัยของตนเอง

อย่างไรก็ตามผู้ผลิตโฆษณาได้สื่อให้ผู้บริโภคเห็นว่า แม้จะต้องเก็บตัวอยู่ที่บ้านท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่ยังสามารถสั่งอาหารมารับประทานผ่านบริการส่งอาหารที่บ้านได้อย่างปลอดภัย เช่น

(ตัวอย่างที่ 4) อยู่บ้านสั่งเลย (โฆษณา Pizza Hut, เมษายน 2563)

ตัวอย่าง (4) ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้กระบวนการแสดงการกระทำคือ การใช้หน่วยกริยาเรียง **อยู่...สั่ง** ซึ่งแสดงให้เห็นการสะท้อนถึงความคิดว่าเกี่ยวกับมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ต้องมีการ

เว้นระยะห่างโดยการพักอยู่บ้าน แต่ผู้บริโภคยังสามารถสั่งอาหารจากทางร้านอาหารและใช้บริการการส่งอาหารให้ไปส่งที่บ้านได้

นอกจากนั้นผู้ผลิตโฆษณายังใช้คำกริยาที่สื่อความหมายแสดงให้เห็นว่าการรับประทานอาหารผ่านบริการส่งอาหารนั้นมีความปลอดภัยจากการให้บริการ เพื่อโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเห็นว่าแม้จะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่ผู้บริโภคก็สามารถรับประทานอาหารที่บ้านผ่านการบริการส่งอาหารได้อย่างปลอดภัยดังเช่น

(ตัวอย่างที่ 5) **เสิร์ฟร้อนปลอดภัยส่งไวถึงที่** (โฆษณา Pizza Hut, มีนาคม 2563)

(ตัวอย่างที่ 6) **ส่งความอร่อยแบบเซฟ ๆ** (โฆษณา KFC, พฤษภาคม 2564)

ตัวอย่าง (5) (6) ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้กระบวนการแสดงการกระทำเพื่อสื่อความหมายว่าผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารที่บ้านได้อย่างปลอดภัยผ่านการส่งอาหาร โดยการใช้คำกริยาทั้งคำไทยและคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่แสดงการกระทำเกี่ยวกับการให้บริการส่งอาหาร คือ คำว่า **เสิร์ฟ ส่ง** และการย้ำถึงคุณภาพการให้บริการอาหารตามมาตรการควบคุมโรคโดยการใช้คำว่า **ปลอดภัย เซฟ** นอกจากนี้ยังใช้คำกริยาวิเศษณ์มาขยายให้รายละเอียดของประสิทธิภาพของการส่งอาหาร คือ **เสิร์ฟ (ร้อน) ส่ง (ไว)**

2) การให้กำลังใจผู้ที่อยู่ในวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ข้อความโฆษณาที่มีสื่อความคิดเกี่ยวกับการให้กำลังใจผู้ที่อยู่ในวิกฤตของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรทางการแพทย์ โดยข้อความโฆษณาได้แสดงถึงกิจกรรมที่สามารถกระทำร่วมกันระหว่างผู้บริโภคกับร้านอาหารได้ คือ การส่งอาหารให้กับบุคลากรทางการแพทย์ซึ่งเป็นกลุ่มบุคลากรด่านหน้าที่ทำงานหนักและเสียสละอย่างมากในสถานการณ์วิกฤต ซึ่งการกระทำดังกล่าวถือเป็นการให้กำลังใจบุคลากรทางการแพทย์ที่ผู้บริโภคและร้านอาหารสามารถทำร่วมกันได้ ผ่านการสั่งซื้ออาหารแบบบริการส่งกลับบ้าน ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดแบบร่วมรู้สึก (empathic marketing strategy) กล่าวคือเป็นการเชื่อมโยงความรู้สึกหรือความเข้าใจในประสบการณ์ร่วมเดียวกันระหว่างผู้บริโภคกับร้านอาหารในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลก นอกจากนี้ยังถือเป็นกิจกรรมเพื่อสังคม (corporate social responsibility) ที่ร้านอาหารนารายได้จากสินค้าหรือบริการส่วนหนึ่งมาช่วยเหลือสังคม ซึ่งถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรรวมทั้งสินค้าหรือบริการด้วย (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2563) จากการศึกษาพบว่าผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้กระบวนการแสดงการกระทำโดยพบหน่วยกริยาเรียง **ส่ง...ให้ ส่งต่อให้ ร่วมเติมเต็ม** ที่สื่อความหมายถึงสิ่งที่ต้องการให้ผู้บริโภคกระทำร่วมกับร้านอาหาร คือ การให้กำลังใจบุคลากรทางการแพทย์โดยการสั่งและส่งอาหารให้เพื่อเป็นการตอบแทนความเสียสละของบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดลักษณะหนึ่งของผู้ผลิตโฆษณานำมาใช้เพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคในข้อความโฆษณาช่วงที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่น

(ตัวอย่างที่ 7) **ร่วมเติมเต็มกำลังใจส่งความอร่อยให้บุคลากรทางการแพทย์**
(โฆษณา The Pizza Company, พฤษภาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 8) **ทุกการสั่งของคุณ 1 ถาดเราส่งต่อให้บุคลากรทางการแพทย์ฟรีอีก 1 ถาด**
(โฆษณา The Pizza Company, พฤษภาคม 2564)

ตัวอย่าง (7) (8) ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้หน่วยกริยาเรียง **ร่วมเติมเต็ม...ส่ง...ให้** และ **ส่งต่อให้** แสดงการกระทำที่เป็นกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้บริโภคกับร้านอาหารคือ การส่งอาหารให้บุคลากรทางการแพทย์ซึ่งถือเป็นการให้กำลังใจบุคลากรทางการแพทย์ที่เสียสละทำหน้าที่เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

3) การร่วมกันผ่านวิกฤตสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ข้อความโฆษณาบริการส่งอาหารในช่วงที่ภาครัฐมีมาตรการให้ร้านอาหารงดบริการนั่งรับประทานที่ร้าน และให้บริการส่งอาหารถึงบ้านแทน พบการนำเสนอเนื้อหาที่สื่อความหมายถึงการร่วมมือกันระหว่างร้านอาหารกับผู้บริโภคเพื่อจะผ่านวิกฤตที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งทั้งผู้บริโภคและร้านอาหารต่างก็ได้รับผลกระทบ ทั้งนี้ พบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำในคำกริยา **สู้ ช่วย ฝ่า** โดยสื่อความหมายว่าร้านอาหารจะทำหน้าที่เป็นผู้สู้กับวิกฤตที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยผู้บริโภคให้ผ่านพ้นวิกฤตดังกล่าว เช่น

(ตัวอย่างที่ 9) จัดโปรยาสู้ล็อกดาวน์ (โฆษณา Dairy Queen, สิงหาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 10) ลดสู้คุณไทย (โฆษณา MC Donald, สิงหาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 11) จัดให้ชุดใหญ่ช่วยคนไทยฝ่าวิกฤต (โฆษณา MK, มีนาคม 2563)

ตัวอย่าง (9) (10) คำกริยา **สู้** คือ กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความหมายเปรียบเทียบในเชิงอุปลักษณ์ (metaphor) ว่าร้านอาหารกำลังต่อสู้กับมาตรการของภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจร้านอาหาร คือ มาตรการการล็อกดาวน์ ที่ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายอาหารให้ผู้บริโภคมารับประทานที่ร้านได้เหมือนปกติ อีกทั้งมีการจำกัดเรื่องเวลาในการเปิด-ปิดร้าน ดังนั้นร้านอาหารจึงต้องปรับรูปแบบการค้าดำเนินธุรกิจโดยได้ใช้การส่งเสริมการขายคือ การจัดโปรโมชัน หรือการลดราคาเป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ในการต่อสู้กับวิกฤตที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ในตัวอย่าง (10) ยังแสดงให้เห็นว่าเป็นการต่อสู้ร่วมกันระหว่างร้านอาหารกับผู้บริโภคเพื่อผ่านพ้นวิกฤตไปด้วยกัน ส่วนตัวอย่าง (11) ได้ใช้หน่วยกริยาเรียง **ช่วย (คนไทย) ฝ่า (วิกฤต)** แสดงให้เห็นว่าการจัดการส่งเสริมการขายของร้านอาหารเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยผู้บริโภคให้ผ่านภาวะยากลำบากซึ่งในข้อความโฆษณาใช้คำว่า “คนไทย” แทนผู้บริโภคลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าข้อความโฆษณาที่สื่อความคิดในเรื่องการร่วมกันผ่านวิกฤตสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของร้านอาหารและผู้บริโภคถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดแบบร่วมรู้สึก ที่สร้างความเห็นอกเห็นใจจากความรู้สึกหรือประสบการณ์ร่วมกันระหว่างร้านอาหารกับผู้บริโภคที่มีต่อผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

นอกจากพบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แล้ว ยังพบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความคิดของผู้ผลิตโฆษณาเกี่ยวกับการนำเสนอจุดขาย (unique selling point) ของโฆษณาบริการส่งอาหาร ได้แก่ การซื้อขายอาหารในรูปแบบบริการส่งอาหารคุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหาร และการส่งเสริมการขาย รายละเอียดดังนี้

6.1.2 กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความคิดเกี่ยวกับการซื้อขายอาหารในรูปแบบบริการส่งอาหาร

จากการศึกษาพบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำ คือคำกริยาคำว่า **สั่ง** **ส่ง** หรือคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ **เดลิเวอรี่** ในข้อความโฆษณาที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการซื้อขายอาหารผ่านบริการส่งอาหาร โดยสื่อสารให้ผู้บริโภคได้ทราบว่า ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้ออาหารและรับอาหารนำกลับไปรับประทาน หรือส่งอาหารหลังจากนั้นร้านอาหารจะจัดส่งอาหารไปยังผู้บริโภคถึงที่พักอาศัย เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถรับประทานอาหารที่ร้านได้ตามมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่างที่ 12) **ต้องรีบสั่ง** (โฆษณา *Central Restaurant Group*, พฤษภาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 13) **ขอให้บริการเฉพาะสั่งนำกลับไปเท่านั้น**
(โฆษณา *Café Amazon*, มีนาคม 2563)

ตัวอย่าง (12) ข้อความโฆษณาได้ใช้คำกริยา **สั่ง** ซึ่งเป็นกระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความหมายอย่างชัดเจนว่าวิธีการซื้ออาหารนั้นผู้บริโภคต้องสั่งอาหารผ่านบริการส่งอาหารที่ผู้บริโภคสามารถทำได้ เนื่องจากเป็นข้อความโฆษณาที่สื่อสารมายังผู้บริโภคในช่วงที่มีมาตรการสั่งห้ามรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร และตัวอย่าง (13) ได้ใช้หน่วยกริยาเรียง **สั่งนำกลับไป** เพื่ออธิบายให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่าผู้บริโภคต้องสั่งอาหารแล้วนำกลับไปรับประทาน ไม่สามารถรับประทานที่ร้านอาหารได้ตามปกติเนื่องจากมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ยังพบกระบวนการแสดงการกระทำในรูปหน่วยกริยาเรียง คือ **สั่งได้ เลือกได้** พร้อมทั้งการให้รายละเอียดแสดงเงื่อนไขเพิ่มเติมของการซื้อขายเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านนั้นๆ ทั้งนี้ข้อความโฆษณาจะระบุราคาของสินค้าและรายการสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับตามเงื่อนไขที่ผู้ขายเป็นผู้กำหนด ซึ่งผู้ผลิตโฆษณาจะใช้ราคาและผลประโยชน์มาโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเชื่อว่าเกิดความคุ้มค่า ทั้งนี้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดลักษณะหนึ่งที่น่าดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายหรือเร็วขึ้น นอกจากนั้น การใช้คำว่า “สั่งได้” หรือ “เลือกได้” ในข้อความโฆษณาสื่อความหมายให้ผู้รับสารเชื่อว่าอำนาจเป็นของผู้ซื้อที่ได้เลือก แต่ในความเป็นจริงแล้วเป็นการเลือกตามเงื่อนไขที่ผู้ขายกำหนดไว้ตั้งแต่แรก เช่น

(ตัวอย่างที่ 14) **สั่งได้ 15 ถาด** (โฆษณา *Kagonoya*, พฤษภาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 15) **299 เลือกได้ 16 รายการ** (โฆษณา *Aka*, สิงหาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 16) **เลือกได้ 3 รสชาติ** (โฆษณา *Dairy Queen*, กรกฎาคม 2564)

ตัวอย่าง (14) (15) (16) ได้มีการให้รายละเอียดของเงื่อนไขคือ ราคาของสินค้าและรายการของสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับ ประกอบกับหน่วยกริยาเรียง **สั่งได้ เลือกได้** ซึ่งเป็นสิทธิที่ผู้บริโภคจะกระทำได้เมื่อตัดสินใจซื้ออาหารจากร้านอาหารนั่นเอง

นอกจากนี้ยังพบการอธิบายวิธีการส่งอาหารของร้านอาหารว่าดำเนินการอย่างไร รวมทั้งการระบุสถานที่หรือพื้นที่ที่ให้บริการส่งอาหาร โดยจะให้รายละเอียดดังกล่าวประกอบกับการใช้คำกริยาที่สื่อความหมายถึงการนำอาหารไปยังผู้บริโภคโดยผ่านบริการส่งอาหาร จากการศึกษาคำว่า **ส่ง** และคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ **เดลิเวอรี่** ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่างที่ 17) น้องดีพร้อมเงินส่งทุกสาขา (โฆษณา Dairy Queen, สิงหาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 18) เดลิเวอรี่ ผ่าน @Gon gang เท่านั้น (โฆษณา Barbeque Plaza, พฤษภาคม 2564)

ตัวอย่าง (17) (18) คำกริยา ส่ง และคำกริยาทับศัพท์ภาษาอังกฤษ เดลิเวอรี่ เป็นกระบวนการแสดงการกระทำที่ข้อความโฆษณาใช้คำกริยาดังกล่าว เพื่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคให้ทราบถึงวิธีการจัดส่งอาหารของร้านอาหาร ตัวอย่าง (17) บอกวิธีการส่งอาหารโดยใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะในการขนส่ง ซึ่งในข้อความใช้คำเลียนเสียงรถจักรยานยนต์คือคำว่า “เงิน” ส่วนตัวอย่าง (18) ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่าร้านจะบริการส่งอาหารผ่านระบบการจัดส่งของร้านเองคือ “Gon gang Delivery” (Matemate, 2564)

(ตัวอย่างที่ 19) ส่งถึงที่อ้อมถึงบ้าน (โฆษณา ฮั่วเซ่งฮง, พฤษภาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 20) ให้บริการจัดส่งครอบคลุม 90% (โฆษณา Oishi, กรกฎาคม 2564)

ตัวอย่าง (19) (20) หน่วยกริยาเรียง ส่ง...อ้อม และ ให้บริการจัดส่ง ซึ่งทั้งหมดเป็นกระบวนการแสดงกระทำที่กล่าวถึงการส่งอาหาร โดยมีการใช้บุพบทวลี “...ถึงที่” “...ถึงบ้าน” และ “...ครอบคลุม 90%” เพื่อให้รายละเอียดผู้บริโภคเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่และพื้นที่ที่ให้บริการจัดส่งอาหาร

6.1.3 กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหาร

ผู้ผลิตโฆษณาได้สื่อความคิดไปยังผู้บริโภคว่า ด้วยการส่งอาหารที่มีประสิทธิภาพสูง ทำให้ผู้บริโภคยังคงได้รับประทานอาหารที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับการรับประทานที่ร้านอาหาร โดยผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้กระบวนการแสดงการกระทำเป็นคำกริยาที่สื่อความคิดถึงประสบการณ์เดิมของผู้บริโภคตอนที่รับประทานอาหารที่ร้าน กล่าวคือ ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะไม่ได้รับประทานอาหารที่ร้านเหมือนปกติ แต่การสั่งอาหารไปรับประทานที่บ้านโดยผ่านบริการส่งอาหารที่มีประสิทธิภาพสูงของร้านที่ให้บริการ ผู้บริโภคย่อมได้รับประสบการณ์เช่นเดียวกับการรับประทานที่ร้าน ดังตัวอย่าง

(ตัวอย่างที่ 21) อร่อยอยู่บ้าน รสชาติเหล่า (โฆษณา ฮั่วเซ่งฮง, พฤษภาคม 2564)

ตัวอย่าง (21) ใช้กระบวนการแสดงการกระทำด้วยหน่วยกริยาเรียง อร่อยอยู่ ร่วมกับใช้คำนามแสดงสถานที่คือ คำว่า “บ้าน “ เพื่อเป็นการบอกถึงประสบการณ์ของการรับประทานอาหารว่าเกิดขึ้นที่บ้าน และยังขยายความถึงคุณภาพของอาหารที่รับประทานที่บ้านผ่านการส่งอาหารว่ายังคงคุณค่าเหมือนรับประทานที่ร้าน คือ “รสชาติเหล่า” ซึ่งโฆษณาข้างต้นเป็นข้อความโฆษณาร้านอาหารจีน ทั้งนี้ได้โน้มน้าวใจผู้บริโภคโดยเชื่อมโยงประสบการณ์ว่าการรับประทานอาหารจีนที่สั่งมารับประทานที่บ้านนี้ให้ประสบการณ์เทียบเท่ากับการรับประทานที่ภัตตาคารจีนชั้นดี โดยใช้คำว่า “เหล่า” ซึ่งเป็นคำศัพท์ทับทมิฬภาษาจีนหมายถึงร้านอาหาร (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

(ตัวอย่างที่ 22) อยู่บ้านก็กินชาบูได้ (โฆษณา ชาบู อินดี้, กรกฎาคม 2564)

ตัวอย่าง (22) ใช้กระบวนการแสดงการกระทำด้วยคำกริยา อยู่ และหน่วยกริยาเรียง กิน...ได้ โดยข้อความโฆษณาสื่อความหมายโน้มน้าวใจผู้บริโภคว่าการรับประทานอาหารประเภทชาบู ชาบู (shabu shabu) ซึ่งเป็นอาหารที่ควรรับประทานที่ร้าน เนื่องจากชาบูเป็นอาหารญี่ปุ่นที่ทำด้วยการต้มวัตถุดิบในหม้อ โดยต้มน้ำซุปจนเดือดแล้วลวกเนื้อที่ละชิ้น ไม่ได้ใส่วัตถุดิบในครั้งเดียว จึงต้องใช้เนื้อชิ้นบาง ๆ เพื่อให้สุกง่าย ต้องใช้น้ำซุป

สำหรับรายคอมมูสิส และรับประทานกับน้ำจิ้มเฉพาะสำหรับซาบู่ (Savor Japan, 2016) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าซาบู่เป็นอาหารที่มีอุปกรณ์และวิธีการรับประทานที่ซับซ้อนไม่สามารถทำรับประทานเองที่บ้านได้เพราะยุ่งยากและอาจจะให้รสชาติที่แตกต่างจากการรับประทานที่ร้านอาหาร ดังนั้นผู้ผลิตโฆษณาจึงได้โน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเห็นว่าการรับประทานซาบู่สามารถรับประทานที่บ้านได้เช่นกัน

(ตัวอย่างที่ 23) อิ่มคุ้มกับบุฟเฟต์ได้ที่บ้าน (โฆษณา Zen Buffet, พฤษภาคม 2564)

ตัวอย่าง (23) ใช้กระบวนการแสดงการกระทำด้วยหน่วยกริยาเรียง อิ่มคุ้ม...ได้ โดยข้อความโฆษณาสื่อความหมายโน้มน้าวใจผู้บริโภคว่าการรับประทานบุฟเฟต์ซึ่งปกตินั้นจะต้องรับประทานที่ร้านอาหาร แต่ในช่วงที่มีมาตรการสั่งห้ามรับประทานที่ร้าน ผู้ผลิตโฆษณาจึงต้องโน้มน้าวใจผู้บริโภคโดยใช้การสื่อความหมายแบบเทียบเคียงจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคเคยมีมาก่อนว่าการรับประทานบุฟเฟต์ที่บ้านสามารถได้รับประสบการณ์ในด้านความคุ้มค่าได้เท่ากับการรับประทานที่ร้านอาหาร

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตโฆษณาได้สื่อความคิดไปยังผู้บริโภคโดยใช้ประสบการณ์เดิมของผู้บริโภคที่ได้รับจากการรับประทานที่ร้านเพื่อเชื่อมโยงไปยังการรับประทานอาหารที่บ้านโดยผ่านบริการการส่งอาหารถึงบ้านว่าจะให้ประสบการณ์ที่ไม่แตกต่างกัน โดยใช้กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความคิดโน้มน้าวใจผู้บริโภคว่า ด้วยการส่งอาหารที่มีประสิทธิภาพสูง จะทำให้ผู้บริโภคยังคงได้รับประทานอาหารที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับการรับประทานในร้าน แม้ว่าอาหารบางประเภทการรับประทานที่ร้านน่าจะมีรสชาติอาหารที่ดีกว่า เช่น อาหารประเภทหม้อไฟ สุกียากี้ หรือซาบู่ เป็นต้น

6.1.4 กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษาพบว่าข้อความโฆษณาส่งอาหารมีการใช้กระบวนการแสดงการกระทำสื่อความคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย โดยการใช้คำกริยาทั้งในระดับคำ หรือหน่วยกริยาเรียง เพื่อสื่อกลยุทธ์การตลาดในด้านการส่งเสริมการขาย (promotions) เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น ทั้งนี้ พบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำที่เป็นคำกริยาที่สื่อความหมายถึงการส่งเสริมการขายโดยตรง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(ตัวอย่างที่ 24) ลด (โฆษณา Bon Chon, เมษายน 2563)

(ตัวอย่างที่ 25) เริ่มต้น (โฆษณา After You, เมษายน 2563)

(ตัวอย่างที่ 26) ลดพิเศษ (โฆษณา อินทนิล, เมษายน 2563)

(ตัวอย่างที่ 27) ลดจุกๆ ทุกวันพุธ (โฆษณา Burger King, สิงหาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 28) คุ้มแรง (โฆษณา Auntie Anne's, กรกฎาคม 2564)

(ตัวอย่างที่ 29) โหดคุ้ม (โฆษณา Pizza Hut, เมษายน 2563)

(ตัวอย่างที่ 30) เริ่มต้นเพียง (โฆษณา MK, เมษายน 2563)

(ตัวอย่างที่ 31) ซื้อมา 1 แกม 3 (โฆษณา Pizza Hut, มีนาคม 2563)

(ตัวอย่างที่ 32) สั่งครบ 200 ส่งฟรี (โฆษณา Oishi, มีนาคม 2563)

จากข้างต้น ตัวอย่าง (24)-(30) ผู้ผลิตสื่อโฆษณาได้ใช้คำกริยาคำว่า **ลด เริ่มต้น คุ่ม** ซึ่งเป็นกระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความหมายถึงการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาของสินค้า นอกจากนี้ยังพบการใช้คำกริยากับคำกริยาวิเศษณ์ เช่น “พิเศษ” “จุกๆ” “แรง” “โหด” ซึ่งหมายถึง ‘มาก’ หรือคำว่า “เพียง” เพื่อแสดงให้เห็นถึงความพิเศษหรือความถูกของราคาสินค้า รวมทั้งมีการแสดงให้เห็นถึงเงื่อนไขของการซื้อสินค้าด้วยในตัวอย่าง (31) (32) โดยการใช้หน่วยกริยาเรียง เช่น **ซื้อ...แถม สิ่ง...ส่ง** ทั้งนี้การใช้ภาษาในลักษณะดังกล่าวเพื่อเน้นย้ำให้ผู้บริโภคเห็นถึงความพิเศษของการส่งเสริมการขายที่ไม่ใช่ราคาสินค้าที่ขายโดยปกติ ซึ่งการซื้อสินค้าในช่วงที่มีการส่งเสริมการขายจะแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการซื้อสินค้ามากกว่าในช่วงเวลาปกติที่ไม่มีกิจกรรมการส่งเสริมการขาย และส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้รวดเร็วหรือง่ายขึ้น

นอกจากนี้ยังพบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำด้วยคำกริยาที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการหรือวิธีการสั่งซื้ออาหารผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น คำกริยา **ใส่ (รหัส) เก็บ (โค้ด)** ซึ่งคำว่า “รหัส” หรือคำว่า “โค้ด” (code) นั้นคือสิ่งที่ผู้ขายได้กำหนดขึ้นมาเพื่อให้ผู้ซื้อได้กรอกข้อมูลลงในระบบสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อรับส่วนลดของราคาอาหารหรือราคาสินค้าตามที่เป็นการส่งเสริมการขายสินค้า ซึ่งการใส่ส่วนลดที่เป็นรหัสนี้จะเกิดขึ้นเฉพาะการชื้อขายออนไลน์เท่านั้น

ดังตัวอย่าง

- | | | |
|------------------|------------------------|---|
| (ตัวอย่างที่ 33) | ลดเพิ่มใส่รหัส | (โฆษณา Fuku Matcha, สิงหาคม 2564) |
| (ตัวอย่างที่ 34) | ใส่โค้ดลดเพิ่ม | (โฆษณา Fuku Matcha, กรกฎาคม 2564) |
| (ตัวอย่างที่ 35) | เก็บโค้ดลดเพิ่ม | (โฆษณา The Pizza Company, กรกฎาคม 2564) |

นอกจากนี้ยังพบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำด้วยคำกริยา **ลด** ร่วมกับคำนาม “ค่าครองชีพ” ในตัวอย่างที่ 36 ซึ่งเป็นการสะท้อนความคิดให้เห็นว่าผู้ผลิตโฆษณาเข้าใจถึงสถานการณ์ของผู้บริโภค โดยต้องการสื่อให้เห็นว่าการส่งเสริมการขายนี้มีขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภค ซึ่งถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดแบบร่วมรู้สึก (empathic marketing strategy) เช่นกัน

- | | | |
|------------------|------------------------------|--------------------------------------|
| (ตัวอย่างที่ 36) | ลดค่าครองชีพราคาเดียว | (โฆษณา ฮ่องกง นุดเต็ล, กรกฎาคม 2564) |
|------------------|------------------------------|--------------------------------------|

6.2 กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process)

กระบวนการแสดงความรู้สึกเป็นกระบวนการที่คำกริยามีความหมายเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึก การรับรู้และความเข้าใจ จากการศึกษาค้นพบกระบวนการแสดงความรู้สึกที่สื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และสื่อความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหาร รายละเอียดดังนี้

6.2.1 กระบวนการแสดงความรู้สึกที่สื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

จากการศึกษาจากพบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำที่สื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แล้ว ยังพบกระบวนการแสดงความรู้สึกที่สื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเด็นการให้กำลังใจผู้ที่อยู่ในวิกฤตโควิด-19 ซึ่งเป็นการให้กำลังใจระหว่างผู้บริโภคกับ

ร้านอาหารที่ต่างก็ตกอยู่ในวิกฤตและได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่นกัน การสื่อความคิดในข้อความโฆษณาดังกล่าวจึงถือได้ว่าเป็นการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบร่วมรู้สึก (empathic marketing strategy) ทั้งนี้พบการใช้กระบวนการแสดงความรู้สึก คือ คำกริยา **ห่วงใย เป็นห่วง (ไม่) เดียวดาย** เพื่อสื่อความคิดในการให้กำลังใจกันและกันระหว่างผู้บริโภคกับร้านอาหาร ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- (ตัวอย่างที่ 37) MK เดลิเวอรี่ห่วงใย (โฆษณา MK, พฤษภาคม 2564)
 (ตัวอย่างที่ 38) เจ๊แดงไม่ได้เป็นหมอแต่เป็นห่วงนะ (โฆษณา เจ๊แดง, กรกฎาคม 2564)
 (ตัวอย่างที่ 39) งานเดียวไม่เดียวดายอีกต่อไป (โฆษณา รสโปรด, กรกฎาคม 2564)

ตัวอย่าง (37) (38) กระบวนการแสดงความรู้สึก คือ คำกริยา **ห่วงใย เป็นห่วง** ได้ใช้ร่วมกับผู้ร่วมเหตุการณ์ (participant) ประเภทผู้รู้สึก (sensor) คือ คำนามชื่อเฉพาะที่เป็นชื่อของร้านอาหาร ได้แก่ “MK เดลิเวอรี่” และ “เจ๊แดง” แสดงความรู้สึกห่วงใยที่มีต่อผู้บริโภค ส่วนตัวอย่าง (39) คำกริยา **(ไม่) เดียวดาย** คือกระบวนการแสดงความรู้สึกที่ข้อความโฆษณาต้องการสื่อความคิดไปยังผู้บริโภคว่า การได้รับประทานอาหารจากร้านอาหารที่ผู้บริโภคได้สั่งมา นอกจากจะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ทางร่างกายคือ อิ่มท้องจากการรับประทานแล้วยังส่งผลต่อจิตใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกดีขึ้น สามารถทำให้คลายจากความเหงาว่าเหวที่ตอมเก็บตัวอยู่แต่ในที่พัก คลายจากความวิตกกังวลหรือคลายจากความเครียดเนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า กระบวนการแสดงความรู้สึกดังกล่าวได้ใช้เพื่อต้องการสื่อความคิดของผู้ผลิตโฆษณาในการแสดงความรู้สึกร่วมกับผู้บริโภคในวิกฤตที่ร่วมเผชิญ ทั้งนี้ร้านอาหารได้แสดงความห่วงใยเพื่อให้กำลังใจผ่านการส่งอาหารไปยังผู้บริโภคนั่นเอง

6.2.2 กระบวนการแสดงความรู้สึกที่สื่อความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหาร

ผู้ผลิตโฆษณาได้สื่อความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหารที่จำหน่ายช่วงเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้กระบวนการแสดงความรู้สึก คือ คำกริยา **ปลอดภัย มั่นใจ หายห่วง** เพื่อตอกย้ำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในการรับประทานอาหารที่ไม่ได้ทำเอง อีกทั้งยังต้องรับประทานอาหารผ่านบริการส่งอาหารในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดความวิตกกังวลในเรื่องความปลอดภัยทั้งด้านคุณภาพและบริการส่งอาหาร ดังนั้นผู้ผลิตโฆษณาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจต่อคุณภาพความปลอดภัยในด้านดังกล่าว ซึ่งการโฆษณาคุณภาพของอาหารในสถานการณ์ปกตินั้นมักจะกล่าวถึงคุณภาพด้านรสชาติ หรือความสะอาดเป็นสำคัญ (นิชาภัทรา จันท์ดารา, ชำรงค์ เมฆโหรา และปัญญา หมั่นเก็บ, 2559) ต่างจากข้อความโฆษณาในช่วงเกิดการแพร่ระบาดของโรคที่มีการสื่อความคิดในเรื่องความปลอดภัยของอาหารเพื่อตอกย้ำให้ผู้บริโภคลดความกังวลใจในเรื่องดังกล่าว เช่น

- (ตัวอย่างที่ 40) **มั่นใจ ปลอดภัยจากครั้ว** (โฆษณา KFC, มิถุนายน 2564)
 (ตัวอย่างที่ 41) **ปลอดภัย หายห่วง** (โฆษณา ฮั่วเซ่งฮง, พฤษภาคม 2564)

ตัวอย่าง (40) (41) ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้คำกริยา **มั่นใจ ปลอดภัย หายห่วง** ซึ่งเป็นกระบวนการแสดงความรู้สึกเพื่อเน้นย้ำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของอาหารที่จะสั่งมารับประทานในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งต้องระมัดระวังอย่างยิ่งต่างจากในสถานการณ์ปกติ การใช้คำกริยาดังข้างต้นจึงเป็นการโน้มน้าวใจผู้บริโภคทำให้เกิดความมั่นใจ จนตัดสินใจที่จะสั่งซื้ออาหารมารับประทาน

นอกจากการใช้กระบวนการแสดงความรู้สึกที่นำเสนอความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของอาหารทางด้านความปลอดภัยแล้ว ยังพบการใช้กระบวนการแสดงความรู้สึกคือคำกริยาที่มีวงความหมายสื่อถึงความรู้สึกที่ดีในด้านบวก ทั้งคำภาษาไทย **สุข อุ่นใจ เต็มพลัง** และคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ **แฮปปี้ ฟิน** คำกริยาเหล่านี้แสดงความคิดของผู้ผลิตโฆษณาที่ต้องการสื่อให้เห็นคุณประโยชน์ของอาหารในการสร้างความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกในด้านบวกให้กับผู้บริโภค แม้จะเผชิญอยู่ในวิกฤตของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค และต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตต่างไปจากเดิมอย่างมาก แต่การได้รับประทานอาหารที่มีคุณภาพดีจะช่วยทำให้จิตใจที่รู้สึกแย่หรือความรู้สึกในด้านลบของผู้บริโภคกลับมามีความรู้สึกที่ดีขึ้นได้ เช่น

(ตัวอย่างที่ 42) สุข ครบจบในกล่อง	(โฆษณา <i>The Pizza Company</i> , กรกฎาคม 2564)
(ตัวอย่างที่ 43) อุ่นใจ อ้อมท้อง	(โฆษณา <i>S&P</i> , มีนาคม 2563)
(ตัวอย่างที่ 44) เต็มพลัง	(โฆษณา <i>KFC</i> , กรกฎาคม 2564)
(ตัวอย่างที่ 45) แฮปปี้ ถึงบ้าน	(โฆษณา <i>Dairy Queen</i> , มีนาคม 2563)
(ตัวอย่างที่ 46) ฟิน มาก	(โฆษณา <i>สุกี้ตั๋นน้อย</i> , พฤษภาคม 2564)

ตัวอย่าง (42)-(46) แสดงให้เห็นการใช้คำกริยาที่มีวงความหมายเกี่ยวกับความรู้สึกดี ความรู้สึกด้านบวก ซึ่งเป็นผลที่ผู้บริโภคจะได้รับจากคุณค่าของอาหารที่มีผลต่อจิตใจของผู้บริโภคนอกจากประโยชน์ที่ได้รับทางด้านร่างกาย

6.3 กระบวนการแสดงสภาพ (relational process)

กระบวนการแสดงสภาพ คือ กระบวนการที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่ง จากการศึกษาพบกระบวนการแสดงสภาพที่เป็นกระบวนการที่สิ่งหนึ่งถูกระบุว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่ง (identifying) โดยสื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งนี้พบว่าผู้ผลิตโฆษณาไม่ได้ใช้กระบวนการแสดงสภาพเพื่อสื่อความคิดสำคัญของข้อความโฆษณา แต่ใช้เพื่อประกอบหรือขยายความคิดสำคัญที่ต้องการสื่อเท่านั้น โดยพบกระบวนการแสดงสภาพปรากฏร่วมกับกระบวนการแสดงความรู้สึกที่สื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นการให้กำลังใจระหว่างผู้บริโภคกับร้านอาหารที่อยู่ในวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และภายใต้มาตรการควบคุมโรคของภาครัฐ ดังใน (ตัวอย่างที่ 38) **เจ้แดงไม่ได้เป็นหมอแต่เป็นห่วงนะ** (โฆษณา *เจ้แดง*, กรกฎาคม 2564) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วข้างต้นในส่วนของกระบวนการแสดงความรู้สึก จากตัวอย่างกระบวนการแสดงสภาพ คำกริยา **ไม่ได้เป็น** ปรากฏกับผู้ร่วมเหตุการณ์ที่เป็นสิ่งที่ถูกระบุ (identifier) คือ คำนาม “เจ้แดง” ซึ่งเป็นชื่อของร้านอาหาร และผู้ร่วมเหตุการณ์ที่เป็นสิ่งที่ระบุ (identifier) คือ คำนาม “หมอ” กระบวนการแสดงสภาพข้างต้นนี้ปรากฏร่วมกับกระบวนการแสดงความรู้สึก คำกริยา เป็นห่วง จะเห็นได้ว่ากระบวนการแสดงสภาพดังกล่าวผู้ผลิตโฆษณาใช้สื่อความหมายเสริมความคิดของกระบวนการแสดงความรู้สึกที่ตามมา คือ เป็นการย้าให้ผู้บริโภคเห็นว่า แม้ร้านอาหารเจ้แดงจะไม่ใช่หมอที่มีความห่วงใยผู้ป่วย ถึงแม้เป็นร้านอาหารก็มีความห่วงใยผู้บริโภคที่ตกอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่นกัน นอกจากนี้ ยังเป็นการเล่นคำโดยใช้คำซ้ำคำว่า “เป็น” ที่มีหน้าที่ทางไวยากรณ์และสื่อความหมายคนละความหมาย

6.4 กระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process)

กระบวนการแสดงการปรากฏ คือ กระบวนการที่เกี่ยวกับการเกิดขึ้นของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากการศึกษาพบการใช้กระบวนการดังกล่าวแสดงการปรากฏเพื่อสื่อความคิดเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในการให้กำลังใจผู้ที่อยู่ในวิกฤตโรคโควิด-19 โดยแสดงด้วยคำกริยา มี ใช้ร่วมกับผู้ร่วมเหตุการณ์ สิ่งที่ปรากฏขึ้น (existent) คือ คำนาม น้ำใจ ที่สื่อถึงการให้กำลังใจระหว่างร้านอาหารกับผู้บริโภคร เช่น

(ตัวอย่างที่ 47) มีน้ำใจ (โฆษณา Black Canyon, มีนาคม 2563)

ตัวอย่าง (47) ผู้ผลิตโฆษณาได้ใช้คำกริยา มี ซึ่งเป็นกระบวนการแสดงการปรากฏ ตามด้วยคำนาม น้ำใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ร้านอาหารมีต่อผู้บริโภคร

จากผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่าโฆษณาบริการส่งอาหารถึงบ้านพบชนิดกระบวนการทั้งหมด 4 ชนิด เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ กระบวนการแสดงการกระทำ (material process) กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process) กระบวนการแสดงสภาพ (relational process) และกระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process) กระบวนการทั้ง 4 กระบวนการข้างต้นสื่อความคิดต่าง ๆ ไปสู่ผู้บริโภครว่าร้านอาหารในฐานะผู้ผลิตโฆษณาไม่ได้ต้องการขายอาหารในช่วงที่ผู้บริโภครไม่สามารถรับประทานอาหารที่ร้านได้เนื่องจากมาตรการของภาครัฐเท่านั้น แต่ยังสื่อความรู้สึกที่คนในสังคมประสมร่วมกันในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์การเกิดโรคระบาดอีกด้วย

7. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การวิเคราะห์ภาษาในโฆษณาบริการส่งอาหารถึงที่บ้านในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเก็บข้อมูลจากโฆษณาธุรกิจบริการส่งอาหารถึงบ้าน (food delivery) ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เดือน มีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2563 และเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2564 รวมจำนวน 201 โฆษณา โดยใช้แนวคิดชนิดกระบวนการ (process types) ของฮัลลiday (Halliday, 2004) ผลการศึกษาพบชนิดกระบวนการเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กระบวนการแสดงการกระทำ (material process) ร้อยละ 73.11 กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process) ร้อยละ 25.04 กระบวนการแสดงสภาพ (relational process) ร้อยละ 1.69 และกระบวนการแสดงการปรากฏ (existential process) ร้อยละ 0.16 ตามลำดับ ชนิดของกระบวนการที่พบในข้อความโฆษณาสื่อความคิดของผู้ผลิตโฆษณาที่สื่อสารไปยังผู้บริโภครเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การซื้อขายอาหารในรูปแบบบริการส่งอาหาร คุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหาร และการส่งเสริมการขาย จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตโฆษณาได้นำประสบการณ์เกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ผู้บริโภครรับรู้ร่วมกันมาเป็นจุดจูงใจเพื่อโน้มน้าวให้ผู้บริโภครสั่งอาหารผ่านบริการของตนอันเนื่องมาจากมาตรการของภาครัฐที่ห้ามรับประทานอาหารในร้าน

ผู้วิจัยเห็นว่าสาเหตุที่พบกระบวนการแสดงการกระทำ (material process) มากที่สุด เนื่องจากกระบวนการแสดงการกระทำเป็นกระบวนการที่สื่อความหมายหรือสะท้อนความคิดของผู้ผลิตโฆษณาไปยังผู้บริโภครให้เข้าใจได้ง่าย เป็นรูปธรรม สื่อสารถึงคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภครจะได้รับอย่างชัดเจน รวมทั้งจะให้ผู้บริโภครปฏิบัติอย่างไรในขั้นตอนการซื้อขาย ซึ่งการใช้วัจนภาษาในสื่อโฆษณาที่มีพื้นที่จำกัดต้องสั้นกระชับ เข้าใจง่าย สื่อ

ความได้อย่างชัดเจน ผู้รับสารหรือผู้บริโภคไม่ต้องตีความ เพื่อป้องกันการสื่อสารที่ผิดพลาด ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของปีทมา พัฒน์พงษ์ (Patpong, 2009) ที่ศึกษาภาษาในโฆษณาเครื่องสำอาง และปิยะพร ปุณณะศิริกุล และจเร สิงห์โกวินท์ (Punkasirikul & Singhakowinta, 2019) ที่ศึกษาภาษาในโฆษณาประกัน บำนาญซึ่งงานวิจัยดังกล่าวพบชนิดกระบวนการที่ปรากฏในความถี่สูงสุดคือชนิดกระบวนการแสดงการกระทำ เช่นกัน ทั้งนี้ชนิดกระบวนการที่พบบรองลงมา คือ กระบวนการแสดงความรู้สึก (mental process) โดยกระบวนการชนิดนี้ผู้ผลิตโฆษณาใช้เพื่อสื่อความคิดในเรื่องประสบการณ์ร่วมที่มีต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในการให้กำลังใจระหว่างกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบร่วมรู้สึก (empathic marketing strategy) ที่จะทำให้เกิดความรู้สึกร่วมระหว่างกัน ความเข้าใจกันและเห็นใจกันระหว่างผู้ผลิตโฆษณากับผู้บริโภค ทั้งนี้ข้อความโฆษณาอาหารมักจะเน้นนำเสนอคุณประโยชน์อาหารทางด้านคุณค่าทางโภชนาการ ดังกล่าวข้างต้นที่พบการใช้กระบวนการแสดงการกระทำมากที่สุด ดังนั้นการนำเสนอคุณค่าของอาหารที่มีต่อจิตใจของผู้บริโภคที่สะท้อนผ่านกระบวนการแสดงความรู้สึกจึงถือเป็นลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากการใช้ภาษาเพื่อสื่อความคิดของโฆษณาอาหารโดยทั่วไป นอกจากนี้จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่างานวิจัยที่ศึกษาภาษาโฆษณาประเภทอื่นๆ เช่นอูมิยาติและยันติ (Umiyati & Yanti, 2022) ที่ศึกษาภาษาในโฆษณาเครื่องสำอางในประเทศอินโดนีเซีย พบกระบวนการแสดงความรู้สึกปรากฏมากที่สุด เพราะการให้คุณค่าทางความงามนั้นเกิดคุณประโยชน์ทางด้านจิตใจต่อผู้บริโภคได้เช่นกัน ทั้งนี้ ชนิดกระบวนการที่ไม่พบในงานวิจัยนี้คือ กระบวนการแสดงพฤติกรรม (behavioral process) และ กระบวนการแสดงการพูด (verbal process) เนื่องจากเป็นข้อความโฆษณานขนาดสั้นและเน้นการนำเสนอคุณประโยชน์ของสินค้าและบริการโดยตรง ไม่ใช่เป็นการนำเสนอขั้นตอนการปฏิบัติหรือการกล่าวอ้างถึงคำพูดของบุคคลต่างๆ จึงไม่พบชนิดกระบวนการที่บรรยายถึงพฤติกรรมหรือการพูด

นอกจากนี้ ชนิดกระบวนการที่สื่อความคิดของผู้ผลิตโฆษณาที่พบในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด AIDA ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ประกอบด้วยตัวอักษรย่อ 4 ตัว ได้แก่ A (Attention) คือ การดึงดูดความสนใจ I (Interest) คือ การสร้างความสนใจ D (Desire) คือ การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ A (Action) คือ การทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ (Strong, 2016, p. 10) ดังนี้ A (Attention) เป็นการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคโดยอาศัยสถานการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นประสบการณ์ที่สังคมมีร่วมกันด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ขณะที่ I (Interest) และ D (Desire) เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและต้องการสินค้าหรือบริการ รวมทั้งให้รายละเอียดเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ ด้วยการนำเสนอการซื้อขายอาหารในรูปแบบบริการส่งอาหาร และคุณภาพของสินค้าและบริการส่งอาหารทั้งในด้านของคุณภาพด้านอนามัย คุณภาพด้านรสชาติ คุณภาพด้านความรู้สึก คุณภาพด้านราคา และคุณภาพด้านประสิทธิภาพของการบริการจัดส่ง และ A (Action) คือ การทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการโดยการใช้การส่งเสริมการขายมากระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อด้วยการส่งเสริมการขายด้วยโปรโมชั่นต่างๆ

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดข้างต้นที่ได้นำเสนอประสบการณ์ที่สังคมมีร่วมกัน คือ การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและต้องการสินค้าหรือบริการ รวมถึงให้รายละเอียดเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ และการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการโดยการใช้การส่งเสริมการขายมากระตุ้นการตัดสินใจ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้า เช่น ปิ่นปิ่นท์ เหลืองพิทักษ์ และปิยธิดา วงศ์ใหญ่ (2564) ที่พบว่าธุรกิจร้านอาหารได้ใช้กลยุทธ์เหล่านี้ในการสร้างยอดขาย นอกจากนี้ยังพบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดแบบร่วมรู้สึก (empathic marketing strategy) ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปราเสตีโยและเพอนามาซารี (Prasetyo & Purnamasari, 2022) ด้วย

รายการอ้างอิง

- กมลวรรณ สีเม้ย, เพชรรัตน์ ปฐมพฤษวงษ์ และกนกวรรณ วารีเขตต์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการโน้มน้าวใจ
ในพาดหัวโฆษณาเค็ตตาลีอกกีฟารี. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ราไพพรรณี*, 2(1), 54-64.
กรุงเทพฯธุรกิจ. (2564). *ศูนย์วิจัยกิจการฯ คาดปี 65 มูลค่าตลาด "ฟู้ดเดลิเวอรี่" โตแตะ 7.9 หมื่นล้าน*.
สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2565 จาก www.bangkokbiznews.com/business/976213.
กรุงเทพมหานคร. (2563). *ประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่องสั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว ฉบับที่ 2*.
สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2564 จาก <https://www.prbangkok.com/th/covid/detail/19/4324>.
จุฬามาศ ศรีรัตน. (2564). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในช่วงการ
ระบาดของไวรัสโควิด-19. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(3), 118-128.
ณัฐรัฐดา วิจิตรจามรี. (2556). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
ณิชากัทธา จันทรดารา, ช่างรงค์ เมฆโหรา และปัญญา หมั่นเก็บ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านอาหารที่มีเครื่องหมาย "อาหารสะอาด รสชาติอร่อย" ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*,
34(1), 48-58.
ไทยรัฐ. (2563). *เริ่ม 17 พ.ค. ผ่อนปรนระยะ 2 เช็กเลยสถานที่ไหนเปิดได้* โรงหนัง-สนามมวย ยังห้าม. สืบค้นเมื่อ 8
ธันวาคม 2564 จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/1844903>.
นพวัฒน์ สุวรรณช่าง. (2553). *การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในบทโฆษณาในนิตยสารสุขภาพ*
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
เบญจวรรณ ศรีกุล, จินตนา พุทธรเมตตะ และอัครา บุญทิพย์. (2555). วิเคราะห์ภาษาในแผ่นพับโฆษณาเครื่องสำอาง
ปี พ.ศ. 2551. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 4(7), 42-56.
แบรนด์บุฟเฟต์. (2564). *2021 Year of Food Delivery: วิถีชีวิตปกติใหม่ผู้บริโภค-เพิ่มโอกาสสร้างรายได้ร้านอาหาร*.
สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2565 จาก www.brandbuffet.in.th/2021/01/2021-year-of-food-delivery.
ประภัสสร อินตา และสมพงษ์ บุญเลิศ. (2557). การดำเนินงานธุรกิจโฆษณาในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบัณฑิตวิจัย
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 5(1), 163-174.
ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). *รู้จักประเภทของกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)*. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2565
จาก <https://www.popticles.com/branding/types-of-csr/>.
ปิ่นปิ่นท์ เหลืองพิทักษ์ และปิยธิดา วงศ์ใหญ่. (2564). กลยุทธ์ธุรกิจเดลิเวอรี่ในยุคโควิด-19. *รายงานสืบเนื่องจากการ
ประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 "วิถีพุทธ วิถีชุมชน รากฐานชีวิตศรัทธาซึ่งสังคมล้านนาในสังคมวิถีใหม่"*, 777-784.
พรวิภา ไชยสมคุณ. (2560). การวิเคราะห์โฆษณาประเภทเรื่องเล่าของสินค้าเพื่อสุขภาพ. *วารสารมนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์*, 34(3), 118-145.
พันธ์ ฤกษ์สำราญ. (2548). *โภชนาการ* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
ราชกิจจานุเบกษา. (2563). *ข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์
ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 1)*. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2564
จาก <http://www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/069/T0010.PDF>.
ราชกิจจานุเบกษา. (2564ก). *ข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์
ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 22)*. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2564
จาก <http://www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/091/T0024.PDF>.

- ราชกิจจานุเบกษา. (2564ข). *ข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 32)*. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2564
จาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/200/T_0001.PDF.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). *การแข่งขันของแอปพลิเคชันส่งอาหาร ดันธุรกิจ Food Delivery เติบโตต่อเนื่อง คาดมีมูลค่าสูงถึง 33,000-35,000 ล้านบาท ในปี 2562*. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2565
จาก www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z2995.aspx.
- Halliday, M. A. K. (2004). *An Introduction to Functional Grammar* (3rd ed.). London: Hodder Arnold.
- Laosrirattanachai, P. (2018). An Analysis of Slogans of Airline Business Using Ideational Metafunction. *Humanities Journal*, 25(1), 316-343.
- Matemate. (2564). *GON Gang Delivery Hub บาร์บีคิวพลาซ่า เปิด Cloud Kitchen ครึ่งกลาง-กระจายสินค้าที่ป๊อบบางจาก*. สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2565 จาก <https://brandinside.asia/gon-gang-delivery-hub-cloud-kitchen/>.
- Patpong, P. (2009). Thai Persuasive Discourse: A Systemic Functional Approach to an Analysis of Amulet Advertisements. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 22, 195-217.
- Prasetyo, S. H., & Purnamasari O. (2022). Empathy-based Marketing Communication as a Strategy to Win the Hearts of Consumers during the Covid-19 pandemic. *Commicast*, 3(1): 75-82.
- Punkasirikul, P., & Singhakowinta, J. (2019). The Analysis of Linguistic Features in Annuity Advertisements. *Humanities & Social Science*, 36(1), 67-106.
- Sari, V. W., & Noverino, R. (2021). A Multimodal Discourse Analysis in Pantene Advertisement. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 4(10), 21-30.
- Savor Japan. (2016). *How to eat Shabu-shabu: A Guide to Japanese Hot Pot Heaven*. Retrieved August, 22, 2022, from <https://savorjapan.com/contents/more-to-savor/how-to-eat-shabu-shabu-a-guide-to-japanese-hot-pot-heaven/#3>.
- Strong, E. K. (2016). *The Psychology of Selling Life Insurance*. New York: Harper & Brothers.
- The Socialfix Kickass Content Team. (2021). *Empathetic Marketing: 6 Principles That You Can Action Today on Your Social Media*. Retrieved August, 22, 2022, from <https://www.socialfix.com/empathetic-marketing/>.
- Umiyati, M., & Yanti, N.P.M.P. (2022). Language Metafunction in Cosmetic Advertisement. *International Journal of Systemic Functional Linguistics*, 5(1), 66-68.
- Warawattananon, P. (2564). *8 วิธีโปรโมทและโฆษณาร้านอาหารออนไลน์ สำหรับปี 2022*. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2565 จาก <https://noria.co.th/th/ways-promote-restaurant-marketing/>.



ลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลี ของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา*

Received: 06 July 2020

Revised: 13 October 2020

Accepted: 20 May 2021

กนกวรรณ สาโรจน์**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา โดยวิเคราะห์สาเหตุของลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตและนำผลการสำรวจที่ได้ไปแสวงหาแนวทางในการพัฒนาวิธีการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างคือนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลีชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2560 จำนวน 24 คน โดยผ่านการศึกษารายวิชา 234351 การแปลภาษาเกาหลี 1 และศึกษารายวิชา 234452 การแปลภาษาเกาหลี 2 ที่ผู้วิจัยเป็นผู้สอน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเป็นต้นฉบับภาษาเกาหลี จำนวน 3 เรื่อง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม Microsoft Excel นำมาหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า

1. การแปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลี: นิสิตแปลประโยคโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลีทั้งหมด จำนวน 20 ประโยค โดยนิสิตแปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลีในเรื่องที่ 1 มากที่สุดคือ จำนวน 10 ประโยค
2. การแปลประโยคไม่ครบจากประโยคต้นฉบับ: นิสิตแปลประโยคไม่ครบจากประโยคต้นฉบับทั้งหมด จำนวน 6 ประโยค โดยนิสิตแปลไม่ครบจากประโยคต้นฉบับในเรื่องที่ 2 มากที่สุดคือ จำนวน 4 ประโยค
3. การแปลประโยคเกินกว่าประโยคต้นฉบับ: นิสิตแปลประโยคเกินกว่าประโยคต้นฉบับทั้งหมด จำนวนเพียง 1 ประโยค โดยนิสิตแปลไม่เกินกว่าประโยคต้นฉบับ ในเรื่องที่ 2 มากที่สุดคือ จำนวน 1 ประโยค

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “ลักษณะการแปลเนื้อความภาษาเกาหลีของผู้เรียนชาวไทย กรณีศึกษานิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา” ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ติดต่อได้ที่: kanokwas@go.buu.ac.th

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

การแปลโดยคงไวยากรณ์
ภาษาเกาหลี;
การแปลประโยคไม่ครบ
จากประโยคต้นฉบับ;
การแปลประโยคเกินกว่า
ประโยคต้นฉบับ;
การแปลประโยคผิดทั้งประโยค

4. การแปลประโยคผิดทั้งประโยค: นิสิตแปลประโยคผิดทั้งประโยคทั้งหมด จำนวน 65 ประโยค โดยนิสิตแปลประโยคผิดทั้งประโยคในเรื่องที่ 3 มากที่สุดคือ จำนวน 24 ประโยค

The Characteristics of Burapha University's Korean Major Students' Korean Sentence Translation*

Received: 06 July 2020
Revised: 13 October 2020
Accepted: 20 May 2021

Kanokwan Sarojna**

This research aims to study translation strategies used by Korean major students at Burapha University when translating Korean sentences into Thai. The focus is on the reason for selecting translation strategies in translating Korean sentences. The findings will contribute to seeking more effective translation methods for the students. The samples include 24 fourth-year Korean major students who had passed two basic translation courses (234351: Korean Translation I and 234452: Korean Translation II; instructed by the researcher) and enrolled in academic year 2017.

The instruments used for collecting the data are 3 Korean original texts. The statistics used for analyzing the data are frequency and percentage.

The findings are as follows.

1. Literal translation: 20 Korean sentences were translated and this method was found the most in the 1st text (10 sentences).
2. Translation with some missed-out Korean sentences: 6 sentences were translated with some missed-out Korean sentences, and this method was found the most in the 2nd text (4 sentences).
3. Addition of excessive words: Only 1 sentence was translated with added excessive words, and this method was found the most in the 2nd text (1 sentence).
4. Mistranslation of the whole sentence: 65 sentences were mistranslated entirely, and this method was found the most in the 3rd text (24 sentences).

* This article is part of the research "The Characteristics of Burapha University's Korean Major Students' Korean Sentence Translation" supported by the budget of the Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University.

** Assistant Professor, Department of Eastern Languages, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University, e-mail: kanokwas@go.buu.ac.th

Research Article

Abstract

Keywords

literal translation;
translation with missing out
some Korean sentences;
addition of excessive words;
mistranslation of whole
sentence

1. บทนำ

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติได้แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติเกาหลีที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเมื่อปี 2560 พบว่ามีจำนวนถึง 889,210 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ม.ป.ป.) และในปัจจุบันมีจำนวนสถานประกอบการสัญชาติเกาหลีเข้ามาตั้งโรงงานและสำนักงานอยู่ในประเทศไทยมากกว่า 400 แห่ง (Korea Trade-Investment Promotion Agency, 2018) โดยพื้นที่ตั้งส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมทางภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งยังต้องการผู้มีความรู้ความสามารถด้านภาษาเกาหลีเข้าไปร่วมทำงานอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในส่วนของงานด้านการแปลเอกสารต่างๆ และสำนักพิมพ์ของไทยก็ได้ให้นำหนังสือภาษาเกาหลีมาแปลและพิมพ์เผยแพร่จัดจำหน่ายให้กับผู้อ่านชาวไทย ดังนั้นบัณฑิตทางด้านภาษาเกาหลีในประเทศไทยยังคงมีความจำเป็น ในยุคสมัยโลกาภิวัตน์นี้การแลกเปลี่ยนทางภาษาและวัฒนธรรมมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นหากผู้เรียนมีทักษะทางการแปลที่ดีแล้วจะมีได้เป็นเพียงการถ่ายทอดภาษาที่แม่นยำเท่านั้น ยังเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ถูกต้องให้เข้าใจตรงกันด้วย หากแปลเพื่อความผิดพลาดไปอาจก่อให้เกิดความเสียหาย เช่น ทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การค้า การลงทุน ฯลฯ โดยการเรียนการสอนภาษาเกาหลีนั้นส่วนใหญ่จะประกอบไปด้วยทักษะทางภาษาคือ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน แต่มหาวิทยาลัยในประเทศไทยที่เปิดทำการเรียนการสอนภาษาเกาหลีเป็นวิชาเอกจะบรรจุรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการแปลอยู่ตั้งแต่ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป¹

เช่นเดียวกับโจวอู๋โป (Zhou Yu-bo, 2007, pp. 1-2) ได้กล่าวว่า การผลิตบุคลากรเฉพาะทางที่มีความรู้ความสามารถระดับสูงด้านการแปลเป็นจุดประสงค์ที่สำคัญของการเรียนการสอนภาษาเกาหลี แต่การเรียนการสอนด้านการแปลเริ่มต้นชั้นปีที่ 3 และ 4 ซึ่งช้ากว่าทักษะการอ่าน การฟัง การเขียน และระยะเวลาในการฝึกฝนค่อนข้างสั้น ทำให้ผู้เรียนต้องรับภาระหนักในการเรียนและทำความเข้าใจเนื้อหามากมายภายในระยะเวลาอันสั้น จึงทำให้ได้ประสิทธิผลที่ต่ำ อีกทั้งผู้สอนเป็นผู้กำหนดเนื้อหา วิธีการสอน การประเมินผลทั้งหมด จึงทำให้ผู้เรียนขาดความกระตือรือร้นและหวาดกลัวการแปล

นอกจากนี้ คังโบซ็อนและซุนอ็กฮย็อน (Kang & Son, 2007, p. 158) ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการแปลล่ามว่า เนื่องจากมีความคิดว่าความสามารถในการสื่อสารกับความสามารถในการแปลล่ามเป็นสิ่งที่เหมือนกัน ดังนั้นจึงเน้นเรื่องความสามารถในการสื่อสาร แต่ละเลยความสำคัญของกระบวนการทำความเข้าใจในทฤษฎีและฝึกฝนวิธีการเฉพาะทางด้านการแปลล่ามและการแปลล่ามที่จะกระทำได้อย่างมืออาชีพ ผู้ปฏิบัติจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเทคนิคเฉพาะทางและได้รับการฝึกฝนให้เกิดความสามารถ กล่าวคือนอกเหนือจากความสามารถทางภาษาแล้ว จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ และมีเทคนิคเฉพาะตนที่เกี่ยวข้องกับการแปลล่าม

งานวิจัยนี้จึงมุ่งตอบสนองยุทธศาสตร์ของแผนการศึกษาแห่งชาติด้านการผลิตและพัฒนากำลังคน การวิจัยและนวัตกรรม² เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ มีเป้าหมายคือให้กำลังคนมีทักษะที่

¹ มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

² ยุทธศาสตร์ของแผนการศึกษาแห่งชาติ ประกอบด้วย 1. การจัดการศึกษาเพื่อความมั่นคงของสังคมและประเทศชาติ 2. การผลิตและพัฒนากำลังคน การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 3. การพัฒนาศักยภาพคนทุกช่วงวัยและการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ 4. การสร้างโอกาส ความเสมอภาคและความเท่าเทียมทางการศึกษา 5. การจัดการศึกษาเพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 6. การพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการศึกษา

สำคัญจำเป็น และมีสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รวมทั้งสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่จัดการศึกษา ผลิตภัณฑ์ที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นเลิศเฉพาะด้าน แนวทางคือผลิตและพัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะในสาขาที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และส่งเสริมการผลิตและพัฒนากำลังคนที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นเลิศเฉพาะด้าน โดยบทบาทของผู้สอนคือ ต้องเป็นผู้มีทักษะความรู้ความสามารถและสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาชีพครู มีจิตวิญญาณความเป็นครู เป็นผู้เรียนรู้สิ่งใหม่ และเท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถประยุกต์ใช้วิธีการและนวัตกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนผู้เรียนต้องได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะความรู้และคุณลักษณะจากการเรียนรู้ในห้องเรียนและนอกห้องเรียนโดยเน้นการฝึกปฏิบัติมากขึ้น และบัณฑิตมีทักษะความรู้และสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาชีพ ตามความต้องการและความจำเป็นของประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติและยุทธศาสตร์ประเทศ 4.0 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวง ศึกษาธิการ, 2560)

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา
- 2.2 เพื่อวิเคราะห์สาเหตุของลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา
- 2.3 เพื่อแสวงหาแนวทางในการพัฒนาวิธีการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างได้แก่นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ชั้นปีที่ 4 วิชาเอกภาษาเกาหลี ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 ที่ผ่านการศึกษารายวิชา 234351 การแปลภาษาเกาหลี 1 และรายวิชา 234452 การแปลภาษาเกาหลี 2 (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554) ที่ผู้วิจัยเป็นผู้สอน รวมทั้งหมด 24 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลี จำนวน 24 ชุด (1 คน x 1 ชุด) มี 'รูปแบบพฤติกรรม' โดยเน้นเนื้อความแบบสัญญา ประกอบด้วยหัวข้อ 신제품을 주문할 때 (การสั่งซื้อสินค้า) 물품대금 청구를 안내할 때 (การเรียกเก็บเงินค่าสินค้า) และ 저질의 상품을 설명할 때 (การแจ้งเกี่ยวกับสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ) (Poe, 2004)

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล คือตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลีในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 โดยให้เวลากลุ่มตัวอย่างทำ 3 ชั่วโมงและส่งคืนผู้วิจัย รวมทั้งหมด 24 ชุด และนำข้อมูลที่ได้จากตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลี โดยมีประโยคที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมด 92 ประโยค มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel นำมาหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และสร้างตารางแจกแจง 1) การแปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลี 2) การแปลประโยคไม่ครบจากประโยคตัวบทต้นฉบับ 3) การแปลประโยคเกินกว่าประโยคตัวบทต้นฉบับ 4) การแปลประโยคผิดทั้งประโยค (การแบ่งประเภทการแปลได้ศึกษาจากงานวิจัยต่างๆ แล้วลองมากำหนดเองอย่างง่าย)

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการแปลคำศัพท์ภาษาเกาหลีของนิสิตชั้นปีที่ 4 วิชาเอกภาษาเกาหลี จากค่าความถี่ของจำนวนคน โดยการหาร้อยละ (%) ของการแปลตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลี ด้านการแปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลี การแปลประโยคไม่ครบจากประโยคตัวบทต้นฉบับ การแปลประโยคเกินกว่าประโยคตัวบทต้นฉบับ การแปลประโยคผิดทั้งประโยค และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางพร้อมคำอธิบายและหาสาเหตุของลักษณะการแปลโดยวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้ทั้งหมด

ตารางที่ 1 การแปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลี N = 24

การแปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลี					
ลำดับที่ (นิสิต)	เรื่อง 1	เรื่อง 2	เรื่อง 3	รวม (ประโยค)	ร้อยละ (%)
1	0	0	0	0	0
2	1	0	0	1	5.0
3	0	1	1	2	10.0
4	0	0	0	0	0
5	1	0	0	1	5.0
6	0	0	1	1	5.0
7	1	0	0	1	5.0
8	0	0	0	0	0
9	2	0	0	2	10.0
10	0	0	0	0	0
11	0	1	1	2	10.0
12	1	0	0	1	5.0
13	0	1	1	2	10.0
14	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0
16	0	0	1	1	5.0
17	1	0	0	1	5.0
18	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0
20	1	0	0	1	5.0
21	2	0	1	3	15.0
22	0	0	1	1	5.0
23	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	0
รวม (ประโยค)	10	3	7	20	
ร้อยละ (%)	50	15	35		100.0
เฉลี่ย (ประโยค)	0.4	0.1	0.3	0.8	

จากตารางที่ 1 พบว่าในประเด็นการแปลโดยคงไววยากรณ์ภาษาเกาหลี มีประโยคที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมด 20 ประโยค นิสิตลำดับที่ 21 มีจำนวนประโยคมากที่สุดทั้ง 3 เรื่องคือ 3 ประโยค (15%) ส่วนนิสิตจำนวน 10 คน มีจำนวนประโยคน้อยที่สุดทั้ง 3 เรื่องคือไม่ผิดเลย โดยเรื่องที่ 1 พบจำนวนประโยคที่แปลผิดมากที่สุดคือ 10 ประโยค (50%)

ตารางที่ 2 การแปลประโยคไม่ครบจากประโยคตัวบทต้นฉบับ N = 24

การแปลประโยคไม่ครบจากประโยคตัวบทต้นฉบับ					
ลำดับที่ (นิสิต)	เรื่อง 1	เรื่อง 2	เรื่อง 3	รวม (ประโยค)	ร้อยละ (%)
1	0	0	0	0	0
2	1	0	0	1	16.7
3	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0
6	0	1	0	1	16.7
7	0	0	1	1	16.7
8	0	0	0	0	0
9	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0
11	0	1	0	1	16.7
12	0	0	0	0	0
13	0	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0
16	0	0	0	0	0
17	0	1	0	1	16.7
18	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0
21	0	0	0	0	0
22	0	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0
24	0	1	0	1	16.7
รวม (ประโยค)	1	4	1	6	
ร้อยละ (%)	16.7	66.4	16.7		100.0
เฉลี่ย (ประโยค)	0.04	0.17	0.04	0.25	

จากตารางที่ 2 พบว่าในประเด็นการแปลประโยคไม่ครบจากประโยคตัวบทต้นฉบับ มีประโยคที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมด 6 ประโยค นิสิตลำดับที่ 2, 6, 7, 11 และ 24 มีจำนวนประโยคมากที่สุดทั้ง 3 เรื่องคือ 1 ประโยค (16.7%) ส่วนนิสิตจำนวน 19 คน มีจำนวนประโยคน้อยที่สุดทั้ง 3 เรื่องคือไม่ผิดเลย โดยเรื่องที่ 2 พบจำนวนประโยคที่แปลผิดมากที่สุดคือ 4 ประโยค (66.4%)

ตารางที่ 3 การแปลประโยคเกินกว่าประโยคตัวบทต้นฉบับ N = 24

การแปลประโยคเกินกว่าประโยคตัวบทต้นฉบับ					
ลำดับที่ (นิสิต)	เรื่อง 1	เรื่อง 2	เรื่อง 3	รวม (ประโยค)	ร้อยละ (%)
1	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0
9	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0
11	0	0	0	0	0
12	0	0	0	0	0
13	0	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0
16	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0
21	0	1	0	1	100
22	0	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	0
รวม (ประโยค)	0	1	0	1	
ร้อยละ (%)	0	100	0		100.0
เฉลี่ย (ประโยค)	0	0.04	0	0.04	

จากตารางที่ 3 พบว่าในประเด็นการแปลประโยคเกินกว่าประโยคตัวบทต้นฉบับ มีประโยคที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมดเพียง 1 ประโยค นิสิตลำดับที่ 21 พบแปลประโยคเกินเพียงคนเดียว ส่วนนิสิตจำนวน 23 คน มีจำนวนประโยคน้อยที่สุดทั้ง 3 เรื่องคือไม่ผิดเลย โดยเรื่องที่ 2 พบจำนวนประโยคที่แปลผิดมากที่สุดคือ 1 ประโยค (100%)

ตารางที่ 4 การแปลประโยคผิดทั้งประโยค $N = 24$

การแปลประโยคผิดทั้งประโยค					
ลำดับที่ (นิสิต)	เรื่อง 1	เรื่อง 2	เรื่อง 3	รวม (ประโยค)	ร้อยละ (%)
1	2	0	3	5	7.7
2	0	3	0	3	4.6
3	0	1	0	1	1.5
4	0	0	0	0	0
5	1	0	1	2	3.1
6	1	0	1	2	3.1
7	0	0	0	0	0
8	1	1	1	3	4.6
9	1	0	2	3	4.6
10	1	2	1	4	6.2
11	2	1	1	4	6.2
12	0	0	0	0	0
13	1	0	1	2	3.1
14	1	1	1	3	4.6
15	1	0	1	2	3.1
16	1	2	2	5	7.7
17	0	0	1	1	1.5
18	0	0	3	3	4.6
19	3	1	1	5	7.7
20	1	0	0	1	1.5
21	1	1	1	3	4.6
22	2	2	1	5	7.7
23	0	3	1	4	6.2
24	3	0	1	4	6.2
รวม (ประโยค)	23	18	24	65	
ร้อยละ (%)	35.4	27.7	36.9		100.0
เฉลี่ย (ประโยค)	0.9	0.8	1.0	2.7	

จากตารางที่ 4 พบว่าในประเด็นการแปลประโยคผิดทั้งประโยค มีประโยคที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมด 65 ประโยค นิสิตลำดับที่ 1, 16, 19 และ 22 มีจำนวนประโยคมากที่สุดทั้ง 3 เรื่องคือ 5 ประโยค (7.7%) นิสิตจำนวน 3 คน คือลำดับที่ 4, 7, 12, มีจำนวนประโยคน้อยที่สุดทั้ง 3 เรื่องคือไม่ผิดเลย โดยเรื่องที่ 3 พบจำนวนประโยคที่แปลผิดมากที่สุดคือ 24 ประโยค (36.9%)

5. สรุปและอภิปรายผล

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการแปลตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลี 3 เรื่อง มีประโยคที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมด 92 ประโยค เฉลี่ยแล้วคนละ 3.8 ประโยค โดยเรื่องที่ 1 พบจำนวนประโยคที่แปลผิดมากที่สุดคือ 34 ประโยค (37%) เฉลี่ยแล้วคนละ 1.4 ประโยค

(1) การแปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลี: จากการแปลตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลี 3 เรื่อง พบประโยคที่แปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลีทั้งหมด จำนวน 20 ประโยค เฉลี่ยแล้วคนละ 0.8 ประโยค โดยนิสิตแปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลีในเรื่องที่ 1 มากที่สุดคือ จำนวน 10 ประโยค เฉลี่ยแล้วคนละ 0.4 ประโยค

(2) การแปลประโยคไม่ครบจากประโยคตัวบทต้นฉบับ: จากการแปลตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลี 3 เรื่อง พบประโยคที่แปลไม่ครบจากประโยคตัวบทต้นฉบับทั้งหมด จำนวน 6 ประโยค เฉลี่ยแล้วคนละ 0.25 ประโยค โดยนิสิตแปลไม่ครบจากประโยคตัวบทต้นฉบับในเรื่องที่ 2 มากที่สุดคือ จำนวน 4 ประโยค เฉลี่ยแล้วคนละ 0.17 ประโยค

(3) การแปลประโยคเกินกว่าประโยคตัวบทต้นฉบับ: จากการแปลตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลี 3 เรื่อง พบประโยคที่แปลเกินกว่าประโยคตัวบทต้นฉบับทั้งหมด จำนวนเพียง 1 ประโยค เฉลี่ยแล้ว คนละ 0.04 ประโยค โดยนิสิตแปลเกินกว่าประโยคตัวบทต้นฉบับในเรื่องที่ 2 มากที่สุดคือ จำนวน 1 ประโยค เฉลี่ยแล้วคนละ 0.04 ประโยค

(4) การแปลประโยคผิดทั้งประโยค: จากการแปลตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลี 3 เรื่อง พบประโยคที่แปลผิดทั้งประโยคทั้งหมด จำนวน 65 ประโยค เฉลี่ยแล้วคนละ 2.7 ประโยค โดยนิสิตแปลประโยคผิดทั้งประโยคในเรื่องที่ 3 มากที่สุดคือ จำนวน 24 ประโยค เฉลี่ยแล้วคนละ 1 ประโยค

5.2 อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า

(1) นิสิตแปลประโยคโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลี โดยพบมากที่สุดในเรื่องที่ 1 คือ '신제품을 주문할 때' ซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้ารุ่นใหม่ พบประโยคที่แปลโดยคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ประโยค	นิสิตแปล	คำแปลที่เหมาะสม
구매부서와 협력하여 1차 주문 분 500개를 처리해 주시기 바랍니다.	โดยรวมมือกับฝ่ายจัดซื้อของการสั่งซื้อสินค้าในครั้งที่ 1 ขอให้ท่านดำเนินการกับสินค้าจำนวน 500 ชิ้น	ขอให้ท่านร่วมมือ (ประสานงาน) กับฝ่ายจัดซื้อดำเนินการกับสินค้าจำนวน 500 ชิ้น สำหรับการสั่งซื้อในครั้งที่ 1
남은 물량은 전시 대표단에게 주어, 고객들을 위해 전시토록 하겠습니다.	จำนวนสินค้าที่เหลือจะมอบให้แก่คณะตัวแทนผู้จัดงานแสดงสินค้า เพื่อให้จัดแสดงสำหรับลูกค้า	จะมอบจำนวนสินค้าที่เหลือให้แก่คณะตัวแทนผู้จัดงานแสดงสินค้า เพื่อจัดแสดงให้แก่ลูกค้าได้ชม
광고가 시작되는 10월에는 150개 정도가 더 필요합니다.	ในเดือนสิบ (ตุลาคม) ที่การโฆษณาเริ่มขึ้น ประมาณ 150 อัน (ชิ้น) จำเป็นอีก	มีความจำเป็นที่จะต้องสั่งซื้อสินค้าอีกจำนวน 150 ชิ้น สำหรับการโฆษณาที่จะเริ่มขึ้นในเดือนตุลาคม

(2) นิสิตแปลประโยคไม่ครบจากประโยคด้วยทศนิยม โดยพบมากที่สุดในเรื่องที่ 2 คือ '물품대금 청구를 안내할 때' ซึ่งเป็นเนื้อความเกี่ยวกับผู้ซื้อแนะนำวิธีการส่งสินค้าและเรียกเก็บเงินค่าสินค้าให้แก่ผู้จำหน่ายสินค้า พบประโยคที่แปลไม่ครบจากประโยคด้วยทศนิยม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ประโยค	นิสิตแปล	คำแปลที่เหมาะสม
시간을 절약하여 신속한 지급이 이루어질 겁니다.	(-) จะรีบดำเนินการจ่าย (ชำระ) ค่าสินค้าโดยเร็ว	เพื่อเป็นการประหยัดเวลา จะชำระค่าสินค้าให้โดยทันที
4 가지 크기의 정장구두에 대한 A-1234 주문서를 동봉하였습니다.	ได้แนบใบสั่งซื้อสินค้า (-) ของรองเท้า 4 ขนาด	ได้แนบใบสั่งซื้อสินค้าหมายเลข A-1234 ซึ่งเป็นขนาดของรองเท้า สำหรับชุดพิธีการ 4 แบบ

(3) นิสิตแปลประโยคเกินจากประโยคด้วยทศนิยม โดยพบมากที่สุดในเรื่องที่ 2 คือ '물품대금 청구를 안내할 때' ซึ่งเป็นเนื้อความเกี่ยวกับผู้ซื้อแนะนำวิธีการส่งสินค้าและเรียกเก็บเงินค่าสินค้าให้แก่ผู้จำหน่ายสินค้า พบประโยคที่แปลเกินจากประโยคด้วยทศนิยม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ประโยค	นิสิตแปล	คำแปลที่เหมาะสม
시간을 절약하여 신속한 지급이 이루어질 겁니다.	เพื่อประหยัดเวลาในการดำเนินการจ่าย (ชำระ) ค่าสินค้าจะเป็นไปอย่างรวดเร็ว	เพื่อเป็นการประหยัดเวลา จะชำระค่าสินค้าให้โดยทันที

(4) นิสิตแปลประโยคผิดทั้งหมด โดยพบมากที่สุดในเรื่องที่ 3 คือ '저질의 상품을 설명할 때' ซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการอธิบายคุณภาพที่ไม่ดีของสินค้า พบประโยคที่แปลผิดทั้งหมด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ประโยค	นิสิตแปล	คำแปลที่เหมาะสม
최대한 판매를 위해 노력해 보겠습니다.	จะขาย (จำหน่าย) สินค้าทั้งหมด	จะลองพยายามจำหน่ายสินค้าให้ได้มากที่สุด
나머지 재고량 확보를 위해 주문할 것입니다.	สำหรับสินค้าที่เหลือจะสั่งซื้อทั้งหมด	จะสั่งส่วนที่เหลือเพื่อให้มีสินค้าคงคลัง

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์สาเหตุของลักษณะการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า

ด้านการแปลประโยคนั้นพบมากในการแปลโดยการคงไวยากรณ์ภาษาเกาหลีและการแปลผิดทั้งประโยค เนื่องจากนิสิตไม่มีความรู้ทางไวยากรณ์ภาษาเกาหลีอย่างถูกต้อง จึงทำให้ไม่มีความเข้าใจเนื้อหาของตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลีอย่างแท้จริง เป็นผลให้นิสิตแปลประโยคไปตามไวยากรณ์ที่ตนเองเข้าใจ หรือไม่สามารแปลประโยคได้เลย มีความสอดคล้องกับคำตอบจากแบบสอบถามเรื่อง ‘ความรู้และทักษะการแปลภาษาเกาหลี’ ซึ่งปัญหาที่ยากที่สุดสำหรับนิสิตในการแปลประโยคคือ ‘ไม่รู้ว่าเป็นประโยคประเภทใด’ และ ‘ความรู้ไวยากรณ์ภาษาเกาหลี’ เป็นทักษะที่ด้อยมากที่สุด รวมถึงต้องพัฒนา ‘ความสามารถในการอ่านและเข้าใจเนื้อหาภาษาเกาหลี’ (กนกวรรณ สาโรจน์, 2563, น. 70-72)

ดังที่มณีรัตน์ สวัสดิวัตน์ ณ อยุธยา (2548) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ประโยคว่า ผู้แปลควรทราบโครงสร้างพื้นฐานภาษาไทย ซึ่งบางประโยคเหมือนกับภาษาต้นฉบับที่ต้องการหรืออาจไม่เหมือนกัน ดังนั้นจึงต้องเข้าใจความหมายและการสื่อความของผู้เขียนด้วย อีกทั้งต้องสามารถแยกโครงสร้างของประโยคและสามารถวิเคราะห์ส่วนประชิดให้ได้ ดังตัวอย่างประโยค ‘남은 물량은 전시 대표단에게 주어, 고객들을 위해 전시토록 하겠습니다.’ ส่วนที่ขีดเส้นใต้เป็นวลีที่แสดง ‘กรรม’ ของประโยค ซึ่งในไวยากรณ์ภาษาเกาหลี ‘กรรม’ ของประโยคจะอยู่ด้านหน้า ‘กริยา’ แต่ไวยากรณ์ในภาษาไทย ‘กรรม’ ต้องอยู่ด้านหลัง ‘กริยา’ จึงจะเหมาะสม และ ‘고객들을 위해 전시토록 하겠습니다.’ นิสิตแปลว่า ‘เพื่อให้จัดแสดงสำหรับลูกค้า’ ซึ่งเป็นการแปลถูกต้องตามความหมายของไวยากรณ์ภาษาเกาหลี แต่ไม่ราบรื่นในประโยคภาษาไทย และประโยค ‘나머지 재고량 확보를 위해 주문할 것입니다.’ นิสิตไม่สามารถโยงความสัมพันธ์ของส่วนที่ขีดเส้นใต้ได้ นิสิตจึงแปลเพียง ‘ 나머지 ’ ว่าเป็นกรรมของ ‘주문할.’ เท่านั้น ซึ่งควรแปลว่า ‘จะสั่งส่วนที่เหลือ’ และ ‘재고량 확보’ หมายถึง ‘สินค้าคงคลัง’

ด้วยเหตุนี้ ก่อนทำการแปลผู้แปลควรต้องพิจารณาว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร เนื้อความเน้นหนักไปทางด้านใด เพื่อเป็นการทำความเข้าใจในสิ่งที่จะแปล โดยการแปลงานทางธุรกิจดังตัวบทต้นฉบับของงานวิจัยนี้เป็นเนื้อความที่มุ่งเสนอความเป็นจริงที่แน่นอน ชัดเจนและตายตัว ผู้อ่านจะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์โดยตรง ผู้แปลจึงควรใช้วิธีการแปลตามตัวอักษร โดยคำนึงถึงการเรียงเรียงถ้อยคำให้สอดคล้องกับภาษาปลายทางหรือตัวบทเป้าหมาย แต่ไม่ใช้การแปลคำต่อคำที่ไม่มีการจัดเรียงถ้อยคำ (สิทธา พิณภูวดล, 2535) นอกจากนี้ ปัญญาบริสุทธิ์ (2535) กล่าวว่า ผู้แปลควรรักการอ่านให้มาก เพื่อให้มีความรู้รอบตัวพอสมควร มีความรู้พื้นฐานในเรื่องต่างๆ ตลอดจนเหตุการณ์ปัจจุบัน นำไปสู่การเข้าใจกับตัวบทต้นฉบับและรับรู้จุดประสงค์ของผู้เขียน และลองใช้สมานนึกถึงภาพของเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากเนื้อความ ประหนึ่งกำลังดำเนินอยู่ให้เห็นจริงและคล้อยตามไปกับเหตุการณ์นั้นๆ เมื่อฝึกฝนบ่อยๆ ก็จะสามารถถ่ายทอดจากภาษาต้นฉบับไปยังภาษาแปลได้อย่างอัตโนมัติ กล่าวคือผู้แปลควรแปลเนื้อความเสมือนตนเองเป็นผู้เขียนต้นฉบับเองและถ่ายทอดออกมาเป็นภาษาแปลได้อย่างเป็นธรรมชาติที่สุด โดยมีควรให้เหลือร่องรอยของภาษาต้นฉบับจนทำให้ขัดกับภาษาแปล

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ด้านการจัดการเรียนการสอน

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อแสวงหาแนวทางในการพัฒนาวิธีการแปลประโยคภาษาเกาหลีของนิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

(1) ก่อนเรียนรายวิชาการแปล นิสิตควรเรียนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างประโยคภาษาเกาหลีมาก่อน โดยพบว่าในหลักสูตรของกลุ่มตัวอย่าง (ปี 2554) ไม่มีรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างประโยคภาษาเกาหลีในหมวดวิชาเอกบังคับเลย มีเพียงรายวิชาวากยสัมพันธ์ภาษาเกาหลีซึ่งอยู่ในหมวดวิชาเอกเลือก และเรียนหลังจากเรียนรายวิชาการแปล 1 และ 2 แล้ว ในหลักสูตรปรับปรุง (ปี 2559) มีรายวิชาไวยากรณ์ภาษาเกาหลี 1 เพียงวิชาเดียวอยู่ในหมวดวิชาเอกบังคับ ส่วนรายวิชาไวยากรณ์ภาษาเกาหลี 2 อยู่ในหมวดวิชาเอกเลือก ส่วนรายวิชาวากยสัมพันธ์ภาษาเกาหลีได้ถูกลดบทบาทลงโดยให้รวมเป็นรายวิชาวากยสัมพันธ์และอรรถศาสตร์ภาษาเกาหลี ดังนั้นจึงควรพิจารณาปรับปรุงให้มีรายวิชาวากยสัมพันธ์สำหรับให้ได้เรียนก่อนหรือพร้อมไปกับรายวิชาการแปล

(2) รายวิชาการแปลนั้นเป็นหนึ่งในหลากหลายวิชาที่ทำการเรียนการสอนในหลักสูตรภาษาเกาหลี เพื่อให้ นิสิตได้พิจารณาถึงความเป็นไปได้หลังจากจบการศึกษาว่าจะมุ่งหน้าไปในทิศทางใด และไม่ว่าจะประกอบอาชีพใด การแปลจะเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบอาชีพนั้นๆ ไม่มากนักน้อย และการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการแปลอย่างมากคือ 1 ปี จึงควรพึงระลึกไว้ว่าคงไม่สามารถสร้างนักแปลมืออาชีพได้ในระยะเวลาอันสั้นนี้ เพียงแต่เป็นการเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความเข้าใจในงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับการแปล ดังนั้นการเน้นทฤษฎีที่ลึกซึ้งหรือเน้นไปทางการแปลเฉพาะด้านจึงเป็นไปได้ยาก ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นการให้ได้ลองฝึกปฏิบัติจริงและจะพยายามให้นิสิตได้ลองแปลในหลายๆ ประเภทเพื่อความ

6.2 ด้านการทำวิจัย

ผู้วิจัยพบข้อสังเกตในการทำวิจัยอยู่บางประการ หากสามารถปรับปรุงให้เหมาะสมจะสามารถนำไปสู่ผลการวิจัยที่เป็นมาตรฐานมากขึ้น

(1) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนนิติน้อยไป คือ 24 คน แต่ผลการวิจัยได้สะท้อนให้เห็นโครงสร้างของหลักสูตรและการจัดลำดับรายวิชาในการเรียนการสอน อันจะนำไปเป็นพื้นฐานของการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการแปลได้ เพื่อนำไปปรับปรุงและแก้ไขให้เหมาะสมในอนาคต

(2) ตัวบทต้นฉบับภาษาเกาหลียังไม่มี ความหลากหลายให้เปรียบเทียบลักษณะการแปลได้ เนื่องจากการอ่านตัวบทแปลของกลุ่มตัวอย่าง 1 คน ใช้เวลานานและต้องการการพิจารณาโดยละเอียด ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงจำกัดอยู่ที่เนื้อหาความที่เกี่ยวข้องด้านธุรกิจ เนื่องจากรายวิชาส่วนใหญ่ของหลักสูตรเน้นเนื้อหาเชิงการติดต่อสื่อสารสำหรับการทำงาน

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ สารโจน. (2563). *ลักษณะการแปลเนื้อความภาษาเกาหลีของผู้เรียนชาวไทย: กรณีศึกษา นิสิตวิชาเอกภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยบูรพา*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปัญญา บริสุทธิ์. (2535). การแปล: ทฤษฎี หลักปฏิบัติ และการแปลเฉพาะด้าน. *วารสารสมาคมครูฝรั่งเศษแห่งประเทศไทย ฉบับพิเศษ: การแปล*, 15(2-3), 77-86.
- มณีรัตน์ สวัสดิวัตน์ ณ อยุธยา. (2548). *การแปลและหลักการวิเคราะห์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. สืบค้นเมื่อ 6 เมษายน 2560 จาก <http://backoffice.onec.go.th/uploaded/Outstand/2017-EdPlan60-79.pdf>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (ม.ป.ป.). *จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ พ.ศ. 2559-2560*. สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2561 จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>.
- สิทธา พินิจภูวดล. (2535). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการแปล*. *วารสารสมาคมครูฝรั่งเศษแห่งประเทศไทย ฉบับพิเศษ: การแปล*, 15(2-3), 45-76.
- Kang, B., & Son, O. (2007). A Study of Interpretation Education in Korean Education as a Foreign Language. *Journal of Korean Language Education*, 18(12), 155-175.
- Korea Trade-Investment Promotion Agency. (2018). สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2561 จาก <https://www.kotra.or.kr/KBC/bangkok/KTMIUI050M.html>.
- Poe, A. (2004). *301 개로 예제로 끝내는 BUSINESS LETTERS*. 서울: 명진닷컴.
- Zhou Yu-bo. (2007). *A Study on the Chinese-Korean Translation Education Focusing on Texttypen*. (Doctoral dissertation). Seoul National University, Seoul.



การศึกษาเอกสารเพื่อให้ได้แนวทางการแปลภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ ในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย

Received: 24 January 2020

Revised: 28 January 2021

Accepted: 8 April 2021

พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองไร*

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือเพื่อศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษโดยการศึกษาจากเอกสาร (documentary research) จากหนังสือ 30 เล่มและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการแปลภาษา 10 เรื่อง เครื่องมือวิจัยคือ 1) ตารางสรุปสิ่งที่ค้นพบจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี ซึ่งได้จากวรรณกรรมที่อยู่ในรูปหนังสือ และ 2) ตารางสรุปสิ่งที่ค้นพบจากการทบทวนงานวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีพบว่า 1) แนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับแนวทางการแปลภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐานของสัญญาวิสัยบัว (2542) ที่ยึดทฤษฎีของลาร์สัน (Larson, 1997) ด้าน 1) การแปลแบบรักษารูปแบบของภาษา (form based translation) และ 2) การแปลแบบรักษาความหมาย (meaning based translation) ร่วมกับหลักการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ของนิง คัง และยู จาง (Kang & Zhang, 2008) และมา ฉ้วนอาน (Qiannan, 2012) คือ 1) เรียบง่าย 2) ชัดเจน 3) ใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม และ 4) ทำให้เป็นมาตรฐาน ผลการวิจัยจากการทบทวนงานวิจัยพบว่าในอดีตมีการศึกษาและการวิเคราะห์หน้าที่ของป้ายประชาสัมพันธ์ ข้อผิดพลาดในการแปล ลีลาภาษาในการแปล กลวิธีการแปล ภาษาบนป้าย การใช้ code mixing โดยเก็บข้อมูลจากป้ายและกลุ่มเป้าหมายจากภาพถ่าย แบบสอบถาม การสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ จึงเสนอแนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยดังนี้ ควรมีการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลทั้งในรูปแบบภาพถ่ายและเอกสาร ตลอดจนเก็บข้อมูลความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ โดยการจัดบันทึกข้อมูล การใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และ

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

การศึกษาเอกสาร;
แนวทางการแปลภาษาไทย
เป็นภาษาอังกฤษ;
ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์;
แหล่งท่องเที่ยว

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ติดต่อได้ที่: puttachat.ls@bru.ac.th

การสังเกตการณ์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา การให้ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าของภาษาตรวจสอบความถูกต้อง และเมื่อได้บทแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ แล้วก็สามารถนำไปยังพื้นที่วิจัยอีกครั้งหนึ่งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง หรือเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ด้วยการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษอีกครั้งหนึ่ง

Research to Obtain Guidelines for Thai-English Translation for Developing Linguistic Landscape in Tourist Attractions in Thailand

Received: 24 January 2020

Revised: 28 January 2021

Accepted: 8 April 2021

Puttachart Limsiruengrai*

The purpose of this documentary research is to study relevant documents and literature in order to obtain guidelines for the development of a linguistic landscape in tourist attractions by using Thai to English translation. The documents and literature include 30 books and 10 research studies on the development of linguistic landscape in tourist attractions by means of translation. The research tools were 1) a table summarizing the findings from reviewing the concepts and theories from the literature in the book format, and 2) a table summarizing the findings from the previous studies review. The data were analyzed by implementing content analysis. From reviewing the concepts and theories, it was found that the guidelines for translating Thai into English for the development of linguistic landscape in tourist attractions complied with the guidelines for standardized language translation of Sanchawee Saibua (1999) based on Larson's theory (1997) regarding 1) form based translation and 2) meaning based translation, together with the public signs translation principles of Kang and Zhang (2008) and Qiannan (2012) which were 1) simple 2) clear 3) with suitable voice and 4) of standard. From the previous studies review, it was found that in the past, public relations signs have been studied and analyzed in terms of translation errors, language/s used in translation, translation strategies, and code mixing by collecting data from signs and target groups via photographs, questionnaires, observations and interviews. Therefore, the guidelines for Thai-English translation for developing a linguistic landscape in tourist attractions

Research Article

Abstract

Keywords

documentary research;
guidelines for Thai-English
translation;
linguistic landscape;
tourist attractions

* Lecturer, Business English Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University,
email: puttachat.ls@bru.ac.th

of Thailand were proposed as follows: data should be collected in forms of both photos and documents. Data on the needs of stakeholders in the development of the linguistic landscape should also be collected by using note taking, questionnaires, interviews, and observations. Content analysis can be employed in data analysis. Experts and native speakers should be asked to verify the accuracy of the translation. Once the Thai-English translation has been obtained, it can be taken to the research area again to verify the validity or to explore the satisfaction of stakeholders on the development of the linguistic landscape by using Thai-English translation.

1. บทนำ

การท่องเที่ยวของประเทศเป็นธุรกิจที่เป็นรายได้หลักทำเงินเข้าประเทศ โดยในปี 2561 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 4 ของโลก (วีระศักดิ์ โควสุรัตน์, 2561) ซึ่งเป็นจำนวน 2.94 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) และในปี 2562 ได้มีการแถลงทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 โดยได้มีการเน้นย้ำว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะปรับแผนการตลาดให้นำหนักไปยังเรื่อง การลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรองให้เดินทางได้ทุกฤดูกาล เพิ่มเป้าหมายจากรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 11.5 (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2562) ให้สอดคล้องกับเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก หรือเป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค เพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทยและภูมิภาคไปพร้อมกัน (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2562) อย่างไรก็ตาม ได้มีการสะท้อนจุดอ่อนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากนักวิจัยว่ายังคงมีข้อจำกัดทางด้านภาษา ทั้งข้อจำกัดทางด้านภาษาของบุคลากรทางการท่องเที่ยว (อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม, 2558ก; อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม, 2558ข; อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม และพุทธชาติ ศรีพัฒนสกุล, 2558; Limsiriuengrai et al, 2018; Limsiriuengrai, Lertcharoenwanich & Rattanawaropas, 2019) และภาษาที่ปรากฏในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร, 2560; อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม และพุทธชาติ ศรีพัฒนสกุล, 2558).

ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ (linguistic landscape) คือ สิ่งแวดล้อมในรูปของภาษาหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่สาธารณะ (Landry & Bourhis, 1997, pp. 23-25) การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์จึงเป็นการศึกษาภาษาจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายถนนสาธารณะ ป้ายโฆษณา ชื่อถนนและสถานที่ ชื่อป้าย ร้านค้าเชิงพาณิชย์ และป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ประชาชนหรือสถานที่ราชการต่างๆ ได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการสร้างภูมิทัศน์หลักของพื้นที่ที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มคน การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์เป็นการศึกษาภาษาแท้จริงที่ใช้ในการสื่อสารและเป็นการศึกษาภาษาซึ่งเป็นตัวแทนที่แสดงถึงภูมิหลังที่เกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ เอกลักษณะและวัฒนธรรม รวมไปถึงการเจริญเติบโต การปรากฏตัวของภาษาอังกฤษและการฟื้นฟูของภาษาของกลุ่มชนต่างๆ ที่ใช้ติดต่อสื่อสารของกลุ่มคนในสังคมในพื้นที่หนึ่งๆ อีกด้วย (Cenoz & Durk, 2009) แนวคิดทฤษฎีภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์เป็นการศึกษาภาษาที่สัมพันธ์กับสังคม การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์จะช่วยแสดงให้เห็นถึงการใช้ภาษาในการสื่อสารของคนในสังคมที่ปรากฏในพื้นที่หนึ่งๆ ภาษาที่ใช้สื่อสารในสังคมแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของกลุ่มคนไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างทางฐานะ บทบาท หรือสถานภาพของกลุ่มคนในพื้นที่นั้น การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจต่อสถานการณ์ทางภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ที่เป็นขอบเขตของการศึกษา โดยศึกษาจากภาษาซึ่งใช้ติดต่อสื่อสารกันและปรากฏอย่างชัดเจนจนสามารถมองเห็นได้ด้วยสายตาดิบตาต่างๆ อาทิ ป้ายบอกทาง ป้ายชื่อถนนและสถานที่ต่างๆ ป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณาสินค้าและบริการ และป้ายจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน เป็นต้น (จริยา เสียงเย็น, 2558) จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาในด้านภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ เพราะจะทำให้ผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสามารถเข้าใจ เข้าถึง ชามซึ่งกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต แหล่งเรียนรู้และสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงได้อย่างเต็มที่ การพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์หมายถึง การพัฒนาสื่อต่างๆ ที่สามารถมองเห็นทางสายตาดิบตา อาทิ ป้ายบอกทิศทาง ป้ายบอกจุดท่องเที่ยว ป้าย

บอกตำแหน่งสถานที่ และสื่อสิ่งพิมพ์บอกรายละเอียดทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษรวมถึงภาษาอื่นๆ ที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งจะสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนทุกเพศ ทุกวัย ทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติ ส่งผลต่อการเที่ยวซ้ำและบอกต่อเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่ามีการศึกษาและวิเคราะห์ป้ายชื่อร้านค้าและบริการซึ่งเป็น ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง อาทิ ย่านนานาฝั่งเหนือ กรุงเทพมหานคร (ถนอมจิตต์ สารอด และสรารุณี ไกรเสม, 2562) ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายข้อความ (Yanhong, 2013) ป้ายชื่อสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนคร ลำปาง (ภิญญพันธ์ พจนะลาวัณย์ และคณะ, 2560) การศึกษาวิเคราะห์ข้อผิดพลาดในป้ายประชาสัมพันธ์ ภาษาอังกฤษในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร (ประดิษฐ์ นารีรักษ์, 2561) และการพัฒนาป้ายและแผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ด้วยการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ (พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองไร, 2560) และยังพบอีกว่าภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ เช่น ป้ายบอกทาง ป้าย ชื่อถนนและสถานที่ต่างๆ ป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นภาษาไทยและอังกฤษยังมีไม่เพียงพอ และบางส่วนยังใช้ภาษาอังกฤษไม่ถูกต้อง จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการแปลจากภาษาไทยเป็น ภาษาอังกฤษ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ใน แหล่งท่องเที่ยวด้วยการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

3. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากเอกสาร (documentary research) จากหนังสือ 30 เล่มและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการแปลภาษา 10 เรื่อง

4. วิธีดำเนินการวิจัย

นักวิจัยทำการกลั่นกรองข้อมูลจากการสังเคราะห์และประเมินข้อมูลโดยเริ่มจากรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาคือแนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทาง ภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นสังเคราะห์และประเมินข้อมูลเพื่อระบุถึงแนวคิดที่สำคัญและความสำคัญ ของวรรณกรรมนั้น โดยวิธีการจดบันทึกหัวข้อที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การกำหนดโครงสร้างของการทบทวน วรรณกรรม

จากนั้นนักวิจัยใช้เครื่องมือคือ 1) ตารางสรุปสิ่งที่ค้นพบจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีซึ่งได้จากวรรณกรรมที่อยู่ในรูปหนังสือ และ 2) ตารางสรุปสิ่งที่ค้นพบจากการทบทวนงานวิจัยซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้ตารางของคลาสเซนส์ และคณะ (Claessens et al, 2007) มาใช้ในการวิเคราะห์และกลั่นกรองแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้แนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยว แล้วเขียนบรรยายโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา มุ่งเน้นความสำคัญของหัวข้อที่ศึกษา แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่ผ่านมา ทบทวนประเมินองค์ความรู้ล่าสุดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งให้แก่งานวิจัยที่ผ่านมาที่จะนำไปสู่การพัฒนาวิจัยของนักวิจัย สุดท้ายเขียนสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5. ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 สรุปสิ่งที่ค้นพบจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีซึ่งได้จากวรรณกรรมที่อยู่ในรูปหนังสือ

ชื่อผู้แต่ง	สิ่งที่ค้นพบ
1. นิด้า (Nida, 1964)	การแปลนั้นเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ เพราะการแปลนั้นต้องอาศัยหลักการแปล ทฤษฎีการแปล กระบวนการแปลซึ่งเป็นศาสตร์ และการแปลก็ยังเป็นศิลป์ด้วย เนื่องจากการแปลคือการถ่ายทอดความหมายที่ถูกต้องและยังต้องคงความเป็นธรรมชาติ อรรถรสและสามารถสร้างอารมณ์ร่วมหรือปฏิกิริยาตอบกลับของผู้อ่านได้เทียบเท่าหรือใกล้เคียงกับต้นฉบับ
2. แคทฟอร์ด (Catford, 1965)	การแปลเป็นกระบวนการที่ทำต่อภาษา เป็นกระบวนการที่เอาถ้อยคำที่เขียนด้วยภาษาหนึ่งไปแทนที่ถ้อยคำที่เขียนด้วยอีกภาษาหนึ่ง ทฤษฎีการแปลของแคทฟอร์ดเน้นว่าปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการแปลคือ 1) ปัจจัยทางภาษาศาสตร์ 2) ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางภาษาศาสตร์ แคทฟอร์ดอธิบายว่าเป็นแนวทางการแปลโดยวิเคราะห์ไวยากรณ์ในเชิงหน้าที่เนื่องจากระบบของภาษาต้นฉบับต่างกันกับระบบภาษาแปล ทำให้คำเทียบเคียงไม่ได้ อีกปัจจัยหนึ่งคือปัจจัยทางวัฒนธรรมเป็นบริบทของภาษาต้นฉบับซึ่งไม่มีในภาษาแปล ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันระหว่างผู้อ่านภาษาแปลกับภาษาต้นฉบับ วิธีการแปลของแคทฟอร์ดที่สำคัญคือการแปลเชิงภาษาศาสตร์โดยหลักการเทียบเคียง (equivalence) โดยแบ่งการแปลออกเป็น 3 ประเภท 1) ขอบเขตการแปล 2) ระดับภาษาทางไวยากรณ์ 3) ระดับภาษาและความหมาย
3. นิด้า (Nida, 1982)	การแปลเป็นเรื่องของการถ่ายทอดความหมายและการถ่ายทอดรูปแบบของข้อความจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง การใช้เสียง คำ วลี หรือประโยคและข้อความในรูปแบบของการถ่ายทอดความหมาย ดังนั้นการเลือกใช้คำ การเรียงองค์ประกอบต่างๆ สีสันของภาษาหรือทำนองการเขียนจึงมีส่วนสำคัญในการถ่ายทอดจากต้นฉบับสู่ภาษาแปล นอกจากความถูกต้องแล้ว ภาษาแปลยังต้องคงความเป็นธรรมชาติ อรรถรสและสามารถสร้างอารมณ์ร่วมหรือปฏิกิริยาตอบกลับของผู้อ่านได้เทียบเท่าหรือใกล้เคียงกับต้นฉบับ
4. นิวมาร์ค (Newmark, 1988)	การแปลคือวิธีการที่เกิดขึ้นจากความพยายามของผู้แปลเพื่อจะใช้ข้อความและหรือถ้อยคำในภาษาหนึ่งไปแทนที่ข้อความและหรือถ้อยคำเดียวกันในอีกภาษาหนึ่ง ชนิดของการแปลที่สำคัญแบ่งได้ดังนี้ 1) การแปลคำต่อคำ (word for word translation) 2) การแปลตรงตัว (literal translation) 3) การแปลตามหลักอรรถศาสตร์ (semantic translation) เป็นการแปลเพื่อถ่ายทอดความหมายเป็นสำคัญและพยายามปรับโครงสร้างประโยคเพื่อให้บรรลุถึงความหมายที่ต้องการถ่ายทอดให้มากที่สุด 4) การแปลเพื่อการสื่อสาร (communicative translation) เป็นการพยายามสื่อสารความหมายจาก

ชื่อผู้แต่ง	สิ่งที่ค้นพบ
	<p>ภาษาต้นฉบับมาเป็นภาษาแปลในบริบทของภาษาแปล โดยเน้นการสื่อสารที่ให้ทั้งข้อมูลข่าวสารที่ยอมรับได้ทั้งในแง่ของความหมายและภาษาสำนวนที่เป็นธรรมชาติ</p> <p>ทฤษฎีการแปลของนิวมาร์ค คือ การแปลเป็นงานศิลปะ ต้องใช้ทักษะความชำนาญในการพยายามแทนที่ข้อความในภาษาต้นฉบับด้วยภาษาแปล โดยใช้ถ้อยคำ ความหมายที่เหมือนหรือเทียบเคียงกัน นิวมาร์คแนะวิธีการแปลเพื่อลดปัญหาช่องว่างทางภาษา ระหว่างภาษาต้นฉบับกับภาษาแปลดังนี้ 1) การแปลตามความหมายของคำ 2) การแปลเพื่อการสื่อสาร การแปลแบบแรกมุ่งเน้นด้านภาษา ส่วนการแปลแบบหลังมุ่งเน้นความเข้าใจของผู้อ่านงานแปล อย่างไรก็ตามการแปลตามความหมายของนิวมาร์คก็ไม่ใช่การแปลแบบตรงตัว เพราะการแปลตามความหมายต้องคำนึงถึงการตีความและการอธิบายในการแปลด้วย</p> <p>ประโยชน์ของทฤษฎีการแปลคือ จะช่วยให้ผู้แปลสามารถเลือกวิธีการแปลให้เหมาะสมกับงาน ทั้งยังเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาการแปล ทำให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ของภาษากับความคิดและความหมาย เข้าใจถึงวัฒนธรรม อันจะทำให้สามารถตีความและเข้าใจสารต่างๆ ได้</p>
5. ลาร์สัน (Larson, 1997)	<p>การแปลที่ดีจะต้องคงไว้ซึ่งรสชาติ อารมณ์ ความตั้งใจ ตลอดจนผลของภาษา (force) ที่มีต่อผู้อ่าน ภาษาแปลจะต้องเป็นธรรมชาติ ชัดเจน และถูกต้อง โดยไม่มีการตัดทอน เพิ่มเติม หรือบิดเบือนไปตามความเห็นของผู้แปล</p> <p>ขั้นตอนในการแปลของลาร์สันประกอบด้วย 1) การศึกษาภาษาต้นฉบับอย่างระมัดระวังทั้งในแง่ของคำศัพท์ โครงสร้างทางไวยากรณ์ บริบทในการสื่อความหมาย และองค์ประกอบทางวัฒนธรรม 2) นำองค์ประกอบเหล่านี้มาวิเคราะห์และหาความหมาย 3) เขียนความหมายที่ได้ลงเป็นภาษาแปลโดยใช้หลักไวยากรณ์และรูปแบบที่ถูกต้องของภาษาแปล รวมถึงประเด็นทางวัฒนธรรมด้วย</p> <p>ทฤษฎีของนิวมาร์ค (1988) และแคทฟอร์ด (1965) มีความสอดคล้องกับทฤษฎีของลาร์สัน (1997) ซึ่งแบ่งประเภทการแปลไว้ดังนี้ 1) การแปลแบบรักษารูปแบบของภาษา (form based translation) 2) การแปลแบบรักษาความหมาย (meaning based translation) ตามแนวคิดของลาร์สัน เป้าหมายหลักของผู้แปลคือการเก็บความหมายต้นฉบับไว้ให้เหมือนเดิม</p> <p>หลักของการประเมินงานแปลมีอยู่ 3 ประการ คือความถูกต้อง ความชัดเจน และเป็นธรรมชาติ</p>
6. นิวมาร์ค (Newmark, 1988)	<p>คำนิยามของการแปล คือการเปลี่ยนรูปแบบ (form) จากภาษาต้นฉบับ (source language) ไปเป็นภาษาแปล (receptor language) โดยไม่เปลี่ยนความหมาย (meaning)</p>
7. เบเกอร์ (Baker, 1992)	<p>แบ่งการแปลออกเป็น 5 ระดับ คือ 1) ระดับคำ 2) สูงกว่าระดับคำ 3) ระดับประโยคหรือไวยากรณ์ภาษา 4) แบบเทียบเคียง 5) วัจนปฏิบัติศาสตร์</p> <p>หลักเกณฑ์ 11 ข้อของเบเกอร์ สำหรับวิเคราะห์งานแปลมีดังนี้ 1) การทับศัพท์หรือยืมคำ (transliteration) 2) การใช้คำที่อ้างอิงถึงคำที่มีความหมายกลางๆ (กว้าง) แทนคำที่อ้างอิงถึงความหมายเฉพาะ (neutral word instead of expressive word) 3) การเพิ่มคำ (adding word) 4) การละคำ (omission) 5) เปลี่ยนจากประโยคที่ประธานเป็นผู้กระทำ (active voice) ให้เป็นประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ (passive voice) หรือเปลี่ยนจากประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ (passive voice) ให้เป็นประโยคที่ประธานเป็นผู้กระทำ (active voice) 6) เปลี่ยนจากประโยคให้เป็นกลุ่มคำหรือจากกลุ่มคำให้เป็นประโยค 7) ใช้คำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน (related word) 8) ใช้คำที่มีความหมายไม่ใกล้เคียงกัน (unrelated word) 9) เปลี่ยนจากคำให้เป็นประโยคหรือวลี (กลุ่มคำ) 10) การปรับปรุงของประโยคปฏิเสธ 11) การเพิ่มคำอธิบายเมื่อเจอชื่อเฉพาะ (adding explanation)</p>
8. ดวงตา สุกพล (2541)	<p>ปัญหาในการแปลสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ 1) ระดับวัฒนธรรม 2) ระดับโครงสร้างภาษา และ 3) ระดับความหมายคำ ปัญหาในการแปลมีมากมาย ซึ่งอาจทำให้เกิดจากความผิดพลาดในการแปลได้ ความผิดพลาดในการแปลอาจจะแยกได้คร่าวๆ 3 ประการคือ 1) การแปลผิด 2) การแปลเกิน และ 3) การแปลขาด</p>

ชื่อผู้แต่ง	สิ่งที่ค้นพบ
	<p>โดยเสนอวิธีการแก้ปัญหา ดังนี้ 1) ต้องศึกษาวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาให้ลึกซึ้ง 2) ต้องศึกษาโครงสร้างของทั้ง 2 ภาษาอย่างละเอียด 3) ต้องศึกษาคำที่มีความหมายแฝงหรือเลือกใช้คำเพื่อแสดงน้ำเสียง เงาของความหมาย ท่วงทำนอง หรือระดับของภาษาต่างๆ กัน 4) เมื่อพบปัญหา สิ่งที่ผู้แปลควรปฏิบัติคือค้นคว้าหาความหมายของคำหรือสำนวนที่เป็นปัญหาจากพจนานุกรม สารานุกรมหรืออาจสอบถามเจ้าของภาษาโดยตรง</p> <p>นักแปลที่ดีควรมีคุณสมบัติดังนี้ 1) ต้องเข้าใจ (sense) และความหมาย (meaning) ของผู้เขียนต้นฉบับเป็นอย่างดีว่าผู้เขียนมีความมุ่งหมายอย่างไร ต้องการจะให้อะไรกับผู้อ่าน เพื่อจะได้ถ่ายทอดความมุ่งหมายนั้นไปยังผู้อ่านฉบับแปลได้ถูกต้อง 2) ต้องมีความรู้ทางภาษาต้นฉบับและภาษาฉบับแปลอย่างดีเยี่ยมเพื่อให้แปลได้ถูกต้อง 3) ผู้แปลควรพยายามเลี่ยงการแปลคำต่อคำอย่างที่สุด เพราะจะทำให้ผู้อ่านฉบับแปลไม่สามารถเข้าใจฉบับแปลได้ 4) ผู้แปลควรใช้รูปแบบของภาษาที่เป็นมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับและใช้กันอยู่ทั่วไป ไม่ใช่คิดคำสแลงใหม่ๆ ขึ้นมาหรือใช้คำที่ไม่สุภาพ ไม่เป็นที่นิยม 5) ผู้แปลต้องรู้จักเลือกใช้ถ้อยคำสำนวนที่เหมาะสมให้ถูกต้องกับความหมายตามต้นฉบับและรักษารายการของต้นฉบับไว้ มีความรู้และภูมิหลังในเรื่องที่จะแปลพอสมควร ต้องมีความสามารถใช้ภาษาอย่างดีเพื่อที่จะได้ถ่ายทอดความคิดของผู้เขียนต้นฉบับให้ผู้อ่านฉบับแปลรู้เรื่อง เข้าใจและอ่านอย่างได้อรรถรส</p>
9. สัทธา พินิจภูวดล (2542)	<p>นักแปลมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านกำลังคน เศรษฐกิจ วิชาการ และกิจการระหว่างประเทศ เนื่องจากหากผู้แปลสามารถทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้หรือข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง ผู้อ่านหรือผู้รับสารก็จะสามารถเข้าใจความรู้หรือข้อมูลข่าวสารและสามารถนำความรู้หรือข้อมูลข่าวสารนั้นไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาประเทศได้</p>
10. สัจฉวี สายบัว (2542)	<p>การแปลเป็นเรื่องของการถ่ายทอดความหมายของต้นฉบับลงสู่ฉบับแปล ความจริงถือเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับผู้แปลที่จะต้องเก็บให้ได้จากต้นฉบับและเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการกำหนดคุณภาพของงานแปลงานแปลที่มีคุณภาพคือการคงอรรถรสเดิมของต้นฉบับไว้ในฉบับแปล เมื่อผู้ใดอ่านฉบับแปลก็จะเกิดผลสนองตอบเช่นเดียวกับผู้อ่านต้นฉบับ โดยแบ่งการแปลเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือการแปลแบบตรงตัวและการแปลแบบเอาความ</p> <p>หากต้องมีการปรับบทแปล สามารถทำได้ใน 2 ระดับ คือ ระดับที่ 1 ระดับคำซึ่งหมายถึง คำ สำนวน หรือโวหารที่ใช้ในบทแปล ซึ่ง ประกอบด้วย 1) การเติมคำอธิบาย 2) การใช้วลีหรือประโยคแทนคำ 3) การใช้คำที่อ้างถึงความหมายที่กว้างขึ้นแทนคำที่อ้างถึงสิ่งเฉพาะกว่า 4) การเติมตัวเชื่อมระหว่างกลุ่มความคิดต่างๆ 5) การตัดคำหรือสำนวนทิ้งไป ระดับที่ 2 ระดับโครงสร้างของภาษา ซึ่งหมายถึง (1) เสียง (2) โครงสร้างของคำ (3) โครงสร้างของประโยค และ (4) โครงสร้างของการเรียงลำดับกลุ่มประโยคเข้าเป็นหน่วยภาษาที่ใหญ่ขึ้น เช่น ย่อหน้า หรือบทความ เป็นต้น ซึ่งเป็นขั้นตอนในการปรับแก้บทแปล</p> <p>หลักการแปลภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐาน ภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐานใช้สำหรับคำหรือสำนวนที่ให้ความหมายอ้างอิงคงที่ มีรูปแบบคงที่ และมีความหมายแฝงที่สร้างความรู้สึกที่เป็นแบบแผน ตัวอย่างภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐานนี้ คือป้าย ประกาศต่างๆ ป้ายจราจร คำขึ้นต้นและลงท้ายในจดหมายที่เป็นแบบแผน คำหรือสำนวนที่ใช้สำหรับกิจกรรมหรือขบวนการทางวิทยาการบางอย่าง ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันบางแห่ง คำสุภาพและคำพังเพยที่รู้จักกันเป็นสากลอาจจะจัดไว้ในประเภทนี้ได้เช่นกัน การถ่ายทอดภาษาเหล่านี้เป็นฉบับแปลจะไม่ใช้การแปลแบบตรงตัวเป็นอันขาด ผู้แปลต้องศึกษาความหมายของคำหรือสำนวนและความมุ่งหมายของคำและสำนวนนั้น ต่อจากนั้นก็หาคำหรือสำนวนที่เทียบเคียงที่ใช้เป็นภาษามาตรฐานเช่นเดียวกับในฉบับแปลมาใช้ ในกรณีที่ในภาษาฉบับแปลไม่ได้บัญญัติคำหรือสำนวนที่ใช้มาตรฐานไว้ ผู้แปลอาจบัญญัติขึ้นเองโดยใช้ความหมายและความมุ่งหมายของต้นฉบับเป็นหลัก และเมื่อใช้คำหรือสำนวนใดแล้วก็ใช้คำนั้นหรือสำนวนนั้นไปตลอดตั้งแต่ต้นจนจบบทแปลนั้น</p>

ชื่อผู้แต่ง	สิ่งที่ค้นพบ
11. สิทธา พินิจภูวดล (2543)	ทฤษฎีที่เป็นประโยชน์ต่อการแปลแบ่งออกเป็น 1) ทฤษฎีทางภาษาศาสตร์ เน้นเรื่องของคำ กลุ่มคำ ประโยค เรื่องความหมายของคำ ทั้งความหมายตรงและความหมายแฝง เรื่องสังคมภาษาศาสตร์ (sociolinguistics) ซึ่งวัฒนธรรมของแต่ละสังคมมีบทบาทในการใช้ภาษา เรื่องจิตวิทยา (psycholinguistics) จะช่วยให้นักแปลเลือกใช้คำอย่างมีพลัง มีศิลปะ มีรสชาติ และมีชีวิตชีวา 2) ทฤษฎีจิตวิทยา วิชาจิตวิทยาจะช่วยให้นักแปลมีความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ทั้งชายและหญิง กลุ่มวัยต่างๆ กลุ่มคนมีปัญญา คนที่มีสุขภาพจิตบกพร่อง เพื่อให้มีความเข้าใจตัวละครในวรรณกรรม ขาวหรือบทความที่นำมาแปล 3) ทฤษฎีการตลาด ความต้องการของลูกค้าและการตอบสนองความต้องการทำให้นักแปลต้องทำความรู้จักผู้อ่านและผู้ซื้อหนังสือแปล เข้าถึงจิตใจของผู้อ่านงานแปล นั่นคือรู้จักจิตวิทยา การตลาด 4) ทฤษฎีสื่อสารมวลชน ในปัจจุบันมีสื่ออยู่หลากหลาย สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผู้แปลจะต้องเข้าใจวิธีการสื่อสารซึ่งมีผลต่อการปฏิบัติงานแปล
12. พิมพันธ์ เวสสะโกศล (2558)	คุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับนักแปลมีดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 ความสามารถด้านภาษาต้นฉบับและภาษามัธยแปล อันดับที่ 2 ความรู้เรื่องต้นฉบับ อันดับที่ 3 ลักษณะนิสัยส่วนตัวที่ส่งเสริมในการแปล อันดับที่ 4 ความรู้ด้านหลักวิชาการแปล อันดับที่ 5 ความรู้ที่เกี่ยวข้อง คือ ภาษาศาสตร์และวรรณคดี
13. สัจฉวี สายบัว (2550)	สรุปขั้นตอนการแปล ดังนี้ 1) การศึกษาต้นฉบับ 2) การถ่ายทอดความหมายของผู้เขียนต้นฉบับมาเป็น ความหมายของผู้แปล และ 3) การทดสอบงานแปล ซึ่งอาจทำได้โดยการแปลกลับ (back translation) ซึ่งใน การถ่ายทอดภาษาต้นฉบับนั้น ผู้แปลต้องรู้ชนิดของงานแปลต้นฉบับว่าผู้เขียนมีจุดมุ่งหมายอย่างไร
14. ลำดวน จาดใจดี (2550)	ปัญหาของนักแปลมีดังนี้ 1) อ่อนไหวอารมณ์ 2) รู้คำศัพท์ไม่เพียงพอต่อการใช้งาน 3) แต่งประโยคไม่เป็น 4) ไม่ทราบชื่อของบุคคล 5) ไม่ทราบชื่อสถานที่ 6) รู้คำศัพท์เฉพาะวิชาน้อยเกินไป 7) ไม่มีความรู้พื้นฐาน 8) อ่านข้อความที่จะแปลไม่เข้าใจ 9) ขาดทักษะการแปล 10) ใช้พจนานุกรมไม่เป็น จึงได้เสนอแนะวิธีแก้ไข ปัญหาในการแปลดังนี้ 1) ศึกษาทบทวนหลักไวยากรณ์ 2) อ่านหนังสือให้มากเพื่อเพิ่มพูนคำศัพท์ 3) ฝึก แต่งประโยคบ่อยๆ 4) ศึกษาหรือเก็บรวบรวมชื่อคนและสถานที่จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ 5) หากไม่รู้ คำศัพท์เฉพาะ สามารถถามได้จากผู้รู้หรือหาจากพจนานุกรม 6) อ่านทบทวนภาษาแปลและแก้ไข 7) ก่อนแปล ควรอ่านต้นฉบับหลายๆ รอบ 8) ฝึกแปลบ่อยๆ และให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบ 9) การใช้พจนานุกรมนั้น สำคัญมาก ดังนั้นจึงต้องฝึกใช้ให้ชำนาญ
15. นเรศ สุรสิทธิ์ (2551)	สิ่งสำคัญที่ผู้แปลทุกคนต้องรู้เมื่อวิเคราะห์ต้นฉบับ คือ 1) ไวยากรณ์และโครงสร้างประโยค 2) คำศัพท์ สำนวน 3) ความรู้เกี่ยวกับภูมิหลังของเรื่อง และได้เสนอเทคนิคการแปลเบื้องต้นว่า นักแปลควรรู้โครงสร้าง ไวยากรณ์ จากนั้นทำการกำหนดประโยค ศึกษาและใช้วิธีแปลในระดับต่างๆ ฝึกการแปลลดรูปประโยค และ ฝึกทำแบบฝึกหัดการแปล ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าวิธีแก้ไขปัญหาการแปลมีหลากหลายวิธี ทั้งนี้ผู้แปล จะต้องศึกษาหาความรู้ด้านไวยากรณ์ การใช้พจนานุกรม การเขียน ภูมิหลัง ควรอ่านหนังสือให้มากเพื่อ เพิ่มพูนคำศัพท์ ฝึกฝนการแปลบ่อยๆ อ่านทบทวนภาษาแปลของตน หากมีข้อสงสัยควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง
16. รัชนิโรจน์ กุลธำรง (2552)	วิธีการแปลแบบใดดีที่สุด ผู้เขียนมีความเห็นว่าไม่มีคำตอบตายตัว ขึ้นอยู่กับภาษาในต้นฉบับมีข้อจำกัด มากน้อยเพียงไร

ชื่อผู้แต่ง	สิ่งที่ค้นพบ
17. Ning Kang และ Yu Jiang (Kang & Zhang, 2008)	<p>ป้ายประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ 1) ให้ข้อมูล 2) เตือน 3) บอกรหัสจำกัด 4) สั่งห้าม</p> <p>คุณสมบัติทางภาษาศาสตร์ของป้ายประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษที่พบมีดังต่อไปนี้ 1) เป็นกลุ่มคำนาม 2) มีการใช้คำกริยาและกริยานาม 3) มีการใช้นามวลีและกริยาวลี 4) มีการใช้อักษรย่อ 5) มีการใช้คำง่าย ๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน 6) มีการใช้การผสมผสานกันระหว่างคำกับสัญลักษณ์ 7) มีการใช้ปัจจุบันกาล (present tense) 8) มีการใช้ประโยคคำสั่ง 9) มีการใช้ชุดคำ 10) มีการใช้คำศัพท์รูปย่อหรือลดรูป และ 11) มีการใช้ป้ายประชาสัมพันธ์ตามแบบลักษณะของท้องถิ่น</p> <p>หลักการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ที่พบคือ 1) ต้องเข้าใจได้ง่าย 2) ใต้ความหมาย 3) สั้น 4) ใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม และ 5) ใช้คำมาตรฐาน พยายามไม่ใช้คำผสมระหว่างภาษาอังกฤษกับภาษาต้นฉบับ</p>
18. Jingjing (Jing jing, 2011)	<p>หน้าที่ของป้ายประชาสัมพันธ์ในการศึกษาวิธีการแปลเพื่อการสื่อสารสำหรับการแปลป้ายประชาสัมพันธ์จากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษมีดังนี้ 1) ป้ายทำหน้าที่แจ้งสาร ป้ายประเภทนี้จะแสดงเฉพาะข้อมูล ปกติจะเป็นป้ายเกี่ยวกับการให้บริการซึ่งไม่ต้องการให้ผู้รับสารกระทำการใดตอบสนองต่อป้าย เช่น Ticket Office 2) ป้ายเตือน ปกติจะมีน้ำเสียงเตือนหรือย้ำเตือนผู้รับสาร อาจให้ความหมายโดยนัยเกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ เพื่อแจ้งให้ผู้รับสารตระหนักถึงสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น เช่น Wet Paint 3) ป้ายจำกัดขอบเขต เป็นการย้ำเตือนกฎระเบียบว่ามีขอบเขตอย่างไร เช่น Handicapped Only และ 4) ป้ายห้าม ซึ่งจะมีน้ำเสียงที่จริงจังและผู้รับสารไม่สามารถการต่อรองที่ทำงานนั้นๆ ได้ เช่น Don't Walk ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกเอาวิธีการแปลเพื่อการสื่อสารของนิวมาร์ค (Newmark) มาใช้ในการแปลป้ายประชาสัมพันธ์จากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษ โดยเริ่มจากศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบสภาพปัญหาทั่วไปในการแปลป้ายคือปัญหาในแง่ภาษาศาสตร์และแง่วัฒนธรรมที่แตกต่างของภาษาทั้งสอง หลังจากนั้นจึงเลือกวิธีการแปลเพื่อการสื่อสารของนิวมาร์คมาใช้ สุดท้ายได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีการศึกษาวิธีการแปลแบบอื่นๆ เพื่อปรับปรุงป้ายประชาสัมพันธ์ในประเทศจีนให้ดีขึ้น ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับการแปลป้ายประชาสัมพันธ์และการปรับปรุงคุณภาพป้ายประชาสัมพันธ์จากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมแบบสองภาษา (ภาษาจีน-ภาษาอังกฤษ) ในประเทศจีน</p>
19. หมิงเฮ่อ กูย (Guo, 2012)	หน้าที่ของป้ายประชาสัมพันธ์มีดังนี้ 1) ให้ข้อมูล 2) เตือน 3) บอกรหัสจำกัด 4) สั่งห้าม
20. จู จี้เฟิง (Ji-feng, 2012)	<p>หน้าที่ของป้ายประชาสัมพันธ์คือ 1) ให้ข้อมูล 2) เตือน 3) บอกรหัสจำกัด 4) สั่งห้าม</p> <p>เมื่อเปรียบเทียบป้ายประชาสัมพันธ์ภาษาจีนกับป้ายภาษาอังกฤษจะพบว่ามีแตกต่างกันในด้าน 1) การเรียงลำดับคำในประโยค 2) ประโยคคำสั่ง ภาษาจีนจะใช้คำกริยาแต่ภาษาอังกฤษจะใช้คำนาม/กริยานาม 3) ให้อารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกัน 4) ประธานของประโยคต่างกัน ในภาษาจีน ประธานเป็นผู้กระทำกริยา แต่ในภาษาอังกฤษบนป้ายประชาสัมพันธ์ ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ</p>
21. มา ฉีเยนอาน (Qiannan, 2012)	<p>คุณสมบัติป้ายประชาสัมพันธ์ที่แปลจากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษคือ 1) เป็นกลุ่มคำนาม 2) มีการใช้อักษรย่อ 3) ไม่ใช้คำที่ไม่ใช้แพร่หลายโดยทั่วไป 4) มีการใช้ปัจจุบันกาล (present tense) 5) มีการใช้ประโยคคำสั่ง</p> <p>หลักการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ที่แปลจากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษ คือ 1) เรียบง่าย 2) ชัดเจน 3) ใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม และ 4) ทำให้เป็นมาตรฐาน</p>
22. ผ่องศรี ลือพร้อมชัย (2559)	<p>นิสัยการทำงานของนักแปลที่นักแปลควรมีคือ มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และสู้ไม่ถอย กล่าวคือ นักแปลจะต้องทำงานอย่างเป็นระบบ ทำให้เป็นระเบียบ สม่่าเสมอและสุดความสามารถ นักแปลต้องรู้ภาษาต้นทางและภาษาปลายทางเป็นอย่างดี และนักแปลจะต้องทำงานเสร็จตรงตามเวลา</p> <p>การพัฒนาตนให้เป็นนักแปลที่ดี ก่อนทำงานแปล ไม่ว่านักแปลจะศึกษาการแปลหรือผ่านการอบรมการแปลมาแล้ว นักแปลที่ดีก็ควรเตรียมความพร้อมด้วยการหาความรู้ทั้งภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ นักแปลควรมีพื้นความรู้เกี่ยวกับวิธีการแปล ควรฝึกฝนการแปลให้มากและสม่ำเสมอ โดยฝึกแปลจากข้อความไม่ยาว</p>

ชื่อผู้แต่ง	สิ่งที่ค้นพบ
	<p>มาก แปลเพลงที่ชอบ ไปจนถึงแปลหนังสือที่ชอบทีละย่อหน้า เป็นต้น การอ่านก็เป็นส่วนที่สำคัญในการฝึกฝนการแปล ผู้แปลควรหาเวลาฝึกฝนการแปล อาจฝึกโดยการอ่านหนังสือภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ หรือฝึกด้วยการดูภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์หรือฟังเพลง เป็นต้น เพื่อเลือกและเก็บถ้อยคำสำนวนที่ดีนำมาใช้ในการแปลของตน นักแปลจะพัฒนาตนเป็นนักแปลที่ดีได้ทางหนึ่งคือ การรับฟัง แก้ไข ปรับปรุงงานแปลของตนจากคำชี้แนะของผู้รู้ เช่น บรรณาธิการ</p>
<p>23. สัจฉวี สายบัว (2560)</p>	<p>นักแปลที่จะสามารถผลิตงานแปลที่มีคุณภาพควรมีคุณสมบัติหลัก 4 ประการ คือ 1) มีความสามารถทั้งภาษาต้นฉบับและภาษาแปล 2) มีความรู้และภูมิหลังของเรื่องราวในต้นฉบับ 3) มีความสามารถเข้าใจผู้เขียนต้นฉบับและสามารถแปลให้ผู้อ่านฉบับแปลเกิดความรู้สึกเท่าเทียมกับผู้อ่านต้นฉบับ และ 4) มีศิลปะทางการเขียน</p> <p>และได้ให้แนวทางแก่ผู้ที่สนใจจะเป็นนักแปลที่มีคุณสมบัติของนักแปลที่ดี ดังนี้ สำหรับการมีความสามารถทั้งภาษาต้นฉบับและภาษาแปล วิธีที่จะได้มาซึ่งคุณสมบัตินี้คือ การเรียนและการฝึกฝนอย่างถูกวิธีจากผู้สอนที่สอนเป็น จะต้องฝึกฝนทั้งการอ่านและการเขียน จะต้องอ่านงานเขียนต่างๆ ทั้งภาษาต้นฉบับและภาษาแปล เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ในการอ่านจับใจความ เพื่อให้คุ้นเคยกับทำนองการเขียนและศัพท์ต่างๆ ส่วนคุณสมบัติเกี่ยวกับความรู้และภูมิหลังของเรื่องราวในต้นฉบับ แนวทางที่เสนอแนะคือนักแปลจะต้องใช้เวลาเพื่อศึกษาเรื่องที่จะแปล หรืออาจขอความรู้จากผู้รู้โดยตรง การอ่านเอกสารและตำราในเรื่องที่จะแปลให้มากที่สุดทั้งภาษาต้นฉบับและภาษาแปล อย่างไรก็ตาม หากผู้แปลมีความรู้จากการศึกษาหรือการทำงานเกี่ยวกับสาขาในเรื่องที่จะแปลก็จะได้งานแปลที่ถูกต้องสมตามความมุ่งหมายของต้นฉบับมากกว่าผู้แปล ที่มีเพียงพินความรู้จากการอ่านเท่านั้น ในส่วนของคุณสมบัติเกี่ยวกับการมีความสามารถเข้าใจผู้เขียนต้นฉบับและสามารถแปลให้ผู้อ่านฉบับแปลเกิดความรู้สึกเท่าเทียมกับผู้อ่านต้นฉบับนั้น ผู้แปลสามารถทำได้โดยการศึกษาภูมิหลังเกี่ยวกับผู้เขียนต้นฉบับ ผู้แวดล้อมใกล้ชิดผู้เขียน หรือคำวิจารณ์ของนักวิจารณ์ต่องานเขียนได้ หากผู้แปลมีภูมิหลังใกล้เคียงกับผู้เขียนต้นฉบับ เช่น อยู่ในสังคมและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ก็อาจแปลได้ดีกว่าผู้แปลที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน และคุณสมบัติสุดท้ายคือมีศิลปะทางการเขียน แนวทางในการเพิ่มพูนความสามารถทางการเขียนมีดังนี้ 1) ศึกษาลักษณะงานเขียนที่ดี 2) อ่านให้มากเพื่อรู้จักคำศัพท์สำนวน โครงสร้างที่จะต้องนำมาใช้ในการแปล 3) ฝึกเขียนให้มากเพื่อให้ภาษามีความลื่นไหล อ่านมากขึ้น 4) หมั่นสังเกตลักษณะงานเขียนแต่ละชิ้นและเปรียบเทียบงานเขียนหลายๆ ชิ้นว่ามีลักษณะเด่นหรือลักษณะด้อยอย่างไร</p>
<p>24. อัจฉรา ไลศัตร์ไกล (2560)</p>	<p>ปัญหาหลักในการแปล 2 ประการ คือปัญหาด้านภาษา เช่น ปัญหาทางด้านไวยากรณ์และโครงสร้าง ปัญหาทางด้านศัพท์และสำนวน และปัญหาที่เกิดจากการขาดความรู้รอบตัวและภูมิหลังในเรื่องที่จะแปล</p> <p>คุณสมบัติหลักของนักแปลที่ดีมีดังนี้ 1) นักแปลต้องมีความเชี่ยวชาญในภาษาหรือความเก่งภาษา เมื่อจะแปลต้องมีความรู้ทางภาษาต้นฉบับและภาษาฉบับแปลเป็นอย่างดีเพื่อจะแปลได้อย่างถูกต้อง การรู้ภาษาอย่างดีเยี่ยมคือต้องเข้าใจโครงสร้างของภาษา เข้าใจความหมายของภาษา ตลอดจนเข้าใจถึงวัฒนธรรมของเจ้าของภาษานั้นๆ และสามารถถ่ายทอดออกมาได้อย่างถูกต้องชัดเจน สิ่งที่สำคัญที่สุดที่หลายคนมองข้ามคือความรู้ในภาษาแม่ของตน ในการแปลจากภาษาอังกฤษมาเป็นภาษาไทย ถึงแม้ว่าผู้แปลจะรู้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดีแต่ถ้าไม่รู้ภาษาแม่คือภาษาไทยดีพอก็จะทำให้งานแปลนั้นออกมาดีไม่ได้ 2) นักแปลต้องรอบรู้และใฝ่รู้ ผู้ที่จะเป็นนักแปลที่ดีต้องขวนขวายในการหาความรู้รอบตัวซึ่งจะช่วยให้แปลได้อย่างถูกต้อง 3) นักแปลที่ดีต้องหมั่นฝึกฝน ยิ่งฝึกมากขึ้นเท่าไรก็จะยิ่งผิดพลาดน้อยลงเท่านั้น การฝึกฝนจะทำให้แปลได้ถูกต้องลื่นไหลและประณีต ทำให้งานแปลเป็นศิลปะที่แท้จริง</p>
<p>25. ตีญ ศรีนราวัฒน์ และ</p>	<p>การแปลแบบเน้นการสื่อสารเป็นการแปลแบบไม่ยึดติดกับรูปภาษาเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด เนื่องจากสามารถสื่อความหมายในภาษาเป้าหมายได้ดีกว่าแบบที่เน้นรูปภาษาและเน้นความหมาย อย่างไรก็ตาม</p>

ชื่อผู้แต่ง	สิ่งที่ค้นพบ
ชลธิชา บำรุงรักษ์ (2558)	การเลือกวิธีการแปลที่เหมาะสมที่สุดสำหรับงานแปลแต่ละชิ้นควรพิจารณาตามปัจจัยด้านลักษณะของสารในต้นฉบับ วัตถุประสงค์ และปัจจัยของผู้รับสาร
26. Landry & Bourhis (1997)	ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ (linguistic landscape) คือ สิ่งแวดล้อมในรูปของภาษาหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่สาธารณะ
27. Cenoz & Durk (2009)	การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์เป็นการศึกษาภาษาจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายถนนสาธารณะ ป้ายโฆษณา ชื่อถนนและสถานที่ ชื่อป้าย ร้านค้าเชิงพาณิชย์ และป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ประชาชนหรือสถานที่ราชการต่างๆ ได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการสร้างภูมิทัศน์หลักของพื้นที่ที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มคน การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์เป็นการศึกษาภาษาแท้จริงที่ใช้ในการสื่อสารและเป็นการศึกษาภาษาซึ่งเป็นตัวแทนที่แสดงถึงภูมิหลังที่เกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรม รวมไปถึงการเจริญเติบโต การปรากฏตัวของภาษาอังกฤษและการฟื้นฟูของภาษาของกลุ่มชนต่างๆ ที่ใช้ติดต่อสื่อสารของกลุ่มคนในสังคมในพื้นที่หนึ่งๆ
28. จริยา เสียงเย็น (2558)	แนวคิดทฤษฎีภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์เป็นการศึกษาภาษาที่สัมพันธ์กับสังคม การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์จะช่วยให้เห็นถึงการใช้อย่างภาษาในการสื่อสารของคนในสังคมที่ปรากฏในพื้นที่หนึ่งๆ ภาษาที่ใช้สื่อสารในสังคมแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของกลุ่มคน ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างทางฐานะ บทบาท หรือสถานภาพของกลุ่มคนในพื้นที่นั้น การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจต่อสถานการณ์ทางภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ที่เป็นขอบเขตของการศึกษา โดยศึกษาจากภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารกันและปรากฏอย่างชัดเจนจนสามารถมองเห็นได้ด้วยสายตาดูป้ายต่างๆ อาทิ ป้ายบอกทาง ป้ายชื่อถนนและสถานที่ต่างๆ ป้ายร้านค้า ป้ายโฆษณาสินค้าและบริการ และป้ายจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน เป็นต้น
29. สุพรรณิ ปิ่นมณี (2559)	นอกจากผู้แปลจะต้องแปลให้ตรงความหมายและใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้องเหมาะสมแล้ว ยังคงต้องคำนึงถึงการใช้อย่างภาษาที่เหมาะสมกับระดับและลีลาต่างๆ เพราะหากเลือกภาษาที่ไม่เหมาะสมกับเนื้อหาในต้นฉบับก็จะทำให้งานแปลขาดความสมบูรณ์ ภาษาผู้คิดที่ผิดทางไม่ลงตัว แม้จะอ่านได้เนื้อหาเดียวกับต้นฉบับก็ตาม
30. นิยม อานไมล์ (2560)	นักแปลจะต้องตระหนักอย่างมากเวลาแปลภาษาที่ต่างวัฒนธรรมกัน เช่น องค์ประกอบของสังคม ภาษาศาสตร์ในเรื่องของระดับภาษา ศัพท์เรียกขาน ภาพพจน์ และสำนวน ผู้แปลต้องเรียนรู้และศึกษา ต้องเข้าใจวัฒนธรรมและสังคมภาษาศาสตร์จึงจะแปลให้มีอรรถรสและเป็นธรรมชาติได้ หากขาดความรู้เหล่านี้ก็จะทำให้แปลไม่ได้มาตรฐาน

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่ามีนักวิชาการจำนวนมากได้กล่าวถึง 1) ความหมายของการแปล ทฤษฎีการแปล ชนิดของการแปล หลักการแปล ขั้นตอนกระบวนการแปล การวิเคราะห์ต้นฉบับ คุณสมบัติของนักแปลที่ดี วิธีที่จะทำให้มีคุณสมบัติของนักแปลที่ดี กลวิธีการแปล การแปลกับวัฒนธรรม ปัญหาในการแปล วิธีแก้ปัญหาในการแปล หลักการประเมินการแปล 2) ความหมายและหน้าที่ของภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ และ 3) ความหมายของป้ายประชาสัมพันธ์ หน้าชี้ของป้าย คุณสมบัติของป้าย หลักการแปลป้ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้วยการแปล ซึ่งแนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่พบคือ แนวทางการแปลภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐานของสัญญาวิ สายบัว (2542) ที่ยึดทฤษฎีของลาร์สัน (Larson, 1997) ด้าน 1) การแปลแบบรักษารูปแบบของภาษา (form based translation) และ 2) การแปลแบบรักษาความหมาย (meaning based translation) ร่วมกับหลักการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ของนิง คัง และยู จาง (Kang & Zhang,

2008) และ มา เจียนอาน (Qiannan, 2012) คือ 1) เรียบง่าย 2) ชัดเจน 3) ใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม และ 4) ทำให้เป็นมาตรฐาน

สัญญาวิ สายบัว (2542) ได้กล่าวถึงหลักการแปลภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐานไว้ว่า ภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐานใช้สำหรับคำหรือสำนวนที่ให้ความหมายอ้างอิงคงที่ มีรูปแบบคงที่ และมีความหมายแฝงที่สร้างความรู้สึกที่เป็นแบบแผน ตัวอย่างภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐานนี้คือ ป้าย ประกาศต่าง ๆ ป้ายจราจร คำขึ้นต้น และลงท้ายในจดหมายที่เป็นแบบแผน คำหรือสำนวนที่ใช้สำหรับกิจกรรมหรือขบวนการทางวิทยาการบางอย่าง ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันบางแห่ง คำสุภาพและคำพังเพยที่รู้จักกันเป็นสากลอาจจะจัดไว้ในประเภทนี้ได้เช่นกัน การถ่ายทอดภาษาเหล่านี้เป็นฉบับแปลจะไม่ใช้การแปลแบบตรงตัวเป็นอันขาด ผู้แปลต้องศึกษาความหมายของคำหรือสำนวนและความมุ่งหมายของคำและสำนวนนั้น ต่อจากนั้นก็หาคำหรือสำนวนเทียบเคียงที่ใช้เป็นภาษามาตรฐานเช่นเดียวกับในฉบับแปลมาใช้ ในกรณีที่ในภาษาฉบับแปลไม่ได้บัญญัติคำหรือสำนวนที่ใช้มาตรฐานไว้ใช้ ผู้แปลอาจบัญญัติขึ้นเองโดยใช้ความหมายและความมุ่งหมายของต้นฉบับเป็นหลัก และเมื่อใช้คำหรือสำนวนใดแล้วก็ใช้คำนั้นหรือสำนวนนั้นไปตลอดตั้งแต่ต้นจนจบบทแปลนั้น ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างป้ายประกาศที่ใช้ภาษามาตรฐาน

Inquiries สอบถาม
Staff only เฉพาะเจ้าหน้าที่
Information ประชาสัมพันธ์
Exit (ตามสถานที่) ทางออก
Exit (บนทางหลวง) ทางแยก
Entrance ทางเข้า
U-Turn กลับรถได้
Winding road ทางคด
Sharp Curve โค้งอันตราย

ตารางที่ 2 สรุปสิ่งที่ค้นพบจากการทบทวนงานวิจัย

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้ สำหรับการศึกษา	ตัวแปรที่ใช้ สำหรับ การศึกษา	ผลการศึกษาที่ได้
1. โค (Ko, 2010)	ศึกษาเกี่ยวกับการแปล ป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งแปลจากภาษาจีน เป็นภาษาอังกฤษ	เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ป้าย 162 ป้ายที่พบจริง ในแหล่งท่องเที่ยว ในประเทศจีน ไต้หวัน และฮ่องกง	ตารางวิเคราะห์ ข้อมูล	กลวิธีการแปล ข้อผิดพลาด ในการแปล	ข้อผิดพลาดในการแปลที่พบมี ดังต่อไปนี้ 1) การสะกดผิด 2) ข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ 3) การแปล ไม่ชัดเจนหรือบิดเบือนความหมาย กลวิธีที่ใช้ในการแปลที่พบคือ 1) การ แปลตรงตัว (64.3%) 2) การแปลกึ่ง ตรงตัว/ กึ่งเสรี (21.4%) 3) การแปล แบบเสรี (14.3%) อย่างไรก็ตาม โคได้ ตั้งข้อสังเกตว่าภาษาจีนที่ใช้บนป้าย ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะมีความ สุภาพ นุ่มนวล ความเป็นกวี และ ถ้อยคำพรรณนาอยู่ ซึ่งเมื่อแปลเป็น ภาษาอังกฤษแล้วก็จะไม่ได้ความรู้สึก เหมือนอย่างในภาษาต้นฉบับ แต่หาก แปลอธิบายเหมือนภาษาต้นฉบับ คำแปลนั้นก็เย็นเยือกเกินไปซึ่งเป็น สิ่งที่ทำทนายอย่างมากในวงการการแปล
2. กุย (Guo, 2012)	ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ในการแปลป้าย ประชาสัมพันธ์ จากภาษาจีน เป็นภาษาอังกฤษ		ตารางวิเคราะห์ ข้อมูล	ข้อผิดพลาดที่พบ ในการแปลป้าย ประชาสัมพันธ์	หน้าที่ของป้ายประชาสัมพันธ์มีดังนี้ 1) ให้ข้อมูล 2) เตือน 3) บอกข้อจำกัด 4) สั่งห้าม ส่วนข้อผิดพลาดที่พบใน การแปลป้ายประชาสัมพันธ์คือ 1) การ ใช้สัทอักษรจีน หรือ PINYIN บนป้าย ซึ่งไม่สื่อความหมายในภาษาอังกฤษ 2) ความไม่สม่ำเสมอในการแปลชื่อ ต่างๆ 3) การสะกดผิด 4) การใช้คำ ฟุ่มเฟือย 5) เปลี่ยนเนื้อหาของข้อมูล หรือข้อมูลตกหล่น 6) ใช้คำผสม ระหว่างภาษาอังกฤษกับภาษาจีนที่ เรียกว่า Chinglish 7) ข้อผิดพลาดทาง ไวยากรณ์ 8) เลือกใช้คำไม่เหมาะสม 9) แปลผิดในระดับวัฒนธรรม
3. จีเฟิง (Ji-feng, 2012)	การแปลป้าย ประชาสัมพันธ์จาก ภาษาจีน เป็นภาษาอังกฤษ ในมุมมองทางด้าน หน้าที่		ตารางวิเคราะห์ ข้อมูล		หน้าที่ของป้ายประชาสัมพันธ์ คือ 1) ให้ข้อมูล 2) เตือน 3) บอกข้อจำกัด 4) สั่งห้าม เมื่อเปรียบเทียบป้าย ประชาสัมพันธ์ภาษาจีนกับป้าย ภาษาอังกฤษจะพบว่ามีความแตกต่าง กันในด้าน 1) การเรียงลำดับคำใน ประโยค 2) ประโยคคำสั่งภาษาจีนจะ ใช้คำกริยา แต่ภาษาอังกฤษจะใช้ คำนาม/ กริยานาม 3) ให้อารมณ์

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้ สำหรับการศึกษา	ตัวแปรที่ใช้ สำหรับ การศึกษา	ผลการศึกษาที่ได้
					ความรู้สึกรู้สึกที่ต่างกัน 4) ประธาน ของประโยคต่างกัน ในภาษาจีน ประธานเป็นผู้กระทำกริยา แต่ใน ภาษาอังกฤษบนป้ายประชาสัมพันธ์ ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ จึงฟังได้เสนอ กลวิธีการแปลเพื่อใช้ในการแปลป้าย ประชาสัมพันธ์ซึ่งมีพื้นฐานมาจาก ทฤษฎีสโกโปส (Skopos theory) คือ กลวิธี A-B-C approach (Adapt- Borrow-Create approach) หมายถึง การดัดแปลงคำจากภาษาเป้าหมาย- ยืมคำจากภาษา เป้าหมาย-สร้างสรรค์ คำแปลใหม่
4. เฉียนอาน (Qiannan, 2012)	ทำการวิจัยเกี่ยวกับการ แปลป้าย ประชาสัมพันธ์	ป้ายประชาสัมพันธ์	ตารางวิเคราะห์ ข้อมูล	ลีลาภาษาที่ใช้ ในการแปลป้าย ประชาสัมพันธ์ จากภาษาจีน เป็นภาษาอังกฤษ หลักการแปล	ลีลาภาษาที่ใช้ในการแปลป้าย ประชาสัมพันธ์จากภาษาจีนเป็น ภาษาอังกฤษ คือ 1) เป็นกลุ่มคำนาม 2) มีการใช้อักษรย่อ 3) ไม่ใช่คำที่ไม่ ใช้แพร่หลายโดยทั่วไป 4) มีการใช้ ปัจจุบันกาล (present tense) 5) มีการ ใช้ประโยคคำสั่ง ส่วนหลักการแปลที่ พบคือ 1) เรียบง่าย 2) ชัดเจน 3) ใช้ น้ำเสียงที่เหมาะสม 4) ทำให้เป็น มาตรฐาน ส่วนกลวิธีในการแปลที่พบ คือ 1) ต้องให้ความสำคัญในการรู้และ เข้าใจวัฒนธรรม 2) การวิเคราะห์บริบท 3) การทำให้เข้าใจได้ง่าย เฉียนอานให้ ข้อเสนอแนะว่าไม่ควรละเลยวัฒนธรรม ของภาษาเป้าหมาย หากมีโอกาสไป ต่างประเทศให้ศึกษาป้ายประชาสัมพันธ์ จากแหล่งวัฒนธรรมจริงเพื่อที่จะแปล ได้ถูกต้องมากที่สุด
5. ยันหง (Yanhong, 2013)	เพื่อศึกษาภูมิทัศน์ ทางภาษาศาสตร์ (linguistic landscape) ในแหล่งท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อวิเคราะห์ ประเภทของการใช้ code mixing ที่ปรากฏ บนป้ายข้อความ	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ป้ายข้อความ จำนวนทั้งสิ้น 262 ป้าย ที่ปรากฏในพื้นที่ ที่ได้มีการกำหนดไว้ ในจังหวัดเชียงใหม่	1) แบบบันทึกการ วิเคราะห์ป้าย ข้อความ 2) กล้องถ่ายภาพ ดิจิทัล	ประเภทของการ ใช้ code mixing ที่ปรากฏบนป้าย ข้อความ	ลักษณะป้ายส่วนใหญ่เป็นแบบสอง ภาษาคือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ป้ายส่วนใหญ่ทำหน้าที่ในการให้ ข้อมูลและการพาณิชย์ นอกจากนี้ งานวิจัยยังพบ code mixing ใน หลากหลายชนิดบนป้ายข้อความที่ ปรากฏ ซึ่งเป็นการย้ำให้เห็นถึง ความสำคัญและอิทธิพลของภาษา อังกฤษในลักษณะที่เป็นภาษาสากล งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของ ภาษาอังกฤษที่มีต่อภาษาไทยไม่

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้ สำหรับการศึกษา	ตัวแปรที่ใช้ สำหรับ การศึกษา	ผลการศึกษาที่ได้
					เพียงแต่ในรูปแบบของการยืมคำศัพท์ แต่ยังรวมถึงเรื่องอักขระการออกเสียง และวากยสัมพันธ์
6. อัล แอทวารี (Al-Athwary, 2014)	ศึกษาเรื่องการแปล ป้ายภาษาอังกฤษจาก ร้านค้าบนถนน ในกรุงชานา: การวิเคราะห์ทาง ภาษาศาสตร์	ป้ายร้านค้า 398 ป้าย จากถนนหลัก 3 สาย ในกรุงชานา	การใช้กล้อง ถ่ายรูปดิจิทัล เก็บภาพ จากนั้นนำมา จัดทำเป็นเอกสาร เพื่อวิเคราะห์ ข้อผิดพลาด	ป้าย ข้อผิดพลาด บนป้าย	มีป้ายถึง 130 ป้ายที่แปลผิดและพบ ข้อผิดพลาดถึง 156 ข้อผิดพลาด จำแนกออกเป็นประเภทได้ดังนี้ การ สะกดผิด ข้อผิดพลาดด้านไวยากรณ์ การเรียงคำ/ ประโยค การถ่ายเสียงผิด การเลือกคำที่มีความหมายไม่ เหมาะสมกับบริบท ข้อเสนอแนะคือ นอกจากใช้พจนานุกรมในการแปล แล้ว ควรใช้ผู้มีประสบการณ์การแปล หรือแปลโดยคำหนึ่งถึงสังคมและ วัฒนธรรมของภาษาต้นฉบับและ ภาษาแปล ไม่ควรใช้โปรแกรมช่วย แปล การแปลควรแปลอย่างมืออาชีพ ควรมีการตรวจสอบและขัดเกลาการ แปลโดยผู้เชี่ยวชาญการแปลที่ เชี่ยวชาญทั้งสองภาษา นักแปลต้อง ตระหนักและมีความรับผิดชอบต่องาน แปลของตน สุดท้าย โน่งของนโยบาย เสนอแนะว่า ผู้มีอำนาจในท้องถิ่นควร ตรวจสอบงานแปลป้ายต่างๆ โดย มอบหมายให้คณะกรรมการที่มีความ เชี่ยวชาญในการแปลเป็นผู้ตรวจสอบ ก่อนนำมาติดตั้ง
7. จรียา เสียงเย็น (2558)	ภูมิทัศน์ทางภาษา จากป้ายโฆษณา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ตามแนวคิดทฤษฎี ภูมิทัศน์ทาง ภาษาศาสตร์	โดยศึกษาจาก กลุ่มตัวอย่างป้าย โฆษณา โดยใช้วิธีการเจาะจง เลือกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 100 ป้าย	ตารางวิเคราะห์ ข้อมูล	ป้าย ภาษาที่ปรากฏ บนป้าย	ผลการวิจัยพบว่าจากการศึกษา ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายโฆษณาพบ ภาษาที่ใช้ทั้งหมดจำนวน 4 ภาษา คือ ภาษาไทย ร้อยละ 84 รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษ ร้อยละ 50 ภาษาลาว ร้อยละ 24 และน้อยที่สุดคือภาษาจีน ร้อยละ 7 และเมื่อจัด รูปแบบภาษาที่ ปรากฏบนป้ายโฆษณาสามารถจัด รูปแบบภาษาได้เป็น 4 รูปแบบ คือ 1) ป้ายโฆษณาที่ใช้ภาษาเดียว พบร้อย ละ 49 2) ป้ายโฆษณาที่ใช้สองภาษา พบร้อยละ 40 3) ป้ายโฆษณาที่ใช้สาม ภาษา พบร้อยละ 8 และ 4) ป้ายโฆษณา ที่ใช้สี่ภาษา พบร้อยละ 3 ตามลำดับ

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้ สำหรับการศึกษา	ตัวแปรที่ใช้ สำหรับ การศึกษา	ผลการศึกษาที่ได้
8. พุทธชาติ ลิมศิริเรืองโร (2560)	1) สภาพปัญหาและ ความต้องการจำเป็น ในการพัฒนาป้ายและ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ด้วยการแปลภาษา ไทยเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อการท่องเที่ยวของ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ของที่ระลึกและ ผู้ประกอบการ ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม ที่ปราสาทพนมรุ้งและ ปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อพัฒนาป้ายและ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ด้วยการแปลภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อการท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของ ผู้ประกอบการ ร้านอาหารของที่ระลึก และผู้ประกอบการ ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ที่มีต่อป้ายและ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ด้วยการแปลภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่างได้แก่ 1) ผู้ประกอบการร้าน ขายของที่ระลึก ที่ปราสาทพนมรุ้ง และ ปราสาทเมืองต่ำ จำนวน 40 คน และ ผู้ประกอบการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม จำนวน 10 คน รวมเป็น ผู้ประกอบการ 50 คน และนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ จำนวน 15 คน นอกจากนี้ยังคัดเลือก ผู้ประกอบการจากกลุ่ม ตัวอย่างผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการ ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม 50 คน เพื่อมาสนทนากลุ่มอีก จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีการเลือก แบบเจาะจง 2) ป้ายร้านขายสินค้า และป้ายประชาสัมพันธ์ ทั่วไป จำนวน 35 ป้าย รายการสินค้าประเภท ของที่ระลึกและประเภท อาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 316 รายการ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ภาษาอังกฤษของ ปราสาทพนมรุ้งและ ปราสาทเมืองต่ำ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ชุด	1) แบบสอบถาม ความต้องการ จำเป็น 2) แบบบันทึก การสนทนากลุ่ม 3) แบบเก็บข้อมูล ภาษาต้นฉบับและ ภาษาแปล 4) แบบประเมิน ความพึงพอใจ	ปัญหา ความต้องการ แนวทาง การพัฒนา	1) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการป้าย ประชาสัมพันธ์ที่มีทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษกำกับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.72) ส่วนป้ายประชาสัมพันธ์ที่กลุ่ม ตัวอย่างต้องการให้พัฒนามากที่สุดคือ ป้ายที่จอดรถ/ ป้ายที่จอดรถ นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามด้วย ป้ายบอกทาง (ค่าเฉลี่ย 4.50) และป้าย สุชา (ค่าเฉลี่ย 4.42) ตามลำดับ 2) ผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนมากมีความ คิดเห็นว่า ป้าย และ แผ่น พับ ประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการ ท่องเที่ยวมีความจำเป็นต่อการ ท่องเที่ยวปราสาทพนมรุ้งและปราสาท เมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างมาก ควรมีการแปลเป็นภาษาต่างๆ และ จัดทำโดยเร่งด่วนเนื่องจากเข้าสู่ ประชาคมอาเซียนแล้ว 3) โดย ภาพรวมผู้เชี่ยวชาญประเมินความ เที่ยงตรงของเนื้อหาป้ายและแผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการ ท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้วอยู่ในระดับ เที่ยงตรงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.53) 4) กลุ่ม ตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อ ป้าย แผ่น พับ ประชา สัม พันธ์ ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่ ได้รับการพัฒนาแล้วในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) และเมื่อพิจารณา หมวดพบว่ามี ความพึงพอใจต่อ รายการอาหารภาษาอังกฤษเพื่อการ ท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาแล้วมาก ที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.68)
9. ประดิษฐ์ นาธีรักษ์ (2561)	วิเคราะห์ข้อผิดพลาด ในป้ายประชาสัมพันธ์ ภาษาอังกฤษ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร	กลุ่มตัวอย่างคือ ป้ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 36 ป้าย	แบบวิเคราะห์ แบบสัมภาษณ์	ป้าย ข้อผิดพลาด	มีข้อผิดพลาด 327 ครั้ง จำนวน 17 ชนิด โดยเป็นข้อผิดพลาดเกี่ยวกับ การใช้เครื่องหมายวรรคตอน การใช้ อักษรพิมพ์ใหญ่ การใช้บุพบท การใช้ โครงสร้างกริยา การใช้คำนำหน้า

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง และวิธีสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้ สำหรับการศึกษา	ตัวแปรที่ใช้ สำหรับ การศึกษา	ผลการศึกษาที่ได้
	โดยได้วิเคราะห์ ข้อผิดพลาด เพื่อค้นหาทัศนะ มุมมอง ของครูชาวต่างชาติ ที่มีต่อการใช้ ภาษาอังกฤษ ในป้ายประชาสัมพันธ์				คำนาม การใช้คำนาม การสะกดคำ การใช้สรรพนาม การใช้กริยา การใช้ คำสันธาน การละคำนำหน้าคำนาม การใช้คำเชื่อม การละเครื่องหมายวรรค ตอน คำขยายนาม และเรียงลำดับคำ ตามลำดับ ซึ่งมุมมองของอาจารย์ ชาวต่างชาติ แสดงให้เห็นว่า ข้อผิดพลาดเล็กน้อยที่เกิดขึ้นอาจทำให้ สับสน จึงเสนอแนะว่าควรมีการ แก้ไขข้อผิดพลาดก่อนนำป้ายไปติด ประกาศประชาสัมพันธ์
10. ถนอมจิตต์ สารอด และสรารุณี ไกรเสม (2562)	ได้ศึกษาและวิเคราะห์ ภาษาที่ปรากฏบนป้าย ชื่อร้านค้าและบริการที่ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้า ของคนในย่านนานาฝั่ง เหนือ กรุงเทพมหานคร	โดยเก็บข้อมูลจาก ตัวอย่าง ป้ายร้านค้า และบริการ ในย่านนานาฝั่งเหนือ จำนวน 65 ป้าย โดยเลือกแบบเจาะจง	ตารางวิเคราะห์ ข้อมูล แบบสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์แบบ ไม่เป็นทางการ	ภาษาที่ปรากฏ บนป้ายชื่อร้านค้า และบริการที่ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ร้านค้าของคนใน ย่านนานาฝั่ง เหนือ กรุงเทพมหานคร	ผู้ประกอบการค้าปลีก คำสั่งเพื่อการ อุปโภคบริโภคกับร้านเสริมความงาม นิยมใช้ป้ายสองภาษาที่มีภาษาอังกฤษ และภาษาอาหรับ เนื่องจากกลุ่มลูกค้า คือลูกค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษและภาษา อาหรับในการสื่อสาร มีการใช้ภาษาอื่น บ้างในบางส่วน ผลการวิจัยสามารถ นำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน สนับสนุนด้านการค้าและเศรษฐกิจ

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าที่ผ่านมานักวิจัยทำการศึกษาวิจัย 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์หน้าที่ของป้าย
ประชาสัมพันธ์ 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อผิดพลาดที่ปรากฏในการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ 3) เพื่อศึกษาและ
วิเคราะห์ลีลาภาษาที่ใช้ในการแปลป้ายประชาสัมพันธ์จากภาษาหนึ่งไปอีกภาษาหนึ่ง 4) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์
กลวิธีการแปลจากภาษาหนึ่งไปอีกภาษาหนึ่ง 5) เพื่อเปรียบเทียบป้ายประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาที่แตกต่างกัน
เพื่อศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ (linguistic landscape) ในแหล่งท่องเที่ยว 6) เพื่อศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษา
จากป้ายโฆษณาตามแนวคิดทฤษฎีภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ 7) เพื่อวิเคราะห์ประเภทของการใช้ code mixing ที่
ปรากฏบนป้ายข้อความ 8) เพื่อสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นในการการพัฒนาป้ายและแผนพับ
ประชาสัมพันธ์ด้วยการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวของบุคลากรทางการท่องเที่ยว
กลุ่มตัวอย่างจากงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นป้ายประชาสัมพันธ์ที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการถ่ายภาพแล้วนำมา
วิเคราะห์ในแบบวิเคราะห์ข้อมูล โดยส่วนใหญ่เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงตามพื้นที่ที่
ต้องการศึกษา มีเพียงบางงานวิจัยเท่านั้นที่เก็บข้อมูลจากมนุษย์ร่วมด้วย เช่น เก็บข้อมูลปัญหาและความต้องการ
การแปลป้ายเพื่อพัฒนาป้ายด้วยการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์
ชาวต่างชาติเกี่ยวกับข้อผิดพลาดในการแปลเพื่อรับข้อเสนอแนะในการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ การสังเกตการณ์
และสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการในการศึกษาและวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏบนป้ายชื่อร้านค้าและบริการที่ส่งผล
ต่อธุรกิจร้านค้า โดยมีตัวแปรต้นคือป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรตามคือสิ่งที่ต้องการทำการศึกษา เช่น หน้าที่
ของป้ายประชาสัมพันธ์ ข้อผิดพลาดที่ปรากฏในการแปล ลีลาภาษาที่ใช้ในการแปล กลวิธีการแปล ภาษาบนป้าย
การใช้ code mixing

6. อภิปรายผลการวิจัย

แนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวทางการแปลภาษาที่ใช้เป็นมาตรฐานของสัจฉวี สายบัว (2542) ที่ยึดทฤษฎีของลาร์สัน (Larson, 1997) ด้าน 1) การแปลแบบรักษารูปแบบของภาษา (form based translation) และ 2) การแปลแบบรักษาความหมาย (meaning based translation) สอดคล้องกับดวงตา สุปล (2541) ที่กล่าวถึงนักแปลที่ดีควรมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) ต้องเข้าใจนัย (sense) และความหมาย (meaning) ของผู้เขียนต้นฉบับเป็นอย่างดีว่าผู้เขียนมีความมุ่งหมายอย่างไร ต้องการจะให้อะไรกับผู้อ่าน เพื่อจะได้ถ่ายทอดความมุ่งหมายนั้นไปยังผู้อ่านฉบับแปลได้ถูกต้อง 2) ต้องมีความรู้ทางภาษาต้นฉบับและภาษาฉบับแปลอย่างดีเยี่ยมเพื่อให้แปลได้ถูกต้อง 3) ผู้แปลควรพยายามเลี่ยงการแปลคำต่อคำอย่างที่สุด เพราะจะทำให้ผู้อ่านฉบับแปลไม่สามารถเข้าใจฉบับแปลได้ 4) ผู้แปลควรใช้รูปแบบของภาษาที่เป็นมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับและใช้กันอยู่ทั่วไป ไม่ใช่คิดคำสแลงใหม่ ๆ ขึ้นมาหรือใช้คำที่ไม่สุภาพ ไม่เป็นที่นิยม 5) ผู้แปลต้องรู้จักเลือกใช้ถ้อยคำสำนวนที่เหมาะสมให้ถูกต้องกับความหมายตามต้นฉบับและรักษาบรรยากาศของต้นฉบับไว้ มีความรู้และภูมิหลังในเรื่องที่จะแปลพอสมควร ต้องมีความสามารถใช้ภาษาอย่างดี เพื่อที่จะได้ถ่ายทอดความคิดของผู้เขียนต้นฉบับให้ผู้อ่านฉบับแปลรู้เรื่องเข้าใจและอ่านอย่างได้อรรถรส ร่วมกับหลักการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ของนิง คัง และยู จาง (Kang & Zhang, 2008) และมา ฉียนอาน (Qiannan, 2012) คือ 1) เรียบง่าย 2) ชัดเจน 3) ใช้คำเสียงที่เหมาะสม และ 4) ทำให้เป็นมาตรฐาน สอดคล้องกับการแปลที่ดีจะต้องคงไว้ซึ่งรสชาติ อารมณ์ ความตั้งใจ ตลอดจนผลของภาษา (force) ที่มีต่อผู้อ่าน ภาษาแปลจะต้องเป็นธรรมชาติ ชัดเจน และถูกต้อง โดยไม่มีการตัดทอน เพิ่มเติม หรือบิดเบือนไปตามความเห็นของผู้แปลด้วย (Larson, 1997) หลักของการประเมินงานแปลมีอยู่ 3 ประการคือ ความถูกต้อง ความชัดเจน และเป็นธรรมชาติ (Larson, 1997) และอัจฉรา ไส้ตตุโรกุล (2560) นักแปลต้องมีความเชี่ยวชาญในภาษาหรือความเก่งภาษาเมื่อจะแปลต้องมีความรู้ทางภาษาต้นฉบับและภาษาฉบับแปลเป็นอย่างดีเพื่อจะแปลได้อย่างถูกต้อง การรู้ภาษาอย่างดีเยี่ยมคือต้องเข้าใจโครงสร้างของภาษา เข้าใจความหมายของภาษาตลอดจนเข้าใจถึงวัฒนธรรมของเจ้าของภาษานั้นๆ และสามารถถ่ายทอดออกมาได้อย่างถูกต้องชัดเจน

ในอดีตมีการศึกษาและการวิเคราะห์หน้าที่ของป้ายประชาสัมพันธ์ การศึกษาและการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดที่ปรากฏในการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ การศึกษาและการวิเคราะห์ลีลาภาษาที่ใช้ในการแปลป้ายประชาสัมพันธ์จากภาษาหนึ่งไปอีกภาษาหนึ่ง การศึกษาและการวิเคราะห์กลวิธีการแปลจากภาษาหนึ่งไปอีกภาษาหนึ่ง การเปรียบเทียบป้ายประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาที่แตกต่างกัน เพื่อศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ (linguistic landscape) ในแหล่งท่องเที่ยว การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาจากป้ายโฆษณาตามแนวคิดทฤษฎีภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ การวิเคราะห์ประเภทของการใช้ code mixing ที่ปรากฏบนป้ายข้อความ การสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นในการพัฒนาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ด้วยการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวของบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยศึกษาจากป้ายประชาสัมพันธ์ที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการถ่ายภาพแล้วนำมาวิเคราะห์ในแบบวิเคราะห์ข้อมูล โดยส่วนใหญ่เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงตามพื้นที่ที่ต้องการศึกษา และการเก็บข้อมูลจากมนุษย์ร่วมด้วย เช่น เก็บข้อมูลปัญหาและความต้องการการแปลป้ายเพื่อพัฒนาป้ายด้วยการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ชาวต่างชาติเกี่ยวกับข้อผิดพลาดในการแปลเพื่อรับข้อเสนอแนะในการแปลป้ายประชาสัมพันธ์ การสังเกตการณ์และสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการในการศึกษาและวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏบนป้ายชื่อร้านค้าและบริการที่ส่งผลต่อ

ธุรกิจร้านค้า โดยมีตัวแปรต้นคือป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรตามคือสิ่งที่ต้องการทำการศึกษา เช่น หน้าทีของป้ายประชาสัมพันธ์ ข้อผิดพลาดที่ปรากฏในการแปล สีภาษาที่ใช้ในการแปล กลวิธีการแปล ภาษาบนป้าย การใช้ code mixing ทำให้ได้แนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวต่งนี้คือ ในการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์โดยการแปลควรมีการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลทั้งในรูปแบบภาพถ่ายและเอกสาร ตลอดจนทั้งเก็บข้อมูลความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ เช่น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ความคิดเห็นจากทุกฝ่าย โดยใช้เทคนิควิธีการในการเก็บข้อมูลทั้งการใช้แบบจัดบันทึกข้อมูล แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา การให้ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าของภาษาตรวจสอบความถูกต้อง และเมื่อได้บทแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษแล้ว ก็สามารถนำลงไปยังพื้นที่วิจัยอีกครั้งหนึ่งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง หรือเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ด้วยการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษอีกครั้งหนึ่ง

7. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1) ผู้ที่สนใจสามารถนำแนวทางการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวไปใช้ในการพัฒนาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ในแหล่งท่องเที่ยวได้
- 2) ผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์เพื่อใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง ป้ายประชาสัมพันธ์โดยใช้การแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษได้
- 3) อาจารย์ผู้สอนรายวิชาการแปลสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนวิชาการแปลได้
- 4) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาหรือวิเคราะห์ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว
- 5) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาหรือวิเคราะห์ข้อผิดพลาดที่ปรากฏในภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดนั้นๆ ให้ดีขึ้น
- 6) หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวหรือการส่งเสริมและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบายได้

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *สถานการณ์การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในประเทศไทยในไตรมาส 1/2562 และไตรมาส 2/2562*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2562
จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20191025094442.pdf.
- จรรยา เสียงเย็น. (2558). ภูมิทัศน์ทางภาษาจากป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารพื้นถิ่นโขง* ซี มูล, 1(2), 13-36.
- ดิยู ศรีนราวัฒน์ และชลธิชา บำรุงรักษ์. (2558). *ภาษาและภาษาศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ดวงตา สุพล. (2541). *ทฤษฎีและกลวิธีการแปล*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาอังกฤษ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถนอมจิตต์ สารอด และสรวิภา โกรเสม. (2562). *ความเป็นพหุภาษาในชุมชนเมือง: กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ภูมิทัศน์ทางภาษากับธุรกิจการค้าย่านนาผิงเหนือ*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://lc.mahidol.ac.th/lcjournal/FullPaper/JLC38-1-Thanomjit-SR.pdf>.
- นเรศ สุรสิทธิ์. (2551). *เทคนิคการแปล*. กรุงเทพฯ: พี. เอส. เพรส.
- นิยม อานไมล์. (2560). *การแปลเบื้องต้นสำหรับครูสอนภาษาอังกฤษ*. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ประดิษฐ์ นาริรักษ์. (2561). *การศึกษาวิเคราะห์ข้อผิดพลาดในป้ายประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://arit.kpru.ac.th/ap/e-dcms//contents/catalog/20191115135806.pdf>.
- ผ่องศรี ลือพร้อมชัย. (2559). *การแปลให้เก่ง: คู่มือนักแปลมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย.
- พิมพ์พันธุ์ เวสสะโกศล. (2558). *การแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร. (2560). *การพัฒนาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ด้วยการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำจังหวัดบุรีรัมย์*. *วารสารการแปลและการล่าม*, 2(1), 80-105.
- กัญญาพันธ์ พจนะลาวัฒน์ และคณะ. (2560). *ป้ายชื่อสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปาง*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/colakkujournals/article/view/116896/89822>.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2562). *ทิศทางท่องเที่ยวไทยปี 2562*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2562 จาก [http://www.ismed.or.th/PR110462\(1\).php](http://www.ismed.or.th/PR110462(1).php).
- รัชนิโรจน์ กุลธำรง. (2552). *ความรู้ความเข้าใจเรื่องภาษาเพื่อการแปล: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลำดวน จาดใจดี. (2550). *เทคนิคการแปลไทยเป็นอังกฤษ*. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- วีระศักดิ์ โควสุรัตน์. (2561). *เที่ยวไทยทะลุ 41 ล้าน ประเมินปี 62 ต่างชาติทะลักเพิ่มทุกตลาด*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/578456>.
- สัญฉวี สายบัว. (2542). *หลักการแปล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สัญฉวี สายบัว. (2550). *หลักการแปล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สัญฉวี สายบัว. (2560). *หลักการแปล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิทธา พินิจภูวดล. (2542). *คู่มือนักแปลอาชีพ*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- สิทธา พินิจภูวดล. (2543). *คู่มือนักแปลอาชีพ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- สุพรรณิ ปิ่นมณี. (2559). *แปลได้ แปลดี ทักษะการแปลสำหรับผู้เรียนในระดับมหาวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉรา ไสค์ตระกูล. (2560). *ตำรา EN 322 จุดมุ่งหมาย หลักการและวิธีแปล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม. (2558ก). *ศึกษาและพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ (รายงานวิจัย)*. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม. (2558ข). *ศึกษาและพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับ ยุวมัคคุเทศก์ ที่ปราสาทเมืองต่ำ อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์*. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

อักษรพนธ์ เนื้อไม้หอม และพุทธรักษา ศรีพัฒนสกุล. (2558). การพัฒนานวัตกรรมการส่งเสริมความสามารถการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง จังหวัดบุรีรัมย์ (รายงานวิจัย). บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

Al-Athwary, A. A. H. (2014). Translating shops signs into English in Sana' a' s streets: A linguistic analysis.

International Journal of Humanities and Social Science, 4(2), 140-156.

Baker, M. (1992). *In other words: A course book on translation*. New York: Routledge.

Catford, J. C. (1965). *A linguistic theory of translation*. London: Oxford University Press.

Claessens et al. (2007). *A review of the time management literature*. Retrieved August 15, 2019,

from file:///C:/Users/User/Desktop/A_Review_of_Time_Management_Literature.pdf.

Cenoz, J., & Durk, G. (2009). Language economy and linguistic landscape. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.),

Linguistic landscape: Expanding the scenery (pp. 55-69). London, UK: Routledge.

Guo, M. (2012). *Analysis on the English-translation errors of public signs: Theory and practice in language studies*.

2(6), 1214-1219.

Ji-feng, Z. (2012). On the translation of public signs from the functional perspectives. *Sino-US English teaching*,

9(6), 1246-1252.

Jing-jing, W. (2011). A communicative translation approach to Chinese-English translation of Public Signs.

Social and Cultural Studies, 31, 13-26.

Kang, N., & Zhang, Y. (2008). On translation of public sign expressions. *Asian Social Science*, 4(8), 124-128.

Ko, L. (2010). Chinese-English Translation of Public Signs for Tourism. *The Journal of Specialized Translation*,

13, 111-123.

Landry, R., & Bourhis, R. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study,

Journal of language and Social Psychology, 16(1), 23-49. Retrieved August 15, 2019,

from <http://dx.doi.org/10.1177/0261927 X970161002>.

Larson, M. (1997). *Meaning-based translation: A guide to cross-language equivalence*.

Oxford: Oxford University Press.

Limsiriuengrai, P. et al. (2018). *Needs Analysis of Tourism Personnel for English Communicative Innovation in*

Sai Yao Community Silk Village, Thalunglek Sub-district, Muang District, Buriram Province.

Retrieved August 1, 2018, from http://hs.bru.ac.th/?page_id=8444.

Limsiriuengrai, P., Lertcharoenwanich, P., & Rattanawaropas, W. (2019). *Development of Innovation on Tourism*

English Communication for Silk Village Tourism Personnel to Enhance Tourism in Sai Yao Community

Silk Village, Thalunglek Sub district, Muang District, Buriram Province. Retrieved August 1, 2018,

from <https://dspace.bru.ac.th/xmlui/handle/123456789/5810>.

Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. New York: Phoenix ELT.

Nida, E. A. (1964). *Toward a Science of Translation*. Leiden: E. J. Brill.

Nida, E. (1982). *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: E.J. Brill.

Qiannan, M. (2012). Research on the translation of public signs. *English Language Teaching*, 5(4), 168-172.

Yanhong, M. (2013). Chiang Mai's linguistic landscape in the tourist attraction areas: A study on the English

language on signs. *The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal*, 19(2), 59-70.

The Effectiveness of Consciousness-Raising Tasks in Teaching and Learning Phrases and Clauses of L2 Learners at Tertiary Level

Received: 21 January 2022

Revised: 7 October 2022

Accepted: 7 October 2022

Peangduen Panarook*

This study aimed to investigate the effectiveness of *Consciousness-Raising* (CR) tasks in teaching and learning phrases and clauses of L2 learners at tertiary level. The concept of CR refers to the method of teaching grammar-phrases and clauses, which helps students to gain knowledge of specific grammatical features through language data provided and then formulate the grammatical rules by themselves. The participants consisted of two groups of forty-five students who enrolled in a fundamental English structure course. They were divided into two groups according to their section of enrollment. One group of forty-five students was a control group which was taught by the Grammar-Translation Method (GTM). Another group of forty-five students was an experimental group which was taught by CR tasks based on the three techniques of *Reconstruction*, *Classification*, and *Identification*. Both groups were taught by the researcher. A pre-test, a quiz, and a post-test were used to collect data. After the treatment, students in both groups were given a questionnaire adapted from the Attitude/Motivation Test Battery (AMTB) developed by Gardner (1985a) to find out their attitude towards learning phrases and clauses, motivational intensity in terms of affective reactions and work done for classroom assignments, and impression about the phrases and clauses class. The results showed CR tasks had a significant effect in learning phrases and clauses. And also, by answering the questionnaire, students in the experimental group had positive attitude, high motivational intensity, and good impression towards CR tasks. It was hoped that the findings of this study would be useful to teachers of English, especially those who teach English grammar, to find the most suitable ways to teach grammar to Thai students in their classes.

Research Article

Abstract

Keywords

consciousness-raising (CR)
tasks;
grammar teaching;
English language teaching
(ELT)

* Lecturer, Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: peangduen.p@ku.ac.th



ประสิทธิภาพของกิจกรรมการกระตุ้นการตระหนักรู้ ในการเรียนและการสอนวลีและอนุประโยคของผู้เรียนภาษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา

Received: 21 January 2022

Revised: 7 October 2022

Accepted: 7 October 2022

เพียงเดือน พรรณรุจี*

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาประสิทธิภาพของกิจกรรมการกระตุ้นการตระหนักรู้ (Consciousness-Raising) หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า CR ในการเรียนและการสอนวลีและอนุประโยคของผู้เรียนภาษาที่ 2 ในระดับอุดมศึกษา กิจกรรมการกระตุ้นการตระหนักรู้เป็นวิธีการที่ผู้สอนกระตุ้นการตระหนักรู้และดึงความสนใจของผู้เรียนสู่ตัวไวยากรณ์เป้าหมาย โดยใช้วิธีการทำให้ไวยากรณ์เป้าหมายในบริบทมีความเด่นชัดหรือมีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสังเกตเองได้ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยคือ ผู้เรียนระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาโครงสร้างภาษาอังกฤษเบื้องต้นจำนวน 90 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มตามหมู่เรียนที่ผู้เรียนลงทะเบียนเรียน กลุ่ม 1 คือ กลุ่มควบคุม มีผู้เรียนจำนวน 45 คน ใช้วิธีการสอนแบบไวยากรณ์และแปล (Grammar-Translation Method) และกลุ่ม 2 คือ กลุ่มทดลอง มีผู้เรียนจำนวน 45 คน ใช้วิธีการสอนแบบกิจกรรมการกระตุ้นการตระหนักรู้ (Consciousness-Raising) โดยใช้รูปแบบ การเปลี่ยนโครงสร้าง (reconstruction) การจำแนกหมวดหมู่ (classification) และการระบุชนิด (identification) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบทดสอบก่อนและหลังเรียน แบบทดสอบย่อย และแบบสอบถามที่ปรับใช้จากแบบสอบถามของ Gardner's Attitude/ Motivation Test Battery (AMTB) (1985a) โดยมุ่งศึกษาระดับทัศนคติต่อการเรียนวลีและอนุประโยค ระดับความเข้มของแรงจูงใจเกี่ยวกับการตอบสนองต่อการเรียนวลีและอนุประโยคและการทำงานในชั้นเรียน และระดับความประทับใจต่อชั้นเรียนวลีและอนุประโยค ผลการวิจัยพบว่ากิจกรรมการกระตุ้นการตระหนักรู้ช่วยในการเรียนรู้อวลีและอนุประโยค และผู้เรียนมีทัศนคติ แรงจูงใจ และความประทับใจที่ดีต่อกิจกรรมการกระตุ้นการตระหนักรู้ ผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สอนภาษาอังกฤษในการหาวิธีที่เหมาะสมในการสอนภาษาอังกฤษแก่นักเรียนชาวไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสอนไวยากรณ์

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

กิจกรรมการกระตุ้น
การตระหนักรู้;
การสอนไวยากรณ์;
การสอนภาษาอังกฤษ

* อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: peangduen.p@

1. Introduction

Phrases and clauses are always included in most English grammar textbooks as they are considered two important components of English grammar. Phrases and clauses, when added to a sentence, make a sentence more complicated which can be a problem for EFL learners because a lack of knowledge of complicated sentence structure has an impact on students' sentence comprehension. So, it is important to have good knowledge of different types of phrases and clauses.

Learning phrases and clauses has always been a big challenge for Thai students. As indicated by Thep-Ackrapong (2005), relative clause and participial phrase were two of problematic grammar points for Thai students. Moreover, Sojisirikul and Vasuvat (2014) found that the majority of students in their study did not know how to use the noun clause. They also did not know the exact functions of present participle phrase and adjective clause. The study conducted by Chalauisaeng (2015) revealed that students had difficulties in identifying and interpreting subordinate clauses, either noun, adjective or adverb clauses both in forms of completed or deleted types.

In terms of teaching English grammar, teachers have tried their best to use what they thought to be an effective method to teach grammar. In Thailand, the way to teach grammar to Thai students has undergone great changes during recent decades, but it is undeniable that the most popular method to teach grammar in Thailand has been the Grammar-Translation Method (GTM). Basically, for this method, the teacher explains a rule explicitly in the native language and then students practice with activities (Thornbury, 1999, p. 29). Although this method is considered an 'old-fashioned' method and has been replaced by other methods, it still has some advantages, especially for most English classrooms in Thailand which usually have a large number of students, so this method can be suitable because, according to Thornbury (1999), it doesn't consume so much time (p. 30).

In past years, the researcher has also used the GTM in teaching phrases and clauses to students at the tertiary level. Although the GTM can help the students to use grammar rules correctly when doing exercises, they do not understand the meaning and the use of the grammar they have learnt (Iskandar & Heriyawati, 2015). In addition, from the researcher's experience, while studying, a significant number of students were overwhelmed with many worksheets and having to memorize a plethora of rules, so they focused only on passing examinations. Many students looked tired and bored in class. Thus, the researcher wanted to try another appropriate method to teach phrases and clauses.

Therefore, in this study, *consciousness-raising* (CR) tasks were implemented in one of the Fundamental English Structure classrooms with forty-five students at the tertiary level in Kasetsart University, while another group of forty-five students was taught with the GTM. The concept of CR refers to the method to teach grammar-phrases and clauses, in this study-which helps students to gain knowledge of specific grammatical features through language data provided and then formulate the grammatical rules

by themselves. According to Ellis (2002), the aim of this kind of grammar teaching is not to require learners to produce a structure correctly but simply to help them to 'know about it'. For CR tasks processes, first, students were provided with a set of sentences in which the target grammar structure was highlighted to encourage them to notice and think about it. Then students were asked to perform certain tasks by using three techniques, which, in this study, were *Reconstruction*, *Classification*, and *Identification*. Noticing, in step 1, and the outcome of tasks, in step 2, could increase awareness of language which would indirectly contribute to language acquisition. After that, students drew their own conclusions about how the language works, and their conclusion were confirmed by the teacher. Finally, extra assignments were given to students to practice both in class and as homework (Bankier, 2009; Schmidt, 1990; Willis and Willis, 1996).

To conclude, CR tasks help students notice something about the language that they might not notice on their own. Thus, CR tasks in grammar teaching is to make students aware of rules of grammar, which, in this study, were phrases and clauses, from the data provided by the teacher. According to Crivos and Luchini (2012), a grammar CR task implemented in the classroom should be noticeable to help raise students' awareness. Students are also required to think about and describe a grammatical feature by discussing it with other students. Moreover, while the teacher is the source of knowledge in the GTM, the CR task is highly student-centred and the teacher is only a facilitator who provides students opportunities to grasp the language rules by themselves.

Therefore, the researcher believed that the CR method would be an appropriate method in teaching phrases and clauses because it could help students be aware of forms and functions of target phrases and clauses, and they could come up with the rules by themselves after doing the tasks. The CR tasks also allowed cooperative learning and encouraged students to discuss grammatical rules with their classmates. Some studies using this method to teach grammar such as tenses, subject-verb agreement, the verb 'be', and infinitive and gerund have been conducted in countries such as Malaysia, Indonesia, and Iran. The results showed that this method of teaching was quite effective. Thus, the researcher would like to investigate the extent of the effectiveness of CR tasks in teaching students to learn about phrases and clauses at tertiary level at Kasetsart University.

It is notable that gerund phrases, present participial phrases, adjective clauses, and noun clauses were focused on in this study. These phrases and clauses were chosen in this study because, according to the researcher's experience in teaching these phrases and clauses for many years, first, it was difficult for students to differentiate between gerund phrases and present participial phrases in sentences since both start with words ending in -ing. Next, for adjective clauses, relative pronouns functioning as a subject and an object of the adjective clause were always confusing to students, and this could affect the structure of adjective clauses (relative pronoun + verb, or relative pronoun + subject + verb). Finally, noun clauses were also challenging since they have lots of functions in sentences, and after listening to the rules for quite a while, students seemed to lose attention and give up listening. Thus, the researcher wanted to find a way to cope with these problems by implementing CR tasks in teaching them.

Moreover, as using CR tasks was a new way in teaching phrases and clauses to students, the researcher would like to find out students' attitude and motivation towards learning phrases and clauses through this method and their overall impression about this class. However, the attitude, motivation and impression of the students who studied through GMT should not be ignored. Therefore, after the treatment, a survey of students' attitude towards learning phrases and clauses, motivational intensity, and overall impression of the class was conducted in both classes by using a questionnaire adapted from the Attitude/Motivation Test Battery (AMTB). It was developed by Gardner and was reported to have good reliability and validity (Gardner, 1985b). Gardner created several versions of the Attitude/Motivation Test Battery which varied from form to form depending on the purpose for which it was intended. The original revised version questionnaire for international students studying English contained 104 items and was characterized into (1) Attitudes toward English-speaking people, (2) Interest in foreign languages, (3) Impressions about English course, (4) Attitude towards learning English, (5) Integrative orientation, (6) Instrumental orientation, (7) English use anxiety, (8) Parental encouragement, (9) Motivational intensity, (10) Desire to learn English, and (11) Impressions about English teacher (Gardner, 2004). However, the adapted questionnaire used in this study only focused on the following: 1) attitudes towards learning phrases and clauses through GTM and CR tasks, 2) motivational intensity in terms of affective reactions towards learning phrases and clauses and work done for classroom assignments, and 3) overall impression about the phrases and clauses class.

The research questions are:

1. To what extent does implementing *consciousness-raising* (CR) tasks in teaching and learning phrases and clauses have an impact on students' performance on sentence comprehension?
2. What are students' attitudes towards learning phrases and clauses through GTM, their motivational intensity, and their overall impression of this class?
3. What are students' attitudes towards learning phrases and clauses through the CR method, their motivational intensity, and their overall impression of this class?

2. Literature review

2.1 Phrases and clauses

According to Richards and Schmidt (2002, pp. 74-75), a phrase is "a group of words which form a grammatical unit. A phrase does not contain a finite verb and does not have a subject predicate structure." On the other hand, a clause is "a group of words which form a grammatical unit and which contain a subject and a finite verb. A clause forms a sentence or part of a sentence and often functions as a noun, adjective, or adverb."

2.1.1 Present participial phrase and gerund phrase

A participial phrase functions as an adjective (Sanford, 1979; Gehring, 2014; and Nordquist, 2017, as cited in Al-Momani, 2019). For example:

- The girl *working in the library* is my daughter.
 - A participial phrase *working in the library* functions as an adjective which modifies 'girl'.
- Students *planning to study abroad* will have to take an English test.
 - A participial phrase *planning to study abroad* functions as an adjective which modifies 'students'.

A gerund phrase can function as the subject, direct object, or complement of the sentence (Liu, 2014), For example:

- *Eating too much* can make you ill.
 - A gerund phrase *eating too much* functions as a subject.
- John enjoys *playing sports*.
 - A gerund phrase *playing sports* functions as a direct object.
- My favourite activity at the weekends is *sleeping until noon*.
 - A gerund phrase *sleeping until noon* functions as a complement.

It can be seen from the above examples that both present participial phrase and gerund phrase have the same form. Both phrases start with the –ing form of verb. This can be one of the most confusing parts. Many English learners can face difficulties in distinguishing the difference between both phrases which are usually found in a sentence and paragraph.

2.1.2 Adjective Clause

According to Adulavidhaya (2009), an adjective clause is a subordinate clause used as an adjective which modifies a noun or pronoun. It begins with a relative pronoun such as who, whom, which, that, whose, when, where, or why. Adjective clauses can be classified in terms of their relative pronouns. Based on this classification, there are three functions of adjective clauses.

First, the relative pronouns may function as the subject of the clause.

- The driver *who drove me to the hotel* was friendly.
- Did you see the news about the earthquake *that occurred yesterday?*

Second, the relative pronouns may function as the object of the clause.

- I just read the book *which you gave me*.
- The movie *that we watched last night* was boring.

Last but not least, the relative pronouns may function as the object of the preposition.

- The country *in which I was born* is Thailand.
- The picture *at which she is looking* is beautiful.

However, in this study, only the first two functions of adjective clause were focused because they are frequently used in English textbooks and other English resources that students might have to read to enhance their knowledge. In terms of writing, the confusion of these two functions of adjective clause can affect the structure of adjective clauses when they make a sentence.

2.1.3 Noun clause

Azar (2002) stated that a noun clause is used as a subject or an object of a sentence. Noun clauses can begin with a question word, whether or if, and that. Adulavidhaya (2009) noted that noun clauses have three common functions.

First, a noun clause functions as a subject of a sentence.

- *What she said* was interesting.
- *Where Mike went* is a secret.

Second, a noun clause functions as an object of a sentence.

- We believe *that the project will be successful*.
- Lisa said *that she was too young to get married*.

Last but not least, a noun clause functions as an adjective complement.

- I'm happy *that you enjoy the meal*.
- We're surprised *that they have become good friends*.

In addition, Tambunsaribu (2019) and Zulyanputri & Mahdi (2020) mentioned that a noun clause can also function as a complement.

- The thing I like about him is *that he has a good manner*.
- The problem is *that how we can tell him*.

The functions of noun clauses are difficult to students as noted by Sojisirikul and Vasuvat (2014) as they did not know how to use the noun clause.

Therefore, because of the mentioned problems, the researcher would like to implement the CR tasks in teaching the above phrases and clauses.

2.2 The Grammar-Translation Method (GTM) and Consciousness-Raising tasks (CR)

Richards and Schmidt (2002, p. 231) defined the grammar-translation method as “a method of foreign or second language teaching which makes use of translation and grammar study as the main teaching and learning activities.” A typical lesson consists of the presentation of a grammatical rule, a study of lists of vocabulary, and a translation exercise. Some characteristics of GTM pointed out by Celce-Murcia (2001) are that classes are taught in the native language of the students with little use of the target language, focus is on grammatical parsing, and a typical exercise is to translate sentences from the target language into the native language. Moreover, the principles of the GTM which were summed up by Larsen-Freeman and Anderson (2011) are 1) the ability to communicate in the target language is not a goal of language instruction, 2) the primary skills to be developed are reading and writing with little attention to speaking and listening, and almost none to pronunciation, 3) students being able to learn about the grammar or form of the target language is important, 4) deductive application of an explicit grammar rule is a useful pedagogical technique, and 5) it is very important that students get the correct answer, so the teacher is the authority in the classroom.

Although the GTM has been considered old, out-of-date, and boring by many EFL teachers, it is undeniable that it has played an important role in grammar teaching in Thailand for decades, and it is still used in many EFL classrooms. It is generally because this method provides some advantages for English language teaching and learning. According to Thornbury (1999, p. 30), this method can get straight to the point, and can therefore be time-saving. Second, it confirms many students' expectations about classroom learning, especially for those students who have an analytical learning style. Lastly, it allows the teacher to deal with language points as they come up, rather than having to anticipate them and prepare for them in advance. Khan and Mansoor (2016) studied the effectiveness of the GTM in learning English and found that students can satisfactorily understand the meaning of abstract words and complicated sentences. In addition, it is easier for teachers who are not fluent in speaking English to use this method. Moreover, Tassev (2018) pointed out that the GTM is useful for building grammar skills, enhancing vocabulary development as well as improving translation skills.

In Robinson's study, it showed that whether this method is useful depends on students' characteristics. Explicit explanation was especially beneficial to students with good memory as they were able to make use of a rule provided (Robinson, 1995, as cited in Svalberg, 2007). However, Robinson also found out that learning was more likely to occur when learners could explain the rules by themselves rather than when it had been provided as part of the instruction. From this point of view, it can be said that grammar teaching has recently changed from being teachers' tasks in teaching grammar to learners' tasks in learning it. And one of the popular methods in teaching grammar is the *Consciousness-Raising* (CR) method. It is considered an alternative technique which has been widely used instead of GTM for many years.

The term *Consciousness-Raising* (CR), has been described by some scholars. Schmidt (1990) stated that consciousness is often considered synonymous with awareness which is divided to three level. The first level is *perception* which is not necessarily conscious, and “subliminal perception is possible.” The second level is *noticing* or focal awareness. The third level is *understanding*. It involves analyzing something after we notice it, and then comparing it to what we have noticed on other occasions. Schmidt refers to problem solving as an example of this level of consciousness.

Ellis (2002, p. 171) claimed that consciousness-raising facilitates the acquisition of the grammatical knowledge. Ellis also noted that the acquisition of implicit knowledge involves three processes: 1) noticing (the learner becomes conscious of the presence of a linguistic feature in the input, whereas previously she had ignored it), 2) comparing (the learner compares the linguistic feature noticed in the input with her own mental grammar, registering to what extent there is a ‘gap’ between the input and her grammar), and 3) integrating (the learner integrates a representation of the new linguistic feature into her mental grammar).

However, the term CR was first used by Rutherford and Sharwood-Smith (1985). CR in the acquisition of grammatical structure refers to a “deliberate attempt to draw the learner’s attention specifically to the formal properties of the target language”. CR is considered as a potential facilitator for the language acquisition. The tasks do not require students to produce the target structure. Instead, the tasks serve the purpose of making students aware of and notice new language. Moreover, Richards and Schmidt (2002, p. 109) defined CR as “in teaching, techniques that encourage learners to pay attention to language form in the belief that an awareness of form will contribute indirectly to language acquisition.”

This seems to be in line with Ellis (2002, p. 168) who stated that a consciousness-raising task “involves an attempt to equip the learners with an understanding of a specific grammatical feature – to develop declarative rather than procedural knowledge of it”. Ellis also noted that the characteristics of consciousness-raising tasks include 1) isolating a specific feature for focused attention, 2) providing learners with data which illustrate the targeted feature, or supplying learners with an explicit rule which describes or explains the feature, 3) helping learners to use their intellectual effort effectively to understand the target feature, 4) helping learners clarify any misunderstanding of the grammatical structure, and 5) providing learners an opportunity to articulate the grammatical structure rule.

Willis and Willis (1996) indicated that for CR tasks, students are provided with a set of examples from familiar sources to perform tasks by using certain techniques. The outcome of these techniques can demonstrate increased awareness of language. Six main techniques of consciousness-raising tasks are listed here. The first one is *identification*. For this technique, students are asked to search a set of data to identify a particular pattern or usage and the language forms associated with it. Second, *classification* is a technique through which students are required to work with a set of data and sort it according to similarities and differences based on formal or semantic criteria. The third technique is *hypothesis building/checking* through which students are asked to make a generalization about language and check this against more language data. Fourth, the technique called *cross language exploration* encourages students to find

similarities and differences between patterning in their own language and patterning in English. Next, *reconstruction/deconstruction* is a technique requiring students to manipulate language in ways that reveal underlying patterns. The last technique is *reference training* through which students need to learn to use reference works such as dictionaries or study guides.

Bankier (2009) suggested CR tasks should be used in teaching grammar as 1) CR tasks build implicit and explicit knowledge, 2) CR tasks work for learners with different learning styles and intelligences, 3) CR tasks show grammar in context, 4) CR tasks show authentic language. 5) CR tasks can present a large amount of input, 6) CR tasks encourage cooperative learning, 7) CR tasks are interesting and fun, 8) CR tasks allow students to work without teacher interference, 9) it is easy for learners to prepare their own CR tasks, and 10) skills learnt in CR tasks can be used outside the classroom and applied in any situation.

To conclude, the goal of CR tasks in grammar classroom is not to discuss grammar, but to improve students' grammatical awareness by using certain techniques, so students can have good grammar competence. More importantly, instead of explaining the grammar rules to students, CR tasks can help them notice the grammar rules by themselves. Many teachers nowadays believe that using CR tasks in teaching grammar can enable students to improve knowledge of grammar (Iskandar & Heriyawati, 2015).

Several studies have been conducted to examine the effectiveness of using CR tasks in teaching grammar. The finding showed that CR is effective in helping students make significant progress in their grammatical ability (Fatemipour and Hemmati, 2015; and Yarahmadzahi, Ghalae and Sani, 2015). Idek, Fong, Sidhu and Hoon (2014) investigated whether the CR techniques, which are Willis and Willis' taxonomy of *classification* and *hypothesis building/ checking*, could promote the learning of the verb "be" in three structures: affirmative, negative, and interrogative. The results of the study from students' pre-test and post-test were compared, and they found that students performed significantly better in the post-test.

2.3 The Attitude/Motivation Test Battery (AMTB)

The Attitude/Motivation Test Battery (AMTB) was developed to assess learners' non-linguistic aspects such as understanding of other communities, desire to continue studying a language, or interest in learning other languages (Gardner, 1985b). It consisted of a series of Likert-scale items and was originally used to measure the effects of attitudes and motivation of English-speaking Canadian primary and secondary school students who were studying French as a foreign language. However, it has been widely revised to many forms. As it was reported to have good reliability and validity, AMTB has been widely adapted and used for motivation and attitudes questionnaires in various studies regarding attitude and motivation in learning ESL/EFL (Ghazvini and Khajehpoura, 2011; Prayoga and Suryasa, 2020; Sayadian and Lashkarian, 2010; Suryasa, Prayoga and Werdistira, 2017; and Wimolmas, 2013).

3. Research methodology

3.1 Research context

The participants in this study were two groups of forty-five students at tertiary level who took the *Fundamental English Structure* course. Students were divided into two groups according to their section of enrollment. They were second-year, third-year, and fourth-year students from various faculties in Kasetsart University. All of them had passed Foundation English III, which is required for every KU student. One group of forty-five students was a control group while another group of forty-five students was an experimental group. Both groups were taught by the researcher.

The course “*Fundamental English Structure*” was used to conduct this study. The objective of this course is for students to analyze and synthesize not only particular constructions, but also any sentences of the same level of complexity. The textbook used in this course was *Fundamental English Structure* (1st ed.) by Panarook P. (2019). Students in this course studied various phrases and clauses; however, this study mainly focused only on gerund phrases, present participial phrases, adjective clauses, and noun clauses which were taught in the first half of the course. The course duration was forty-five hours in one semester. A teaching period for each task took three hours for both the control and the experimental groups. Students in the experimental group were given separate worksheets for each task of the target phrases and clauses.

3.2 Research treatment

3.2.1 The experimental group

CR tasks were implemented in the experimental group. The CR tasks were designed based on Willis and Willis' taxonomy of *Reconstruction*, *Classification*, and *Identification*. To illustrate how CR tasks were carried out, the four steps of the CR task of *relative pronouns functioning as a subject and object of adjective clause* adapted from Willis and Willis' taxonomy of *Reconstruction*, the CR task of *present participial phrases* and *gerund phrases* adapted from Willis and Willis' taxonomy of *Classification*, and the CR task of *noun clauses* adapted from Willis and Willis' taxonomy of *Identification*, as shown in Figure 1, are given here. The example worksheets for students can be seen in Figures 2, 3, and 4, respectively.

Step 1

Task 1: The target structures, which were adjective clauses in which relative pronouns were functioning as a subject and an object, were highlighted in different colors. By doing this, students could notice the differences of the two structures and functions of the adjective clauses.

Task 2: The target structures, which were present participial phrases and gerund phrases, were underlined and assigned to their own category.

Task 3: The target structures, which were noun clauses functioning differently in each sentence, were underlined.

For the first step of the three tasks, students should be provided with language data illustrating the target features which would encourage them to notice those features of the language (Crivos & Luchini, 2012; Ellis 2002; Willis and Willis, 1996).

Step 2

Task 1: Students were asked to rewrite part of a sentence by using the data from the sentences in step 1. Doing this can help students identify the different functions of relative pronouns. For rewriting part of a sentence, the Willis and Willis' taxonomy of *Reconstruction* was used. Students were required to manipulate language in ways which reveal underlying patterns (Willis and Willis, 1996).

Task 2: Students were asked to complete the sentences to distinguish the differences between two phrases. By contrasting the two phrases, the Willis and Willis' taxonomy of *Classification* was used. According to Willis and Willis (1996), for *Classification*, students are required to work with a set of data and sort it according to similarities and differences based on formal criteria. This seems to be in accordance with what Ellis (2002) pointed out about one of the characteristics of consciousness-raising tasks: there is an attempt to isolate a specific linguistic feature for focused attention.

Task 3: Students were asked to identify functions of noun clauses based on the data from the sentences in step 1. Willis and Willis' taxonomy of *Identification* was used. According to Willis and Willis (1996), for *Identification*, students are asked to search a set of data to identify a particular pattern or usage and the language forms associated with it.

Step 3

For all tasks, students were asked to discuss in groups how the target structure worked in the text. They could share assumptions using Thai language. Group work provided students with opportunities to interact with others and to work collaboratively. Then they shared what they found out with the class. The correctness of the students' conclusions was confirmed by the teacher.

Step 4

For all tasks, students were asked to complete another exercise to check whether they understood what they had found out. In addition, to practice what they had found out, students were also given some exercises to do as homework. According to Ur (1988, as cited in Ellis, 2002), the practice stage consists of a series of exercises which gives the learners an opportunity to use the structure thoroughly.

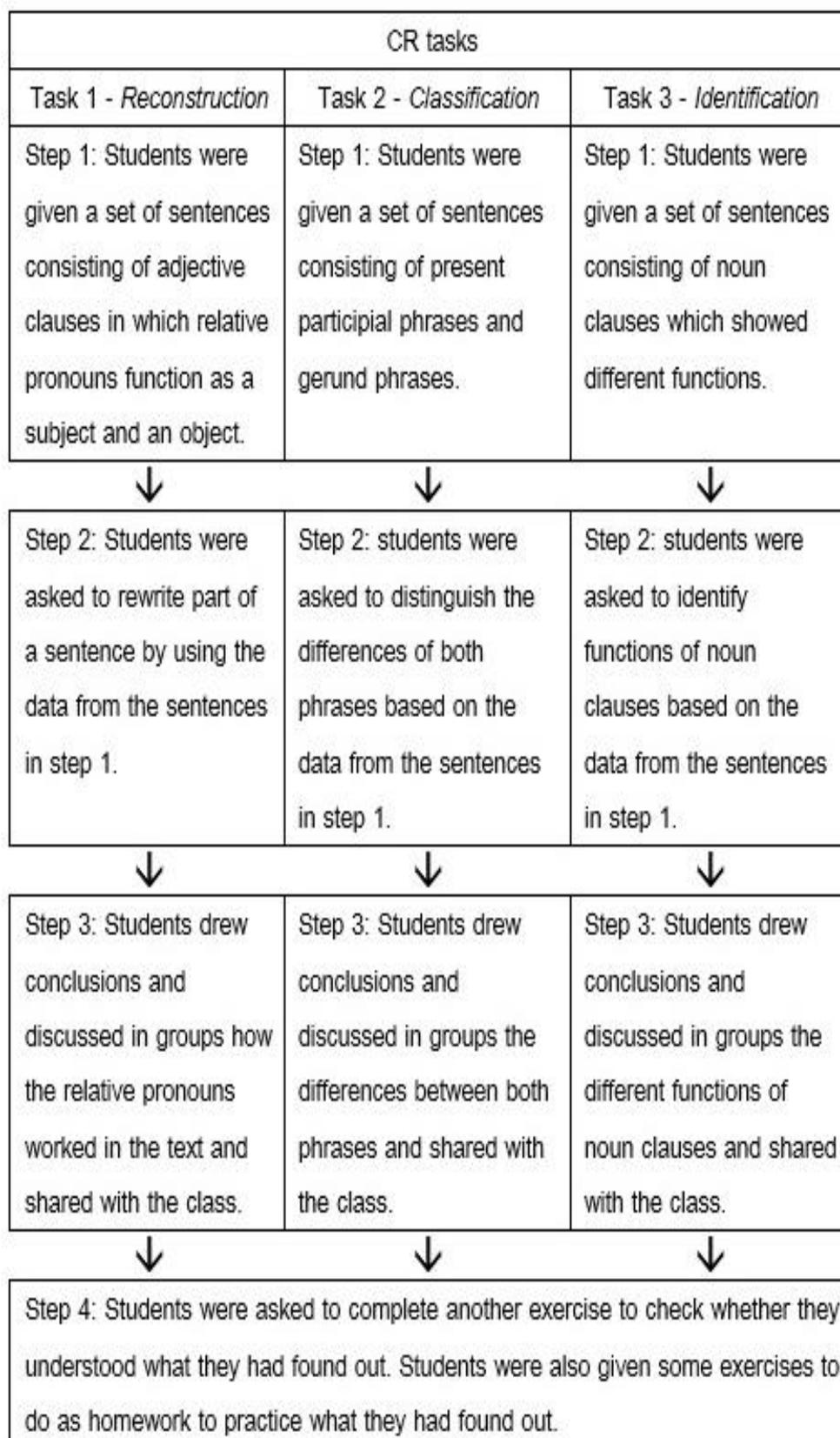


Figure 1. The four steps of each CR task

A: Observe the sentences in the table and fill in the blanks using information from the table.

	Adjective clauses			
	Pronoun	Subject	Verb	
1. There is news about the boys	who		are trapped in the cave.	
2. We should take the road	which		bypasses the town.	
3. The theme park	which		was closed last month	will be re-opened soon.
4. She got a high score for her essay	that		was two pages long.	
5. All the 4 th year students	who		attended the seminar	were very active.
6. A famous player	(whom)	my son	admires	is sitting next to him.
7. The new plan	(which)	Mr. Kim	announced	seems impossible.
8. The food	(that)	you	brought to the party	was superb.
9. I did not get the fund	(which)	I	asked for	
10. That tall building	(that)	my husband	designed	won 'The Best Design Award'.

*1-5 wh- functioning as the subject of the clause / *6-10 wh- functioning as the object of the clause
*Pronouns in parenthesis can be omitted.

B: Use information from the above sentences to complete the following sentences.

1. _____ are trapped in the cave.	6. My son admires _____.
2. _____ bypasses the town.	7. Mr. Kim announced _____.
3. _____ was closed last month.	8. You brought _____ to the party.
4. _____ was two pages long.	9. I asked for _____.
5. _____ attended the seminar.	10. My husband designed _____.

C: In pairs or in groups, discuss the rules and share with the class.

D: Identify whether the following sentences are correct. If not, correct them.

- The concert which was held at the Super Arena sold out with 1,000 tickets.
- People who they joined this virtual show must be his die-hard fans.
- He bought a small house which it is located in the historic town.
- My boss whom I really respect is a workaholic.
- The accident that we saw this morning was unbelievable.
- The translator who she started working two months ago resigned yesterday.
- This little poodle which I have raised him since last year is really faithful.
- My son, who is a teenager, is getting more and more rebellious.
- The paintings that Mark has in his office are very expensive.
- My neighbor who he is 80 years old has just come back from a backpacking trip.

Figure 2. The example worksheet of Task 1: Reconstruction

A: Compare the sentences in these two columns.

A participial phrase	A gerund phrase
1. <u>Moving to a new house</u> , my son is not happy with his bedroom.	1. <u>Moving to a new house</u> can be tiring sometimes.
2. <u>Eating alone in a restaurant</u> , I always take photos of my dishes.	2. I really enjoy <u>eating alone in a restaurant</u> .
3. <u>Travelling on a plane</u> , we should drink a lot of water.	3. <u>Travelling on a plane</u> is quite stressful for me.
4. Women <u>working overtime</u> will be supported by the government.	4. <u>Working overtime</u> is very difficult for parents with young children.
5. The fans <u>throwing bottles onto the field</u> had to leave the stadium.	5. One of the bad behaviours of soccer fans is <u>throwing bottles onto the field</u> .

B: Complete the following sentences using the information from A.

- Both participial phrases and gerunds phrases start with a _____.
- A gerund phrase in sentences 1, 3, and 4 can function as a _____ of the sentence.
- A gerund phrase in sentence 2 can function as a _____ of the sentence.
- A gerund phrase in sentence 5 can function as a _____ of the sentence.

C: Choose a Participial phrase or a Gerund phrase.

- A *Participial phrase/Gerund phrase* can be deleted from a sentence. There is still a main clause.
- A *Participial phrase/Gerund phrase* cannot be deleted from a sentence. If it is deleted, the sentence would not be a complete sentence.

D: In pairs or in groups, discuss the rules and share with the class.

E: Complete the following sentences with an appropriate participial phrase or gerund phrase in the box.

a. driving under the influence of alcohol b. hurting other people's feelings
c. travelling without insurance d. wearing shorts and a blue t-shirt
e. showing a man scolding the airline workers yesterday

- _____ can lead to harmful situations.
- The body of an unidentified man _____ was found in the river.
- A video _____ went viral.
- _____ is Yoko's typical habit.
- Mr. Smith is considering _____ as he thinks it's not worth it.

Figure 3. The example worksheet of Task 2: Classification

A: Observe the sentences below.

1. <u>What you said</u> can hurt many people.	8. We couldn't believe <u>what we saw</u> .
2. I don't know <u>why you are unhappy</u> .	9. <u>What he is doing</u> would make him a millionaire.
3. A woman said <u>that the car hit five people</u> .	10. <u>That she doesn't come</u> does not worry me.
4. It seems <u>that I have made a huge mistake</u> .	11. The difficulty is <u>how we are going to tell her</u> .
5. The problem is <u>that she cannot stop talking</u> .	12. I am positive <u>that I submitted the proposal yesterday</u> .
6. I am glad <u>that you enjoy the meal</u> .	13. Studies have shown <u>that coffee has some benefits</u> .
7. <u>Why he chose to live here</u> surprised me.	14. My boss is confident <u>that the new plan can succeed</u> .
15. My sister isn't <u>sure when she should get married</u> .	

**The underlined part in each sentence is a noun clause*.*

B: complete the following sentences using the information from A.

- Sentence _____ have a noun clause functioning as a subject of the sentence? (Choose 4 sentences)
- Sentence _____ have a noun clause functioning as an object of the sentence? (Choose 4 sentences)
- Sentence _____ have a noun clause functioning as a complement of the sentence? (Choose 3 sentences)
- Sentence _____ have a noun clause functioning as an adjective complement of the sentence? (Choose 4 sentences)
- Each noun clause can begin with _____.
- Complete the structure of a noun clause.

that / wh- / whether / if	+		+	
---------------------------	---	--	---	--

C: In pairs or in groups, discuss the rules and share with the class.

D: Complete the following sentences with an appropriate noun clause in the box.

- that each household must reduce their water usage by 10%
- whether I could speak fluent Chinese
- that everyone must obey the new rules
- that the sauce has always leaked out of a food container
- that getting enough sleep is important for health
- that he didn't pass the test

- The customers complain _____.
- The job interviewer asked _____.
- Experts suggest _____.
- My boss said _____.
- The government demands _____.
- I'm not surprised _____, He never studied.

Figure 4. The example worksheet of Task 3: Identification

3.2.2 The control group

GTM, on the other hand, was taught in the control group. Students were given an in-depth explanation of the rules of the target phrases and clauses with lots of sentences as examples through Thai language. Then students were asked to practice the target structure by doing numerous exercises in the worksheets. This reflects the principle of Larsen-Freeman and Anderson (2011) that students being able to learn about the grammar or form of the target language is important, and deductive application of an explicit grammar rule is a useful pedagogical technique.

The Grammar-Translation Method		
Adjective clauses in which relative pronouns were functioning as a subject and an object	Present participial phrases and gerund phrases.	Noun clauses
Step 1: Students were given an in-depth explanation of the rules of adjective clauses in which relative pronouns function as a subject and an object through Thai language. Some sentences were given as examples.	Step 1: Students were given an in-depth explanation of the different functions of present participial phrases and gerund phrases through Thai language. Some sentences were given as examples.	Step 1: Students were given an in-depth explanation of the different functions of noun clauses through Thai language. Some sentences were given as examples.
↓	↓	↓
Step 2: Students were asked to practice the target structure by doing numerous exercises in the worksheets	Step 2: students were asked to distinguish the target structure. They identified the differences of both phrases.	Step 2: students were asked to identify noun clauses and their function.

Figure 5. The steps of GTM

3.3 Research instruments

1) *The pre-test* was used to collect data from both groups. The test aimed at assessing the students' existing knowledge of phrases and clauses—gerund phrases, present participial phrases, adjective clauses, and noun clauses—used in sentences before learning them. The test, consisting of 20 items with multiple choices, was extracted from a TU-GET Volume 1 book (2013), a TU-GET Volume 2 book (2015), a TOEIC book by Collins (2013), and another TOEIC book from Lougheed (2012). One point was allocated to one item. The items covered all phrases and clauses which were targeted in this study. In order to be establish the content validity of the test, three EFL experts were asked to examine the test, and the Item-Objective Congruence (IOC) was calculated. Then the contents of the test were adjusted according to the experts' advice. The pre-test was given to students of both groups in the first week of the course.

2) *The quiz* of 10 points was given to students of both groups without the students being informed in advance that there was going to be a quiz. The quiz was given right after students studied all phrases and clauses targeted in this study to check whether students could differentiate between types of clauses and phrases. A passage which was taken from a news website was given to students. Five phrases and five clauses in the passage were underlined and students had to identify them. The scores of the quiz of both groups could support the main result of the study. The quiz was not a part of the course assessment. It was only one of the research instruments.

3) *The post-test*, which had the same content as the pre-test, was given to both groups of students after they finished studying all target phrases and clauses, one week after the quiz. Students were not informed in advance that they were going to have a test. The result of the post-test was compared with the result in the pre-test to check to what extent the implementation of CR tasks had an impact on the students. The post-test aimed at assessing the students' knowledge of phrases and clauses—gerunds phrases, present participial phrases, adjective clauses, and noun clauses—used in sentences after learning them. The pre-test and post-test were not a part of the course assessment and were only one of the research instruments. SPSS Version 26.0. Paired t-test was used to compare the means of both pre-test and post-test scores of both groups to determine any difference between the two groups. The Sig. (2-tailed) p-value in the output was used in this study to determine significance at the benchmark level of 0.05. If it is less than 0.05, it indicates that the two groups of students are significantly different. However, if the Sig. (2-tailed) p-value is more than 0.05, it indicates that there is no difference between the two groups of students.

4) *The survey questionnaire* was used to gain data from students in both groups after the treatment—i.e., after the post-test—to find out the degree of three primary concepts: Attitude towards learning phrases and clauses, Motivation intensity, and Impressions about the phrases and clauses class. The questionnaire used in this study was adapted from the Attitude/Motivation Test Battery (AMTB) developed by Gardner (1985a). The questionnaire was composed of two sections. The first section of the

questionnaire was a Likert-type scale. The statements concerned overall attitudes, motivation, and impression about learning phrases and clauses in the GTM and CR classes. The second section of the questionnaire asked students to write their overall opinions towards learning phrases and clauses. In this part, students were able to write the answer in Thai if they wanted to. Before students completed the questionnaire, which was written in English, the researcher explained the statements carefully in Thai to guarantee that the students understood the statements clearly.

4. Findings

4.1 Students' performances from pre-test and post-test

The pre-test consisting of 20 items with multiple choices, 20 points in total, was given to students of both groups before the treatment to analyze the students' performance on sentence comprehension and to find out the homogeneity of both groups.

Table 1

Descriptive statistics of pre-test

GROUP	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Control	45	10.91	3.423	0.510
Experimental	45	10.13	3.375	0.503

Table 2

Independent Samples Test of the Pre-test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Equal variances assumed	.005	.944	1.085	88	.281	.778	.717
Equal variances not assumed			1.085	87.982	.281	.778	.717

From Table 1, the result of the pre-test between both groups showed that the experimental group had lower mean scores ($M = 10.13$, $SD = 3.375$) than the control group ($M = 10.91$, $SD = 3.423$). The result of the pre-test was also used to find out whether the two groups were homogenous, as shown in Table 2.

The results from Table 2 showed that the significance (2-tailed) is .281 which means that it is more than the significance level of 0.05. Therefore, the two groups were not significantly different before they were given the treatment. They were homogenous.

After the treatment, in order to answer research question one, which investigated to what extent implementing consciousness-raising tasks in teaching and learning phrases and clauses has an impact on students' performance on sentence comprehension, students in both groups were given the post-test. The results of the post-test are shown below in Tables 3 and 4.

Table 3

Descriptive statistics of post-test

GROUP	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Control	45	13.69	2.494	0.372
Experimental	45	14.82	2.516	0.372

Table 4

Comparing means of post-test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Equal variances assumed	0.036	.849	-2.146	88	.035	-1.133	.528
Equal variances not assumed			-2.146	87.99	.035	-1.133	.528

From Table 3, the result of the post-test between both groups showed that the experimental group had higher mean scores ($M = 14.82$, $SD = 2.516$) than those of the control group ($M = 13.69$, $SD = 2.494$). When compared with the mean scores of the pre-test from Table 1, it can be clearly seen that implementing consciousness-raising tasks in teaching and learning phrases and clauses has an impact on students' performance on sentence comprehension.

The results from Table 4 showed that the significance (2-tailed) is 0.035 which means that it is lower than the significance level of 0.05. Therefore, the two groups were significantly different after they were given the treatment. It could be said that the students who were taught with consciousness-raising tasks had better achievement in learning phrases and clauses.

To support the main result of the study, the mean scores of the quiz which was given to students in both groups after the treatment were shown in Table 5.

Table 5

Descriptive statistics of the quiz

GROUP	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Control	45	8.51	1.141	0.170
Experimental	45	9.09	1.505	0.224

Table 6

Comparing means of quiz

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Equal variances assumed	1.208	.275	-2.053	88	.043	-.578	.281
Equal variances not assumed			-2.053	82.010	.043	-.578	.281

The results from Table 5 showed that the mean scores of the quiz of the experimental group ($M = 9.09$, $SD = 1.505$) were higher than the mean scores of the control group ($M = 8.51$, $SD = 1.141$). From this, students who were taught with consciousness-raising tasks did better on the quiz. Also, to find out whether there is a significant difference between the two groups regarding their performance, the data, as shown in Table 6, were analyzed.

The results from Table 6 shows that the significance (2-tailed) is 0.043 which means that it is lower than the significance level of 0.05. Therefore, the phrases and clauses performance from the quiz of the two groups was significantly different.

4.2 Students' attitudes towards CR tasks in learning phrases and clauses, motivational intensity, and impressions about phrases and clauses class

In order to answer research questions two and three, a two-part questionnaire was given to students. The first part of the questionnaire included statements concerning three primary concepts: Attitude towards learning phrases and clauses, Motivational intensity in terms of affective reactions towards learning phrases and clauses and work done for classroom assignments, and Impressions about the phrases and clauses class. They were asked to state the extent to which they agreed or disagreed. The results are shown in Tables 7, 8, and 9, respectively.

Table 7

Attitudes towards learning phrases and clauses

Statement	Mean	SD
1. I really enjoy learning phrases and clauses.		
GTM	3.24	1.111
CR	3.69	1.164
2. I love learning phrases and clauses.		
GTM	3.22	1.085
CR	3.62	1.134
3. Phrases and clauses are an important part of grammar.		
GTM	4.02	0.812
CR	4.04	0.952
4. Learning phrases and clauses is not a waste of time.		
GTM	4.00	0.929
CR	4.16	0.852
5. I like spending my time on phrases and clauses rather than other grammar points.		
GTM	3.78	0.974
CR	3.84	1.086

Table 7 clearly shows that, overall, most students from the GTM and CR classes agreed with all statements which could express positive attitude towards learning phrases and clauses. However, when the mean scores of each statement of GTM and CR classes were compared, the mean scores in the GTM class were obviously lower than the mean scores of the CR class.

Table 8

Motivational Intensity

Statement	Mean	SD
1. I am motivated to come to this class.		
GTM	3.58	1.076
CR	3.89	1.071
2. I don't feel bored or tired in class.		
GTM	3.53	1.057
CR	3.60	1.214
3. While in class, I can concentrate well.		
GTM	3.67	1.206
CR	3.87	1.014
4. Doing exercises is useful for me.		
GTM	4.00	0.977
CR	4.04	1.065
5. For tasks or exercises assigned by the teacher, I work very hard and carefully.		
GTM	3.80	0.968
CR	3.73	0.986

According to Table 8, when the mean scores of each statement of the GTM and CR classes were compared, the mean scores in the GTM class in Statements #1, #2, #3, and #4 were lower than the mean scores of the CR class. However, students in the GTM agreed more that they worked very hard and carefully for tasks or exercises assigned by the teacher, as shown in Statement #5 that the mean score was higher in the GTM class than the mean score in the CR class.

Table 9

Impressions about phrases and clauses class

Statement	Mean	SD
1. This class is absorbing.		
GTM	3.64	1.004
CR	3.96	0.878
2. The activities in this class are enjoyable.		
GTM	3.60	1.053
CR	3.87	1.076
3. This class helps me understand complex sentences.		
GTM	4.02	0.839
CR	3.78	0.951
4. This class helps me read English better.		
GTM	3.87	0.919
CR	3.82	0.960
5. This class is my favorite class this semester.		
GTM	3.40	1.176
CR	3.60	1.195

Table 9 shows that students from both classes had a good impression about the phrases and clauses class. However, when comparing the mean scores of both classes, students in the CR class agreed more that this class was absorbing and the activities in this class were enjoyable, as shown in Statements #1 and #2, respectively. However, students in the GTM class agreed more with Statement #3 stating that this class helped them understand complex sentences and with Statement #4 that this class helped them read English better. Students in the CR class agreed more with Statement #5 that this class was their favorite class this semester. In addition, students were free to express their overall opinions about learning phrases and clauses. Table 10 shows some examples of their opinions.

Table 10

Examples of students' overall opinions about learning phrases and clauses

<p>Positive opinions from students in GTM class</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Phrases and clauses are very difficult, but they are very useful. 2. Understanding phrases and clauses makes me read English better. 3. I like this class. I don't feel too much pressure when studying. 4. I like it when I don't have to present anything in front of the classroom. So, this class is my favorite.
<p>Negative opinions from students in GTM class</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The teacher sometimes speaks too fast. I can't catch up anything. 2. I am always bored in the class as the lesson is too difficult. 3. I am sleepy in class sometimes. 4. There are too many exercises. I am sometimes lazy to finish all of them.
<p>Positive opinions from students in CR class</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Unlike previous grammar lessons, the tasks generally make me understand better about phrases and clauses without memorizing too many rules. 2. I feel alert throughout the class. I would have napped a little if I had to listen to the teacher explaining the rules like before all the time. 3. It is a lot easier to understand when discussing with my friends than listening to the teacher all the time. 4. Studying grammar is fun. It had been boring for me before.
<p>Negative opinions from students in CR class</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. I don't like working in pairs and groups. I feel embarrassed if I don't have any opinions. 2. Working in pairs and groups in the classroom in which I don't know anyone personally makes me feel depressed. 3. I am not a talkative person, so I would rather listen to the teacher more than discuss with friends. 4. It is ok if I work in group with my close friends, but I feel scared to work with someone whom I don't know.

5. Discussion

5.1 The effectiveness of consciousness-raising tasks

Regarding the first research question, although the findings showed that students of both the control and experimental groups could do better in the post-test after they were given the treatment as shown in Table 1 and Table 3, learning through the CR tasks was more effective than through the GTM. Students' test scores of both groups were significantly different, as shown in Table 4. The result suggested that CR tasks have the potential to help students improve their knowledge of phrases and clauses without overwhelming them with grammar rules and worksheets. There are some possible factors contributing to this result.

First of all, the CR tasks encouraged students to notice and compare the input, which was example sentences in this study. According to Ellis (2002), the process of noticing and comparing in the tasks contributed to the acquisition of implicit knowledge. Bankier (2009) also mentioned the same thing that when students observed example sentences and concluded the grammar rules by themselves, they could build their own implicit knowledge from making assumptions and seeing examples of forms. Then students could also build their own explicit knowledge from forming rules from the patterns by themselves. This supports the idea of Willis and Willis (1996) who pointed out that the outcome of CR tasks could be increased awareness of language. It was also consistent with what Ellis had observed. That is, what students found out for themselves while solving a grammar problem was better remembered than what they were simply told (Ellis, 2003, as cited in Yarahmadzahi, Ghalaee & Sani, 2015).

In addition, the target phrases and clauses in the example sentences in each task were easily noticed. This is in accordance with what Schmidt (1993) mentioned. He mentioned that consciousness of target language forms as input to the level of noticing is a necessary condition for L2 development.

Another possible factor might be the tasks which had a lot of sentences as examples. All these sentences were taken from online news, articles, or entertainment columns, so they could be fun, motivating, topical, and relate closely to students' interest. This is in accord with what Berardor (2006) said that the Internet was most useful as it was continuously updated and likely to contain topics of interest. Moreover, the grammar points in the sentences were highlighted or underlined, so these examples sentences were noticeable and helpful to the students, and they could facilitate their observation, as stated by Crivos and Luchini (2012).

Last but not least, since CR tasks encouraged cooperative learning, students were active in the class while they were learning a grammar point with their classmates. They did not have to listen to the teacher and memorize excessive grammar rules. Thus, students working without teacher interference might well make students feel more relaxed, which Bankier (2009) identified as one of the factors why CR tasks

were useful in learning grammar. In addition, Davis (1993) pointed out that the benefit of group discussion in learning achievement, which was done in step three in this study, is that students learn best when they are actively involved in the process. Also, students working in small groups tend to learn more of what is taught and retain it longer than when the same content is presented in other instructional formats.

5.2 Students' attitudes towards learning phrases and clauses through the CR and GTM methods, motivational intensity, and overall impression of this class

Regarding the second and third research questions which concern attitudes, motivation and impressions, as seen in Table 7, Table 8, and Table 9, respectively, most students from both classes have positive attitude towards learning phrases and clauses, high motivational intensity in terms of affective reactions and work done for classroom assignments, and good impressions about the phrases and clauses class. However, when comparing GTM and CR classes, it is evident that, overall, students in the CR class have a more positive attitude, higher motivation, and better impressions when compared with students in the GTM class. The main factor could be the prominent characteristic of CR tasks which is encouraging students to work collaboratively by doing various tasks with their peers in order to find grammar rules by themselves. This could prove that this method of teaching has the potential to create a positive attitude of, increase motivation of, and create a good impression on students. First of all, it can be considered that CR tasks were fun and absorbing as students did not have to listen to the teacher explaining too many rules. Students mentioned, as shown in Table 10, that they felt alert throughout the class. They would have napped a little if they had to listen to the teacher explaining the rules like before all the time. They even pointed out that studying grammar was fun. It had been boring before. This could foster a positive attitude and could motivate students to come to class to learn grammar—phrases and clauses in this study—which had always been considered dull and boring by many students, as said by one student. This is in accordance with what Wichadee and Pattanapichet (2018) said, “When students' motivation to learn increases, they are more likely to come to class”. This concept is supported by Dörnyei and Ushioda (2011, as cited in Wichadee & Pattanapichet, 2018), who found that motivation is closely related to participation.

Moreover, since the CR tasks encouraged students to work collaboratively, this could be one factor that enhanced students' motivation. Some significant researches have proven that by working collaboratively in small groups, students can increase motivation and improve their attitudes toward learning. Priyantini (2014) noted it is proved that students' attitudes towards language learning can be changed to become positive if teachers apply cooperative learning in class, and therefore, positive attitudes can affect and increase students' motivation. According to Tran (2019), cooperative learning reinforces students' motivation by offering more freedom which is a great motivator for their learning achievement. Moreover, it can enhance students' positive attitude for better learning outcome and knowledge comprehension. This seems to be in line with what the students mentioned, as shown in Table 10, that they liked discussing the lessons with their classmates. They could understand them more easily. They

pointed out that lessons were a lot easier to understand when discussing with their friends than listening to the teacher all the time.

Despite the fact that, in this study, CR tasks were effective and beneficial, there were also negative comments which should not be ignored. To begin with, some students in the CR class felt uncomfortable to work in groups. They mentioned that they felt embarrassed if they did not have any opinions. They also felt scared and were not confident enough to work with someone whom they did not know. Furthermore, some students preferred working alone or would rather listen to the teacher more than discuss with friends. These can be from the fact that there may be different types of students in a classroom. Students' personalities and their learning styles are also different. And every student's needs should be taken into account, too. Therefore, the way to solve this problem might be that the teacher can combine both GTM and CR tasks, in varying degrees, in the classroom to handle this situation so that certain students would not feel demotivated in learning.

6. Limitations of the study

1) The limitation in this study was that students in the control and experimental group were mixed in terms of their English grammar ability, and there were only a small number of students in each group (45).

2) The results may not be indicative of a wider range of students. Therefore, the study results might not be generalized to all Thai EFL students studying grammar at the tertiary level. However, the results might be beneficial to English grammar teachers to prepare their lessons.

7. Conclusion and recommendations

This study attempts to investigate the effectiveness of consciousness-raising (CR) tasks in teaching phrases and clauses. The findings revealed that students in both the control group (studying through GTM) and the experimental group (studying through CR tasks) showed improvement on phrases and clauses performance; however, students in the experimental group improved to significant levels. Therefore, CR tasks can be a useful pedagogical practice which helps students understand phrases and clauses which are components of long complicated sentences.

Moreover, this method can create positive attitudes in learning phrases and clauses, high motivational intensity in terms of affective reactions and work done for classroom assignments, and good impressions about a phrases and clauses class. Thus, it would be worthwhile for the teachers to apply this method to teach grammar which is always considered boring in the eyes of most students.

One of the reasons that many students always find grammar boring might be that listening only to a teacher explain grammar and being forced to memorize a long list of rules may be tiresome to students. The result of this study suggests that CR tasks may be efficient and, thus, can be implemented in various grammar lessons when teachers are looking for some alternative methods because from CR tasks, students can learn by themselves with the teacher being only a confirmer or facilitator, become aware of how grammatical features work, and be active in the classroom. Moreover, if the teacher has a well-planned lesson, students will get many benefits from these tasks. However, since students' learning styles vary, as it can be seen from the finding of this study that some students were not comfortable with CR tasks, it is likely that using only one method of teaching for the whole course might not be suitable for some classes. Therefore, the teacher should also investigate to what degree of effectiveness students can respond to the tasks given to them and try to combine different methods for teaching grammar.

8. Recommendation for further study

1) This study investigated the effectiveness of CR tasks in teaching adjective clauses, present participial phrases, gerund phrases, and noun clauses. It is recommended that, in further studies, CR tasks should be implemented in teaching other types of English phrases and clauses such as noun phrase, appositive phrase, past participial phrase, or adverb clause.

2) Only the three techniques - *Reconstruction*, *Classification*, and *Identification* - were adopted in this study. It is suggested that, in further studies, other techniques of CR which are *hypothesis building/checking*, *cross language exploration*, *reference training* should be adopted as well.

References

- Adulavidhaya, P. (2009). *Applied English structure* (3rd ed.). Bangkok: Kasetsart University Press.
- Al-Momani, M. (2019). A Study on the function of the English participial phrases. *US-China Foreign Language*, 17(2), 1-6.
- Azar, B. Z. (2002). *Understand and using English grammar* (3rd ed.). New York: Pearson Education.
- Bankier, J. (2009). *Consciousness-raising activities: What they are and why you should be using them for all levels*. Retrieved August 7, 2020, from <http://eslarticle.com/pub/lesson-planning/3301-consciousness-raising-activities-what-they-are-and-why-you-should-be.html>.
- Berardo, S. A. (2006). The use of authentic materials in the teaching of reading. *The Reading Matrix*, 6(2), 60-66.
- Celce-Murcia, M. (Ed.) (2001). *Teaching English as a second or foreign Language* (3rd ed.). Boston: USA.

- Chalauisaeng, B. (2015). An Analysis of Problems and Behaviors in Identifying Complicated Sentences in order to Enhance Medical Residents' Reading Comprehension of English Journal Articles. *Journal of Language, Religion and Culture*, 4(2), 192-217.
- Crivos, M. B. & Luchini, P. L. (2012). A pedagogical proposal for teaching grammar using consciousness-raising tasks. *MJAL*, 4(3), 141-153.
- Collins. (2013). *Practice Tests for the TOEIC® Test*. London: Harper Collins Publishers Limited.
- Davis, B. G. (1993). *Tools for teaching*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.
- Ellis, R. (2002). Grammar Teaching-Practice or Consciousness-Raising?. In J. Richards & W. Renandya (Eds.), *Methodology in Language Teaching: An Anthology of Current Practice* (pp. 167-174). Cambridge: Cambridge University Press.
- Fatemipour, H. & Hemmati, S. (2015). Impact of consciousness-raising activities on young English language learners' grammar performance. *English Language Teaching*, 8(9), 1-10.
- Gardner, R. C. (1985a). *The Attitude/Motivation Test Battery: Technical Report (1985)*. Retrieved November 1, 2019, from <https://publish.uwo.ca/~gardner/docs/AMTBmanual.pdf>.
- Gardner, R. C. (1985b). *Social Psychology and Second Language Learning-The Roles of Attitudes and Motivation*. London: Edward Arnold. Retrieved November 1, 2019, from <https://publish.uwo.ca/~gardner/docs/SECONDLANGUAGE1985book.pdf>.
- Gardner, R. C. (2004). *Attitude/Motivation Test Battery: International AMTB Research Project*. Retrieved December 5, 2019, from <https://publish.uwo.ca/~gardner/docs/englishamtb.pdf>.
- Ghazvinia, S. D. & Khajehpourea, M. (2011). Attitudes and motivation in learning English as second language in high school students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 1209-1213.
- Idek, S., Fong, L. L., Sidhu, G. K., & Hoon, T. S. (2014). The use of consciousness-raising tasks in promoting the correct use of the verb "be" among students in vocational colleges. *Theory and Practice in Language Studies*, 4(9), 1792-1803.
- Iskandar, J., & Heriyawati, D. F. (2015). Grammar consciousness-raising activities and their impact on students' grammatical competence. *Journal of English Education and Linguistics Studies (JEELS)*, 2(1), 62-77.
- Khan, A. B., & Mansoor, H.S. (2016). The effectiveness of grammar translation method in teaching and learning of English language at intermediate level. *International Journal of Institutional & Industrial Research*, 1(1), 22-25.
- Larsen-Freeman, D., & Anderson, M. (2011). *Techniques & principles in language teaching* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press
- Liu, D. (2014). *Describing and explaining grammar and vocabulary in ELT: Key Theories and Effective Practices*. Oxon: Routledge.
- Lougheed, L. (2012). *Longman preparation series for the TOEIC® test* (5th ed.). Pearson: New York.
- Panarook, P. (2019). *Fundamental English Structure*. Bangkok: Kasetsart University Press.
- Prayoga, I. G. P. A., & Suryasa, W. (2020). Investigating ESL students' attitude and motivation toward English learning: The case of national schools in Bali. *Pal Arch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 17(7), 13090-13097.
- Priyantini, T. (2014). Students' attitudes towards cooperative learning in enhancing their motivation to speak. *The 61 TEFLIN International Conference, UNS Solo 2014*, 846-849.

- Richards, J. C., & Schmidt, R. (2002). *Longman: Dictionary of language teaching and applied linguistics*. London: Pearson Education Limited.
- Rutherford, W., & Sharwood-Smith, M. (1985). Consciousness raising and universal grammar. *Applied Linguistics*, 6(3), 274-282.
- Sayadian, S., & Lashkarian, A. (2010). Investigating attitude and motivation of Iranian University learners toward English as a foreign language. *Contemporary Issues in Education Research*, 3(1), 137-147.
- Schmidt, R. W. (1990). The role of consciousness in second language learning. *Applied linguistics*, 11(2), 129-158.
- Schmidt, R. (1993). Awareness and second language acquisition. *Annual review of Applied Linguistics*, 13, 206-226.
- Sojisirikul, P., & Vasuvat, S. (2014). Analysis of sentence structures through translation for a reading task. *Journal of Studies in the English Language*, 9. Retrieved January 5, 2020, from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsel/article/view/25408>
- Suryasa, W., Prayoga, I. G. P. A., & Werdistira, W. A., (2017). An analysis of students' motivation toward English learning as second language among students in Pritchard English Academy (PEACE). *International Journal of Social Sciences and Humanities (IJSSH)*, 1(2), 43-50.
- Svalberg, A. (2007). Language awareness and language learning. *Language Teaching*, 40, 287-308.
- Tambunsaribu, G. (2019). An analysis of noun clause. Retrieved March 12, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/332874154_An_Analysis_of_Noun_Clause
- Tassev, V. V. (2018). A review of the contribution to second language acquisition: a case-study of the grammar translation method and the audiolingual method. *Phranakhon Rajabhat Research Journal (Humanities and Social Sciences)*, 14(2), 425-433.
- Thep-Ackrapong, T. (2005). Teaching English in Thailand: An uphill battle. *SWU eJournals System*, 27(1), 51-62.
- Thornbury, S. (1999). *How to teach grammar*. Essex: Pearson Education Limited.
- Tran, V. D. (2019). Does cooperative learning increase students' motivation in learning?. *International Journal of Higher Education*, 8(5), 12-20.
- TU-GET Volume 1. (2013). Bangkok: Thammasat University Press.
- TU-GET Volume 2. (2015). Bangkok: Thammasat University Press.
- Wichadee, S., & Pattanapichet, F. (2018). Enhancement of performance and motivation through application of digital games in an English language class. *Teaching English with Technology*, 18(1), 77-92.
- Willis, D., & Willis, J. (1996). *Consciousness-raising activities*. Retrieved September 9, 2019, from <http://www.willis-elt.co.uk/articles/>.
- Wimolmas, R. (2013). *A survey study of motivation in English language learning of first year undergraduate students at Sirindhorn International Institute of Technology (SIIT), Thammasat University*. Retrieved August 1, 2021, from <http://www.litu.tu.ac.th/journal/FLLTCP/Proceeding/904.pdf>.
- Yarahmadzahi, N., Ghalaee, A. E., & Sani, S. F. K. (2015). The effect of teaching grammar through consciousness raising tasks on high school English learners' grammatical proficiency. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 401-413.
- Zulyanputri, A. K., & Mahdi, S. (2020). Syntactic function of that-clause as noun clause in stories for rainy days novel. *Journal of English Pedagogy and Applied Linguistics*, 1(1), 27-37.

Intercultural Communicative Competence of Thai Crew Members for International Cruise Lines*

Received: 29 May 2021

Revised: 16 September 2021

Accepted: 7 October 2021

Chariti Khuanmuang**

Since cruise tourism is a global business, cruise crew members need to possess strong English proficiency and intercultural communicative competence. However, studies on Thai cruise crew members and their intercultural communication are underexplored. This study investigated Thai cruise crew members' intercultural communication backgrounds and their intercultural communicative competence. The data was collected from an online survey conducted between November 2020 and March 2021 from 433 Thai cruise crew members. It was found that they learned about intercultural communication at work or through their private life. They were equipped with a high level of overall intercultural communicative competence, with the strongest attributes in skill, attitude, action, and knowledge and understanding in descending order. This study suggests implications for educational institutions nationwide to prepare their graduates to be effective communicators by incorporating intercultural communication in their mandatory English language courses. Additionally, this study serves as a guideline for the Thai government and private sectors to develop intercultural communicative competence of current and future Thai cruise crew members.

Research Article

Abstract

Keywords

intercultural communicative
competence;
cruise crew members;
cruise tourism

* This research was supported by the Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University.

** Instructor, Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: charitibee@gmail.com



ทักษะความสามารถด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ของลูกเรือชาวไทยประจำเรือสำราญระหว่างประเทศ*

Received: 29 May 2021

Revised: 16 September 2021

Accepted: 7 October 2021

ชา리티 ชวีญเมือง**

การท่องเที่ยวเรือสำราญถือเป็นธุรกิจระดับนานาชาติ ภาษาอังกฤษ และทักษะความสามารถด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับลูกเรือ ในปัจจุบันยังไม่มีงานศึกษาวิจัยของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของลูกเรือสำราญ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาที่มาของการเรียนรู้และระดับทักษะความสามารถด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2563 ถึงเดือนมีนาคม 2564 จากกลุ่มตัวอย่างลูกเรือชาวไทยจำนวน 433 คน ผลการศึกษาพบว่าลูกเรือสำราญชาวไทยเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจากการทำงานและจากการใช้ชีวิตประจำวัน อีกทั้งลูกเรือสำราญชาวไทยยังมีทักษะความสามารถด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในระดับสูง เมื่อพิจารณาปัจจัยประกอบแต่ละด้านพบว่า ด้านทักษะมีคะแนนสูงที่สุด รองลงมาคือด้านทัศนคติ ด้านการนำไปปฏิบัติ และด้านความรู้ความเข้าใจ ตามลำดับ ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้แก่สถานศึกษาในประเทศไทย โดยการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษภาคบังคับ อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการจัดอบรมเพื่อส่งเสริมทักษะความสามารถด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของลูกเรือสำราญชาวไทยในปัจจุบันและอนาคต

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

ทักษะความสามารถด้าน
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม;
ลูกเรือสำราญ;
การท่องเที่ยวเรือสำราญ

* บทความวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากภาควิชาภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษรศาสตร์

** อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: charitibee@gmail.com

1. Introduction

Effective communication is essential in the globalized era of technological and cultural diversities where people of different backgrounds are interconnected. Since language is a part of culture, they are inseparable (Byram, 1997). Not only are people required to master the macro skills in another language, but they also need to understand the non-language traits, notably those concerning cultures when they communicate interculturally. By doing so, language users can overcome language and cultural barriers when they communicate in multicultural surroundings (Agar, 2006). As English is a global language, it is used as a medium to communicate across borders in myriad businesses including hospitality. It has become a requirement for people in the tourism industry to be proficient in English (Crystal, 2003). When language abilities with intercultural communication are combined, people are able to understand one another with empathy and avoid unnecessary conflicts due to cultural miscommunication (Deardorff, 2009).

As cruise tourism is one of the fastest growing businesses in the tourism industry in the 21st century, the number of cruise passengers worldwide was predicted to reach 32 million in 2020 and beyond (Sun et al., 2011). Consequently, the number of cruise ships has increased to serve the growing demand. The number of job opportunities therefore has increased globally to facilitate the escalating number of cruise passengers. Although the growth in the cruise industry was suspended in 2020 and early 2021 because of the COVID-19 pandemic, the cruise industry is expected to resume its business in the fourth quarter of 2021 and regain its prosperity in 2022 and beyond by implementing strict safety procedures to elevate onboard hygiene (CLIA, 2020). Due to the promising growth in cruise tourism, the Thai government has announced its 12th National Economic and Social Development Plan (2017-2021) to foster cruise businesses by improving not only infrastructure and human resources at the three ports of call in Thailand, but also Thai workforce on international cruise ships (Thangthong & Khuanmuang, 2020).

In order to become cruise crew members, non-native English speakers - including Thai nationals - need to pass the Marlins Test, which is an internationally standardized English test for offshore workers. The test focuses on measuring the level of general conversational English needed for cruise ship staff members (Thangthong, 2011). However, since effective communication can be achieved by having both strong English proficiency and intercultural communication skills, many business owners prefer hiring workers who possess both qualities to provide services to international customers (Nomnian, 2014). Furthermore, it is essential for workers in the tourism industry, including cruise crew members, to be able to communicate in English while being aware of cultural differences so as to interact with passengers and colleagues and perform their duties effectively in a multicultural and multilingual atmosphere (Grobella, 2015). Moreover, their interaction with passengers can determine the attainment of memorable experiences during the passengers' trip (Kim et al., 2012). As a result, workers in the

tourism industry need to be equipped with effective English language proficiency and strong intercultural communicative competence (Thurlow & Jarwoski, 2010).

During the recent past decades, intercultural communication has gained popularity among scholars in the fields of applied linguistics, English communication, and hospitality (Deardorff, 2006; Gibson & Zhong, 2005). However, most scholars placed an emphasis on intercultural communication pedagogy including curriculum development and student and teacher education (Hsu et al., 2017). To name a few, King and Bailey (2021) studied intercultural communication of international students in higher education in the U.S., Mikkonen et al. (2020) investigated teachers' intercultural communicative competence experiences whilst mentoring nursing students in Finland, and Ou and Gu (2020) explored how international and Chinese students used their intercultural communication to communicate. Since these studies were heavily education-focused, current intercultural communication studies in professional contexts are considered insufficient (Inkaew, 2016).

In Thailand, although there is a larger number of intercultural communication studies today compared to those in past decades, many of them also focused on intercultural communication in pedagogical settings, notably Phongsirikul and Thongrin (2019) who explored students' attitudes toward their intercultural learning experience in English classes, Wattanavorakijkul (2020) who measured intercultural sensitivity of Thai university students participating in work and travel programs in the U.S., and Nomnian and Jhaiyanuntana (2020) who investigated intercultural communication challenges and strategies of Thai undergraduate hotel interns. However, when it comes to intercultural communication in workplaces, there has been merely a limited number of studies in Thailand. Inkaew (2016) analyzed the level of intercultural communicative competence among hotel front office staff members in Thailand. Anantamongkolkul et al. (2019) investigated how local Thais used their intercultural competence to accommodate the needs of long-stay foreign tourists. Semchuchot et al. (2021) studied intercultural sensitivity of Thai flight attendants when conversing with Muslim passengers. Thus, studies on intercultural communication in professional contexts are underexplored.

The literature review of studies in Thailand showed merely a limited number of research on cruise crew members. Many of them highlighted cruise passengers' behaviors and ports of call development (Thangthong, 2011; 2016; 2017; Cheewatragoongit et al., 2018; Esichaikul et al., 2019; Thangthong et al., 2019; Thangthong & Khuanmuang, 2020). However, none of them investigated cruise crew members' intercultural communicative competence. Since cruise crew members are considered the front line of a company, they have direct contact with cruise passengers from various cultural backgrounds. Therefore, their intercultural communicative competence is worth investigating.

The objectives of this study were (1) to investigate the background of Thai cruise crew members' intercultural communicative competence, and (2) to examine the level of intercultural communicative competence of Thai cruise crew members. This study contributes implications for current and future cruise crew members from Thailand to reflect and prepare themselves for a culturally diverse working

environment. Furthermore, the results of this study may serve as a guideline for cruise line recruitment agencies, educators, and stakeholders in Thailand in designing effective training courses.

2. Literature review

Globalization has caused intercultural flows where people of diverse backgrounds interact and exchange their thoughts and experiences across borders (Appadurai, 1996). Such a phenomenon has triggered workers in a myriad of businesses, notably those in the tourism industry, to be equipped with strong English language proficiency and solid intercultural communicative competence. Since crew cruise members are required to stay on board a cruise ship throughout their 6-10-month contract, they must interact with both passengers and colleagues from diverse cultural backgrounds both in their professional and private lives (Thangthong, 2011; 2016; 2017). As a result, many scholars in the fields of education and tourism suggested that educational and professional institutions should prepare their graduates and employees to be equipped with strong intercultural communication skills which are necessary when they communicate in English or in a foreign language with people from multiple cultural backgrounds (Thurlow & Jarwoski, 2010).

2.1 Intercultural communicative competence assessments

Although several intercultural competence models have been widely used in the domain of intercultural communication studies, the author found that the following six models are deemed relevant for this study.

The first model is Intercultural Sensitivity Model (Bennett, 1993) which highlights how people develop their intercultural communicative competence through their attitudes, skills, and knowledge as they progress through their ethnocentric and ethnorelative stages. The second model is Intercultural Competence Model (Byram, 1997) which includes the level of intercultural competence of six domains - attitudes, knowledge, discovery skills, linguistics, sociolinguistics, and discourse. The third one is Intercultural Maturity Model (King & Baxter Magolda, 2005) which underlines the integration of three dimensions of development - cognitive, intrapersonal, and interpersonal. The fourth one is the Pyramid Model of Intercultural Competence (Deardorff, 2009) which represents three components - motivation, cognition, and desired internal outcome. The fifth model is the Autobiography of Intercultural Encounters (Council of Europe, 2009). This model emphasizes adult interaction and intercultural communication of knowledge and skills, behaviors, attitudes and feelings, and actions. The last one is Intercultural Component Model (Barrett et al., 2013) and focuses on self-development of intercultural communicative

competence through education and encompasses four areas - attitudes, knowledge and understanding, skills, and actions.

After considering the different components of each model, the author chose Intercultural Components (Barrett et al., 2013) as the suitable model for this study based on the fact that it is the only model to deal with action as well as knowledge and understanding. These two components are essential for professional workers, especially those directly coping with international customers. Additionally, this model is also composed of attitudes and skills. These two components are vital since attitude is a foundation of the other three components. When people possess a high level of intercultural appropriate attitudes, they tend to excel in the other three components. Furthermore, once people are intercultural skillful, they appear to be able to utilize their knowledge efficiently and act appropriately. As cruise crew members regularly communicate with passengers and colleagues of diverse cultures, their actions caused by their attitudes, knowledge and understanding, and skills are important in order to perform their duties and live with other coworkers harmoniously and empathically (Byram, 2008).

2.2 Intercultural component model

Developed by Barrett et al. (2013), Intercultural Component Model serves as a guideline to promote intercultural communication amongst people who need to communicate in multicultural settings. This model is comprised of four intercultural competence domains - attitude, knowledge and understanding, skill, and action. Importantly, Barrett et al. (2013) further suggested that the most important component may be action. This is because the other three components would not become fruitful if people do not act. In other words, many people tend to possess attitude, knowledge and understanding, and skill as intercultural communicators. However, they may hesitate to act and perform intercultural. Therefore, all four components need to be deployed and put into practice via actions whenever people encounter intercultural situations (Barrett et al., 2013). The importance of action has also been confirmed by the Council of Europe (2009) who included action as a crucial component to achieve a strong degree of intercultural communication competence. The research framework for this study is illustrated in Figure 1.

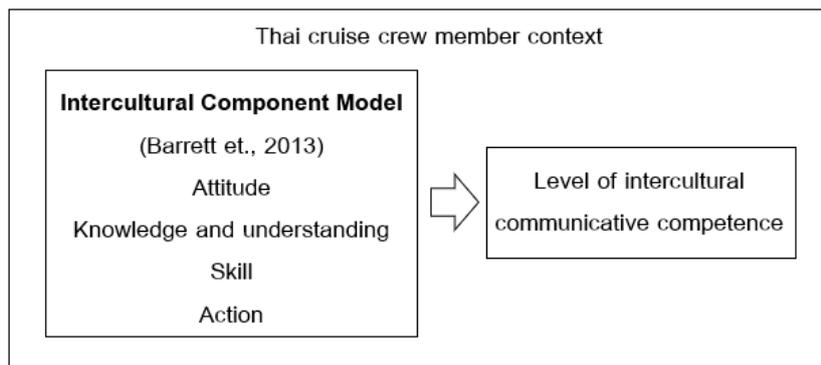


Figure 1. Research framework of the study

2.2.1 Attitude

The first domain is attitude. People with strong intercultural attitude glorify diversity of cultures, viewpoints, and social practices. They respect those with different cultural attributes. Besides, not only are they broad minded and willing to learn about new cultures, but they are also enthusiastic to learn about unfamiliar cultures both by themselves and from people of different backgrounds. Additionally, people with strong intercultural attitude interact with those of different cultures with empathy. They normalize differences in cultures and admire the multiplicity of cultures. Furthermore, they are calm and patient when encountering ambiguous or surprising social practices they are unaware of or unfamiliar with. They are also eager to find opportunities to participate in activities and practices with people from different viewpoints or cultural orientations (Barrett et al., 2013). The importance of attitude is also confirmed by Bennett (1993) who viewed attitude as a fundamental element to develop intercultural communication. Furthermore, Byram (1997) included attitude as the first component to identify the degree of acquiring intercultural competence.

When using the objective-based approach (Byram, 1997), the five objectives to measure the level of attitude are to assess Thai cruise crew members' attitude (1) in glorifying diversity of cultures, viewpoints, and social practices; (2) in respecting those with different cultural attributes; (3) towards broad-mindedness, curiosity, and willingness to learn about new cultures; (4) in tolerating practices which seem ambiguous and inconsistent in different cultures; and (5) in finding opportunities to participate in activities and practices with people from different cultures.

2.2.2 Knowledge and understanding

The second domain is knowledge and understanding. People with strong knowledge and understanding of other cultures attempt to understand the authenticity of different cultures. They also understand and are aware of various ways people may perceive their own or other cultures (Barrett et al., 2013). Despite knowing and understanding that other people may prejudice, stereotype, and discriminate, they do not do so. However, they forgive and do not judge or stereotype others in return

(Byram, 1997). In addition, they understand that the way they express their ideas with their own or other languages may affect other people of another culture differently. This is because every language is unique in its own ways in terms of verbal and non-verbal communication. People from different cultures may express their ideas in various ways to convey the same message. For example, what is funny in one culture may not be so in another culture. On top of that, people with strong knowledge and understanding of other cultures know that people from different cultural orientations may have their own verbal communication, gestures, and paralinguistic to convey their thoughts. Therefore, they accept and do not feel threatened by different ways people of different cultures express their ideas (King & Baxter Magolda, 2005). What's more, they know that people of different cultural orientations may have their own ways of beliefs and practices. People may worship or carry out social practices according to the way they believe. Although these may not make sense or seem unusual or even unacceptable to some cultures, these practices are sensible in their own culture – both at individual and social levels. As a result, they respect personal beliefs and practices of people from other cultures (Bennett, 1993).

When using the objective-based approach (Byram, 1997), the five objectives to measure the level of knowledge and understanding are to assess Thai cruise crew members' knowledge and understanding (1) about the authenticity of different cultures; (2) about the awareness of various ways people may perceive their own or other cultures; (3) that the way people express their ideas with their own or other languages may affect other people of another culture differently; (4) that people from different cultural orientations may have their own verbal communication, gestures, and paralinguistic to convey their thoughts; and (5) that people of different cultural orientations may have their own ways of beliefs and practices.

2.2.3 Skill

The third domain is skill. People who are skillful in coping with intercultural exchanges are able to decentralize their ego. Put simply, they are open minded to listen to and consider other people's viewpoints. Their mastery in finding, interpreting, and synthesizing information about their own and other cultures - including social values, norms, beliefs, and practices - is also exceptional (Council of Europe 2009). They show empathy when interacting with people of diverse cultures. Furthermore, intercultural skillful people are flexible and critical thinkers. Their fluidity in terms of cognitive ability is superb. In other words, they are creative and sensible, and are able to interrelate different thoughts and information with ease. On top of that, these people are adaptable when they encounter intercultural situations. For instance, they excel in manipulating verbal and non-verbal communication which is deemed acceptable in their own cultures, but may be considered unacceptable in some other cultures (Bennett, 1993). What's more, intercultural experts tend to be multilingual. They can code-mix or code-switch languages to avoid any language barriers or communication fallacy. Lastly, these people are language and culture

mediators. They often help people of different languages and cultures with translation, interpretation, and clarification (Barrett et al., 2013).

When using the objective-based approach (Byram, 1997), five objectives to measure the level of skill are to assess Thai cruise crew members' skill (1) in coping with intercultural exchanges by decentralizing their ego; (2) in finding information about their own and other cultures; (3) in interpreting and synthesizing information about their own and other cultures; (4) in adapting themselves when they encounter intercultural situations; and (5) as mediators during intercultural situations.

2.3.4 Action

The last domain is action. People who are good at acting interculturally are active in finding opportunities to engage with people from other cultures. They also act appropriately and respectfully according to the culture of people they are interacting or engaging with. Moreover, they cooperate with people with different viewpoints, beliefs, or practices on shared activities by discussing and arriving at common viewpoints. Furthermore, they are unafraid and eager to defend others from criticism, skepticism, derision, and discrimination so as to protect their dignity and equality as human beings regardless of culture, language, race, and religion. Such a notion goes hand in hand with the Council of Europe's (2009) definition of action as the ability to get involved with other people in making things different and better. They also radiate positivity to people around them, and encourage others to be respectful towards those from different cultural backgrounds. Moreover, they act as mediators when encountering sensitive or difficult intercultural situations (Barrett et al., 2013).

When using the objective-based approach (Byram, 1997), the five objectives to measure the level of action are to assess Thai cruise crew members' action (1) in finding opportunities to engage with people from other cultures; (2) in appropriately and respectfully interacting according to the culture of people they are interacting with; (3) in cooperating with people with different viewpoints, beliefs, or practices on shared activities by discussing and arriving at common viewpoints; (4) in defending people of different cultures from criticism, skepticism, derision, and discrimination; and (5) in mediating when they encounter sensitive or difficult intercultural situations.

3. Methodology

3.1 Participants

The population in this study was Thai cruise crew members on international cruise lines who have been working in service-related positions under contract to three licensed cruise line agencies in Thailand. Since the exact population of the cruise line workers under contract to all agencies was

unknown, at least 400 respondents were required to ensure the 95 percent reliability of the findings based on Cochran's sample size formula (Cochran, 1977). Nonetheless, there were 433 random respondents participated in this study. The respondents worked in different service-related positions - namely 151 (34.87%) servers, 117 (27.02%) stateroom attendants, 74 (17.09%) chefs, 43 (9.93%) bartenders, 34 (7.85%) casino attendants, and 14 (3.23%) porters.

3.2 Instruments

After reviewing the literature, the author selected the Intercultural Competent Model (Barrett et al., 2013) as the most suitable framework to assess the level of intercultural communicative competence. However, some modifications were made for use in the Thai cruise crew member context. The adaptation of each questionnaire item was conducted by using the grounded data from pilot interviews with 10 Thai cruise crew members. This process allowed the author to gain insights into how cruise crew members perform their duties and live their daily life on board a cruise ship. The question items were then presented with various intercultural situations in accordance with the Thai cruise crew member context. This was implemented in order to elicit the respondents' subconscious level of intercultural communicative competence based on the objective-based approach (Byram, 1997).

Once the adapted version of the questionnaire had been completed, each questionnaire item was validated by three cruise line service recruiting managers to ascertain suitable contents. The language used in the questionnaire was Thai in order to avoid possible language barriers. The Thai-version questionnaire was also proofread by two university instructors in the field of English-Thai translation to ensure language clarity and understandability.

Moreover, each domain of Intercultural Component Model (Barrett et al., 2013) was calculated to test the reliability of scale as shown in Table 1. The reliability of the questionnaire was greater than 0.8, which was deemed a very good level. Therefore, the scale was considered acceptable (Ursachi, Horodnic & Zait, 2015).

Table 1 *Reliability of questionnaire*

Four domains of Intercultural Component Model	Questionnaire items	Cronbach's Alpha
1. Attitude	1-5	0.951
2. Knowledge and understanding	6-10	0.963
3. Skill	11-15	0.945
4. Action	16-20	0.921

The questionnaire consisted of three parts. The first part contained 9 items of the respondents' demographic data and their background of intercultural communication. The background of intercultural communication was used to explain reasons why respondents possessed certain degree of intercultural competence. To explain, the data from this part helped justify whether the respondents learned about intercultural communication from formal instructions or through other acquisitions such as work and life experiences. The second part was comprised of 20 items to assess their level of intercultural communicative competence. There were 5-point Likert-type scales (Likert, 1932) from 1 to 5. They were 1 (strongly disagree), 2 (disagree), 3 (unsure), 4 (agree), and 5 (strongly agree). There were five of these attributes grouped under each of the four domains of the Intercultural Component Model (Barrett et al., 2013) - attitudes (items 1-5), knowledge and understanding (items 6-10), skills (items 11-15), and actions (items 16-20). The third part was an open-ended question for the respondents to provide additional details.

3.3 Data Collection

Prior to data collection, this study was approved according to research ethics guidelines in July 2020. The data collection was then conducted between November 2020 and March 2021 at three cruise line agencies in Thailand by distributing online questionnaires to Thai crew members who have worked on international cruise ships under their contracts. With assistance from the human resources staff members from the three cruise crew member agencies in Thailand, the link to the online survey was e-mailed to random Thai employees whose duties involved providing services on board an international cruise ship.

3.4 Data Analysis

The data from the first part of the survey was analyzed in terms of frequencies and percentages to find out the background of Thai cruise crew members' intercultural communicative competence.

The data from the second part of the survey was analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program. The results of the survey were computed in terms of means, and standard deviations to measure the respondents' levels of intercultural communicative competence. To interpret the data, criteria for levels of intercultural communicative competence were set up in five levels using the mean scores as follows: 1.00-1.80 = "very low," 1.81-2.60 = "low," 2.61-3.40 = "moderate," 3.41-4.20 = "high," and 4.21-5.00 = "very high."

The responses from the open-ended question were given in both Thai and English. Thus, the translation process was implemented. The data from this part was analyzed using content analysis to find out themes, which was used as qualitative data to support the quantitative data from the survey.

4. Findings

The first part of the online survey included respondents' demographic data. It was found that there were 243 (56.12%) male respondents and 190 (43.88%) female respondents. Their ages were between 23 and 54 years. The majority, 214 (49.42%) respondents, had been with the company for 6-10 years. There were 138 (31.87%) respondents who had worked as cruise crew members from 1-5 years, and 81 (18.71%) of them had been on board a cruise ship for over 10 years. An interesting point of the findings was that the majority, 307 (70.90%) respondents, graduated from neither language nor tourism and hospitality backgrounds. Only 126 (29.10%) had a degree or diploma in related fields. All 433 (100%) had work experience in hotels and restaurants prior to becoming cruise crew members.

Interestingly, it was found that only 82 (18.94%) respondents had learned about intercultural communication when they were students, whereas the majority, 297 (68.59%) respondents, had not learned about it during their school years. What's more, 54 (12.47%) respondents were unsure whether they had learned about it at school. Additionally, the data showed that 358 (82.68%) learned about intercultural communication from their previous and current workplaces while 75 (17.32%) were unsure about it. Furthermore, 288 (66.51%) agreed that they had learned about intercultural communication through their life experience. However, 145 (33.49%) were unsure about it.

The second part of the online survey measured their level of intercultural communicative competence based on the four domains of the Intercultural Component Model (Barrett et al., 2013) – attitude, knowledge and understanding, skill, and action. The findings are displayed as follows.

Table 2 *Level of overall intercultural communicative competence*

Domains	Means	S.D.	Interpretation
Attitude	3.90	0.89	High
Knowledge and understanding	3.86	0.91	High
Skill	4.06	0.85	High
Action	3.88	0.95	High
Overall	3.92	0.81	High

Table 2 illustrates that Thai cruise crew members' overall intercultural communicative competence was high. Also, they were highly competent in all the four domains, with the strongest level in their skill, attitude, action, and knowledge and understanding in descending order. When considering the attributes in each domain, the data showed that their competence ranged from moderate to very high. The objectives to assess their competence were retrieved from the definition of each attribute by Barrett et al. (2013) as presented in Tables 3-6.

Table 3 *Attitudes towards intercultural communicative competence*

Items	Statements	Means	S.D.	Interpretation
1	I believe it is normal for people from some cultures to provide services to male passengers before female passengers.	3.18	1.18	Moderate
2	I believe it is normal for the elderly to travel alone.	3.75	0.90	High
3	When I serve passengers who are from countries that I do not know, I always search for information about the cultures of those countries.	4.37	0.70	Very high
4	When I travel to countries where people eat with fingers, I think it is alright because it is their social practice.	4.28	0.76	Very high
5	I enjoy talking, working, and hanging around with foreigners more than with Thais.	3.94	0.93	High
Overall		3.90	0.89	High

The data in Table 3 reveals that Thai cruise crew members possessed a high level of intercultural communicative competence in terms of their attitude (mean score = 3.90). Their competence was ranked the highest in their attitude towards broad-mindedness, curiosity, and willingness to learn about new cultures. Also, the second highest attribute was their attitude to tolerate practices which seem ambiguous and inconsistent in different cultures. These two attributes received the mean scores of 4.37 and 4.28, respectively. This means Thai cruise crew members were very highly competent. However, Thai cruise crew members were moderately competent in their attitude in glorifying diversity of cultures, viewpoints, and social practices, with the mean score of 3.18.

Table 4 *Knowledge and understanding of intercultural communicative competence*

Items	Statements	Means	S.D.	Interpretation
6	I know that passengers from North America may be Asians and may not speak fluent English.	3.68	0.98	Moderate
7	I know that some foreigners do not share their food during a meal. So, when I eat with them, I will order individual dishes for each person.	3.93	0.95	High
8	I know that speaking English with Thai accent is unique, and I love listening to a variety of accents from non-native English speakers.	3.49	0.97	High

Items	Statements	Means	S.D.	Interpretation
9	I know that some foreigners may talk very loudly or use an aggressive tone of voice with one another during their general conversation.	3.86	0.88	High
10	I know that Jewish or Muslim passengers need special meals and special places to perform their rituals when they are aboard.	4.36	0.76	Very high
Overall		3.86	0.91	High

The findings in Table 4 showcase Thai cruise crew members' knowledge and understanding of intercultural communication. It was found that they had a high level of intercultural communication knowledge and understanding in general (mean score = 3.86). Their highest attribute (mean score = 4.36) was concerning their knowledge and understanding of people from different cultural orientations in terms of their beliefs and practices. The second highest attribute was their knowledge and understanding about the awareness of various ways people may perceive their own or other cultures, with a mean score of 3.93. By contrast, their knowledge and understanding about the authenticity of different cultures was moderate, with a mean score of 3.68.

Table 5 Skills relating intercultural communicative competence

Items	Statements	Means	S.D.	Interpretation
11	During a "Thai Night" party among colleagues, I do not complain when the sign says, "Thailand's Independence Day."	3.61	1.06	High
12	Crew members need to learn about universal and local cultures as much as possible, so that they can get along with others easily.	4.49	0.64	Very high
13	I will not touch some foreigners' head because they may think like many Thais that the head is the highest place in the body in terms of reverence.	4.24	0.81	Very high
14	When there is a foreigner nearby, I will not speak Thai with my Thai colleagues.	3.76	1.02	High
15	I like to help my colleagues when they have difficulties communicating with hearing-impaired passengers.	4.19	0.73	High
Overall		4.06	0.85	High

Table 5 displays Thai cruise crew members' level of intercultural communicative competence in terms of skills. It was found that their general skill regarding intercultural communication was high (mean

score = 4.06). The data also points out that their skill in finding information about their own and other cultures obtained the highest mean score of 4.49. The second highest mean score of 4.24 was concerning the skill in interpreting and synthesizing information about their own and other cultures. Conversely, their skill in coping with intercultural exchanges by decentralizing their ego received the lowest mean score of 3.61.

Table 6 *Actions with intercultural communicative competence*

Items	Statements	Means	S.D.	Interpretation
16	If possible, I always volunteer to serve passengers who have a disability.	4.16	0.76	High
17	I will not explain Thai culture to a passenger who bought a Buddha image from a gift shop and placed it on the floor.	3.26	1.18	Moderate
18	During a meal with European colleagues, I am more comfortable using a spoon to eat rice even though they use a fork.	3.51	1.11	High
19	I treat passengers with a disability the same way I treat other passengers.	4.39	0.69	Very high
20	I will not talk about sensitive topics with passengers from countries where there are political conflicts going on.	4.06	0.98	High
Overall		3.88	0.95	High

The data in Table 6 demonstrates that Thai cruise crew members possessed a high level of intercultural communicative competence in terms of their action (mean score = 3.88). Their action in defending people of different cultures from criticism, skepticism, derision, and discrimination received the highest mean score of 4.39 which was interpreted as very high. Additionally, the second highest attribute was their action in finding opportunities to engage with people from other cultures. This attribute received the mean score of 4.16 which was interpreted as high. However, Thai cruise crew members were moderately competent in their action in appropriately and respectfully interacting according to the culture of people they are interacting with. This attribute received the mean score of 3.26.

The third part of the online survey was an open-ended question for respondents to provide any additional information. There were 221 (51.03%) respondents who provided additional information. These responses were categorized into three themes as follows.

Theme 1: Importance of intercultural communication

Extract 1

Intercultural communication is vital for my job since I need to communicate with passengers and colleagues from many cultures.

Extract 2

Knowing about intercultural communication, I can communicate in English without causing unintentional misunderstandings or conflicts with others.

Extract 3

Since I have lived on board a cruise ship for 10 months – almost every year, my personal and professional lives are inevitably exposed to multicultural environments. Therefore, being equipped with intercultural communicative competence really helps me get along well with everyone aboard even though I oftentimes speak broken English.

Thai cruise crew members were aware of the importance of intercultural communication as a tool for effective communication. Aside from fluent English, the message must be interculturally appropriate when they conversed with foreigners. As a result, intercultural communication was important for their professional and private lives on board a cruise ship. What's more, since they had to spend between six and ten months aboard during their contract, they were obliged to be constantly exposed to a multicultural atmosphere. Because of this, what they said and how they said it must not be offensive to people of different cultural backgrounds. Therefore, intercultural communication is essential not only for Thais but also for crew members of all nationalities.

Theme 2: Access to intercultural communication education

Extract 4

I did not study about intercultural communication at school. As an economics-major graduate, there were no courses concerning intercultural communication at all. As a result, I really had a hard time communicating with foreigners even though my English was quite fluent before I joined a cruise line. I think schools in Thailand should take this seriously by making intercultural communication mandatory for all students.

Extract 5

I majored in English, so there was a course about intercultural communication at my university. However, it was a selective course, so I did not choose it. Besides, at that time I was not aware of the importance of it, and there was no one who could give me advice. I think intercultural communication should be made a compulsory course for all students regardless of their major.

Extract 6

I did not learn about intercultural communication at school. Also, my previous and current workplaces did not provide any course about it. Instead, I had to learn about it myself through my life experiences, so I am not very confident whether what I had learned is correct or not.

The majority of Thai cruise crew members had not received formal education regarding intercultural communication. Many of them informally learned about it through their life and professional experiences. As a result, they were unsure whether what they had learned was considered appropriate. Therefore, they believed that if they had received intercultural communication education prior to graduation, they would not have struggled when they communicated with their international customers at their previous workplaces before joining a cruise ship. Additionally, although there was a series of training courses provided by the cruise line companies, none of them were about intercultural communication. Consequently, educational institutions and recruitment agencies in Thailand as well as international cruise line companies should provide their students and employees with formal intercultural communication instructions.

Theme 3: Identities**Extract 7**

I had not thought about my Thai culture before until I became a cruise crew member. Being away from home for a long time, I feel so proud of my Thai heritage. Now I can say that I am proud to be Thai.

Extract 8

Being on an international cruise ship for a long time, I feel that I am representing my country all the time. Whatever I say or do reflects the images of Thailand, my homeland. That is why I am always careful when I talk to someone from other countries.

Extract 9

I usually stay with my other Thai coworkers because it is easy for us to get along. We speak the same language and share the same culture. I also see that people from the same country, region, or race tend to stick together. I think they also feel at home when they are together.

During their contract period, Thai cruise crew members felt that their individual identity was less salient than their corporate identity. They did not fully feel like themselves at work. Instead, they needed to live their life as company workers. Moreover, many of them were lonely. Because their contract would be renewed individually, they did not have many friends at work. As a result, they often sought social groups which were oftentimes full of Thais or Asians. Furthermore, they felt that their international

colleagues also seemed to socialize with people of the same or similar nationalities or races. Besides, crew members occasionally argued or had disagreements with people of different nationalities or races. Therefore, national and regional identities also play a tremendous role. Subsequently, being interculturally competent is vital for all cruise crew members to live together harmoniously and empathetically.

5. Discussions

The findings suggested that many Thai cruise crew members had not received formal instructions at school regarding intercultural communication. Because of this, they had to learn about it from their workplaces and through their personal life. Since the majority had performed their duties as cruise crew members for six to ten years, and they were also required to have at least one year experience in a renowned hotel or restaurant prior to joining a cruise ship, they were equipped with a high level of intercultural communicative competence in general. Their strongest trait was their skill, followed by their attitude, action, and knowledge and understanding, based on the four domains of the Intercultural Component Model (Barrett et al., 2013).

To achieve the first research objective: “to investigate the background of Thai cruise crew members’ intercultural communicative competence,” the data revealed that Thai cruise crew members graduated from multidisciplinary backgrounds. Many of them learned about intercultural communication through their professional and daily lives. That was because their schools, agencies, and cruise line companies did not provide them with such a course. This notion confirms the findings from Inkaew (2016) who found that Thai hotel personnel did not receive sufficient intercultural communication education at school despite their educational background in various fields. This shows that educational and professional institutions in Thailand need to seriously integrate intercultural communication education into their mandatory English classes, and allow all students regardless of major to study such courses.

By lacking formal intercultural communication education, Thai cruise crew members became unsure whether their intercultural attitude as well as knowledge and understanding were appropriate. As a result, their skills and actions were affected. This can be seen in the four domains of the Intercultural Component Model (Barrett et al., 2013) that although Thai cruise crew members possessed a high level of intercultural communication in general, some of their abilities in each domain were still at a moderate level. This should not have occurred because not only were they required to have prior work experience in five-star hotels and restaurants, but most of them had also worked on a cruise ship for six to ten years. Since they were exposed to multiculturalism for years, their intercultural communicative competence should have been very high. As a result, schools, recruitment agencies, and cruise line

companies should seriously take this into consideration by improving their personnel to achieve a very high level of intercultural communicative competence.

To reach the second research objective: “to examine the level of intercultural communicative competence of Thai cruise crew members,” the four domains of the Intercultural Component Model (Barrett et al., 2013) were measured. Thai cruise crew members’ attitude towards intercultural communication was moderate in terms of glorifying diversity of cultures, viewpoints, and social practices. Many of them believed that female passengers should receive services before males. However, in male-dominated cultures, males are known to receive privileges, including services, before females. By contrast, Thai cruise crew members were very highly competent in terms of attitude towards being broad-minded, curious, and willing to learn about new cultures as well as to tolerate practices which seem ambiguous and inconsistent in different cultures. This shows that their level of attitudinal intercultural communicative competence was inconsistent, probably because they had no formal education of intercultural communication. This affected to some degree the way they perceived different intercultural occurrences.

Thai cruise crew members’ knowledge and understanding of intercultural communication scored the least among the four domains of the Intercultural Component Model (Barrett et al., 2013). Although their overall knowledge and understanding appeared to be high, the scores seemed to fluctuate. To explain, their knowledge and understanding about the authenticity of different cultures were moderate. Many of them were unaware that passengers from North America may be of Asian descent and may not speak English fluently. By contrast, they scored very high in terms of their knowledge and understanding that people of different cultural orientations may have their own ways of beliefs and practices. Many of them were aware that Jewish or Muslim passengers need special meals and special places to perform their rituals when they are aboard. To explain such a phenomenon, their intercultural communication knowledge and understanding were inconsistent probably because they learned by themselves at the workplace and through their private life. As a result, they might have been unsure about what was right or wrong. Such notions support the findings by Inkaew (2016) who also discovered that Thai hotel front office workers were the most ignorant in their knowledge and understanding of intercultural communication. Consequently, Thai cruise crew members should be provided with formal instructions regarding intercultural communication, so that they can learn systematically and gain more confidence when they encounter intercultural exchanges.

The intercultural communication skills of Thai cruise crew members were very high when it came to their skill in finding information about their own and other cultures and their skill in interpreting and synthesizing information about their own and other cultures. Such notions support the results of Anantamongkolkul et al. (2019) who found that when the local Thais were skillful in intercultural communication, they were able to be aware of the different perceptions and practices of long-stay international tourists. They were also able to synthesize other cultures with their own. All in all, although

their overall intercultural communication skills were considered high, they can improve their skills in terms of decentralizing their ego and embrace new cultures as well as adapt themselves when they encounter intercultural situations. This was affirmed by Ou and Gu (2020) who found when students were well equipped with intercultural communication training, multicultural-aware students were more skillful in linguistically adapting themselves to multicultural situations better than local-minded students. By contrast, such findings were different from those by Nomnian and Jhaiyanuntana (2020) who found that Thai undergraduate hotel trainees had difficulties implementing their skills to discover new cultural knowledge and interact with international hotel guests. This could be because Thai cruise crew members were much more experienced in the multicultural atmosphere than undergraduate hotel trainees. This shows that Thai cruise crew members had the potential to excel in this domain if they had received proper intercultural communication education. Once they are formally trained, they could have more consistency in all the five attributes of the skill domain to some extent.

When it comes to actions, Thai cruise crew members' intercultural actions were considered high in general. Their action in appropriately and respectfully interacting according to the culture of people they were interacting with scored the lowest in the action domain. Many of them agreed to explain to their passengers about the inappropriateness of placing a souvenir Buddha image on the floor. This shows that Thai cruise crew members did not respect the passengers' cultures in which they regarded the Buddha image they had bought from a gift shop as a souvenir. This also indicates that many Thai cruise crew members were unsure about their actions although they were competent in their intercultural knowledge and understanding. Such findings confirmed the results from Phongsirikul and Thongrin (2019) who discovered that despite Thai students' positive attitudes towards their intercultural communication learning, they were hesitant to put their knowledge into action. This can possibly be explained that Thais seem to be collectivists. Thus, they were afraid to make mistakes among their group members. Simply put, their collectivism affected their actions. By contrast, the findings in this study were opposed to those by Semchuchot et al. (2021) who explored how Thai flight attendants conversed with Muslim passengers. They found that these flight attendants knew which topic was intercultural sensitive or appropriate to talk to Muslim passengers. Thus, they were confident to converse with these passengers. This is probably because many international airlines provide flight attendants with intercultural communication training. Therefore, they have the confidence to act intercultural.

A key finding from the open-ended portion of the survey indicates that despite Thai cruise crew members' awareness of the significance of intercultural communication, their identities were strongly affected. They tended to merely associate with others of the same or similar nationalities or races. That is possibly because people seem to attract and be attracted to those who are similar to their social groups. What's more, their national identity was often deemed the most salient when they were in a multicultural setting. This can be explained that when they were in a multicultural workplace overseas,

they tended to visualize their group to include people of the same nationalities. Hence, their national identity became the most salient to them.

To conclude, this study contributes new knowledge that Thai cruise crew members possessed a high level of intercultural communicative competence in general. However, they could further improve their competence in all intercultural attributes to be very high in order to match the nature of their work as service providers at world-class cruise line companies. As cruise services are considered one of the most important global businesses, their intercultural communicative competence should be of outstanding standard. Additionally, although these crew members realized the significance of intercultural communication, they felt that they needed to obtain formal intercultural communication education so that they can be more assured and know how to adjust themselves appropriately in multicultural settings.

5.1 Suggestions and implications

Based on the findings of the study, there are several suggestions for future research. First, although findings in this study can be generalized due to the quantitative research design, qualitative design using interview and observation to elicit data may yield intriguing results. Second, since the majority of respondents in this study had worked as cruise crew members between six and ten years, future studies may highlight those with less work experience such as trainees or students who major in cruise service operations. Since these novices are about to or aim to join the cruise service industry, their intercultural communicative competence is also worth investigating. Third, the situation posited for each questionnaire item in this study was merely one of the many possibilities which occur in the Thai cruise crew member context. Future studies may alter these situations in order to see whether the results would be different. Fourth, the study was carried out without including the viewpoints from cruise passengers and stakeholders. Future research may include them in their studies. Lastly, it was found that aside from attitude, knowledge and understanding, skill, and action, the notion of social group and national identity should also be taken into account for future studies.

Since intercultural communicative competence in a professional context - notably in the cruise service industry - is underexplored in Thailand, the findings from this study have an academic implication in terms of filling this partial void in the literature. In terms of pedagogical implication, English language teachers should integrate intercultural communication into their English language lessons. Importantly, the findings of this study suggested that intercultural communication should be made mandatory for all students - not only for language and tourism majors. This is because workers in the field of cruise tourism are from multidisciplinary educational backgrounds. Furthermore, there are professional implications in this study for current and future Thai cruise crew members to reflect on and prepare themselves for this culturally diverse working environment. Finally, this study may serve as a guideline

for cruise line recruitment agencies, educators, and stakeholders in Thailand in designing effective training courses.

References

- Agar, M. H. (2006). Culture: Can you take it anywhere?. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(2), 1-12.
- Anantamongkolkul, C., Butcher, K., & Wang, Y. (2019). Long-stay tourists: Developing a theory of intercultural integration into the destination neighborhood. *Tourism Management*, 74, 144-154.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimension of globalization*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- Barrett, M., Byram, M., Lazar, I., Mompoin-Gaillard, P., & Phillppou, S. (2013). *Developing intercultural competence through education*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Bennett, J. M. (1993). Towards ethnorelativism: A developmental model of intercultural sensitivity. In M. Paige (Ed.), *Education for the intercultural experience*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Byram, M. (2008). *From foreign language education to education for intercultural citizenship*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Cheewatragoongit, A., Boonyasait, S., & Ngamvichaikit, A. (2018). Model development of cruise home port for cruise tourism extension in Andaman tourism cluster of Thailand. In *Proceedings of the 12th Multidisciplinary Academic Conference 2018* (pp. 60-69). Prague: Czech Technical University.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Council of Europe. (2009). *Autobiography of intercultural encounters*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Cruise Line International Association: CLIA. (2020). *Cruise industry COVID-19 facts and resources*. Retrieved on February 13, 2021, from <https://cruising.org/-/media/Infographics/Cruise-Research-Highlights>.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Deardorff, D. K. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of Studies in International Education*, 10(3), 241-266.
- Deardorff, D. K. (2009). Implementing intercultural competence assessment. In D.K. Deardorff (Ed.), *Handbook of intercultural competence* (pp. 477-491). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Esichaikul, R., Chansawang, R., & Choksuvanich, W. (2019). Problems and obstacles of developing cruise home port in Andaman tourism cluster. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 38(4), 746-755.
- Gibson, D., & Zhong, M. (2005). Intercultural communicative competence in the healthcare context. *International Journal of Intercultural Relations*, 29(5), 621-634.

- Grobella, A. (2015). Intercultural challenges facing the hospitality industry: Implications for education and hospitality management. *Journal of Intercultural Management*, 7(3), 101-117.
- Hsu, C. H. C., Xiao, H., & Chen, N. (2017). Hospitality and tourism education research from 2005 to 2014: "Is the past a prologue to the future?" *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 141-160.
- Inkaew, M. (2016). An analysis of intercultural communicative competence: Hotel front office personnel in Bangkok. *PASAA*, 51(1), 185-214.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(12), 12-25.
- King, C. S., & Bailey, K. (2021). Intercultural communication and US higher education: How US students and faculty can improve international classroom experience. *International Journal of Intercultural Relations*, 82, 278-287.
- King P. M., & Baxter Magolda, M. B. (2005). A development of intercultural maturity. *Journal of College Students*, 46(6), 571-592.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22, 5-55.
- Mikkonen, K., Hagqvist, P., Oikarainen, A., Tuomikoski, A. M., & Juntunen, J. (2020). Clinical mentors' experiences of their intercultural communicative competence in mentoring culturally and linguistically diverse nursing students: A qualitative study. *Nurse Education Today*, 87.
- Nomnian, S. (2014). Thai entrepreneurs' needs of English language for raft service business. *Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts*, 14(3), 101-128.
- Nomnian, S., & Jhaiyanuntana, A. (2020). Intercultural communication challenges and strategies for the Thai undergraduate hotel interns. *PASAA*, 59(1), 204-235.
- Ou, W. A., & Gu, M. M. (2020). Negotiating language use and norms in intercultural communication: Multilingual university students' scaling practices in translocal space. *Linguistics and Education*, 57.
- Phongsirikul, M., & Thongrin, S. (2019). Developing intercultural awareness in ELT: Students' attitudes toward their intercultural learning experience. *Reflections*, 26(1), 78-114.
- Semchuchot, N., Soontornnaruerangsee, W., & Bodhisuwan, W. (2021). Thai flight attendants' intercultural sensitivity and topics in intercultural communication with Muslim passengers. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 14(1), 87-117.
- Sun, X., Jiao, Y., & Tian, P. (2011). Marketing research and revenue optimization for the cruise industry: A concise review. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 746-755.
- Thangthong, N. (2011). *Expenditure behaviors of cruise passengers in Thailand: A case study of Princess Cruise Line* (Master's thesis). Pathum Thani: Rangsit University.
- Thangthong, N. (2016). Luxury experience of cruisers in Phuket Port of Call. CAUTHE 2016: *Conferences Handbook and Book of Abstracts*. Council for Australian Tourism and Hospitality Education-CAUTHE.
- Thangthong, N. (2017). Tourist behaviors of cruise passengers at Samui Island Port of Call. In *Proceedings of the 2nd National Research Conference*, (pp. 570-580). Rachathani University.

- Thangthong, N., Inmoonnoi, K., & Khuanmuang, C. (2019). Travelling behaviors of international cruise passengers in Thailand. In *Proceedings of the RSU International Research Conference*, (pp. 1210-1216). Rangsit University.
- Thangthong, N. & Khuanmuang, C. (2020). Exclusive memorable experiences of international cruisers at Thailand's ports of call. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 16(3), 47-52.
- The Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017-2021). Retrieved January 20, 2021, from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9640.
- Thurlow, C., & Jaworski, A. (2010). *Tourism discourse: Language and global mobility*. Palgrave: Macmillan.
- Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How reliable are measurement scales? External factors with indirect influence on reliability estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20, 679-686.
- Wattanavorakijkul, N. (2020). Measuring Intercultural Sensitivity of Thai University Students: Impact of Their Participation in the US Summer Work Travel Program. *Reflections*, 27(1), 81-102.



สิ่งที่ผู้สอนภาษาอังกฤษในยุคศตวรรษที่ 21 ต้องรู้ ก่อนเขียนบทเรียน

Received: 6 July 2020

Revised: 2 February 2021

Accepted: 20 June 2021

ทรงศรี สรณสถาพร*
พระมหาวิโรจน์ ญาณวีโร ปิงสูงเนิน**
สารดา จารุพันธ์***
อรรถิพย์ กิรติวุฒิมงคล****

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักให้กับผู้สอนภาษาอังกฤษที่ต้องการออกแบบและเขียนตำราภาษาอังกฤษ บทความเริ่มต้นด้วยการนำเสนอปัญหาที่พบจากการตรวจประเมินผลงานวิชาการประเภทตำรา ตามด้วยหลักการสำคัญ 3 ประการในการเขียนผลงานวิชาการประเภทตำรา คือ การวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน การพรรณนาภาษาหรือเนื้อหาที่จะสอนผู้เรียน ทฤษฎีการเรียนรู้ นอกจากนี้ยังมีประเด็นสำคัญอื่นๆ เช่น ทักษะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาที่มีบทบาทต่อการเรียนการสอนภาษา

บทความวิชาการ

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

ปัญหาในการเขียนตำรา;
ทฤษฎีการเรียนรู้;
การวิเคราะห์ความต้องการ
ของผู้เรียน;
วัฒนธรรมของเจ้าของภาษา;
ทักษะของผู้เรียน
ในศตวรรษที่ 21

* รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาศาสตร์ประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ติดต่อได้ที่: songsri.sor@mahidol.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ติดต่อได้ที่: wirojactive@gmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ติดต่อได้ที่: Sarada_ja@rmutto.ac.th

**** นักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ติดต่อได้ที่: orrathip@hotmail.com



What English Teachers Should Know before Writing Teaching Materials

Received: 6 July 2020

Revised: 2 February 2021

Accepted: 20 June 2021

Songsri Soranasathaporn*

Phramahawiroj Yannaweero Puengsungnoen**

Sarada Jarupan***

Orrathip Geerativudhipong****

The purpose of this academic paper was to build awareness for English teachers who want to design and develop their own teaching materials. The paper presented problems found from evaluating teaching materials, followed by proposing 3 main points when developing teaching materials: needs analysis, language description, and learning theories. Besides, important points such as 21st century skills of learners and cultural issues in language learning were mentioned.

Academic Article

Abstract

Keywords

problems in writing teaching materials;
learning theories;
needs analysis;
cultural issues
in language learning;
learner skills in 21st century

* Associate Professor, Program in Applied Linguistics, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University, e-mail: songsri.sor@mahidol.ac.th (corresponding author)

** Lecturer in English Language Program, Faculty of Humanities, Mahamakut Buddhist University, e-mail: wirojactive@gmail.com

*** Assistant Professor, Faculty of Engineering and Architecture, Rajamangala University of Technology Tawan-ok, e-mail: sarada_ja@rmutto.ac.th

**** Ph.D. Student, Program in Applied Linguistics, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University, e-mail: orrathip@hotmail.com

1. บทนำ

ในปัจจุบันนี้ผู้สอนภาษาอังกฤษในระดับอุดมศึกษาจะต้องมีคุณสมบัติของความเป็นนักวิชาการและนักวิจัย โดยผู้สอนจะต้องเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือรองศาสตราจารย์ภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนด เช่น ผู้สอนที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าต้องดำรงตำแหน่งอาจารย์และทำการสอนมาแล้วไม่น้อยกว่า 4 ปี (สำนักส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะบุคลากร, 2563) มหาวิทยาลัยหลายแห่งได้นำกฎเกณฑ์ข้อนี้มาเป็นหนึ่งในข้อผูกพันในสัญญาจ้างงานอาจารย์ อาจารย์จะต้องทำผลงานเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ หากไม่ทำหรือไม่มีผลงาน อาจารย์จะไม่ได้รับการต่อสัญญาจ้างงาน

ในการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการผู้สอนจะต้องมีผลการสอน ผลงานวิชาการ จริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาการซึ่งสามารถดูรายละเอียดได้ใน “ประกาศ ก.พ.อ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. 2560 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561” (สำนักส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะบุคลากร, 2563) ผลงานวิชาการต้องประกอบด้วยผลงานซึ่งมีคุณภาพดีและมีปริมาณอย่างน้อยดังต่อไปนี้ (1) ผลงานวิจัย 2 เรื่อง หรือ (2) ผลงานวิจัย 1 เรื่อง และผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น 1 รายการ หรือ (3) ผลงานวิจัย 1 เรื่อง และผลงานวิชาการรับใช้สังคม 1 เรื่อง หรือ (4) ผลงานวิจัย 1 เรื่อง และตำราหรือหนังสือ 1 เล่ม

ในบทความวิชาการนี้ผู้เขียนจะกล่าวถึงประเด็นสำคัญที่ผู้สอนภาษาอังกฤษในยุคศตวรรษที่ 21 จะต้องมีความรู้ได้บ้างก่อนที่จะทำผลงานวิชาการทางด้านตำราเท่านั้น เนื่องจากผู้เขียนได้ทำหน้าที่ผู้ประเมินผลงานวิชาการทางด้านตำราของผู้สอนภาษาอังกฤษเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการและได้พบปัญหาว่าตำราที่ผลิตออกมาของผู้ขอเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการนั้นไม่ถูกต้องตามหลักการเขียนตำรา และเมื่อได้สอบถามลงไปพบว่าผู้สอนไม่เคยเรียนวิชาการเขียนและการประเมินบทเรียนหรือตำรา (Material development and evaluation) หรือไม่ได้ศึกษาค้นคว้าวิธีการเขียนและการประเมินบทเรียนหรือตำรามาก่อน เพียงแต่คิดว่าตนเองสอนวิชานี้มาแล้ว 5-10 ปีจึงน่าจะเขียนตำราออกมาได้ แต่กลับส่งผลให้ตำราหรือบทเรียนที่ผลิตออกมานั้นไม่มีแบบแผน ไม่ตรงกับทฤษฎีการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ และไม่ถูกต้องตามหลักการเขียนตำราภาษาอังกฤษ ซึ่งทำให้ผู้สอนเสียโอกาสในการได้รับการส่งเสริมให้เข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ หรือไม่ได้รับการต่อสัญญาจ้างงาน

ผู้เขียนซึ่งมีประสบการณ์ทั้งทางด้านวิชาการเขียนตำราและการประเมินตำราจึงเห็นว่าน่าจะเผยแพร่ประเด็นสำคัญที่ผู้สอนภาษาอังกฤษจะต้องมีความรู้ก่อนที่จะลงมือเขียนตำราซึ่งจะทำให้การเขียนตำรานั้นมีเป้าหมาย มีวัตถุประสงค์ มีเนื้อหาสาระ กิจกรรม แบบฝึกที่สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้เรียน หนึ่งในกระบวนการเขียนบทความวิชาการครั้งนี้ผู้เขียนไม่ได้คาดหวังว่าผู้สอนภาษาอังกฤษซึ่งเป็นเพื่อนร่วมวิชาชีพกับผู้เขียนจะสามารถเขียนตำราหรือบทเรียนภาษาอังกฤษได้ทันทีที่อ่านบทความนี้จบลง แต่ผู้เขียนต้องการจุดประกายหรือสร้างความตระหนักให้แก่เพื่อนร่วมวิชาชีพว่าการเขียนตำราหรือบทเรียนภาษาอังกฤษนั้นมีทฤษฎี หลักการ และปัจจัยสำคัญทางการศึกษา เช่น สถานการณ์หรือบริบทของสังคมในปัจจุบัน รวมถึงประเด็นด้านวัฒนธรรมที่จะต้องใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบ เขียน หรือประเมินตำราภาษาอังกฤษ

ก่อนที่ผู้เขียนจะกล่าวถึงทฤษฎี หลักการ และปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบการเขียนหรือการประเมินตำราภาษาอังกฤษ ในฐานะที่ผู้เขียนได้ทำหน้าที่ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินตำราหรือบทเรียนภาษาอังกฤษมาเป็นเวลานานกว่า 20 ปี ขอสรุปปัญหาที่พบจากการตรวจประเมินตำราภาษาอังกฤษเพื่อให้ผู้สอนที่ต้องการเขียนตำราภาษาอังกฤษได้ให้ความสนใจและป้องกันไม่ให้มีข้อผิดพลาดเหล่านี้เกิดขึ้นในตำราของตน

ปัญหาที่พบจากการตรวจประเมินตำราภาษาอังกฤษ สรุปได้ดังนี้

1. เนื้อหาสาระทางวิชาการไม่มีความสมบูรณ์ ไม่มีความถูกต้อง ไม่มีความทันสมัย ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของรายวิชา กล่าวคือ บทเรียนมีข้อผิดพลาดทั้งทางด้านการใช้ภาษาอังกฤษและเนื้อหา ตัวอย่างที่ยกมาประกอบไม่ถูกต้องทั้งทางด้านโครงสร้าง ไวยากรณ์ เครื่องหมายวรรคตอน การนำเสนอบทเรียนเป็นแบบเก่า คำถามท้ายบทเป็นแบบเก่า ผู้เรียนไม่ได้ใช้ความคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ หรือวัตถุประสงค์ของรายวิชาคือการสอนเขียน แต่ในบทเรียนไม่มีแบบฝึกการเขียนเลย เป็นต้น

2. การใช้ภาษาไทยไม่ถูกต้องและการใช้ภาษาอังกฤษมีข้อผิดพลาด เช่น เขียนไม่จบประโยคทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การเว้นวรรคไม่ถูกต้องทำให้อ่านไม่เข้าใจ

3. คำสั่งในแบบฝึกไม่ชัดเจน ขั้นตอนและวิธีการในการทำกิจกรรมไม่ชัดเจน ทำตามไม่ได้

4. มีการอ้างอิงน้อยและวิธีการอ้างอิงที่ใช้ทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิดได้ บรรณานุกรมเขียนแบบไม่มีระบบ ไม่ใช้ APA Style

5. ในบทเรียนกล่าวว่า มีสื่อประกอบการเรียนการสอน เช่น เพลงหรือบทสนทนา แต่ไม่ได้ส่งสื่อประกอบการเรียนการสอนมาด้วย

6. รูปภาพประกอบเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ (plagiarism) ไม่มีการอ้างอิง ไม่มีการขออนุญาตหรือซื้อลิขสิทธิ์

7. มีการสอดแทรกความคิดริเริ่มและประสบการณ์ แต่เป็นการกล่าวอ้างลอยๆ โดยไม่มีหลักฐานทางวิชาการหรือผลการวิจัยสนับสนุน

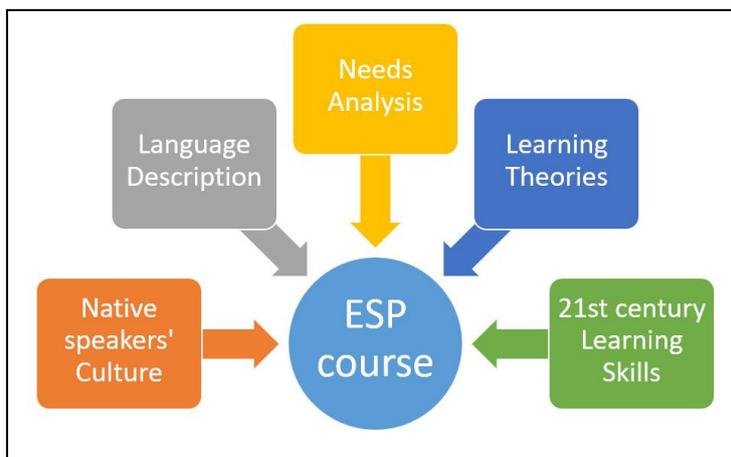
จากการที่มีข้อผิดพลาดข้างต้นทำให้ไม่สามารถนำไปใช้เป็นแหล่งอ้างอิงหรือนำไปปฏิบัติได้

เมื่อท่านได้ทราบปัญหาแล้วต่อไปจะขอกล่าวถึงทฤษฎี หลักการ และปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบการเขียนตำราภาษาอังกฤษ

ในการเขียนตำราการสอนภาษาอังกฤษผู้เขียนใช้ทฤษฎีภาษาอังกฤษเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ (English for Specific Purposes) ของ ฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998) เป็นหลัก และใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ในยุคปัจจุบันเพิ่มเข้าไปในการออกแบบแบบฝึกหัดหรือกิจกรรมสำหรับผู้เรียน ส่วนเนื้อหาที่ใช้ในการสอนนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์รายวิชาของแต่ละวิชา ในด้านองค์ความรู้ทางภาษา เช่น ไวยากรณ์รูปแบบต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมากและใช้เป็นหลักในการสอนกฎเกณฑ์ของภาษา ประเด็นอื่นๆ ที่ผู้สอนจะต้องคำนึงถึงคือ ทักษะต่างๆ ที่ผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 จะต้อง มี รวมถึงประเด็นด้านวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาที่ผู้สอนจะต้องนำมาใช้ในการออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนฝึกปฏิบัติ เพื่อให้คุ้นเคยและสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารได้ในสถานการณ์จริง

หลักหรือแนวคิดในการเขียนตำราของฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998) มีอยู่ 3 ประเด็น คือ การวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน (needs analysis) การพรรณนาภาษาหรือเนื้อหาที่จะสอนผู้เรียน (language description) และทฤษฎีการเรียนรู้ (learning theories) ผู้เขียนตำราจะต้องคำนึงถึงทักษะผู้เรียนในยุคศตวรรษที่ 21 และทฤษฎีการเรียนรู้ในยุคศตวรรษที่ 21 ด้วย ดูภาพที่ 1

ผู้เรียนในศตวรรษที่ 21



ภาพที่ 1. Adapted from ESP syllabus development (ดัดแปลงจาก Dudley-Evan & St. John, 1998)

2. หลักหรือแนวคิดในการเขียนตำราภาษาอังกฤษ

ฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998) ได้ระบุหลักหรือแนวคิดในการเขียนตำราภาษาอังกฤษอยู่ 3 ประเด็นคือการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน การพรรณนาภาษาหรือเนื้อหาที่จะสอนผู้เรียน และทฤษฎีการเรียนรู้ ผู้สอนภาษาอังกฤษที่ต้องการเขียนตำราภาษาอังกฤษควรไปศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นเหล่านี้ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อนลงมือเขียนตำราภาษาอังกฤษ

2.1 การวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน

การวิเคราะห์ความต้องการ (needs analysis) ของผู้เรียนมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้สอนภาษาอังกฤษจะต้องดำเนินการทุกครั้งก่อนที่จะทำการสอนรายวิชาหรือเปิดหลักสูตรใหม่ (Anthony, 2018; Basturkmen, 2010; Hutchinson & Water, 1998) และควรจะทำซ้ำทุก 2 ถึง 3 ปี เนื่องจากความต้องการของผู้เรียนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียน คือ ข้อมูลของผู้เรียนที่ผู้สอนนำมาออกแบบตำราภาษาอังกฤษ ข้อมูลนี้ประกอบด้วย ปัญหา (problems) ความยากลำบาก (difficulties) และความจำเป็น (needs) ในการใช้ภาษาเป้าหมาย เพื่อนำมาออกแบบบทเรียนตามความต้องการของผู้เรียน (wants) ซึ่งความต้องการของผู้เรียนประกอบด้วยวัตถุประสงค์ เนื้อหา กิจกรรม วิธีการเรียนการสอน และการประเมินผล (Anthony, 2018; Basturkmen, 2010; Hutchinson & Water, 1998) เพื่อให้ผู้เรียนได้แสดงความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์ที่เป็นเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (Brumfit & Roberts, 1983; Pratt, 1980)

การวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียนอาจมาจาก 4 แหล่ง (Basturkmen, 2010; Robinson, 1991) คือ (1) ความจำเป็นหรือความต้องการของผู้เรียนที่จะใช้ภาษาในการเรียนหรือในการทำงาน ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้เรียน (objectives) (2) ความจำเป็นหรือความต้องการของสถาบันหรือหน่วยงาน

ซึ่งเห็นว่าองค์กรจะต้องใช้ภาษาอังกฤษแบบใด (3) พิจารณาจากความต้องการของผู้เรียนในการที่จะเรียนรู้ภาษา และ (4) พิจารณาจากความจำเป็นหรือความต้องการที่ผู้เรียนต้องการเรียนจากวิชาภาษาอังกฤษ

การวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียนแบ่งเป็น 2 สถานการณ์ คือ สถานการณ์เป้าหมาย (target situation analysis) และสถานการณ์ปัจจุบัน (present situation analysis) (Anthony, 2018; Basturkmen, 2010; Hutchinson & Water, 1998; Munby, 1978)

สถานการณ์เป้าหมาย จะมุ่งเน้นไปที่ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียนเมื่อเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษเสร็จแล้ว ซึ่งสถานการณ์เป้าหมายนี้ได้แนวความคิดมาจากมันบี (Munby, 1978) ที่นำเสนอว่าผู้เรียนจะต้องใช้ภาษาอังกฤษไบบ้างในสถานการณ์เป้าหมาย ส่วนอัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998) ได้แบ่งสถานการณ์เป้าหมายออกเป็น 3 ประเด็น คือ ความจำเป็น (necessities) การขาด (lacks) และความต้องการ (wants) ความจำเป็น หมายถึง สิ่งที่ผู้เรียนจะต้องรู้เพื่อที่จะสามารถใช้ภาษาได้ดี การขาด คือ ช่องว่างระหว่างความสามารถในการใช้ภาษาที่ผู้เรียนมีในปัจจุบันกับความสามารถในการใช้ภาษาของผู้เรียนที่จะต้องมีในอนาคตในสถานการณ์เป้าหมาย ความต้องการของผู้เรียนจะเกี่ยวข้องกับผู้ออกแบบพัฒนาหลักสูตร ผู้สอนหรือผู้ให้การสนับสนุน

สถานการณ์ปัจจุบัน จะมุ่งเน้นไปที่ความต้องการในการดำเนินการเรียนรู้ (learning process) ภาษาอังกฤษของผู้เรียน ความรู้ และทักษะต่าง ๆ ที่ผู้เรียนมีเป็นทุนเดิมและนำมาใช้เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันนี้จะทำเมื่อผู้เรียนเริ่มต้นเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อที่จะหาจุดแข็งและจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของผู้เรียนก่อนที่จะเริ่มทำการเรียนการสอน ผู้สอนอาจเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน เช่น ความสามารถหรือระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ แหล่งงบประมาณของผู้เรียน ทักษะ สถานะทางสังคมและวัฒนธรรม ความคิดเห็นที่มีต่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ หรือทัศนคติที่มีต่อการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ

การเก็บข้อมูลเพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน (Anthony, 2018; Basturkmen, 2010; Hutchinson & Water, 1998) อาจเก็บได้จากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้ ผู้เรียน สถาบันสอนภาษาซึ่งประกอบไปด้วยครู ผู้บริหาร ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนทั้งในด้านการทำงานหรือด้านการเรียน ผู้ให้การสนับสนุนผู้เรียน และผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาแล้ว แอนโทนี (Anthony, 2018) ให้ข้อคิดเห็นว่าการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนจะต้องให้ความระมัดระวังในการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละกลุ่ม เพราะแต่ละกลุ่มที่ให้ข้อมูลมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านประสบการณ์ ภูมิหลัง ความรู้ และอาจให้ข้อมูลที่ได้มาจากมุมมองที่แตกต่างกันซึ่งอาจจะทำให้เกิดความขัดแย้งของข้อมูลได้ ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนจะนำมาเป็นแนวทางในการเลือกเนื้อหาและภาษาที่จะใช้ในการออกแบบและเขียนตำราภาษาอังกฤษต่อไป

2.2 การพรรณนาภาษาหรือเนื้อหาที่ใช้ในการสอนภาษา (language description)

ภาษาอังกฤษเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ (English for Specific Purposes, ESP) เป็นศาสตร์หนึ่งของการสอนภาษาอังกฤษ ชื่อของศาสตร์นี้ได้ชี้ให้เห็นว่าเป็นการสอนภาษาอังกฤษเพื่อผู้เรียนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ อีกทั้งยังเป็นการบอกโดยตรงว่าบทเรียนออกแบบมาเพื่อความเฉพาะเจาะจงให้แก่ นักศึกษากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น ภาษาอังกฤษสำหรับแพทย์ (English for Doctors) ภาษาอังกฤษสำหรับพยาบาล (English for

Nurses) ภาษาอังกฤษสำหรับวิศวกร (English for Engineers) ภาษาอังกฤษสำหรับกีฬาเวชศาสตร์ (English for Sport Science) เป็นต้น ซึ่งในแต่ละกลุ่มนี้หัวข้อหรือเนื้อหาที่เรียน คำศัพท์ โครงสร้างภาษา ไวยากรณ์ และระดับความยากง่ายของภาษาของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้สอนภาษาอังกฤษจึงต้องออกแบบบทเรียนให้สอดคล้องกับผู้เรียนแต่ละกลุ่ม ภาษาอังกฤษเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะจึงมีความสำคัญมากในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษสำหรับอุดมศึกษา ผู้สอนภาษาอังกฤษที่จะเขียนบทเรียนจะต้องคำนึงถึงว่าจะสอนอะไร (What to be taught) ผู้เรียนเรียนรู้ได้อย่างไร (How learners learn) และใครคือผู้เรียน (Who is target learners) ผู้เรียนหวังว่าเขาจะได้เรียนภาษาที่เขาจะต้องนำไปใช้เพื่อการเรียนในระดับที่สูงขึ้นหรือเพื่อใช้ในการทำงานในอนาคต เพราะฉะนั้นการออกแบบบทเรียนจะต้องคำนึงถึงว่าใครเป็นผู้เรียน (Who) เรียนไปทำไม (Why) เอาภาษาที่ได้ไปใช้ที่ไหน (Where) และใช้เมื่อใด (When) ฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998) ได้รวบรวมประเด็นการพรรณนาภาษาหรือเนื้อหาที่ใช้ในการสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ (language focus) ออกเป็น 6 แบบดังนี้

1. แบบเน้นไวยากรณ์จารีต (classical or traditional grammar) เป็นการอธิบายภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นๆ ที่เป็นภาษาเป้าหมายด้วยไวยากรณ์ โดยมีหลักเกณฑ์ของภาษากรีและภาษาลาตินเป็นแบบฉบับ การอธิบายอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของคำในประโยคว่าคำแต่ละคำมีหน้าที่ทางไวยากรณ์ใด (Crookes, 2009) ถึงแม้ว่าในปัจจุบันวิธีการเรียนการสอนแบบนี้จะไม่ได้ได้รับความนิยมจากฝั่งตะวันตก แต่ไวยากรณ์จารีตก็มีความสำคัญและยังคงมีการอ้างถึงและใช้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษสำหรับผู้เรียนบางกลุ่ม

ตัวอย่าง

Predicate

S V O

1. Bill Gates donated billions to charity.

Predicate

S V

2. Good friends are loyal people.

Predicate

S V O

3. Help me, please. => (You) help me, please.

(ทรงศรี สรณสถาพร, 2556)

2. แบบเน้นไวยากรณ์โครงสร้าง (structural linguistics) การสอนภาษาเชิงโครงสร้างนี้ผู้สอนภาษาอังกฤษในยุคปัจจุบันมีความคุ้นเคยเพราะเป็นการสอนระดับประโยค โดยใช้ภาษาที่มีโครงสร้างเหมือนกัน แต่เปลี่ยนคำมาทำหน้าที่แทนคำหรือกลุ่มคำในตำแหน่งประธาน กรรม หรือกริยา เช่น

1. กลุ่มคำนามที่แสดงวัตถุประสงค์ (signal words of purposes) ในตำแหน่งประธานของประโยคและกลุ่มคำกริยาที่แสดงการกระทำสามารถใช้แทนกันได้ดังต่อไปนี้

The purpose(s) of		paper			V1	Noun details of purpose (s).
The aim(s) of		book	was (were)		investigate	
The goal(s) of	this	research	is (are)	to	explore	
The objective(s) of		study			discover	
The reason(s) of					find	
					determine	
					develop	

(ทรงศรี สรรณสถาพร, 2556)

3. แบบเน้นทฤษฎีไวยากรณ์ปริวรรตเพิ่มพูน (transformational-generative grammar) ที่นำเสนอโดยชอมสกี (Chomsky, 1986) ที่แสดงให้เห็นถึงการที่เจ้าของภาษาหนึ่งๆ เข้าใจระบบไวยากรณ์ในการใช้ภาษาในชีวิตประจำวันของตนได้อย่างดีและสามารถสร้างประโยคในภาษาของตนได้ไม่จำกัดโดยอาศัยกฎเกณฑ์ทางภาษาที่มีจำกัด โดยมีหลักการสำคัญ คือ เจ้าของภาษามีความรู้ทางไวยากรณ์ในภาษาของตนอย่างอัตโนมัติ (competence) และมีความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อถ่ายทอดความคิดของตนให้ผู้ฟังเข้าใจได้ (performance) ข้อความที่ผู้พูดหรือผู้เขียนสื่อออกมาเป็นโครงสร้างผิว (surface structure) ส่วนความคิดหรือความหมายที่แท้จริงอยู่ที่หัวสมองของผู้พูดหรือผู้เขียนเรียกว่าเป็นโครงสร้างลึก (deep structure) (Chomsky, 1986) ใน ESP การออกแบบตำราจะเน้นไปที่การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในสถานการณ์เป้าหมายของผู้เรียนมากกว่าจะเน้นที่ความรู้ทางไวยากรณ์ ตัวอย่างเช่น ในขณะที่สนทนาผู้ฟังและผู้พูดจะต้องสนใจสีหน้าท่าทาง น้ำเสียง การเว้นวรรค หรือเว้นจังหวะในการพูดประกอบเพื่อที่จะได้เข้าใจถึงความหมายระดับลึกหรือความคิดที่ผู้พูดต้องการสื่อออกมาด้วย

4. ให้ความสนใจด้านความหลากหลายทางภาษา (language variation) และการวิเคราะห์ทำเนียบภาษา (register analysis) ภาษาอังกฤษมีความหลากหลายทางภาษาแบบภาษาเดียวแต่มีหลายรูปแบบ เช่น คำว่า lift ใน British english หรือ elevator ใน american english หรือข้อความที่สื่อความหมายเหมือนกันแต่ใช้รูปแบบภาษาที่ต่างกัน ตัวอย่าง Text A และ Text B จากอิทธิพลสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998)

TEXT A	TEXT B
<p>Now I have to change to the final size drill I require, which is three-quarters of an inch diameter, and this is called a morse-taper sleeve.</p> <p>A slower speed for a larger drill.</p> <p>Nice even feed should give a reasonable finish to the hole.</p> <p>Applying coolant periodically. This is mainly for lubrication rather than cooling.</p> <p>Almost to depth now.</p> <p>Right. Withdrawing the drill.</p> <p>That's fine.</p>	<p>1 Select required drill.</p> <p>2 Mount drill in tailstock. Use taper sleeves as necessary.</p> <p>3 Set speed and start machine spindle.</p> <p>4 Position tailstock to workpiece.</p> <p>5 Apply firm even pressure to tailstock handwheel to feed drill into workpiece.</p> <p>6 Apply coolant frequently.</p> <p>7 Drill hole to depth.</p> <p>8 Withdraw drill.</p> <p>9 Stop machine.</p>

ความแตกต่างระหว่าง TEXT A และ TEXT B สรุปได้ดังนี้

- TEXT A ผู้พูดไม่ได้ใช้คำสั่ง ภาษาที่ใช้จะเป็นการแสดงความคิดเห็นในสิ่งที่ตนกำลังทำ แต่การสื่อสารจะอยู่ในเรื่องของคำสั่ง
- ภาษาเป็นแบบ anecdotal และ sporadic เพราะว่ามีภาพประกอบการสื่อสารเน้นไปที่สิ่งที่ผู้พูดกำลังทำกับเครื่องยนต์
- TEXT A มีมิติของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพราะฉะนั้นภาษามีความเป็นทางการน้อย มีการแสดงความคิดเห็นและความรู้สึก เช่น ประโยชน์ที่บอกว่า "That's fine."
- TEXT B การใช้ไวยากรณ์มีความคงที่สม่ำเสมอ เช่น ไม่มีคำชี้เฉพาะ คำกริยาเป็นคำสั่ง ส่วน TEXT A มีความสม่ำเสมอเพราะว่าเป็นภาษาพูด

5. แบบเน้นไวยากรณ์หน้าที่และหัวเรื่อง (functional/ notional grammar) เป็นการสอนภาษาที่เน้นหน้าที่และความหมายของโครงสร้างต่างๆ ของภาษาเพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปใช้การสื่อสารได้ การสอนภาษาเน้นไปที่การใช้ภาษา (function) มากกว่ารูปแบบ (form) หน้าที่ของโครงสร้างต่างๆ ของภาษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้พูดแสดงออกมาทางภาษา เช่น การเตือน การสั่ง การคุกคาม ส่วนไวยากรณ์หัวเรื่อง (notional grammar) เป็นการสะท้อนความคิดจิตใจของผู้พูดซึ่งจะเกี่ยวข้องกับเวลา ความถี่ ระยะเวลา เพศ จำนวน สถานที่ ปริมาณ หรือคุณภาพ

ตัวอย่างหน้าที่ภาษา (language function) ใน Pattern III: Signal words of objectives and to-infinitive แสดงวัตถุประสงค์และการใช้ to infinitive จาก (Soranastaporn & Tampanich, 2018, p. 108)

Pattern III: Signal words of objectives and to-infinitive

รูปแบบที่ 1 มีอยู่ 20 ประโยคลักษณะของประโยคแบบนี้จะมีกริยาหลักคือ verb to be (is, are, was, และ were) to infinitive ที่ตามหลัง verb to be หน้าที่ของ **to-infinitive** ในรูปแบบนี้คือ แสดงวัตถุประสงค์หรือที่เราเรียกว่า in order to ดูรูปแบบในตารางที่ 3

Table 3 Pattern I Presenting the Objectives with Signal Words of Objectives and To-Infinitive

DET	Subject (words signaling objectives)				Verb to be	To-infinitive (to + V1)	Noun phrase
The	objective (s)	of	this	review	is (are) was (were)	to	Noun details of objective(s)
	goal (s) (main) aim (s) purpose (s)		the	article research workshop (present) study			
	objective (s) goal (s) purpose (s)						

e.g.

signal words of objectives

To-infinitive

The objective of this review is to describe the features of the normal neurogenic niche in the adult mammalian subventricular zone (SVZ1) as well as the factors that promote (1) NSC homing and recruitment to a site of disease and (2) the integration of NSCs into functional tissues in different animal models of human neurological disease.

(Mohyeldin, Garzón-Muvdi, & Quiñones-Hinojosa, 2010, p. 3)

6. แบบเน้นการวิเคราะห์ทางภาษาด้านวาทกรรม (discourse/ rhetorical analysis) เป็นการสอนภาษาที่ได้จากการวิเคราะห์ทางภาษา อาจเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียนในระดับประโยคหรือสูงกว่าระดับประโยคในบริบทใดบริบทหนึ่งแล้วนำมาทำเป็นบทเรียน จากตัวอย่างในข้อ 5 รูปแบบประโยคที่เขียนแสดงวัตถุประสงค์นี้ได้จากการวิเคราะห์บทความของสัตว์ทดลอง (Soranastaporn & Tampanich, 2018) เพื่อค้นหาว่าในชีวิตจริงผู้เขียนซึ่งเป็นนักวิทยาศาสตร์หรือสัตวแพทย์เขียนประโยควัตถุประสงค์อย่างไร ผู้เขียนทำการรวบรวมบทความแล้วมาศึกษาคำและรูปแบบประโยคที่แสดงวัตถุประสงค์ หลังจากนั้นนำรูปแบบประโยควัตถุประสงค์ที่มีโครงสร้างเหมือนกันมาจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันแล้วทำการสร้างโครงสร้างของประโยคที่แสดงวัตถุประสงค์แต่ละแบบออกมา ก่อนนำไปสอนการเขียนประโยควัตถุประสงค์ในชั้นเรียน

เมื่อท่านได้ทราบแล้วว่าในการเรียนการสอนภาษาท่านจะเขียนตำราโดยเลือกการพรรณนาภาษาหรือเนื้อหาที่ใช้ในการสอนภาษา (language description) แบบใด ลำดับต่อไปที่ผู้เขียนตำราภาษาอังกฤษจะต้องทราบและเข้าใจคือทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีการเรียนรู้ที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอนหรือการเขียนตำราและบทเรียนภาษาอังกฤษได้มาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางการศึกษานักวิชาการด้านการศึกษามากมาย แต่ในบทความนี้จะขออ้างถึงข้อสรุปของฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998) เพื่อเป็นแนวทางกว้างๆ ให้ผู้สอนภาษาอังกฤษได้เรียนรู้และเข้าใจ และนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนหรือการเขียนตำราและบทเรียนภาษาอังกฤษให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

2.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ (learning theory)

ฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998, pp. 40-51) ได้สรุปทฤษฎีการเรียนรู้จากนักวิชาการด้านการศึกษามากมาย ซึ่งเป็นทฤษฎีการเรียนรู้ที่มีหลักการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน 5 ทฤษฎีคือ ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (behavioralism) ทฤษฎีการเรียนรู้แบบสมองสั่งการ (mentalism) ทฤษฎีการเรียนรู้แบบปัญญานิยม (cognitive code) ทฤษฎีการเรียนรู้ที่เนื่องมาจากปัจจัยทางอารมณ์ (affective factor) และทฤษฎีการเรียนรู้และการรับภาษา (learning and acquisition) และประมวลทฤษฎีดังกล่าวนำเสนอเป็นรูปแบบการเรียนรู้ (model of learning) ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioralism) มีหลักการสำคัญในการเรียนรู้ คือ ไม่แปลภาษาเป้าหมาย ผู้เรียนเรียนรู้ภาษาตามลำดับ คือ ฟัง พูด อ่าน เขียน การฝึกซ้ำๆ ทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพ ข้อผิดพลาดในการใช้ภาษาของผู้เรียนต้องรีบทำการแก้ไข ทฤษฎีพฤติกรรมนิยมเป็นพื้นฐานของการสอนแบบตรง (the direct method) แบบฟัง-พูด (the audiolingual method) และวิธีการสอนเพื่อการสื่อสาร (the communicative language teaching approach) การสอนแบบตรงเป็นวิธีสอนที่มีแนวคิดพื้นฐานว่าการฟังและการพูดเป็นทักษะที่สำคัญที่สุด การสอนแบบฟัง-พูด (the audiolingual method) มีจุดมุ่งหมายให้ผู้เรียนเรียนรู้ภาษาที่สองโดยการฝึก (pattern drills) การสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (the communicative language teaching approach) เป็นวิธีสอนที่มีแนวคิดว่าการสื่อสารทางภาษาจะสำเร็จได้นั้น ผู้เรียนต้องได้รับการฝึกฝนการใช้ภาษาเป้าหมายในสถานการณ์จริงที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยวิธีการสอนแบบนี้จะเน้นการบูรณาการทักษะทั้ง 4 ด้าน (integrated skills) คือ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน การจัดการเรียนการสอนภาษาในวิธีนี้จะเน้นการใช้ภาษา (language use) มากกว่าหน้าที่ภาษา (language function) ผู้สอนทำการสอนตรงๆ ทำการแสดงให้เห็น มีตัวอย่างประกอบชัดเจน ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติทำซ้ำๆ หรือการสอนโดยใช้เกมเพื่อการเรียนรู้

ทฤษฎีการเรียนรู้แบบสมองสั่งการ (Mentalism) หรือ Thinking as rule-governed activity หลักการสำคัญในการเรียนรู้คือ สมองเป็นตัวควบคุมพฤติกรรมต่างๆ ที่ผู้เรียนแสดงออกมาจากข้อมูลของระบบภาษาที่รับเข้ามาในสมอง การใช้ทฤษฎีพฤติกรรมนิยมอย่างเดียวในการทำบทเรียนถือว่าไม่เพียงพอ เนื่องจากผู้เรียนมีสมอง มีความคิด พฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนมาจากความคิดของผู้เรียนซึ่งไม่ได้เกิดจากการสร้างนิสัย (form habits) ในการเรียนรู้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่เกิดจากการรับกฎเกณฑ์หรือกระบวนการที่ประสบการณ์ของแต่ละบุคคลสั่งสมและนำมาสร้างและทดสอบสมมุติฐาน (formulate hypothesis) ในสมองของตน ความคิดของผู้เรียนจึงไม่ได้ตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข้อมูลที่ผู้สอนป้อนให้เท่านั้น แต่จะใช้ข้อมูลของตนเองที่มีอยู่เพื่อหา

รูปแบบหรือระบบที่เป็นของตัวเอง และใช้ความรู้ที่ได้จากรูปแบบหรือระบบนี้ทำการคาดคะเนสิ่งที่จะเกิดขึ้นแล้วทำการตอบสนองอย่างเหมาะสม

ทฤษฎีการเรียนรู้แบบปัญญานิยม (Cognitive code) ผู้เรียนทำการคิดประมวลผลข้อมูล que ผู้เรียนได้ เห็น (see) ได้รู้สึก (feel) และได้ยิน (hear) ให้มีความหมายทั้งในด้านการแปลผล (interpretation) หรือรูปแบบ (pattern) ข้อมูลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และใช้ในการสื่อสาร ขอยกตัวอย่างกิจกรรมของการเรียนรู้ที่เนื่องมาจาก ผู้เรียนคือผู้คิด 2 กิจกรรม คือ (1) กิจกรรมการแก้ปัญหา (problem-solving tasks) และ (2) การสอนกลยุทธ์ในการ อ่านให้แก่ผู้เรียน การสอนกลยุทธ์ในการอ่านมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนได้นำเอากลยุทธ์ในการอ่านไปใช้ในการอ่านภาษาต่างประเทศ ทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในตัวบท (texts) ที่อ่านได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น เช่น ยุทธวิธีการอ่านหัวข้อ การหาความหมายของคำศัพท์จากบริบท เมื่อผู้เรียนเรียนรู้การหาความหมายของคำศัพท์จาก บริบทจบแล้ว ผู้เรียนสามารถบอกคำที่ช่วยแสดงความหมายประเภทต่าง ๆ ของคำศัพท์ที่ไม่คุ้นเคยได้ถูกต้อง หรือหาความหมายของคำศัพท์จากบริบทด้วยเทคนิคต่าง ๆ ได้ถูกต้อง

ทฤษฎีการเรียนรู้ที่เนื่องมาจากปัจจัยทางอารมณ์ (Affective factor) นอกจากทฤษฎีการเรียนรู้ที่ กล่าวอ้างถึงพฤติกรรมและความคิดของผู้เรียน ไม่ว่าจะเป็นการคิดเพื่อแก้ปัญหา หรือคิดเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใด ก็ตาม ผู้สอนต้องคำนึงถึงปัจจัยทางอารมณ์ที่มีผลต่อการเรียนรู้ด้วย เพราะผู้เรียนก็มีความรู้สึก (feeling) และมีความ เป็นมนุษย์คนหนึ่ง (human being) ผู้เรียนจะเรียนรู้ภาษาได้ดีเมื่อมีแรงจูงใจในการเรียน แรงจูงใจทำให้ ผู้เรียนมีความอยากเรียน รักหรือชอบที่จะเรียน แรงจูงใจแบ่งเป็นแรงจูงใจภายนอก (instrumental motivation) และแรงจูงใจภายใน (integrative motivation) ผู้เรียนอาจมีแรงจูงใจภายนอกเพราะจำเป็น (needs) ต้องเรียน เพื่อให้สอบผ่าน จำเป็นต้องเรียนเพื่อให้สามารถเจรจาสนทนาขายสินค้าได้ หรือจำเป็นต้องเรียนเพื่อให้สามารถ อ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้ ส่วนผู้เรียนที่มีแรงจูงใจภายในคือผู้เรียนที่มีความปรารถนา (desire) หรือความ ต้องการ (wants) ที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ใช้ภาษานั้นๆ

ทฤษฎีการเรียนรู้และรับภาษา (Learning and acquisition) การเรียนรู้ภาษา (learning) เป็นการ เรียนรู้ภาษาอย่างรู้ตัวว่าตนเองกำลังเรียน หรือเรียนรู้ภาษาแบบมีสติรู้ตัว (conscious learning) เป็นการเรียนรู้ อย่างเป็นทางการ เป็นการเรียนรูปแบบและกฎเกณฑ์ของภาษา ผู้เรียนสามารถอธิบายกฎเกณฑ์ทางภาษาได้ และมีความรู้เกี่ยวกับตัวภาษาที่เรียน แต่กระบวนการเรียนรู้ด้วยวิธีนี้มักเป็นการเรียนรู้แบบเป็นทางการหรือ ตั้งใจเรียนในห้องเรียนมากกว่าการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ส่วนการรับภาษา (acquisition) เป็นเรียนรู้ภาษาอย่างธรรมชาติ เรียนรู้ภาษาแบบไม่รู้ตัวว่าตนเองกำลังเรียน (unconscious learning) ใช้การ จัดระบบและเรียบเรียงข้อมูลต่างๆ จากสภาพแวดล้อมใกล้ตัวให้เพียงพอต่อการเรียนรู้ภาษาด้วยตนเอง มุ่งไปที่ การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเท่านั้น เป็นการเรียนรู้แบบธรรมชาติและไม่เป็นทางการ ผู้เรียนซึมซับภาษาได้เอง เช่น การเรียนรู้และพัฒนาทางภาษาของเด็กเป็นการเรียนรู้แบบการรับภาษา (acquisition) เนื่องจากเด็กทุกคน เกิดมาพร้อมกับความสามารถในการเรียนรู้ภาษาใดๆ ในโลกนี้โดยอัตโนมัติหากเขาไม่มีความบกพร่องทาง ร่างกายและสมอง แต่เขาสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่อยู่โดยรอบได้เขาจะเรียนรู้ภาษาอย่างเป็นธรรมชาติ และเมื่อถึงเวลาและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมเขาก็จะสามารถใช้ภาษาและสื่อสารได้อย่างเป็นธรรมชาติ

ฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998) นำแนวคิดของทฤษฎีการเรียนรู้ที่กล่าวมาแล้วมา สรุปรูปแบบการเรียนรู้ (model of learning) ที่มีหลักการสำคัญให้ผู้สอนหรือผู้ออกแบบตำราได้ตระหนักถึง ความสำคัญของผู้เรียน ทฤษฎีการเรียนรู้เป็นหลักการที่ช่วยให้ผู้ออกแบบบทเรียนเข้าใจความต้องการ ความคิด จิตใจ ความรู้สึกของผู้เรียนและออกแบบกิจกรรมได้สอดคล้องเหมาะสม นอกจากนี้ผู้ออกแบบบทเรียนต้อง

สร้างความเชื่อมโยงให้เกิดขึ้นในตัวผู้เรียนแต่ละบุคคล ความรู้โดดๆ ของแต่ละบุคคลจะไม่มีนัยสำคัญ แต่เมื่อมีการเชื่อมโยงความรู้เก่าเข้ากับความรู้ใหม่จะทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความรู้ที่ได้เรียนรู้ในแต่ละครั้งยาก-ง่ายไม่เท่ากัน ดังนั้นในการออกแบบกิจกรรมต่างๆ ในบทเรียนซึ่งเปรียบเสมือนถนนแห่งการเรียนรู้จะต้องให้ผู้เรียนมีการฝึกฝนการใช้ภาษา มีการวางแผน มีการแก้ปัญหา เพื่อการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ มีการสร้างแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอก รูปแบบการเรียนรู้ที่คำนึงถึงองค์ประกอบที่กล่าวมานับเป็นส่วนสำคัญในการออกแบบบทเรียนเพื่อให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนภาษา

นอกจากนี้ทฤษฎีการเรียนรู้ที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายและผู้สอนภาษาอาจนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนอีก 3 ทฤษฎี คือ การสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (communicative approach) ทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มพุทธินิยม (cognitivism) และทฤษฎีการเรียนรู้แบบพุทธิปัญญานิยม (constructivism approach) สรุปได้ดังนี้

การสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Communicative approach) การสอนภาษาเพื่อการสื่อสารริเริ่มโดยคานาเลและสเวน (Canale & Swain, 1980) และอิงทฤษฎีของโฮมส์ (Hymes, 1972) โดยเน้นการใช้ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมที่เจ้าของภาษาใช้ภาษาในชีวิตจริง การสอนภาษาจะคำนึงถึงปัจจัยหลักสองปัจจัย คือ กฎเกณฑ์ไวยากรณ์ภาษา และผู้เรียนสามารถใช้ภาษาในบริบทสังคมและวัฒนธรรมอย่างเหมาะสมถูกต้อง

ทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มพุทธินิยม (Cognitivism) การเรียนรู้เป็นกระบวนการภายในของสมอง เป็นกระบวนการทางความคิดที่เกิดจากการสะสมข้อมูล การสร้างความหมายและความสัมพันธ์ของข้อมูล และการดึงข้อมูลออกมาใช้ในการกระทำและการแก้ปัญหาต่างๆ การเรียนรู้เป็นกระบวนการทางสติปัญญาของมนุษย์ในการที่จะสร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่ตนเอง

ทฤษฎีการเรียนรู้แบบพุทธิปัญญานิยม (Constructivism) เป็นการสร้างสรรค์องค์ความรู้ด้วยปัญญา มีหลักการที่สำคัญคือ ผู้เรียนจะต้องเป็นผู้กระทำ (active) และสร้างความรู้ด้วยตนเอง โดยผู้เรียนสร้างความเข้าใจในสิ่งที่เรียนรู้ด้วยตนเอง ทำการเรียนรู้สิ่งใหม่โดยเชื่อมโยงความรู้เดิมและความเข้าใจที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีการคาดคะเน (prediction) สร้างสรรค์ (creation) และค้นคว้า (invention) เพื่อค้นหาและสร้างความรู้ใหม่ (new knowledge construction) การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) กับเพื่อนหรือผู้รู้ เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และผู้สอนควรมีการจัดสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่ทำทลายและคล้ายคลึงกับชีวิตจริง (teachers create tasks) เพื่อให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจภายในในการแก้ปัญหา (solve problem by intrinsic motivation) ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีความหมาย (meaningful learning) วิธีการสอนแบบพุทธิปัญญานิยมเหมาะสำหรับผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่ (adult learners) ผู้ออกแบบบทเรียนอาจใช้หลักการทฤษฎีการเรียนรู้ 3 หลักการนี้เป็นแนวทางในการเขียนตำราหรือบทเรียนให้เหมาะสมกับบริบทของตนเองนอกเหนือไปจากทฤษฎีการเรียนรู้ที่นำเสนอโดยฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson & Water, 1998) ดังที่ได้กล่าวมาเบื้องต้น

ถึงแม้ว่าผู้สอนหรือผู้ที่ออกแบบและพัฒนาหลักสูตรรายวิชาภาษาอังกฤษจะมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำการพรรณนาภาษาหรือเนื้อหาที่จะสอนผู้เรียน ทฤษฎีการเรียนรู้ และผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนหรือออกแบบและพัฒนาหลักสูตรรายวิชาภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี แต่ในยุคศตวรรษที่ 21 นี้ ความรู้ทั้ง 3 ประเด็นไม่เพียงพอสำหรับการสอนผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ให้ออกมาเป็นผู้เรียนที่เป็นที่ต้องการในสังคมปัจจุบันได้ ผู้สอนหรือผู้ที่ออกแบบและพัฒนาหลักสูตรรายวิชาภาษาอังกฤษจำเป็นต้องศึกษาทักษะในการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 และนำทักษะที่สำคัญนี้ไปออกแบบกิจกรรมแบบฝึกหรือชิ้นงาน เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุผลตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่ตั้งไว้

2.4 ทักษะในการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21

ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นกรอบแนวคิดที่เน้นผลลัพธ์ที่เกิดกับผู้เรียน (student outcomes) ทั้งในด้านความรู้สาระวิชาหลัก (core subjects) และทักษะเพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ภาครัฐเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (Partnership for 21st century skills, 2014) จึงได้เสนอแนวคิดทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ที่จะช่วยผู้เรียนได้เตรียมความพร้อมในหลากหลายด้าน โดยเน้นที่องค์ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญและสมรรถนะที่เกิดกับตัวผู้เรียนซึ่งเชื่อว่ามีผลสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการเรียนรู้ตลอดชีวิต Trilling และ Fadel (2009) ได้เสนอกรอบความคิดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นสมการดังนี้

$$3R \times 7C = \text{ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21}$$

โดย 3R ประกอบด้วยทักษะ 3 ด้าน คือ (1) การอ่านออก (reading) (2) การเขียนได้ (writing) และ (3) การคิดเลขเป็น (arithmetic) ส่วน 7C ประกอบด้วยทักษะ 7 ด้าน คือ (1) การคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา (critical thinking and problem solving) (2) ทักษะด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (creativity and innovation) (3) ทักษะด้านความเข้าใจต่างวัฒนธรรมต่างกระบวนทัศน์ (cross-cultural understanding) (4) ทักษะด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ (collaboration, teamwork and leadership) (5) ทักษะด้านการสื่อสาร สารสนเทศ และรู้เท่าทันสื่อ (communications, information, media literacy) (6) ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (computing and ICT literacy) และ (7) ทักษะอาชีพและทักษะการเรียนรู้ (career & learning skills) ซึ่งทักษะ 3R 7C นี้ จะส่งเสริมให้ผู้เรียนในยุคศตวรรษที่ 21 พร้อมจะเรียนรู้ตลอดชีวิต พร้อมรับและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในตนเอง (Trilling & Fadel, 2009) เพื่อที่จะดำรงชีวิตอยู่รอดได้อย่างมีความสุข ไม่ตกเป็นเหยื่อของสื่อ บุคคล หรือองค์กรใด

นอกจากนี้ผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 จะต้องมีคุณธรรมและจริยธรรม (ethics) เพื่อสังคมไทยและสังคมโลกจะได้มีความสุข เอื้ออาทร และแบ่งปันกัน ด้วยเหตุนี้การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษาไทยจึงประกอบด้วย การพัฒนา 5 ด้าน คือ คุณธรรมจริยธรรม ความรู้ ทักษะทางปัญญา ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งผู้สอนและออกแบบบทเรียนในระดับอุดมศึกษาจะต้องตระหนักและพยายามค้นหาหรือสรรสร้างวิธีการต่างๆ เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีผลการเรียนรู้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติที่ได้บัญญัติไว้ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2563)

อย่างไรก็ดี ผู้เรียนจะมีคุณลักษณะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ได้นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับจัดการศึกษาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หากขาดซึ่งการจัดการเรียนรู้เป็นวิถีทาง (path/ means/ way) การคาดหวังความสำเร็จของผู้เรียนให้ไปสูเป้าหมายที่ต้องการก็ย่อมเป็นไปได้ (อดุลย์ วังศรีคุณ, 2557) วิจารณ์ พานิช (2555) ได้ตั้งข้อสังเกตว่าวิธีการสอนหลายอย่างที่เคยใช้ได้ผลดีในการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 19 และ 20 กลับกลายเป็นวิธีการที่ล้าสมัยสำหรับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เช่น การสอนแบบบรรยายหน้าชั้นที่ผู้เรียนเป็นผู้รับการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ แม้จะเป็นวิธีการสอนที่ใช้ได้ผลดีวิธีหนึ่ง แต่การเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 นั้น การเรียนรู้ที่ได้ผลดีต้องเป็นวิธีการที่ผู้เรียนเป็นผู้ลงมือทำ (learning by doing) มากกว่าการเป็นผู้ฟังและจดจำสิ่งที่ครู/ อาจารย์บรรยาย สอดคล้องกับไพพรรณ เกียรติโชติชัย (2545) ที่เห็นว่าการเรียนการสอนในอนาคตจะมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเรียนการสอนมากขึ้น ผู้เรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาและ

สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ กระบวนทัศน์การสอนแบบใหม่ที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 คือ การเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ โดยการเรียนรู้เป็นกระบวนการสืบค้นและเป็นการค้นพบด้วยตนเอง การเรียนรู้เกิดได้ทุกเวลา ทุกสถานที่และเป็นการเรียนรู้ที่ยั่งยืน ซึ่งมีแหล่งเรียนรู้หลากหลายทั้งในและนอกโรงเรียน สนับสนุนให้ผู้เรียนได้ “คิด” และ “สร้างสรรค์” เรียนรู้ด้วยความสนุก และรู้จักการทำงานเป็นกลุ่ม/ ทีม และการสร้างเครือข่าย (พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์ และพะเยาว์ ยินดีสุข, 2557)

การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 จะเกิดขึ้นกับผู้เรียนได้นั้นย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น การบริหาร ผู้บริหาร ครู หลักสูตร เป็นต้น ในที่นี้ขอกล่าวถึง “ครู” ซึ่งพิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์ และพะเยาว์ ยินดีสุข (2557) กล่าวว่าครูต้องมีทักษะ 7C ซึ่งเป็นทักษะที่ได้จากการวิเคราะห์สิ่งที่ครูต้องปฏิบัติและพึงมีตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ได้แก่ (1) การพัฒนาหลักสูตร (curriculum development) (2) การเรียนรู้เน้นเด็กเป็นศูนย์กลาง (child-centered approach) (3) การนำนวัตกรรมไปใช้ (classroom innovation implementation) (4) การประเมินตามสภาพจริง (classroom authentic assessment) (5) การวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน (classroom action research) (6) การจัดการชั้นเรียน (classroom management) และ (7) การเสริมสร้างลักษณะ (character enhancement) การจัดการเรียนการสอนจะมีประสิทธิภาพได้นั้น ครูต้องมีลักษณะของผู้ที่สามารถชี้แนะการเรียนรู้ (learning coaching) ให้กับผู้เรียนและสามารถทำหน้าที่เป็นผู้นำผู้เรียนท่องโลกแห่งการเรียนรู้ได้ (learning travel agent) บทบาทของครูในศตวรรษที่ 21 จึงมีความสำคัญยิ่งต่อผลลัพธ์ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21

2.5 วัฒนธรรมของเจ้าของภาษา

วัฒนธรรมของเจ้าของภาษาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ออกแบบบทเรียนควรตระหนักว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อผู้เรียนภาษาเป้าหมายเป็นภาษาต่างประเทศหรือภาษาที่สอง การเรียนการสอนภาษาต่างประเทศในอดีตเน้นศึกษาในเรื่องโครงสร้างภาษา การออกเสียง คำศัพท์ และการแปล โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเรียนภาษาตามบริบททางสังคมหรือวัฒนธรรมที่ซ่อนอยู่ในตัวภาษา จนกระทั่งฮัลลiday (Halliday, 1979) และไฮม์ส์ (Hymes, 1972) ได้เสนอแนวคิดเรื่องการเรียนรู้ภาษาโดยให้ความสำคัญกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของภาษาเป้าหมาย เพื่อที่ผู้เรียนจะได้เข้าใจถึงทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของเจ้าของภาษา อันนำไปสู่การสื่อสารภาษาเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัฒนธรรมประกอบด้วยสิ่งของ (products) ที่คนในวัฒนธรรมนั้นประดิษฐ์หรือสร้างขึ้นมา หรือรับมาจากวัฒนธรรมอื่น รูปแบบของภาษาที่ใช้ในการสื่อสารทั้งที่เป็นภาษาพูดหรือวจนภาษา (verbal language) และไม่ใช่ภาษาพูดหรือวจนภาษา (non-verbal language) รวมทั้งกิจกรรม (activities) ที่คนในวัฒนธรรมนั้นกระทำหรือการประพฤติปฏิบัติตน (practice) ตามการรับรู้ ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติ (perspective) ของแต่ละบุคคลในชุมชน (persons) หรือของคนทั้งชุมชน (community) ดังนั้นการเรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของภาษาจึงมีความสำคัญสำหรับผู้เรียนภาษาเป้าหมายเป็นภาษาต่างประเทศหรือภาษาที่สองเพราะจะทำให้ผู้เรียนเข้าใจภาษาเป้าหมายเป็นภาษาต่างประเทศหรือภาษาที่สองและเข้าใจสุนทรนาถซึ่งมากขึ้น (Moran, 2001)

ในปัจจุบันผู้สอนสามารถทำการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรมควบคู่ไปกับการเรียนภาษา ภาษาเป้าหมายเป็นภาษาต่างประเทศหรือภาษาที่สองได้อย่างสะดวกสบายและเป็นรูปธรรม (Cullen & Sato, 2000; Neff & Rucynski, 2013) เช่น การใช้สื่อจากของจริง (authentic materials) ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ ยูทูบ (YouTube) คลิปวิดีโอ เพลง หรือข้อมูลเว็บไซต์ต่างๆ ผู้สอนอาจสอดแทรกวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาในสถานการณ์ต่างๆ หรืออธิบายเพิ่มเติมเข้าไปในบทอ่านที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งผู้สอนอาจให้ผู้เรียนทำบทบาทสมมติ (role play) เปรียบเทียบวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมภาษาเป้าหมายเป็นภาษาต่างประเทศหรือภาษาที่สอง หรือให้เจ้าของภาษา บุคคล หรือนักเรียนที่มีประสบการณ์ของการใช้ชีวิตในสิ่งแวดล้อมของภาษาเป้าหมายเป็นภาษาต่างประเทศหรือภาษาที่สองมาบรรยายประสบการณ์ ความรู้ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของภาษาเป้าหมายนั้น

นอกเหนือจากการนำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรมของภาษาเป้าหมายแล้วนั้น อีกหนึ่งประเด็นที่ผู้สอนควรตระหนักเมื่อออกแบบหรือสร้างสื่อการสอน คือ การนำเสนอกิจกรรมของพลเมืองโลก (global citizens) ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องเรียนรู้วัฒนธรรม การดำเนินชีวิตและการสื่อสารที่แตกต่างกันทั้งในรูปแบบวัจนภาษาและอวัจนภาษา เพื่อให้ผู้เรียนจะได้เข้าใจและเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันกับผู้คนต่างชาติต่างภาษาที่มีภูมิหลังต่างกัน ผู้สอนจึงควรสร้างเสริมและพัฒนาให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในสภาพสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างเหล่านี้เพื่อการตัดสินใจหรือการดำเนินการใดๆ ในการทำงานและในการดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขและประสบผลสำเร็จ (Davies & Reid, 2005; Oxfam, 2006; Brigham, 2011)

3. สรุป

สิ่งที่ผู้สอนภาษาอังกฤษในยุคศตวรรษที่ 21 ต้องรู้ก่อนเขียนบทเรียน คือ ลักษณะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ทักษะที่จำเป็นและผลการเรียนรู้ที่ผู้สอนต้องตั้งเป้าหมาย นำองค์ความรู้หลักๆ ที่สำคัญทั้งหลายในการสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะ (ESP) ตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน (Dudley-Evan & St. John, 1998) การพรรณนาด้านภาษาหรือการสอนภาษา (language description) ทฤษฎีการเรียนรู้ (learning theory) ต่างๆ มาบูรณาการในการออกแบบบทเรียนและการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษโดยต้องไม่ลืมนสอดแทรกมิติด้านวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาและวัฒนธรรมของการเป็นพลเมืองโลก เพื่อให้ผู้เรียนได้ตระหนักและเข้าใจในความเหมือนและความแตกต่างและสามารถพัฒนาตนเองในการใช้ภาษาเป้าหมายที่ได้เรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงการมีคุณลักษณะของความเป็นผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญของผู้สอนในศตวรรษที่ 21

รายการอ้างอิง

- ทรงศรี สรณสถาพร. (2556). การอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์ และเพยาร์ ยินดีสุข. (2557). การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ไพพรรณ เกียรติโชติชัย. (2545). *กระบวนทัศน์ใหม่แห่งการศึกษาในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: การศึกษา.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). *วิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2563). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 (Thai Qualifications Framework for Higher Education)*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2563 จาก <http://www.mua.go.th/users/tqf-hed/>.
- สำนักส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะบุคลากร. (2563). *การเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2563 จาก <https://www.mhesi.go.th/>.
- อดุลย์ วัชรวิบูลย์. (2557). การศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21: ผลผลิตและแนวทางการพัฒนา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 8(1), 1-16.
- Anthony, L. (2018). *Introducing English for Specific Purposes*. New York, NY: Routledge.
- Basturkmen, H. (2010). *Developing Courses in English for Specific Purposes*. Hampshire, England: Palgrave Macmillan.
- Brigham, M. (2011). Creating a Global Citizen and Assessing Outcomes. *Journal of Global Citizenship & Equity Education*, 1(1), 16-41.
- Brumfit, C. J., & Roberts, J. T. (1983). An Introduction to Language and Language Teaching. *Studies in Second Language Acquisition*, 6(1), 101-102.
- Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing. *Applied Linguistics*, 1, 1-47.
- Chomsky, N. (1986). *Knowledge of Language*. Westport, CT: Praeger Publishers.
- Crookes, G. (2009). *Values, philosophies, and beliefs in TESOL*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Cullen, B., & Sato, K. (2000). *Practical Techniques for Teaching Culture in the EFL Classroom*. Retrieved from <http://iteslj.org/Techniques/Cullen-Culture.html>.
- Davies, M. & Reid, A. (2005). Globalizing citizenship education? A critique of 'global education' and 'citizenship education'. *British Journal of Educational Studies*, 53(1), 66-89.
- Dudley-Evans, T., & St. John, M. J. (1998). *Developments in English for Specific Purposes*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Halliday, M. A. K. (1979). Modes of meaning and modes of expression: Types of grammatical structure and their determination by different semantic functions. In D.J. Allerton, E. Carney, & D. Holdcroft (Eds.), *Function and context in linguistic analysis: Essays offered to William Haas* (pp. 57-79). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutchinson, T., & Water, A. (1998). *English for Specific Purposes*. New York: NY: Cambridge University Press.
- Hymes, D. H. (1972). On Communicative Competence. In J. B. Pride, & J. Holmes (Eds.), *Sociolinguistics: Selected Readings* (pp. 269-293). Harmondsworth, England: Penguin.
- Mohyeldin, A., Garzón-Muvdi, T., & Quiñones-Hinojosa, A. (2010). Oxygen in stem cell biology: a critical component of the stem cell niche. *Cell Stem Cell*, 7(2), 150-161.
- Moran, R. P. (2001). *Teaching Culture: Perspectives in Practice*. Boston, NY: Heinle & Heinle.
- Munby, J. (1978). *Communicative Syllabus Design*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Neff, P., & Rucynski, J. (2013). *Tasks for Integrating Language and Culture Teaching*. English teaching forum. Retrieved from https://americanenglish.state.gov/files/ae/resource_files/neff_rucynski_-_forum.pdf.

- Oxfam, G. B. (2006). *Education for Global Citizenship: a guide for schools*. Retrieved from <http://www.oxfam.org.uk/education/global-citizenship/global-citizenship-guides.tps://doi.org/10.1177/003172171209400203>.
- Partnership for 21st century skills. (2014). *21st century skills*. Retrieved from http://feilidi.weebly.com/uploads/4/2/5/8/42583553/p21_skills.pdf.
- Pratt, D. (1980). *Curriculum, design, and development*. New York, NY: Harcourt Brace Jovanovich.
- Robinson, P. C. (1991). *ESP Today: A Practitioner's Guide*. Phoenix, AZ: Hemel Hempstead.
- Soranastaporn, S., & Tampanich S. (2018). Word Frequency and Sentence Structure in Stating Objectives in Review Articles: Useful Findings for EFL Learners and Novice Researchers. *KKU International Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(1), 91-125.
- Trilling B., & Fadel C. (2009). *21st Century Skills: Learning for Life in Our Times*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.



การแปรทางภาษา: การแปรของภาษาอังกฤษ ในกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง

Received: 11 March 2020

Revised: 7 May 2021

Accepted: 20 May 2021

ปรภัทร คงศรี*

การแปรของภาษาอังกฤษได้มีการแปรในระบบภาษามาตั้งแต่ภาษาอังกฤษยุคเก่าจนมาถึงภาษาอังกฤษในยุคปัจจุบันที่เกิดจากผู้ใช้ภาษาต่างกลุ่มต่างท้องถิ่น รูปแบบของภาษาอังกฤษแต่ละสำเนียงมีรูปแบบที่แตกต่างกันซึ่งเป็นความหลากหลายของภาษาอังกฤษสำเนียงต่าง ๆ โดยเริ่มจากภาษาอังกฤษรูปแบบต่าง ๆ ที่ใช้ในยุคแรก ๆ และเป็นภาษาอังกฤษดั้งเดิม หลังจากนั้นได้ขยายกว้างข้ามทวีป ตลอดจนกลายเป็นภาษาที่สองและภาษาต่างประเทศที่ใช้ในทวีปเอเชีย ความหลากหลายของภาษาอังกฤษที่ใช้ในทวีปเอเชียถูกมองว่าปัจจัยหลักทางสังคมที่ทำให้เกิดการแปรของภาษาคือกลุ่มผู้ใช้ภาษาหลากหลายชาติพันธุ์ที่มีภาษาแม่เป็นของตนเอง จนเกิดเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงเฉพาะของแต่ละกลุ่ม บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอทฤษฎีการแปรทางภาษาที่ช่วยในการอธิบายการแปรของภาษาอังกฤษ การจัดกลุ่มภาษาอังกฤษ การแปรของภาษาอังกฤษในกลุ่มประเทศเอเชีย พร้อมทั้งแสดงให้เห็นว่าการแปรคุณสมบัติทางภาษาอังกฤษและการแปรภาษาอังกฤษของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในประเทศไทย ซึ่งนำเสนอความแตกต่างของภาษากะเหรี่ยงและภาษาอังกฤษที่นำมาสู่ลักษณะการแปรทางคุณสมบัติและการผสมทางภาษาของภาษาอังกฤษโดยชาวกะเหรี่ยง แสดงถึงการเกิดภาษาอังกฤษสำเนียงกะเหรี่ยง

บทความวิชาการ

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

การแปรภาษา;
การแปรของภาษาอังกฤษ;
กลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ติดต่อได้ที่:



Linguistic Variation: English Variation in Karen Ethnicity

Received: 11 March 2020

Revised: 7 May 2021

Accepted: 20 May 2021

Poraphat Khongsri*

The variation in the English language has changed in its system from the old English language to the modern English language caused by users in different languages and different dialects. The English features of each accent are different in a variety of English accents. At the beginning the English language in early era was used as an original English; after that it expanded across the continents, as well as becoming a second language and foreign language used in Asia. Regarding the diversity of the English language used in Asia, the group of multi-ethnic language users who have their own mother tongue was the main social variable which caused variation in the English language, when it became an English accent for each group. The purpose of this article is to present the theory of language variation which could explain the variation in the English language, English grouping, and the variation of English in Asian countries, as well as exploring how the English language has been changed in English language used by the Karen ethnicity in Thailand. Linguistic features of the Karen language and the English language are different leading to code-mixing and style shifting of the language characteristics of the English language used by the Karen. This eventually leads to an emergence of the Karen English accent.

Academic Article

Abstract

Keywords

linguistic variation;
English language variation;
Karen ethnicity

* Lecturer, English for Communication Program, Mae Hong Son College, Chiang Mai Rajabhat University, e-mail:

1. ความนำ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีการกระจายไปทั่วโลก การเรียนภาษาอังกฤษในอดีตมักจะถูกปลูกฝังว่าควรจะคำนึงถึงสำเนียงที่เหมือนเจ้าของภาษาไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงแบบอเมริกันหรือภาษาอังกฤษสำเนียงแบบอังกฤษ จึงอาจเป็นข้อจำกัดทำให้ผู้ใช้ภาษาคิดว่าการเรียนรู้ภาษาอังกฤษยาก จากความคิดและข้อจำกัดดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจของผู้ใช้ภาษาในปัจจุบันว่า การพูดภาษาอังกฤษเบื้องต้นอาจไม่จำเป็นต้องให้มีสำเนียงเหมือนเจ้าของภาษา แค่ออกเสียงถูกและสามารถสื่อความหมายกับชาวต่างชาติได้ ความจริงอีกอย่างที่มีการใช้ภาษาอังกฤษได้ในพื้นที่ที่กว้างขึ้น ผู้คนเห็นความสำคัญของการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อจะสื่อสารระหว่างกันเพิ่มขึ้นในพื้นที่ทั่วโลก จึงเกิดเป็นภาษาอังกฤษแบบสำเนียงต่าง ๆ จากเดิมเข้าใจว่าภาษาอังกฤษในโลกนี้มีเพียงแต่ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบอเมริกันและภาษาอังกฤษสำเนียงแบบอังกฤษ เมื่อมีผู้ใช้ภาษาจากพื้นที่ต่าง ๆ ใช้ภาษาอังกฤษจึงเกิดการแปรของภาษาอังกฤษเพิ่มเป็นหลาย ๆ สำเนียง แต่ทั้งนี้ความแตกต่างของสำเนียงก็ไม่เป็นปัญหาในการสื่อสารระหว่างกัน จากการศึกษาการแปรของภาษาอังกฤษพบว่าการแปรทางภาษาเกิดขึ้นมากมาย กลุ่มประเทศแอฟริกาเป็นอีกส่วนที่มีการศึกษาและพบการแปรของการใช้ภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะในเรื่องของการแปรที่เกิดจากการแทรกแซงภาษาแม่ เป็นลักษณะของการสลับภาษา (code-switching) ภาษาแม่ในภาษาอังกฤษ (Stell, 2010)

ภาษาอังกฤษที่ใช้อย่างกว้างขวางนั้นเกิดจากกลุ่มประเทศที่มีต้นกำเนิดของภาษาอังกฤษดั้งเดิม ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย แคนาดา นิวซีแลนด์ อังกฤษและสหรัฐอเมริกา (Kachru & Nelson, 2006) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีผู้ใช้ภาษาอังกฤษมากมายและหลากหลาย แต่เมื่อผู้คนสามารถเดินทางอพยพและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมก็เกิดการแพร่กระจายของภาษาอังกฤษไปในวงกว้างสู่พื้นที่ประเทศอื่นเพิ่มขึ้นในเวลาต่อมา กลายเป็นอีกกลุ่มประเทศที่มีการใช้ภาษาอังกฤษและเกิดแนวความคิดการปรับเปลี่ยนภาษาอังกฤษตามภาษาแม่ (L1) ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เห็นว่าภาษาอังกฤษที่ใช้สื่อสารกันไม่มีความเหมือนกันถึงแม้จะเรียกว่าเป็นภาษาอังกฤษก็ตาม ในความแตกต่างของผู้ใช้ภาษาจากหลายพื้นที่ยิ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนของภาษาอังกฤษยิ่งขึ้น เรามักจะได้ยินการกล่าวถึงภาษาอังกฤษหลากหลายสำเนียง เกิดเป็นปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงและการแปรของภาษาอังกฤษ โดยเกิดจากผู้ภาษาที่อยู่อาศัยต่างพื้นที่และถิ่นฐาน หรือแม้แต่ภายในประเทศเดียวกันซึ่งประกอบด้วยกลุ่มประชากรต่างกลุ่มต่างชาติพันธุ์ต่างมีภาษาแม่เป็นของตนเองที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันไป เช่นชาวอเมริกันเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในนิวยอร์กพูดภาษาอังกฤษสำเนียงแตกต่างจากชาวนิวยอร์กโดยกำเนิด โดยการแปรของเสียงสระ [ɔ]-raising และ [œ]-tensing (Wong, 2007) การแปรของคำหลายพยางค์ที่ลงท้ายคำด้วย -er ที่มีลักษณะการใช้ภาษาและทำทางแตกต่างกันในภาษาอังกฤษสำเนียงออสเตรเลียโดยผู้ใช้ภาษาเชื้อสายกรีกในประเทศออสเตรเลีย (Kiesling, 2004) นอกจากนี้ปรากฏการณ์การแปรของภาษาอังกฤษที่เกิดขึ้นในเอเชียพบว่าการตัดเสียงพยัญชนะเสียงกัก /-t, -d/ (coronal stop deletion) ที่เป็นเสียงควบท้ายคำในภาษาอังกฤษที่ใช้ในประเทศจีน (China English) ภาษาอังกฤษในฮ่องกง (Hong Kong English) และภาษาอังกฤษในเวียดนาม (Viet Nam English) (Edwards, 2016) เป็นปรากฏการณ์การได้รับอิทธิพลจากภาษาแม่สู่ภาษาอังกฤษ ส่งผลให้ภาษาอังกฤษมีสำเนียงแตกต่างออกไป ฉะนั้นการรับรู้ภาษาที่สองอาจมีการปรับเปลี่ยนไปจากภาษาตั้งเดิม และจากการที่ผู้เขียนได้มีโอกาสใกล้ชิดและทำงานร่วมกับกลุ่มชาติพันธุ์บางกลุ่มในภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง ทำให้ผู้เขียนมองเห็นว่าสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในปัจจุบันเรียนรู้ที่จะเปิดรับการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มภายนอก รวมถึงมีโอกาสได้ใกล้ชิดกับชาวต่างชาติ และให้ความสำคัญกับการ

เรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น จึงมักได้ยืมการพูดภาษาอังกฤษที่แปรไปจากสำเนียงภาษาอังกฤษของคนไทย ดังนั้นบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายการแปรของภาษาอังกฤษจนเกิดเป็นภาษาอังกฤษกลุ่มที่มีความแตกต่างทางสำเนียงต่าง ๆ ตลอดจนการแปรของภาษาอังกฤษของผู้ใช้ภาษากลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในประเทศไทย และนำเสนอการแปรคุณสมบัติทางภาษาที่ทำให้เห็นว่ามีสำเนียงเฉพาะ ศีกรูปแบบของภาษาอังกฤษและการแปรภาษาอังกฤษในกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง โดยนำทฤษฎีการแปรทางภาษา และการแปรคุณสมบัติทางภาษามาอธิบาย นอกจากจะให้ความรู้ทางด้านการแปรของภาษาอังกฤษและภาษาอังกฤษหลากหลายสำเนียงของกลุ่มผู้ใช้จากความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์แล้ว ยังทำให้เห็นความสำคัญของกลุ่มภาษาอังกฤษสำเนียงใหม่ และจัดได้ว่าเป็นภาษาอังกฤษกลุ่มใหม่ (new Englishes) ที่ปรากฏขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของความหลากหลายของภาษาอังกฤษ และเพื่อให้เห็นว่าภาษาอังกฤษสำเนียงแบบกะเหรี่ยงเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงใหม่ที่ปรากฏในประเทศไทย เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาภาษาอังกฤษสำเนียงแบบกะเหรี่ยงต่อไป

2. ทฤษฎีการแปรของภาษา (language variation: dialect variation)

ทฤษฎีการแปรทางภาษา (language variation) เป็นทฤษฎีการศึกษาภาษาศาสตร์เชิงสังคม (sociolinguistics) ที่แสดงให้เห็นความเกี่ยวข้องของภาษาและสภาพทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับเพศ (language and gender) ภาษากับกลุ่มเชื้อชาติ (language and ethnic group) ภาษากับระดับชั้นในสังคม (language and social class) ภาษากับบริบท (language and contexts) เป็นต้น จากการศึกษาของนักภาษาศาสตร์เชิงสังคม คือทราดกิลล์ (Trudgill, 1995) ทำให้เห็นกระบวนการการแปรและเปลี่ยนแปลงทางภาษาในความสัมพันธ์ระหว่างสังคมต่าง ๆ เกิดการใช้และการแปรของภาษาที่ใช้ ดังนั้น การแปรทางภาษา (language variation) เป็นผลของการใช้ภาษาและปรากฏการณ์ทางธรรมชาติของระบบไวยากรณ์ระหว่างมีการใช้ภาษาในระหว่างการสนทนาในช่วงเวลาของชีวิตซึ่งระบบทางภาษาของผู้ใช้แต่ละคนอาจมีการแปรและปรับเปลี่ยน (Labov, 1972) ทฤษฎีการแปรทางภาษามีแนวคิดที่ว่าผู้ใช้ภาษาหนึ่งคนสามารถพูดภาษาเดียวกันด้วยการใช้รูปแบบ ถ้อยคำและสำเนียงที่แตกต่างกันเกิดเป็นลักษณะของภาษาย่อย (dialect) ที่เกิดขึ้นภายในภาษานั้น ภาษาที่ใช้ร่วมกันมีแบบแผนและเอกลักษณ์ของกลุ่มสังคมเดียวกัน ผู้ใช้ภาษาหนึ่งคนที่อยู่ในกลุ่มสังคมและใช้ภาษาเดียวกัน แต่ไม่สามารถพูดเหมือนกันในสถานการณ์และมีวัตถุประสงค์เดียวกันทั้งหมด ความแตกต่างภายในตัวผู้พูดของคนคนหนึ่งและมีวิธีการพูดแบบใดแบบหนึ่ง ลักษณะแบบนี้เป็นภาษาเฉพาะบุคคล (idelect) ซึ่งแน่นอนว่าแม้แต่บุคคลคนเดียวอาจจะไม่สามารถออกเสียงหรือใช้สำเนียงแบบเดียวกัน อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ ตามบริบทตัวแปรทางสังคมด้านอาชีพ เพศ อายุ การศึกษาและถิ่นที่อยู่อาศัย ความแตกต่างที่เกิดขึ้นในภาษาเดียวกันมีหลายรูปแบบ เช่น ความแตกต่างของการใช้ภาษาถิ่น (regional dialect) ภาษาที่ใช้ในเฉพาะกลุ่มอาชีพ (occupational dialect) หรือภาษาของแต่ละระดับชนชั้น (social class dialect หรือ sociolect) (Wardhaugh, 1992; 2006, p. 135) ถึงแม้จะอยู่ในสังคมที่ใช้ภาษาเดียวกัน แต่สำหรับบางคนแสดงออกซึ่งลักษณะทางภาษาไม่เหมือนกัน จึงเป็นการใช้ภาษาที่แปรไปขึ้นอยู่กับแต่ละคน เช่น การอยู่ร่วมกันในสังคมที่ใช้ภาษาอังกฤษ คำว่า car /kɑːr/ มักจะออกเสียงละเสียง /r/ เป็นเสียง /kɑː/ สำหรับสังคมที่ใช้ภาษาไทยร่วมกัน ยังมีความแตกต่างกันเรื่องของการออกเสียง ร และ ล ในคำว่า เรา (ดิยู ศรีนราวัดน์ และชลธิชา บำรุงรักษ์, 2558, น. 199) หลายครั้งที่เราได้ยินบางคนออกเสียงเป็น ร ซึ่งถูกต้องตามหลักของคำในภาษาไทย และบ้างก็ได้ยินออกเสียงเป็นเสียง ล เป็น เลา แต่เมื่ออยู่ในบริบทนั้น ผู้ฟังก็สามารถคาดเดาได้ว่าผู้พูดทั้งสอง

ต้องการสื่อถึงคำว่า เรา ตัวอย่างนี้เป็นตัวอย่างการแปรเสียง ร ในภาษาไทย นอกจากการแปรของภาษาทั้งสอง ตัวอย่างที่เป็นการแสดงการแปรระดับเสียง การแปรเกิดขึ้นทุกระดับของภาษา ได้แก่ การแปรระดับคำ การแปรระดับโครงสร้าง การแปรระดับความหมายและการใช้ในบริบท รวมถึงการแปรด้านการเขียนและสะกดคำ

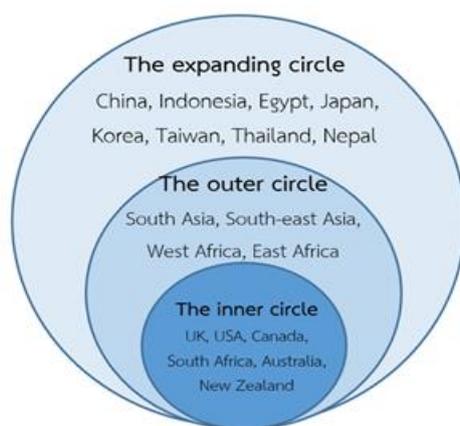
ความสนใจในการศึกษาการแปรของภาษา (language variation) มีนักภาษาศาสตร์ที่มีชื่อเสียงหลายคน ศึกษาเรื่องนี้ ที่ปรากฏชัดเจนในการศึกษาของนักภาษาศาสตร์เชิงสังคมอย่างลาบอฟ (Labov) โดยได้รับแนวคิดและหลักการจากนักภาษาศาสตร์ แล้วจึงนำมาประยุกต์และปรับใช้ในการศึกษาของเขาเอง โดยนำการศึกษาทางสังคมมารวมเข้ากับการศึกษาทางภาษาศาสตร์ในงานวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก รวมทั้งในการศึกษาและการค้นพบอีกมากมาย โดยเฉพาะผลจากการศึกษาการแปรทางภาษาของผู้ใช้ภาษาในแถบ Lower East Side ของนิวยอร์ก หนึ่งในการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการศึกษาภาษาศาสตร์เชิงสังคม คือการศึกษา *Social Stratification of English in New York City* เป็นการแบ่งชนชั้นทางสังคมจากการออกเสียง /r/ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานจากห้างสรรพสินค้า 3 แห่งในนิวยอร์กที่มีความแตกต่างทางสถานะทางสังคม ได้แก่ ห้าง Saks Fifth Avenue เป็นห้างของกลุ่มชนชั้นกลางระดับบน มีกำลังซื้อของแพง ห้าง Macy's เป็นห้างของกลุ่มชนชั้นกลางระดับบนและห้าง S. Klein เป็นห้างของกลุ่มผู้ทำงาน โดยวิธีการถามคำถามเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่า “fourth floor” ผลปรากฏว่าการออกเสียง /r/ ในคำ “fourth floor” จำนวนมากกว่า สามารถบ่งชี้และระบุได้ว่าเป็นกลุ่มชนชั้นทางเศรษฐกิจระดับสูง ส่วนผู้ที่ออกเสียง /r/ จำนวนน้อยว่าเป็นกลุ่มชนชั้นที่มีสถานะทางเศรษฐกิจระดับล่าง (Hazen, 2010) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางสังคมมีผลต่อรูปแบบโครงสร้างของภาษาหลังจากนั้น ลาบอฟได้สัมภาษณ์และศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางภาษาและปฏิสัมพันธ์ภายในชุมชนภาษา (The speech community) (Hazen, 2010) เช่นเดียวกันกับข้อมูลของ (Bell, Sharma, & Britain, 2016, p. 1) กล่าวว่าการศึกษา social stratification of /r/ English in New York City เป็นการศึกษาพื้นฐานแรกๆ ของนักศึกษารัฐศาสตร์ในทางภาษาศาสตร์เชิงสังคม

3. รูปแบบภาษาอังกฤษนานาชาติทั่วโลก (varieties of English in the world)

หากจะกล่าวถึงภาษาอังกฤษ ต้องกล่าวถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษต่อประชากรโลกที่มีมายาวนาน ประชากรทั่วโลกที่มาจากต่างถิ่นต่างภาษาที่ต้องสื่อสารเชื่อมโยงกัน ต้องสามารถใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อในการเชื่อมความสัมพันธ์นั้นได้ ภาษาอังกฤษที่ใช้สื่อสารกันไม่ได้มีเพียงรูปแบบเดียวหรือลักษณะของภาษาอังกฤษที่มีแค่บรรทัดฐานเดียวเท่านั้น เมื่อเกิดการกระจายของภาษาไปทั่วโลก สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาเป็นลักษณะของความหลากหลายทางภาษาอังกฤษ (varieties of English) และมีความแตกต่างภายในความหลากหลายของภาษาอังกฤษที่เกิดขึ้น ภาษาอังกฤษแบ่งออกเป็นช่วงๆ ตามยุคประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของภาษาอังกฤษเริ่มจากยุคสมัยการใช้ภาษาตระกูลเจอร์แมนิก (Proto-Germanic language) มีภาษาต่างๆ ที่จัดอยู่ในยุคนี้ ได้แก่ ภาษาสันสกฤต อินดิค กรีก เปอร์เซีย โรมัน อเมริกัน ฯลฯ ยุคนี้เป็นจุดเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงภาษา เกิดการแปรเสียงพยัญชนะตามกฎ Grimm's law เสียง p กลายเป็นเสียง f เมื่อพิจารณาคำว่า father จากภาษาอังกฤษในยุคเก่า (old English ค.ศ. 449-1066) จนถึงสมัยภาษาอังกฤษยุคใหม่ (modern English ค.ศ. 1776-1997) การยืมคำในภาษาอังกฤษยุคเก่าได้ประยุกต์ใช้คำยืมจากภาษาละติน อย่างเช่นคำว่า 'Saturday' มาจากภาษาละตินเดิมว่า 'sætern-dæg' (Kirkpatrick, 2010, pp. 17-18) ต่อมาก็เกิดการเปลี่ยนแปลงของเสียงสระ นั่นคือ เกิดการเลื่อนของเสียงสระ (The great vowel shift) ในช่วงของยุคกลาง (middle English ค.ศ. 1066) และยุคก่อนสมัยใหม่ (early modern English ค.ศ. 1476) เช่น meet เสียงสระเดิมเป็นเสียง /e:/ เลื่อนเป็นเสียง /i:/ และ boot เสียงสระ

/o:/ เลื่อนเป็นเสียง /u:/ รวมถึงการเปลี่ยนระบบโครงสร้างไวยากรณ์ การเติม -(e)s หลังคำกริยาแทน -(e)th และการใช้คำสรรพนามบุรุษที่สอง thou, thee, thy, thin แทนด้วย ye (ต่อมาใช้เป็น you), you, your, yours ในภาษาอังกฤษยุคปัจจุบัน เมื่อแบ่งกลุ่มภาษาอังกฤษตามยุคต่างๆ ภาษาอังกฤษยุคเก่าประกอบด้วยภาษาอังกฤษแบบอังกฤษ (British English) ภาษาอังกฤษแบบอเมริกัน (American English) ภาษาอังกฤษแบบแคนาดา (Canada English) ภาษาอังกฤษแบบออสเตรเลีย (Australia English) และภาษาอังกฤษแบบนิวซีแลนด์ (New Zealand English) ต่อมาเกิดภาษาอังกฤษแบบนานาชาติทั่วโลกซึ่งเกิดในยุคหลัง เช่น ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบอินเดีย (Indian English) ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบศรีลังกา (Sri Lankan English) ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบแอฟริกา (African English) ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบสิงคโปร์ (Singapore English) ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบมาเลเซีย (Malaysia English) ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบญี่ปุ่น (Japanese English) รวมทั้งภาษาอังกฤษที่ใช้ในประเทศไทย (Thai English) ก็จัดว่าเป็นภาษาอังกฤษอีกรูปแบบหนึ่ง นอกจากนี้การแบ่งกลุ่มภาษาอังกฤษมีการแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามรูปแบบของคาครุและเนลสัน (Kachru & Nelson, 2006) ดังแสดงในภาพที่ 1

ภาษาอังกฤษปัจจุบันมีการนำไปใช้ในการสื่อสารเป็นที่แพร่หลาย จากที่เป็นภาษาอังกฤษแบบดั้งเดิมเมื่อมีการแผ่ขยายสู่แต่ละพื้นที่ทำให้เกิดความหลากหลายของภาษาอังกฤษ มีความแตกต่างในเรื่องของสำเนียง ดังนั้นจึงมีการแบ่งกลุ่มภาษาอังกฤษที่ใช้อยู่เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มภาษาอังกฤษแบบดั้งเดิมเป็นกลุ่มผู้ที่พูดภาษาอังกฤษสำเนียงภาษาอังกฤษแท้และเป็นกลุ่มที่พูดภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ (English as first language) กลุ่มต่อมาเป็นกลุ่มภาษาอังกฤษที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง หมายความว่ากลุ่มผู้พูดมีภาษาแม่ที่สื่อสารในกลุ่มอยู่แล้ว แต่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาทางการและเป็นภาษาที่สอง (English as second language) และกลุ่มที่สามเป็นกลุ่มผู้พูดที่ประกอบด้วยภาษาแม่และประกอบด้วยภาษาถิ่นที่หลากหลาย การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษจึงมีการผสมกับสำเนียงของภาษาถิ่นมากขึ้น ภาษาอังกฤษจึงเป็นภาษาต่างประเทศ (English as a foreigner language) พบการแบ่งกลุ่มภาษาอังกฤษของทั่วโลก (Kachru & Nelson, 2006) ดังภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพที่ 1. Three Concentric Circles of Asian Englishes

(ดัดแปลงจาก *Asian Englishes Today: World English in Asian Contexts*, 2006, p. 14)

กลุ่มแรก กลุ่มประเทศ *inner circle* หรือกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษมาตั้งแต่ยุคเก่า นอกเหนือจากอเมริกาและอังกฤษเป็นพื้นที่ที่กลุ่มผู้ใช้ภาษาอพยพไป เกิดการกระจายทางภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาแม่ในกลุ่มออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แคนาดาและกลุ่มแอฟริกาใต้ เป็นต้น กลุ่มที่สอง *outer circle* เป็นกลุ่มผู้ใช้ภาษาที่มีการถ่ายทอดทางด้านภาษา เช่น นักธุรกิจ นักการศึกษา รวมถึงผู้พูดสองภาษาซึ่งใช้ภาษาอังกฤษสำหรับวัตถุประสงค์

เฉพาะของตนเองทั้งขอบเขตภายในชาติหรือนานาชาติ กลุ่มที่มีการพูดภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง เช่น อินเดีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ศรีลังกา ฮองกง มาเลเซีย รวมถึงแอฟริกาตะวันตก เช่น กานา ไนจีเรีย เป็นต้น กลุ่มประเทศที่อยู่ในกลุ่ม *expanding circle* จัดเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายทางภาษาถิ่นเดิมและใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น จีน ไต้หวัน เกาหลี ไทย เป็นต้น ภาษาอังกฤษที่นำมาใช้อาจเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะหรือความจำเป็นสำหรับการสื่อสารระดับนานาชาติทางด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ การใช้ภาษาอังกฤษระดับชาติอาจจะเพื่องานวิชาการ สื่อและงานอาชีพเท่านั้น ภาษาอังกฤษที่ใช้ในกลุ่มนี้จึงมีลักษณะของภาษาที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางภาษาเกิดขึ้นจากปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและลักษณะของภาษาที่เปลี่ยนแปลง

4. การแปรของภาษาอังกฤษในกลุ่มประเทศเอเชีย

(English language variation: Asian English)

กลุ่มประเทศเอเชียเป็นกลุ่มที่ภาษาอังกฤษแพร่ขยายเข้ามาในภายหลัง จึงจัดเป็นกลุ่มที่นำภาษาอังกฤษเข้ามาใช้ในฐานะภาษาที่สองหรือในฐานะภาษาต่างประเทศ เมื่อมีการสัมผัสภาษาถิ่นของแต่ละถิ่นซึ่งเป็นภาษาแม่ของตนเอง ก็จะส่งผลต่อการรับภาษาที่สองและภาษาต่างประเทศ ทำให้ภาษามีการเปลี่ยนแปลงไปจากภาษามาตรฐาน ดังนั้นชาวเอเชียที่เกิดและมีชีวิตเติบโตในประเทศ รวมถึงใช้ภาษาตามถิ่นของตนเองตั้งแต่เกิด เมื่อพยายามเรียนรู้ภาษาอังกฤษจึงมีแนวโน้มว่าอาจไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเหมือนกับภาษาอังกฤษมาตรฐาน แต่ก็ไม่ได้รวมถึงผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่มีการเกิดในประเทศ แล้วมีการย้ายไปอยู่อาศัยในแถบประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารในชีวิตประจำวันภายหลัง เมื่อเปรียบเทียบการใช้ภาษาอังกฤษของบุคคลทั้งสองกลุ่มค่อนข้างมีความแตกต่างกัน ซึ่งมีปัจจัยหลายอย่างที่นอกเหนือจากเหตุผลที่กล่าวมาทำให้ภาษาอังกฤษของผู้ใช้แตกต่างกัน ทั้งเรื่องของระยะเวลาการศึกษาภาษา ความชำนาญและพื้นฐานทางเชื้อชาติและชาติพันธุ์ กลุ่มประเทศเอเชียประกอบด้วยหลายประเทศ สำเนียงภาษาอังกฤษจึงมีชื่อเรียกตามสำเนียงของท้องถิ่นนั้น ภาษาอังกฤษที่เกิดขึ้นในกลุ่มประเทศเหล่านี้เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว เกิดการผสมระหว่างภาษาแม่หรือภาษาถิ่นกับภาษาอังกฤษ และกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางภาษาของกลุ่มเอเชียก็มีลักษณะภาษาอังกฤษแบบเอเชีย (Asian Englishes) ประเทศในแถบเอเชียจะปรากฏอยู่ในกลุ่มที่สองและกลุ่มที่สาม นั่นคือใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองและภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ การแพร่ขยายของการใช้ภาษาอังกฤษและการใช้ภาษาที่แปรไปจากภาษาอังกฤษมาตรฐาน ไม่ว่าจะภาษาอังกฤษแบบอเมริกัน (American English) หรือภาษาอังกฤษแบบอังกฤษ (British English) ประเทศกลุ่มที่สอง (the outer circle) ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย เป็นต้น ประชากรผู้ใช้ภาษามีเชื้อชาติหลากหลาย แต่มีบางส่วนใช้ภาษาอังกฤษ ถึงแม้ประเทศเหล่านี้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง แต่ในบางบริบทและบางสถานการณ์ก็ยังคงใช้ภาษาถิ่นเป็นภาษาแม่

ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบสิงคโปร์ (Singlish) ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศหนึ่งในเอเชียที่มีความหลากหลายของเชื้อชาติและการอพยพจากต่างประเทศ มีการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาทางการ แต่มีประชากรจำนวนมาก มีความแตกต่างในเรื่องของเชื้อชาติ เช่น มาเลย์ จีนและทมิฬ ล้วนมีพื้นฐานของภาษาถิ่น ทำให้เกิดการแทรกแซงของภาษาถิ่นในภาษาอังกฤษ เป็นการลดความเป็นทางการของภาษาอังกฤษลง ภาษาอังกฤษที่ชาวสิงคโปร์ใช้จึงเกิดเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงแบบสิงคโปร์ (Singlish)

ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบมาเลย์ (Manglish) ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศสิงคโปร์ มีลักษณะที่คล้ายกันคือมีประชากรหลายเชื้อชาติ ภาษาเดิมที่ใช้กันเป็นภาษาทางการและเป็นภาษาหลักคือภาษามาเลย์ (Malay) แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลง ภาษาอังกฤษแพร่หลายมากขึ้นมีอิทธิพลเข้าสู่โครงสร้างทางการศึกษา นอกจากในส่วนของทางการศึกษาแล้ว ยังมีความสำคัญในทางธุรกิจ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กลายเป็นการสื่อสารแบบกว้างขึ้นสู่ระดับนานาชาติ ประชากรมาเลเซียจึงได้ส่งลูกหลานไปศึกษาต่อต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศอังกฤษ อเมริกา หรือออสเตรเลีย จนในปัจจุบันมีวิทยาเขตของสถาบันการศึกษาและสถาบันความร่วมมือกับต่างประเทศจัดตั้งขึ้นที่ประเทศมาเลเซีย ส่งผลให้การใช้ภาษาอังกฤษแพร่หลายมากขึ้น ไม่เพียงแต่ในองค์กรทางการศึกษา แต่รวมไปถึงองค์กรทางสังคมอื่น ๆ ภายนอกประเทศมาเลเซีย ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงอาจเป็นไปได้ว่าชาวมาเลย์ใช้ภาษาอังกฤษที่แปรไปจากภาษาอังกฤษมาตรฐาน ทำให้เกิดเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงมาเลย์ (Manglish) อย่างที่ทราบว่ามีผู้ใช้ภาษาในประเทศมาเลเซียประกอบด้วยคนหลายเชื้อชาติ ไม่ว่าจะเป็นเชื้อสายจีน-มาเลย์ อินเดีย ซึ่งมีภาษาพื้นเมืองเป็นพื้นฐานเดิมอยู่แล้วหลายภาษา เมื่อมีการสื่อสารภาษาอังกฤษก็อาจจะยังไม่ทิ้งพื้นฐานของภาษาแม่ (mother tongue) (Vu, 2012)

นอกจากภาษาอังกฤษทั้งสองสำเนียงข้างต้น ทั้งภาษาอังกฤษแบบสิงคโปร์และภาษาอังกฤษแบบมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีพื้นที่ติดต่อกันและการเปลี่ยนแปลงทางภาษาเกิดจากความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ประเทศบรูไนก็มีลักษณะไม่ต่างไปจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียที่ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์และกลุ่มพื้นเมืองหลากหลาย กลุ่มประชากรหลักที่มีจำนวนมากเป็นอันดับต้น คือกลุ่มมาเลย์ จีนและอินเดีย ดังนั้นภาษาแม่ของแต่ละกลุ่มก็ล้วนใช้แตกต่างกัน ประกอบด้วยภาษามาเลย์ ภาษาจีน ภาษาอินเดีย ภาษาอารบิกและอื่นๆ อีกหลายภาษา แน่หนอนว่าด้วยกลุ่มเชื้อชาติของประชากรเป็นกลุ่มเดียวกับประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย **ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบบรูไน (Brunei English)** ก็อาจจะมี ความต่างกันไม่มากนัก

ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบฟิลิปปินส์ (Philippine English) ประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศหนึ่งที่มีเกาะหลายพันเกาะ รวมทั้งภาษามากมายหลายร้อยภาษา เพราะประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์มากมาย ภาษาอังกฤษในประเทศฟิลิปปินส์แตกต่างจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซียและบรูไนที่เป็นการรับอิทธิพลภาษาอังกฤษแบบอังกฤษ แต่เมื่อประเทศฟิลิปปินส์ได้ถูกสหรัฐอเมริกาเข้ามายึดอำนาจหลังจากประเทศสเปน ภาษาอังกฤษแบบอเมริกาถึงได้ถูกนำมาเผยแพร่ให้แก่ชาวฟิลิปปินส์ ภาษาทางการของฟิลิปปินส์ประกอบด้วย 2 ภาษา คือภาษาอังกฤษและภาษาฟิลิปปิโน (Filipino) ซึ่งเป็นภาษาท้องถิ่น เนื่องด้วยประเทศฟิลิปปินส์เคยเป็นอาณานิคมของสเปน ดังนั้นภาษาสเปนก็เป็นอีกภาษาหนึ่งที่ประชากรสามารถพูดได้นอกจากสองภาษาที่เป็นภาษาทางการ

สำหรับประเทศไทยมีภาษาไทยเป็นภาษาแม่และใช้เป็นภาษาราชการ ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศและมักจะไม่มีการใช้สื่อสารในชีวิตประจำวันกันภายในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน จึงทำให้ภาษาอังกฤษเกิดการแปรไปจากภาษาอังกฤษมาตรฐาน ลักษณะการแปรของภาษาอังกฤษที่พูดโดยผู้พูดชาวไทย เกิดเป็น **ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบไทย (Thai English)** ที่มีความเป็น Thainess ผสมผสานในภาษาอังกฤษ ข้อมูลเบื้องต้นที่แสดงให้เห็นว่าเป็นลักษณะการแปรเปลี่ยนไปของภาษาอังกฤษ คือชาวไทยพูดภาษาอังกฤษด้วยสำเนียงไทย มีการออกเสียงหน่วยเสียงภาษาไทยแทนเสียงในภาษาอังกฤษ มักมีการใช้คำศัพท์ภาษาไทยแทนคำศัพท์ภาษาอังกฤษ อาจเป็นลักษณะของคำยืมหรือการแทนเสียงเองโดยผู้ใช้ภาษา ลักษณะที่ปรากฏขึ้นจริงของการใช้ภาษานี้เป็นลักษณะที่ก่อให้เกิดการแปรที่สอดคล้องและเกี่ยวกับลักษณะการแปรทางโครงสร้างของภาษา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเสียง (phonology) คำศัพท์ (lexis) โครงสร้างไวยากรณ์ (syntax) และภาษาระดับข้อความหรือกระบวนการนำไปใช้ในการสื่อสาร (discourse) กระบวนการการใช้ภาษาในบริบท (contextualization)

processes) ทำให้เกิดการแปรภาษาอังกฤษของผู้ใช้ภาษาชาวไทย ประกอบด้วย 6 กระบวนการคือ การถ่ายโอนภาษาไทยในภาษาอังกฤษ (transfer) การแปล (translation) การเปลี่ยนคำ (shift) การยืมคำ (lexical borrowing) การผสม (hybridization) และการใช้คำซ้ำซ้อน (reduplication) เป็นต้น

การถ่ายโอนภาษาไทยในภาษาอังกฤษ (transfer) ภาษาไทยมีคำเรียกหน้าหน้าชื่อที่แสดงถึงมารยาทและการแสดงความเคารพด้วยระบบคำเรียกญาติ (kinship terms) ลำดับความเป็นพี่น้องหรือคำเรียกคนรู้จัก เช่น

ภาษาไทย	Thai English
ลุงคมสันต์	Uncle Khomsan
ป้านิภา	Aunt Nipa
คุณอดัม	Khun Adum

การแปล (translation) เป็นการแปลยืมภาษาไทยในภาษาอังกฤษ กลายเป็นบทแปลสำเนียงไทยในการกล่าวถึงบางสิ่งบางอย่าง สำนวนหรือวลีที่ไม่มีในภาษาอังกฤษ เช่น

So ends my biographical sketch from the early part of my life to the completion of *the sixth cycle of age*.

วลี *the sixth cycle of age* ต้องการสื่อถึงการครบรอบอายุ 72 ปี จึงแปลมาแบบภาษาไทย เป็น sixth cycle เพราะ a cycle เท่ากับ 12 ปี

การเปลี่ยนคำ (shift) เป็นการเปลี่ยนแปลงลีลาการเขียนแบบภาษาไทย โดยนำสำนวนหรือคำโบราณมาเขียนในภาษาอังกฤษ เช่น

Father inclined to favor his third wife. The old saying, “*new rice tastes better than the old one.*”

จากตัวอย่างบอกว่า พ่อเอนเอียงที่จะโปรดปรานภรรยาคนที่สามของเขา ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของโบราณไทยว่า *ข้าวใหม่ย่อมรสชาติดีกว่าข้าวเก่า*

การยืมคำ (lexical borrowing) เมื่อภาษาอังกฤษต้องใช้ในบริบทภาษาไทย บางคำไม่สามารถอธิบายได้ในภาษาอังกฤษ จึงมีการนำคำภาษาไทยมาใช้ในการแปล

Thai style omelete → Kai Cheo

ในบริบทของการพูดถึงไข่ทอดประเภทหนึ่ง ซึ่งมีกรรมวิธีการทำแบบไทย นั่นคือ *Thai style omelet* แต่พบว่าใช้คำ *Kai Cheo* แทน

การผสม (hybridization) คือการนำคำภาษาไทยมาผสมในประโยคหรือวลีภาษาอังกฤษ

A **farang** (foreigner) man

A big klong (canal)

การใช้คำซ้ำซ้อน (reduplication) เพื่อเน้นย้ำซึ่งพบในการซ้ำคำภาษาไทย มีการนำหลักการนี้มาใช้ในภาษาอังกฤษเช่นกัน

ภาษาไทย	Thai English
หลายหลายครั้ง	many many time
เหมือนเหมือนกัน	same same

นอกจากการแปรของภาษาอังกฤษที่เกิดจากกลุ่มชาติพันธุ์ในกลุ่มประเทศเอเชียแล้ว กลุ่มผู้ใช้ภาษาที่เป็นกลุ่มคนเชื้อสายเอเชีย (Asian descent) ที่อาศัยในต่างประเทศก็เกิดการแปรทางภาษาอังกฤษเช่นกัน กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่อาศัยในต่างประเทศอาจเป็นกลุ่มคนที่พ่อแม่ มีเชื้อสายเอเชีย ไม่ได้พูดภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ตั้งแต่กำเนิด ภายหลังคนกลุ่มนี้ย้ายที่อยู่อาศัยเพื่อศึกษาต่อ ทำงาน หรือไปอยู่ต่างประเทศ มีการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน ภาษาอังกฤษที่ใช้ก็ยังคงไม่เหมือนกับภาษาอังกฤษของถิ่นนั้น ด้วยลักษณะทางภาษาที่เกิดขึ้นยังคงมีพื้นฐานและไม่ละทิ้งความเป็นภาษาแม่ที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษมาตั้งแต่ต้น ในความแตกต่างระหว่างภาษาที่อาจมีตั้งแต่ระดับเสียง คำ โครงสร้าง ความหมายและการใช้ภาษาในบริบททางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เมื่อมาเรียนรู้อีกภาษาจึงมีการนำภาษามาใช้ผสมผสานกัน

กล่าวได้ว่าภาษาอังกฤษในกลุ่มประเทศเอเชียที่มีหลากหลายกลุ่มหลากหลายชาติพันธุ์ ภาษาอังกฤษจึงมีรูปแบบแตกต่างกันขึ้นอยู่กับผู้ใช้ภาษา แม้ว่าภาษาอังกฤษดั้งเดิมที่ได้แพร่กระจายและสร้างอิทธิพลในแถบเอเชีย ก็ไม่สามารถกล่าวได้ว่าภาษาอังกฤษจะมีสำเนียงที่เหมือนกัน แต่อาจจะถูกสร้างเป็นภาษาอังกฤษคนละสำเนียงแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับภูมิหลังของภาษาแม่ที่นำมาปะปนกับภาษาอังกฤษ เกิดเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงต่างๆ โดยมีกระบวนการทางภาษาที่ถ่ายทอดจากภาษาถิ่นเดิมสู่ภาษาอังกฤษในรูปแบบที่แตกต่างกัน ข้อสรุปดังกล่าวสอดคล้องกับส่วนหนึ่งในงานเขียนของเรเยส (Reyes, 2010, p. 403) กล่าวถึงความเกี่ยวข้องระหว่างภาษากับความเป็นชาติพันธุ์ในแวดวงการศึกษาและการวิจัยทางภาษาและสังคมว่า ข้อมูลของตัวภาษา (ภาษาอังกฤษ) มีการเชื่อมต่อและเปลี่ยนไปตามกลุ่มทางสังคม ด้วยการใช้อังกฤษได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามการใช้ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์และกลุ่มทางสังคมต่างๆ ด้วย

5. การแปรของคุณสมบัติทางภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ในกลุ่มประเทศเอเชีย

(The variation in linguistics feature of Asian ethnolects)

การแปรของคุณสมบัติทางภาษาของภาษาอังกฤษแบบต่างๆ ของกลุ่มชาติพันธุ์ในกลุ่มประเทศเอเชีย มีตัวอย่างให้เห็นลักษณะการแปรคุณสมบัติทางภาษาของภาษาอังกฤษสำเนียงแบบสิงคโปร์ ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบมาเลเซียและภาษาอังกฤษสำเนียงแบบฟิลิปปินส์ ซึ่งแสดงให้เห็นชัดเรื่องการแปรทางภาษาอังกฤษจากกลุ่มผู้พูดที่มีความหลากหลาย ในหัวข้อนี้ผู้เขียนนำเสนอให้เห็นว่าภาษามีการแปรอย่างไร โดยเริ่มจากการแปรภาษาในระดับเสียง คำ ไวยากรณ์และการใช้ภาษาในบริบท

5.1 การแปรภาษาระดับเสียง (phonology)

ในการใช้ภาษาอังกฤษของชาวสิงคโปร์หรือ *ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบสิงคโปร์ (Singlish)* มักมีการใช้ภาษาที่แปรไปจากภาษาอังกฤษมาตรฐาน (Vu, 2012, p. 42) ดังนี้

- (1) พยัญชนะเสียงกัก (stop) มักไม่ออกเสียงพ่นลม (aspirate) ในทุกตำแหน่งที่ปรากฏเสียง
- (2) เสียง /e/ ออกเสียงเป็น /t/ และเสียง /ð/ ออกเสียงเป็น /d/ ที่ปรากฏก่อนเสียงสระ เช่น คำว่า thin → /tin/; then → /den/ นอกจากนี้เสียง /ð/ ออกเสียงเป็น /f/ ที่ปรากฏในตำแหน่งท้ายคำ เช่น คำว่า breath → /breɪf/; breathe → /brɪf/
- (3) พยัญชนะกักเสียงก้องออกเสียงกลายเป็นเสียงไม่ก้อง ในตำแหน่งท้ายคำ เช่น /leg/ → /lek/
- (4) ไม่มีความแตกต่างของสระเสียงสั้น-ยาว เช่น คำว่า bit, beat → /bit/
- (5) ไม่ออกเสียงสระผสม (diphthongs) แต่จะออกเป็นเสียงสระเดี่ยว เช่น คำว่า face /feɪs/ → /fe:s/ และ goat /goʊt/ → /go:t/

ภาษาอังกฤษสำเนียงแบบมาเลย์ (Manglish) ที่เกิดจากการใช้ภาษาของกลุ่มผู้พูดหลากหลายเชื้อชาติในประเทศมาเลเซีย มีลักษณะการแปรทางเสียง เช่น

- (1) การรวมเสียง (merger) ของเสียงสระ
 - คำที่มีเสียงสระ /i:/ และ /ɪ/ ออกเป็นเสียงสระ /i/ เช่น คำว่า feel /fi:l/ และ fill /fɪl/ ออกเสียงเป็น /fi/ และ bead /bi:d/ และ bid /bɪd/ ออกเสียงสระเป็น /bid/
 - คำที่มีเสียงสระ /u:/ และ /ʊ/ ออกเสียงเป็น /u/ เช่น คำว่า pool /pu:l/ และ pull /pʊl/ ออกเสียงเป็น /pul/ และ Luke /lu:k/ และ look /lʊk/ ออกเสียงเป็น /luk/
 - คำที่มีเสียงสระ /ɒ/ และ /ɔ:/ ออกเสียงเป็น /ɔ/ เช่น คำว่า pot /pɒt/ และ port /pɔ:rt/ ออกเสียงเป็น /pɔt/, /pɔrt/ และ cot /kɒt/ และ caught /kɔ:t/ ออกเสียงเป็น /kɔt/
- (2) เสียงสระผสม (diphthongs) ถูกแปลงเป็นเสียงเดี่ยว (monophthongization) เช่น คำว่า coat, load เป็นเสียง /_o_/ และ make, steak เป็นเสียง /_e_/

ภาษาอังกฤษสำเนียงฟิลิปปินส์ (Philippine English) ปรากฏลักษณะการแปรภาษาอังกฤษ ดังนี้

- (1) ไม่มีเสียงเสียงพยัญชนะพ่นลมในกลุ่มเสียงกัก (stop)
- (2) การแทนเสียงสระ เสียง /a/ แทนเสียง /æ/, /ɔ/ แทนเสียง /o/, /ɪ/ แทนเสียง /i/ และ /ɛ/ แทนเสียง /e/
- (3) การแทนเสียงพยัญชนะ เสียง /s/ แทน /z/, /ʃ/ แทน /ʒ/, /t/ แทน /θ/, /d/ แทน /ð/, /p/ แทน /f/ และ /f/ แทน /v/
- (4) ไม่มีความซับซ้อนของพยัญชนะท้ายควบเสียง
- (5) ออกเสียง /r/ (rhotic) เกือบทุกตำแหน่งของคำ

5.2 การแปรระดับคำศัพท์ (lexis)

เป็นลักษณะการใช้คำศัพท์ของภาษาเดิมหรือภาษาท้องถิ่นที่มีความหมายเหมือนหรือใกล้เคียงกันแทนคำศัพท์ภาษาอังกฤษ โดยส่วนมากผู้ใช้ภาษาชาวสิงคโปร์มีเชื้อสายจีน ทมิฬ ดังนั้นการใช้คำศัพท์บางคำจึงนำคำจากภาษาจีนและทมิฬมาแทนที่คำศัพท์ภาษาอังกฤษ (Vu, 2012, pp. 45-46) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 1

การแปรความหมายคำศัพท์ภาษาอังกฤษของผู้พูดชาวสิงคโปร์

Singlish	meaning
1. Abang	elder brother, male cousin
2. Bodoh	dull, unintelligent
3. Hanram	prohibited

ตารางที่ 2

การแปรความหมายคำศัพท์ภาษาอังกฤษของผู้พูดชาวฟิลิปปินส์

Philippine English	meaning
1. amok	crazy
2. boondock	mountain
3. kundiman	A love song

ส่วนลักษณะการแปรของคำศัพท์ที่พบในภาษาอังกฤษสำเนียงแบบมาเลย์และภาษาอังกฤษสำเนียงแบบฟิลิปปินส์เป็นลักษณะการแปรทางภาษาเพิ่มเติมจากตัวอย่างคือมีการแปลยืม (loan translation) ซึ่งลักษณะการแปลยืมพบเป็นส่วนมากในกลุ่มประเทศแถบเอเชีย อาจเนื่องจากการเชื่อมโยงความหมายของคำดังกล่าวมาแสดงการเชื่อมโยงกับลักษณะของสิ่งๆ นั้น จัดเป็นลักษณะการแปลทางความหมาย (semantic components) หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการยืมทางภาษา แต่อาจจะมีความหมายที่แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 3

การแปลยืมคำศัพท์ภาษาอังกฤษของผู้พูดชาวมาเลเซีย

Manglish	Loan Translation
1. red packet	a sum of money folder inside red paper and given at the Chinese New Year to unmarried younger relatives.
2. spring roll	dish consisting of a savory mixture of vegetables and meat rolled up in a thin pancake and fried

ตารางที่ 4

การแปลยืมคำศัพท์ภาษาอังกฤษของผู้พูดชาวฟิลิปปินส์

Philippine English	Loan Translation
1. open the light	Turn on the light
2. since before yet	For a long time

5.3 การแปรภาษาในระดับบริบท (discourse)

การแปรทางภาษาที่เกิดขึ้นในคุณสมบัติของการนำไปใช้ในบริบท ในภาษาปรากฏให้เห็นการใช้คำอนุภาค (particle) ท้ายประโยคและถูกเพิ่มไปในถ้อยคำดังตัวอย่างบางคำที่พบโดยไลมกรูเบอร์ (Leimgruber) (Vu, 2012, p. 51) ต่อไปนี้

ตารางที่ 5

คำอนุภาคปรากฏท้ายประโยคภาษาอังกฤษโดยผู้พูดในประเทศสิงคโปร์

Partical	meaning
1. Drink lah!	Just drink! (mood marker)
2. ah!	tentative marker
3. hah	question marker

มีข้อสังเกตว่าลักษณะภาษาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้อังกฤษมีลักษณะการแปรไม่ต่างจากปรากฏการณ์การแปรของผู้พูดชาวไทย จากตัวอย่างข้อมูลข้างต้นแสดงการใช้ภาษาของกลุ่มผู้ใช้อังกฤษที่มีความหลากหลายชาติพันธุ์ในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซียและฟิลิปปินส์ ทำให้เห็นว่ามี การแปรของภาษาอังกฤษในระดับต่าง ๆ เช่นเดียวกับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือ

จากการนำเสนอและการยกตัวอย่างข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการแปรของภาษาอังกฤษที่เกิดจากกลุ่มผู้ใช้อังกฤษหลากหลายเชื้อชาติและมีการใช้ภาษาแม่ที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษเกิดการแปรในทุกระดับทางภาษา เริ่มตั้งแต่ระดับเสียง คำและความหมาย ไวยากรณ์ และการใช้ในบริบท แต่อาจแปรในระดับมากน้อยหรือเกิดขึ้นบ่อยในระดับที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นในบริบทการใช้ภาษาระดับทางการด้วย อย่างไรก็ตามอาจมีรูปแบบความต่างในเรื่องของระดับความเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ความเป็นทางการยังคงต้องยึดตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ความไม่เป็นทางการอาจมีการนำภาษาถิ่นผสมในภาษาอังกฤษและระบบภาษาอังกฤษที่ใช้ไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวู (Vu, 2012, p. 52) ที่กล่าวว่ากลุ่มประเทศในเอเชียที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง จะใช้ภาษาอังกฤษที่ผสมด้วยภาษาถิ่นในสถานการณ์การพูดภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน การนำเสนอผ่านสื่อ หนังสือหรือนิตยสารที่เป็นสถานการณ์ไม่เป็นทางการ

6. การแปรภาษาอังกฤษของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในประเทศไทย

(English variation of Karen ethnic groups in Thailand)

ประเทศไทยประกอบด้วยกลุ่มคนหลากหลายเชื้อชาติ หลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ที่กระจัดกระจายอาศัยอยู่ทั่วประเทศ ได้มีการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานทั้งในชุมชนเมืองและพื้นที่รอบนอก แม้แต่บริเวณชายแดนหลายพื้นที่ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ รวมกลุ่มจัดตั้งเป็นที่ยู่ออาศัยเป็นกลุ่ม เป็นชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์อพยพมาจากประเทศเพื่อนบ้านด้วยเหตุผลของการหลีกเลี่ยงสงคราม หรือการเข้ามาทำมาหากิน การศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานบริเวณชายแดนของประเทศไทยจำนวนมากลำดับต้น ๆ คือ กลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง ซึ่งเป็นกลุ่มเชื้อชาติหนึ่งในประเทศพม่า และอพยพเข้ามาตั้งประเทศไทยเพราะการลี้ภัยสงคราม มาอยู่บริเวณชายแดนของประเทศไทยในหลายพื้นที่ มีกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงหลายกลุ่มที่กระจัดกระจายอยู่ในประเทศไทย ประกอบด้วยกะเหรี่ยงโป (Pwo) กะเหรี่ยงสะกอ (Sgaw) กะเหรี่ยงปะโอ (Pa-O) กะเหรี่ยงกะยัน (Kayan) กะเหรี่ยงกะยา (Kayah) กะเหรี่ยงกะยอ (Kayaw) (Intajamornrak, 2012, p. 1)

ภาษากะเหรี่ยงเป็นภาษาที่มีโทนเสียงเหมือนกับภาษาไทย รูปแบบการออกเสียงในบางเสียงมีลักษณะคล้ายกับภาษาไทย แต่มีบางเสียงที่เป็นเสียงสระมีความคาบเกี่ยวกับภาษาอังกฤษสำเนียงอเมริกัน เช่นเดียวกับเสียงพยัญชนะบางเสียงใกล้เคียงกับเสียงพยัญชนะของภาษาอังกฤษ ยกเว้นกลุ่มเสียงกัก (plosive) ที่มีทั้งเสียงพ่นลมและไม่พ่นลม (aspiration) ได้แก่ /p, t, k, p^h, t^h, k^h/

จากการศึกษาลักษณะการแปรภาษาของกลุ่มผู้ใช้ภาษาที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ในระดับต่าง ๆ จากตัวอย่างที่กล่าวมา มีลักษณะของการแปรเสียงภาษาอังกฤษจากกลุ่มชาติพันธุ์ที่ผู้เขียนได้พบ คือ เสียงพยัญชนะภาษาอังกฤษของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงที่อาศัยแถบภาคเหนือของประเทศไทยเกิดปัญหาในการออกเสียงพยัญชนะภาษาอังกฤษ ชาวกะเหรี่ยงมีการแปรเสียงพยัญชนะท้ายภาษาอังกฤษในคำว่า next /_kst/ โดยไม่สามารถออกเสียงได้ถูกต้องครบทั้ง 3 เสียง มีบางคนที่ออกเสียง [s] ได้เพียงเสียงเดียว บางคนออกเสียง [st] เป็นลักษณะการลดเสียงพยัญชนะท้ายเสียงควบ (clusters reduction) ถึงแม้ว่าจะไม่ถูกต้องตามหลักการออกเสียงของภาษาอังกฤษมาตรฐาน แต่เมื่อฟังแล้วก็รับรู้ได้ว่าผู้พูดต้องการสื่อถึงคำว่าอะไร เมื่อพิจารณาลักษณะการออกเสียงที่เป็นเช่นนี้ เพราะภาษากะเหรี่ยงเป็นภาษาที่ไม่มีพยัญชนะท้ายเสียง ดังนั้นเมื่อมีการออกเสียงภาษาอังกฤษจึงออกเสียงเพียงแค่เสียงเดียวหรืออาจจะออกเสียงอีกเสียงไม่ชัดเจน ไม่เพียงแต่เสียงท้ายภาษาอังกฤษที่เป็นปัญหาในการออกเสียง เสียง /v/ คำว่า never ชาวกะเหรี่ยงออกเสียงผิดไม่ต่างไปจากคนไทย เสียงในภาษากะเหรี่ยงเหมือนกับภาษาไทยที่ไม่มีเสียง /v/ ดังนั้น จึงออกเสียงโดยใช้ริมฝีปากเป็นเสียง /w/ ว ที่ใช้ฐานกรณ์ใกล้เคียงกันออกเสียงแทน /v/

โครงสร้างประโยคภาษากะเหรี่ยงมีรูปแบบ SVO (Subject + Verb + Object) เช่นกัน แต่ในระดับของกลุ่มวลี คำนามวลีมีลำดับการวางแตกต่างจากนามวลีภาษาอังกฤษ ชาวกะเหรี่ยงวางตำแหน่งคำคุณศัพท์ตามหลังคำนาม

English language structure: adjective + noun (the **blue** house)

Karen language structure: noun + adjective (the house **blue**)

นอกจากนี้ความแตกต่างระหว่างภาษาอังกฤษกับภาษากะเหรี่ยงที่นำมาซึ่งการแปรทางภาษาและการใช้ไม่ถูกต้องตามหลักภาษาอังกฤษของผู้พูดชาวกะเหรี่ยง มีดังนี้

- 1) ชาวกะเหรี่ยงมักจะออกเสียงโดยการตัดเสียงท้ายคำภาษาอังกฤษ จึงเหมือนเป็นการออกเสียง glottal stop /ʔ/ เนื่องจากภาษากะเหรี่ยงไม่มีพยัญชนะเสียงท้าย
- 2) ภาษากะเหรี่ยงเกือบจะทุกคำเป็นแบบพยางค์เดี่ยว (monosyllabic) จึงค่อนข้างเป็นอุปสรรคสำหรับชาวกะเหรี่ยงในการพูดคำหลายพยางค์ (multi-syllabics) ภาษาอังกฤษ
- 3) การแทนเสียงสระภาษาอังกฤษด้วยเสียงสระภาษากะเหรี่ยง เสียงสระภาษากะเหรี่ยงไม่ได้มีสระผสมเหมือนภาษาอังกฤษหรืออาจมีเสียงน้อยกว่า บางเสียงอาจคล้ายกับสระภาษาอังกฤษแบบอเมริกัน แต่แตกต่างกันในเรื่องของตำแหน่งการออกเสียง กะเหรี่ยงจึงออกเสียงแทนด้วยเสียงสระกะเหรี่ยงที่ใกล้เคียงกัน
- 4) เสียงพยัญชนะควบภาษากะเหรี่ยงมีแค่ 2 เสียง ในตำแหน่ง CCV ประกอบด้วย 4 เสียง /j, w, r, l/ เท่านั้นในตำแหน่ง C₂ โดย /w/ มีการเกิดร่วมกับเสียงพยัญชนะฐานกรณัพิน (dental) และปุ่มเหงือกเพดานแข็ง (alveolar-palatal) เช่น /k^hwí/ 'fishhook', /t^hwí/ 'crab', /nwé/ 'seven' เสียง /j, r, l/ เกิดร่วมกับเสียงพยัญชนะริมฝีปาก (bilabial) และเพดานอ่อน (velar) เช่น /mjú/ 'kind', /bjé/ 'blanket', /p^hle/ 'fast', /blài/ 'thin', /k^hrài/ 'reach', /prô/ 'together' (Manson, 2011, p. 6) แตกต่างจากภาษาอังกฤษ สามารถมีเสียงควบพยัญชนะได้ 2-4 เสียง ทั้งในตำแหน่งต้นคำและท้ายคำ เช่น **gray** /grei/ (CCV), **scrap** /skraep/ (CCCV), **lisp** /lisp/ (VCC), **helps** /helps/ (VCCC), **texts** /teksts/ (VCCCC)

จากความแตกต่างของลักษณะทางภาษาในภาษากะเหรี่ยงและภาษาอังกฤษทั้งระดับเสียงพยัญชนะเสียงสระ และโครงสร้างไวยากรณ์ จึงมีการลำดับส่วนประกอบทางภาษาต่างกัน เมื่อใช้ภาษาอังกฤษทำให้เราสามารถมองเห็นถึงแนวโน้มของการแปรภาษาอังกฤษที่เกิดขึ้นจากผู้พูดกะเหรี่ยง จึงเกิดเป็นภาษาอังกฤษอีกสำเนียง คือ ภาษาอังกฤษสำเนียงกะเหรี่ยง (Karen English) ที่เกิดจากการใช้ภาษาอังกฤษด้วยการผสมผสานภาษากะเหรี่ยงที่อาจเห็นรูปแบบทางภาษาของทั้งสองมาผสมกันหรือเป็นรูปแบบทางภาษาที่เกิดขึ้นใหม่ น่าสนใจศึกษาต่อไปถึงเรื่องภาษาอังกฤษสำเนียงกะเหรี่ยงในแง่มุมทางภาษาศาสตร์แขนงต่าง ๆ หรือศึกษาด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง และอาจเกิดภาษาอังกฤษอีกหลายสำเนียงเพิ่มมากขึ้นจากผู้ที่มีความแตกต่างทางเชื้อชาติ หรืออาจเป็นไปได้ว่าชาวกะเหรี่ยงมีแนวโน้มใช้ภาษาอังกฤษดีขึ้น ปราศจากการผสมสำเนียงของภาษาแม่ ชาวกะเหรี่ยงรุ่นใหม่อาจมีการแปรภาษาอังกฤษน้อยลง เนื่องจากคนรุ่นใหม่เริ่มเข้ามาอาศัยและเข้าสังคมเมืองตั้งแต่อายุน้อย จึงได้ซึมซับและสัมผัสกับสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลง การซึมซับการใช้ภาษาที่สองและภาษาต่างประเทศที่ได้สำเนียงไม่แปรมากเกินไป แตกต่างจากชาวกะเหรี่ยงรุ่นเก่า ทั้งนี้หากการได้อยู่ในครอบครัวที่ยังคงพูดและใช้ภาษาแม่ที่ค่อนข้างเข้มงวดก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการปะปนของภาษาที่สองการได้คลุกคลีและเน้นเพียงการได้เรียนรู้ ฟัง พูดและสื่อสารภาษาไทยให้เข้าใจ ก็ยังคงพูดภาษาไทยด้วยสำเนียงภาษากะเหรี่ยง แต่ชาวกะเหรี่ยงรุ่นหลัง ช่วงอายุประมาณ 30 ปี สามารถพูดภาษาที่สองและภาษาต่างประเทศในรูปแบบของการลดสำเนียงกะเหรี่ยง และดูเหมือนว่าภาษากะเหรี่ยงจะยิ่งห่างหายไปจากคนรุ่นใหม่เรื่อยๆ อีกทั้งยังพบว่าชาวกะเหรี่ยงรุ่นใหม่ (รวมถึงชาติพันธุ์กลุ่มอื่นด้วย) ให้ความสนใจศึกษาต่อด้านภาษาอังกฤษ และการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น

7. บทสรุป

ในบทความนี้ได้นำเสนอปรากฏการณ์ทางภาษาอังกฤษที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปทุกช่วงเวลา เนื่องด้วยปัจจัยทางสังคมต่างๆ ที่มีผลทำให้ภาษามีการเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีการแปรทางภาษาเป็นทฤษฎีทางภาษาศาสตร์เชิงสังคมที่สามารถอธิบายถึงการแปรของภาษาอังกฤษตั้งแต่ยุคเก่ามาจนถึงภาษาอังกฤษที่ใช้ในปัจจุบัน ทำให้เกิดความเข้าใจได้อย่างชัดเจนว่าภาษาอังกฤษมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงมาเป็นระบบ และค่อยๆ ขยายการใช้ภาษาอังกฤษทั่วโลก ดังนั้นภาษาอังกฤษจึงไม่ได้มีแค่สำเนียงภาษาอังกฤษดั้งเดิมที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่และเป็นภาษาเริ่มต้น แต่ภาษาอังกฤษได้มีการกระจายไปอย่างกว้างขวางทุกทวีป สิ่งที่เกิดขึ้นคือการเกิดภาษาอังกฤษแบบใหม่หรือภาษาอังกฤษสำเนียงใหม่ จึงเป็นที่มาให้เกิดการจัดกลุ่มภาษาอังกฤษในโลกนี้ออกเป็น 3 กลุ่มประกอบด้วย inner circle, outer circle และ expanding circle รวมถึงภาษาอังกฤษรูปแบบต่างๆ ที่ปรากฏในแถบเอเชีย จัดอยู่ในกลุ่ม outer circle และ expanding circle เพราะได้รับภาษาอังกฤษมาหลังยุคอาณานิคม เกิดการเข้ามามีอำนาจประเทศที่ใช้ภาษาแม่เป็นหลัก จึงได้รับภาษาอังกฤษมาเป็นภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศ ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ระดับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษต่างกัน หากจะกล่าวว่าการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือเป็นภาษาต่างประเทศจะทำให้ภาษาแม่ซึ่งเป็นภาษาที่มีเอกลักษณ์ประจำกลุ่มชาติพันธุ์ยิ่งสูญหายไป จนในที่สุดถูกจัดอยู่ในกลุ่มของภาษาใกล้สูญ (endangered language) ก็เป็นแนวโน้มที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต หากปิดกั้นการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศในปัจจุบันก็ดูเหมือนจะเป็นการปิดกั้นความเจริญก้าวหน้าสู่สังคมภายนอกและโอกาสที่จะสร้างความเจริญเติบโตแก่ตนเองและประเทศชาติ จะดีกว่าหากมีการส่งเสริมการอนุรักษ์ไว้ซึ่งภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ด้วยรูปแบบทางสังคมต่างๆ และสร้างความตระหนักให้แก่คนรุ่นใหม่ว่าควรคงไว้ซึ่งภาษาแม่ ภาษาดั้งเดิม ถึงแม้ว่าความสำคัญของการใช้ภาษาอังกฤษจะยังมีความสำคัญมากขึ้นก็ตาม

ความหลากหลายของภาษาอังกฤษในเอเชียเกิดจากการที่มีผู้ใช้ภาษาจากหลากหลายเชื้อชาติหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษาที่มีภาษาแม่อันสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ประจำกลุ่มชาติพันธุ์นั้นๆ ภาษาอังกฤษที่ใช้จึงเกิดการผสมและแทรกแซงจากภาษาแม่ เกิดเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงเฉพาะของประเทศนั้นๆ เช่น ภาษาอังกฤษแบบสิงคโปร์ ภาษาอังกฤษแบบมาเลเซีย ภาษาอังกฤษแบบฟิลิปปินส์ เป็นต้น ภาษาอังกฤษเหล่านี้มีความแตกต่างทางคุณสมบัติทางภาษาที่เกิดจากตัวผู้ใช้ภาษาหลากหลายชาติพันธุ์ทั้งในระดับของระบบเสียงพยางค์และสระ (phonology) คำและความหมาย (lexis and meaning) ไวยากรณ์ของภาษา (grammar) และการใช้ภาษาในบริบทการสื่อสาร (discourse) จากการเปรียบเทียบการใช้ภาษาอังกฤษระหว่างภาษาอังกฤษดั้งเดิมกับภาษาอังกฤษแบบต่างๆ มีการผสมผสานและการแทรกแซงของภาษาแม่ของกลุ่มชาติพันธุ์ รวมทั้งกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในประเทศไทยที่มีภาษากะเหรี่ยงเป็นภาษาแม่ พบว่าชาวกะเหรี่ยงมีการใช้ภาษาอังกฤษแปรไปจากภาษาอังกฤษดั้งเดิม ภาษากะเหรี่ยงมีระบบทางภาษาที่ค่อนข้างแตกต่างจากภาษาอังกฤษ เมื่อชาวกะเหรี่ยงใช้ภาษาอังกฤษจึงมีการนำระบบภาษากะเหรี่ยงและวัฒนธรรมถ่ายทอดสู่ภาษาอังกฤษ ลักษณะของภาษาที่เกิดขึ้นจึงเป็นภาษาอังกฤษอีกรูปแบบหนึ่ง คือ *ภาษาอังกฤษสำเนียงกะเหรี่ยง (Karen English)* ทำนองเดียวกับกระบวนการการนำหลักทางภาษาไทยเข้ามาใช้ในภาษาอังกฤษโดยการผ่านกระบวนการต่างๆ จนทำให้เกิดเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงไทย (Thai English/ ThaiE) (Rogers, 2013; Singhasak & Methitham, 2016) และโรเจอร์ (Rogers, 2013, pp. 252-253) ก็ได้จัด ThaiE เป็น variety of world English โดยให้เหตุผลว่า โครงสร้างภาษาบางลักษณะของภาษาอังกฤษสำเนียงไทย

มีความคล้ายคลึงกับลักษณะทางภาษาของ world English และในเมื่อชาวกะเหรี่ยงเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งที่อาศัยในประเทศไทย ก็มีความเป็นไปได้ที่ภาษาอังกฤษสำเนียงกะเหรี่ยงสามารถจัดให้เป็น variety of world English เพราะด้วยกระบวนการการถ่ายทอดภาษากะเหรี่ยงสู่ภาษาอังกฤษที่อาจคล้ายกับกระบวนการของภาษาไทยที่ถ่ายทอดสู่ภาษาอังกฤษ จากเหตุผลดังกล่าวสามารถเป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตถึงกระบวนการทางภาษาการใช้ภาษากะเหรี่ยงในภาษาอังกฤษ จนทำให้เกิดการภาษาแปรเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงแบบกะเหรี่ยง แต่ในเมื่อกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงมีกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม ก็เป็นที่น่าสนใจว่าภูมิหลังทางภาษาของภาษาแม่ที่แตกต่างกัน จะส่งผลทำให้เกิดการแปรเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงที่คล้ายหรือแตกต่างกันอย่างไร

รายการอ้างอิง

- ติญู ศรีนราวัฒน์ และชลธิชา บำรุงรักษ์. (2558). ภาษาและภาษาศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bell, A., Sharma D., & Britain, D. (2016). Labov in Sociolinguistics: An Introduction. *Journal of Sociolinguistics*, 20(4), 1-9.
- Edwards, J. H. (2016). Sociolinguistic Variation in Asian English: The Case of Coronal Stop Deletion. *English World-Wide*, 37(2), 138-167.
- Hazen, K. (2010). Labov: Language variation and change. *Research Gate of West Virginia University*, 23-39. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/293091756>.
- Intajamornrak, C. (2012). Variation and change of the Phrae Pwo Karen vowels and tones induced by Language contact with the Tai language. *MANUSYA; Journal of Humanities Regular*, 15(2), 1-20.
- Kachru, Y. & Nelson, C. (2006). *Asian Englishes Today: World Englishes in Asian Contexts*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Kiesling, S. (2004). *A variable, a style, a stance: Word-final-er and ethnicity in Australian English*. Australia. Retrieved from https://www.academia.edu/2699018/A_variable_a_style_a_stance_Word_final_er_and_ethnicity_in_Australian_English.
- Kirkpatrick, A. (2010). *The Routledge Handbook of World Englishes*. USA: Routledge.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic Patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Manson, K. (2011). *The Subgrouping of Karen Languages*. Paper presented at the 21st Southeast Asian Linguistics Society, Bangkok.
- Reyes, A. (2010). Language and Ethnicity. In N. Hornberger & S. McKay, (Series Ed.), *Sociolinguistics and Language Education* (pp. 398-426). UK: Short Run Press.
- Rogers, U. (2013). *Thai English as a Variety* (Doctoral Dissertation in Philosophy), Arizona State University, Arisona.
- Singhasak, P. & Methitham, P. (2016). Non-native English Varieties: Thainess in English Narratives. *English Language Teaching*, 9(4), 128-138.
- Stell G. (2010). Ethnicity in Linguistic Variation: White and Coloured Identities in Afrikaans-English Code-Switching. *International Pragmatics Association*, 20(3), 425-447.
- Trudgill, P. (1995). *Sociolinguistics: An introduction to language and society* (3rd ed.). England: Clays Ltd.

- Vu, P. (2012). English in Southeast Asian Countries. *Literature*. Retrieved from <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00931949>.
- Wardhaugh, R. (1992). *An Introduction to Sociolinguistics*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Wardhaugh, R. (2006). *An Introduction to Sociolinguistics*. New York: Wiley-Blackwell.
- Wong, A. (2007). Two Vernacular Features in the English of Four American-Born Chinese in New York City. *University of Pennsylvania Working Papers in Linguistics*, 13(2), 215-230.



อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่องานวรรณกรรมอังกฤษ ในสมัยนอร์มัน

Received: 13 May 2020

Revised: 30 September 2020

Accepted: 20 May 2021

เกษมพัฒน์ พูลสวัสดิ์*
นพมาศ หงษาชาติ**
นันทวัน คำสุริยา***

การยอมรับอิทธิพลทางวรรณกรรมเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วโลก โดยเฉพาะในดินแดนหรือประเทศที่มีความใกล้ชิดกันทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้ อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่องานวรรณกรรมอังกฤษในสมัยนอร์มันเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ทางวรรณกรรมซึ่งพิสูจน์ข้อเท็จจริงที่กล่าวไว้ข้างต้น ในทางประวัติศาสตร์นั้น การรุกรานอังกฤษของพวกนอร์มันใน ค.ศ. 1066 ไม่เพียงแต่จะสร้างผลกระทบที่ยิ่งใหญ่ให้กับชาติอังกฤษเท่านั้น หากแต่ยังมีผลต่อวัฒนธรรมของชาวอังกฤษ แน่แน่นอนว่าชัยชนะของชาวนอร์มันได้สร้างผลกระทบอันยิ่งใหญ่ให้กับโลกวรรณกรรมของอังกฤษด้วยเช่นกัน บทความนี้มุ่งเน้นในการอภิปรายถึงอิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่องานวรรณกรรมของอังกฤษในสมัยนอร์มัน โดยได้ให้ความสำคัญใน 3 ประเด็น ได้แก่ ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างอังกฤษกับฝรั่งเศส อิทธิพลของภาษาฝรั่งเศสที่มีต่อภาษาอังกฤษและอิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อวรรณกรรมอังกฤษในสมัยนอร์มัน

บทความวิชาการ

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

อิทธิพลของฝรั่งเศส;
วรรณกรรมอังกฤษสมัยนอร์มัน

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ ติดต่อได้ที่: kasem_pattana@yahoo.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ ติดต่อได้ที่: nopamat@hotmail.com

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ ติดต่อได้ที่: nantawan_kam@gmail.com

French Influence on the English Literary Works in the Norman Period

Received: 13 May 2020

Revised: 30 September 2020

Accepted: 20 May 2021

Kasempat Poolsawas^{*}

Noppamas Hongsachat^{**}

Nantawan Kamsuriya^{***}

The acceptance of literary influences, particularly among the territories or the countries which are geologically close, is ubiquitous across the world. Incidentally, the French influence on Anglo-Norman literature is one of literary phenomena that prove the aforementioned fact. Historically, the Norman invasion of England in 1066 caused a major impact not only on the country, but also on the English culture. Unsurprisingly, the Norman Conquest significantly had a tremendous impact on the English literary world. This article is aimed to study French literary influences in England in the Anglo-Norman Period and focuses on three points: historical background regarding relations between England and France, the influence of the French language on the English language, and French literary influences on England in the Anglo-Norman period.

Academic Article

Abstract

Keywords

French influence;
English literature/
the Norman period

^{*} Lecturer in English Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra University, e-mail: kasem_pattana@yahoo.com (corresponding author)

^{**} Assistant Professor in English Program, Faculty of Education, Rajabhat Rajanagarindra University, e-mail: nopamat@hotmail.com

^{***} Assistant Professor in English Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rajabhat Rajanagarindra University, e-mail: nantawan_kam@gmail.com

1. บทนำ

อังกฤษและฝรั่งเศสเป็นประเทศที่มีความสัมพันธ์ต่อกันมายาวนานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างชนชาติทั้งสองปรากฏให้เห็นในหลายมิติ โดยทั้งสองประเทศต่างมีบทบาทต่อการสร้างสรรค์วัฒนธรรมให้แก่กันและกันมาโดยตลอด ความสัมพันธ์ทางด้านวรรณกรรมระหว่างอังกฤษกับฝรั่งเศส นับเป็นประเด็นที่มีการกล่าวถึงในแวดวงวิชาการอยู่เสมอ ทั้งนี้สมัยนอร์มัน (Anglo-Norman period) ซึ่งเป็นหมุดหมายสำคัญในการศึกษาประวัติศาสตร์ชาติและวรรณคดีอังกฤษ เป็นช่วงเวลาที่ยังอังกฤษรับเอาวัฒนธรรมจากฝรั่งเศสอย่างชัดเจนและจริงจังมากที่สุดช่วงหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่าสมัยนอร์มันเป็นช่วงเวลาที่มีการทางวรรณคดีของอังกฤษกำลังถูกครอบงำโดยอิทธิพลทางวัฒนธรรมและความคิดของชาวฝรั่งเศสซึ่งมีบทบาทเป็น “ชนชั้นปกครอง” ของอังกฤษในเวลานั้น

หากพิจารณาถึงปรากฏการณ์ทางด้านวรรณกรรมในสมัยนอร์มันของอังกฤษ จะพบว่าแม้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวจะไม่ใช่ยุคแรกของวิวัฒนาการทางวรรณคดีอังกฤษก็ตาม เนื่องจากผู้คนทั่วไปต่างรับรู้กันว่าสมัยแองโกล-แซกซอน (Anglo-Saxon period) เป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาประวัติศาสตร์ชาติและประวัติศาสตร์วรรณคดีอังกฤษ แต่หากมองถึงภาพรวมของการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมลายลักษณ์อักษรของอังกฤษ จะพบได้ว่าสมัยนอร์มันเป็นช่วงเวลาที่มีปรากฏการณ์ทางวรรณกรรมโดดเด่นไม่น้อยไปกว่ายุคอื่น แน่หนอนว่าฝรั่งเศสเป็นผู้ที่มีบทบาทอยู่เบื้องหลังความก้าวหน้าทางวรรณกรรมของอังกฤษในช่วงเวลานั้นโดยแท้จริง

การที่ฝรั่งเศสเป็นผู้มีบทบาทในการสร้างรูปแบบทางวัฒนธรรมใหม่ๆ ให้กับชาวอังกฤษ รวมถึงวัฒนธรรมด้านวรรณกรรมเป็นเพราะชัยชนะของฝรั่งเศส ทำให้ฝรั่งเศสอยู่ในฐานะ “กลุ่มชนชั้นปกครอง” ของอังกฤษ อำนาจที่เหนือกว่าของฝรั่งเศสนี้เองที่นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชาวอังกฤษในหลายมิติในช่วงที่อังกฤษอยู่ภายใต้การครอบครองของฝรั่งเศส ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมหลายอย่างล้วนเกิดขึ้นจากการที่ผู้ปกครองชาวฝรั่งเศสต้องการจัดรูปแบบทางสังคมและวัฒนธรรมให้กับอังกฤษตามครรลองที่ฝรั่งเศสปรารถนาให้เป็น ปรากฏการณ์ในลักษณะดังกล่าวนี้ นับเป็นเรื่องปกติที่ชนชั้นปกครองจากดินแดนอื่นได้กระทำกับผู้พ่ายแพ้ โดยการพยายามแผ่ขยายอำนาจทางวัฒนธรรมของตนในดินแดนแห่งใหม่ จนทำให้วัฒนธรรมของผู้พ่ายแพ้ตกอยู่ในฐานะเป็นรองไปโดยปริยาย

การครอบงำทางวัฒนธรรมด้านวรรณกรรมของฝรั่งเศสในสมัยนอร์มันที่เกิดจากการรับเอาอิทธิพลจากฝรั่งเศสซึ่งมีความก้าวหน้าทางวรรณกรรมเหนือกว่าอังกฤษได้มีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะเฉพาะทางวรรณกรรมของอังกฤษในช่วงเวลานั้น ด้วยเหตุนี้ ภาพรวมของความสัมพันธ์ทางวรรณกรรมในยุคกลางระหว่างฝรั่งเศสกับอังกฤษจึงปรากฏในลักษณะ “ผู้มีความด้อยกว่าทางวัฒนธรรม” ได้รับอิทธิพลจาก “ผู้มีวัฒนธรรมที่เหนือกว่า” มากกว่าที่จะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกันดังที่ปรากฏให้เห็นในสมัยต่อมา แน่หนอนว่าอังกฤษได้ตกอยู่ในฐานะเป็น “ผู้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรม” ในขณะที่ฝรั่งเศสมีบทบาทเป็น “ต้นแบบทางวัฒนธรรม” ให้กับอังกฤษ โดยอิทธิพลทางวรรณคดีที่ฝรั่งเศสมีให้กับการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมอังกฤษปรากฏในหลายลักษณะ ทั้งในด้านภาษา รูปแบบ โครงเรื่อง หรือแม้แต่เป็นที่มาของการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมแปลของอังกฤษจำนวนมาก

2. ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างฝรั่งเศสกับอังกฤษ

การศึกษาถึงอิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมของอังกฤษในสมัยนอร์มัน ผู้ศึกษาควรเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจเกี่ยวกับภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งสองในเวลานั้นเสียก่อน เนื่องจากการเข้าใจในประเด็นดังกล่าวจะทำให้ผู้ศึกษามองเห็นความสัมพันธ์โดยภาพรวมของประเทศอังกฤษกับการรับวัฒนธรรมจากฝรั่งเศสได้อย่างชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้การศึกษาในประเด็นดังกล่าวยังทำให้เข้าใจถึงภาพรวมของปรากฏการณ์ทางวรรณกรรมของอังกฤษว่าเหตุใดฝรั่งเศสจึงมีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมของอังกฤษอย่างมาก สำหรับบทความนี้ ผู้เขียนเลือกนำเสนอเพียงภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับพัฒนาการทางด้านวรรณคดีเท่านั้น

วัฒนธรรมฝรั่งเศสได้เริ่มแผ่ขยายเข้าไปในอังกฤษอย่างเป็นทางการและเป็นรูปธรรมและกว้างขวางตั้งแต่สมัยนอร์มัน ในมุมมองของนักประวัติศาสตร์ สมัยนอร์มันได้เริ่มขึ้นตั้งแต่ ค.ศ. 1066 โดยถือเอาเหตุการณ์ในครั้งที่พระเจ้าวิลเลียมแห่งนอร์มันดี (William of Normandy) ได้ทำศึกชนะกษัตริย์ฮาโรลด์ กอดวินสัน (Harold Godwinson) ของอังกฤษ ในสมรภูมิมัสติงส์ (Battle of Hastings) เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม ค.ศ. 1066 (Grant, Kay, & Kerrigan, 2011, p. 70) การทำศึกในครั้งนี้ได้สิ้นสุดด้วยชัยชนะของฝรั่งเศสจนนำไปสู่การครอบครองอังกฤษของกษัตริย์เชื้อสายฝรั่งเศส อนึ่ง แม้ว่าอังกฤษจะอยู่ภายใต้การปกครองของกษัตริย์เชื้อสายฝรั่งเศสเป็นเวลาประมาณหนึ่งศตวรรษเท่านั้น แต่ตลอดระยะเวลาที่อังกฤษมีกษัตริย์เชื้อสายฝรั่งเศสเป็นผู้ปกครองตราบจนถึงการสิ้นสุดแห่งยุคกลาง อิทธิพลของฝรั่งเศสได้แผ่กระจายไปทั่วอังกฤษ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้นักประวัติศาสตร์หลายคนกำหนดช่วงเวลาตั้งแต่การเข้ามาครอบครองอังกฤษของฝรั่งเศสจนถึงช่วงสิ้นสุดแห่งยุคกลางว่าเป็นสมัยนอร์มัน

หากพิจารณาย้อนกลับไปถึงปรากฏการณ์ในการแพร่กระจายอิทธิพลของฝรั่งเศสในสมัยนอร์มันจะพบว่าเมื่อชาวนอร์มันจากฝรั่งเศสเข้ามาครอบครองและมีบทบาทในการครอบงำทางวัฒนธรรมของอังกฤษ สังคมอังกฤษได้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญในหลายมิติ โดยความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เห็นได้อย่างเด่นชัดประการหนึ่งคือการเกิดขึ้นของระบอบศักดินาสวามิภักดิ์ (feudalism) ซึ่งมีความรุ่งเรืองอยู่ในยุโรปอย่างกว้างขวางก่อนหน้านั้นแล้ว (Liu, 1979, p. 7) ในการนี้กษัตริย์จะทรงมอบที่ดินให้กับขุนนางเพื่อไปหาผลประโยชน์จากที่ดินที่ได้รับมอบสืไป ในขณะที่ด้วยกันขุนนางจะตอบแทนกษัตริย์ด้วยการให้บริการทางการทหารด้วยความจงรักภักดี (McKay, 1963, p. 260) ในช่วงเวลาที่อังกฤษอยู่ภายใต้การปกครองของกษัตริย์ผู้มีสายเลือดฝรั่งเศส อังกฤษได้รับเอาวัฒนธรรมต่าง ๆ จากฝรั่งเศสจนทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงกับอังกฤษอย่างสำคัญ แม้ว่าการครอบครองอังกฤษของกษัตริย์ผู้มีสายเลือดฝรั่งเศสจะสิ้นสุดลงใน ค.ศ. 1154 ซึ่งถือเป็นเวลาเพียงไม่ถึงหนึ่งศตวรรษเท่านั้นที่อังกฤษอยู่ภายใต้การปกครองของกษัตริย์เชื้อสายฝรั่งเศส แต่อิทธิพลของฝรั่งเศสที่เกิดขึ้นในอังกฤษยังคงปรากฏอยู่อย่างต่อเนื่องเรื่อยมาตลอดจนสิ้นสุดยุคกลาง

ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของอังกฤษในสมัยนอร์มันที่มีผลต่อวิวัฒนาการทางด้านวรรณกรรมในเวลานั้นคือ เสถียรภาพของคริสต์ศาสนาซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวอังกฤษ การที่คริสต์ศาสนาได้แผ่อิทธิพลครอบคลุมไปยังการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมในสมัยนอร์มันซึ่งตรงกับยุคกลาง (the Middle Age) ทำให้กล่าวได้ว่างานวรรณกรรมที่เกิดขึ้นในยุคกลางของอังกฤษแทบทั้งหมดล้วนมีกลิ่นอายของหลักความเชื่อทางคริสต์ศาสนาทั้งสิ้น ความรุ่งเรืองของคริสต์ศาสนาในอังกฤษเป็นผลสืบเนื่องมาจากอิทธิพลความยิ่งใหญ่ขององค์การศาสนจักรในยุโรป การที่คริสต์ศาสนาได้กลายมาเป็นสถาบันที่มีความมั่นคงและกลายเป็นศูนย์รวมใจของผู้คนเป็นเพราะการล่มสลายของอาณาจักรโรมันซึ่งถูกรุกรานโดยพวกอนารยชนตั้งแต่

ค.ศ. 476 เป็นต้นมา อาจกล่าวได้ว่าในช่วงเวลานั้นสถาบันคริสตศาสนาเป็นเพียงสถาบันเดียวที่สามารถยืนหยัดและรักษาความเป็นระเบียบของสังคมไว้ได้ภายใต้การนำของพระสันตะปาปาแห่งกรุงโรม (กุลวดี มกรากิรมย์, 2558, น. 194-195) ปัจจัยที่ส่งเสริมให้คริสตศาสนามีความเจริญรุ่งเรืองเป็นอย่างมากในช่วงเวลานั้นเป็นผลมาจากการที่ชาวอังกฤษและชาวยุโรปตะวันตกต่างยอมรับในความเชื่อแบบอุดมคติของคริสตศาสนาที่มุ่งให้ศาสนิกชนดำเนินชีวิตเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่โลกนิรันดรของพระเจ้า เหตุนี้เองที่ทำให้ในบางครั้งสมัยกลางได้รับการรู้จักในฐานะเป็น “ยุคแห่งศรัทธา” (Age of Faith) ในขณะที่คนบางกลุ่มมองว่าการที่องค์กรคริสตศาสนามีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อวิถีชีวิตและความเชื่อของคนจนทำให้หลายคนไม่สามารถแสดงความคิดเห็นต่างกับศาสนจักรได้ ช่วงเวลาดังกล่าวจึงถูกเรียกว่า “ยุคมืด” (Dark Age) ซึ่งเป็นการสื่อถึงความมืดบอดทางปัญญาที่ผู้คนไม่อาจคิดสิ่งใดนอกกรอบแนวคิดที่สถาปนาขึ้นโดยองค์กรศาสนจักร

อย่างไรก็ตามเมื่อเข้าสู่ช่วงปลายของสมัยนอร์มัน ปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในอังกฤษยังคงเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในยุโรป กล่าวคืออำนาจขององค์กรศาสนจักรซึ่งเคยรุ่งเรืองและสามารถครอบงำวิถีชีวิตของผู้คนในโลกยุคกลางของทั้งยุโรปและอังกฤษต้องเผชิญกับความท้าทายต่างๆ จนกลายเป็น “ช่วงขาลง” ขององค์กรศาสนจักรอย่างต่อเนื่อง นักประวัติศาสตร์บางคนเรียกช่วงเวลาดังกล่าวว่า “ช่วงอับแสงของยุคกลาง” (The Waning of the Middle Ages) ในช่วงเวลาดังกล่าวเกิดเหตุการณ์และปรากฏการณ์ทางสังคมที่สำคัญมากมาย โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของสมาคมวิชาชีพ (guild) ซึ่งเป็นองค์กรอันเกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มียุทธศาสตร์ทางอาชีพเดียวกันมารวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะปกป้องสมาคมวิชาชีพของตนและเพื่อวัตถุประสงค์ทางสังคม (Burgess, 1978, pp. 52-53) ทั้งนี้สมาคมวิชาชีพได้กลายเป็นจุดกำเนิดของสหภาพแรงงานในปัจจุบัน ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งเกี่ยวกับสมาคมวิชาชีพคือการเข้ามามีบทบาทต่อวงการวรรณคดีของยุโรปและอังกฤษในยุคกลางอย่างมาก นอกจากนี้ปรากฏการณ์ทางสังคมในช่วงยุคกลางตอนปลายยังเห็นได้จากการเติบโตของเมืองต่างๆ ซึ่งเป็นพัฒนาการทางสังคมที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากช่วงเวลาก่อนหน้านี้ ปรากฏการณ์ต่างๆ ยังได้ส่งผลให้ระบบศักดินาสวามิภักดิ์ถูกลดความสำคัญลงไปเรื่อยๆ

ปรากฏการณ์ทางสังคมที่สำคัญอีกประการหนึ่งในช่วงปลายสมัยนอร์มันที่มีผลต่อปรากฏการณ์ทางด้านวัฒนธรรมของอังกฤษและยุโรปคือการเกิดขึ้นของแท่นพิมพ์ซึ่งประดิษฐ์ขึ้นโดยโจฮันเนส กูเตนเบิร์ก (Johannes Gutenberg) ถือเป็นนวัตกรรมสำหรับการผลิตจำนวนมากในแต่ละครั้งภายในระยะเวลาเพียงน้อยนิด ด้วยเหตุนี้ราคาของหนังสือจึงถูกลดลงมากกว่าที่เคยเป็นมาในอดีต หนังสือได้กลายเป็นสินค้าที่คนทั่วไปเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น การเกิดขึ้นของแท่นพิมพ์ได้กลายเป็นจุดเปลี่ยนทางสังคมที่ทำให้ผู้คนมีแนวโน้มเข้าสู่ภาวะการอ่านออก-เขียนได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งนั่นย่อมหมายถึงเคำกลางของความก้าวหน้าทางวรรณกรรมทั้งในยุโรปและอังกฤษ อื่นๆ แม้การเกิดขึ้นของหนังสือจะมีข้อจำกัดเป็นอย่างมากในช่วงแรกของการเกิดขึ้นของแท่นพิมพ์ (Lindblad, 2016, p. 217) การเกิดขึ้นของนวัตกรรมทางการพิมพ์ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของการปฏิวัติภูมิปัญญาในสมัยต่อมา

การสิ้นสุดของสมัยนอร์มันซึ่งตรงกับการสิ้นสุดของยุคกลางถือเอาช่วงเวลาเดียวกันกับการสิ้นสุดของประวัติศาสตร์ยุโรปสมัยกลาง เมื่อคริสโตเฟอร์ โคลัมบัส (Christopher Columbus) ได้ค้นพบทวีปอเมริกาใน ค.ศ. 1492 (Boyer, 2012, p. 3) การสิ้นสุดสมัยกลางเป็นเวลาเดียวกันกับที่โลกตะวันตกและตะวันออกกลายเป็นโลกเดียวกัน การสิ้นสุดสมัยนอร์มันยังเป็นจุดเปลี่ยนผ่านระหว่างประวัติศาสตร์ยุคกลางกับประวัติศาสตร์สมัยใหม่ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักมนุษยนิยมและลัทธิมนุษยนิยมเกิดขึ้น ชาวตะวันตกเริ่มสนใจวิชาศิลปศาสตร์เพื่อปลดปล่อยจิตวิญญาณของมนุษย์ให้เป็นอิสระจากการควบคุมของศาสนจักร รวมทั้งกระตุ้นให้ผู้คนหันมาสนใจงานด้าน

ศิลปวิทยาการแขนงต่าง ๆ ของกรีกและโรมัน จนกลายเป็นการเริ่มต้นของยุคแห่งการฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance) ขึ้นในที่สุด ปรากฏการณ์ทางสังคมที่เปลี่ยนไปนี้ยังส่งผลต่อการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมทั้งใน ส่วนของรูปแบบและเนื้อหาอย่างสำคัญ

3. อิทธิพลของภาษาฝรั่งเศสที่มีต่อภาษาอังกฤษ

ในการศึกษาถึงอิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมของอังกฤษ ผู้ศึกษามักให้ความสนใจกับปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดขึ้นในอังกฤษควบคู่ไปด้วยเสมอ การรับอิทธิพลทางภาษาฝรั่งเศสของชาว อังกฤษเป็นผลกระทบโดยตรงจากการเข้ามาถือครองอังกฤษของชาวฝรั่งเศส ในกรณีนี้ภาษาถือเป็นเครื่องมือ สำคัญสำหรับการสร้างสรรค์งานวรรณกรรม โดยภาษาได้ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงผู้สร้างสรรค์งาน วรรณกรรมกับผู้เสพงานวรรณกรรมเข้าไว้ด้วยกันอย่างแนบแน่น การศึกษาปรากฏการณ์ว่าด้วยอิทธิพลทาง ภาษาของชาวฝรั่งเศสที่มีต่อการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมของอังกฤษในสมัยนอร์มันจึงเป็นสิ่งสำคัญประการแรก ที่ผู้ศึกษาประวัติศาสตร์วรรณคดีอังกฤษสมัยนอร์มันควรทำความเข้าใจเสียก่อน เพราะการศึกษาในประเด็น ดังกล่าวเป็นเสมือนเครื่องมือชิ้นสำคัญที่ช่วยอธิบายให้เห็นอิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อวรรณคดีอังกฤษได้อย่าง ชัดเจนยิ่งขึ้น

ในช่วงเวลาที่อังกฤษตกอยู่ภายใต้การครอบครองของชาวนอร์มันนับเป็นช่วงแรกของการรับอิทธิพลทาง ภาษาจากฝรั่งเศสอย่างเป็นทางการครั้งแรกในประวัติศาสตร์ภาษาอังกฤษ การรับอิทธิพลดังกล่าวได้ส่งผล กระทบต่อวิวัฒนาการทางภาษาอังกฤษสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ได้ชี้ว่าเมื่อฝรั่งเศสเข้ามา ครอบครองอังกฤษ ชนชั้นปกครองชาวฝรั่งเศสได้นำเอาภาษาจากมาตุภูมิของตนเข้ามายังดินแดนแห่งใหม่ที่พวกเขา เข้ามาถือครอง ในช่วงเวลานั้นภาษาฝรั่งเศสได้อยู่ในฐานะภาษาของชนชั้นปกครอง ปรากฏการณ์ในครั้งนั้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นการแทรกซึมของภาษาฝรั่งเศสในภาษาอังกฤษอย่างจริงจัง

การที่ชาวฝรั่งเศสเข้ามาครอบครองอังกฤษไม่เพียงแต่จะทำให้สถานะของภาษาฝรั่งเศสกลายเป็นภาษา ของราชสำนัก การเข้ามามีอิทธิพลเหนืออังกฤษของพวกนอร์มันยังทำให้ภาษาอังกฤษตกอยู่ในฐานะเป็นภาษา ของชนชั้นล่างไปโดยปริยาย อนึ่ง ปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดขึ้นอีกประการในช่วงเวลานั้นคือการผสมผสาน กันระหว่างภาษาฝรั่งเศสของชนชั้นปกครองกับภาษาอังกฤษของสามัญชนจนทำให้เกิดภาษาอังกฤษที่มี ลักษณะเฉพาะขึ้นที่เรียกว่า “ภาษาอังกฤษแบบนอร์มัน” (Norman English) อาจกล่าวได้ว่าแม้ภาษาฝรั่งเศสจะ เป็นภาษาของชนชั้นปกครองแต่ก็ใช่ว่าอิทธิพลของภาษาฝรั่งเศสจะมีอยู่แต่ในกลุ่มชนชั้นปกครองเชื้อสายฝรั่งเศส เท่านั้น หากแต่ยังได้แทรกซึมอยู่ในภาษาของชาวอังกฤษมากขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ดังจะพบได้จากการที่ชาว อังกฤษได้รับเอาคำศัพท์จากภาษาฝรั่งเศสมาใช้ในภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันของพวกเขาจำนวนมาก ภาษา ฝรั่งเศสที่นำมาใช้จนต่อมากลายเป็นภาษาของชาวอังกฤษสามารถจำแนกได้หลายหมวดหมู่ตั้งแต่ภาษาทางการ จนถึงภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างกลุ่มคำที่รับเอามาจากภาษาฝรั่งเศส เช่น castle, chimney, court, judge, officer, soldier, tower, ฯลฯ (Gordon, 1964, pp. 36-37)

การรับอิทธิพลทางภาษาจากฝรั่งเศสไม่ได้เกิดขึ้นในลักษณะของการรับเอาคำศัพท์ใหม่มาไว้ในภาษาอังกฤษเท่านั้น หากแต่อิทธิพลทางภาษาของชาวนอร์มันจากฝรั่งเศสที่มีต่อภาษาอังกฤษยังนำไปสู่การพัฒนาคำศัพท์ที่มีอยู่แล้วในภาษาแองโกล-แซกซอนเพื่อให้เกิดทางเลือกในการใช้คำมากยิ่งขึ้น เช่น มีการเพิ่มเติมคำว่า “construct” จากเดิมที่มีอยู่เพียงคำว่า “build” มีการเพิ่มเติมคำว่า “inquire” จากเดิมที่มีอยู่เพียงคำว่า “ask” มีการเพิ่มเติมคำว่า “commence” จากเดิมที่มีอยู่เพียงคำว่า “begin” เป็นต้น นอกจากนี้การเกิดขึ้นของคำศัพท์ใหม่ภายใต้การรับอิทธิพลทางภาษาจากฝรั่งเศสไม่เพียงแต่เกิดจากการรับคำศัพท์จากภาษาฝรั่งเศสโดยการนำมาเป็นทางเลือกการใช้คำในภาษาทางการของชาวอังกฤษเท่านั้น หากแต่ยังมีการเพิ่มเติมคำศัพท์ใหม่เพื่อให้รายละเอียดที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้อย่างชัดเจนจากตัวอย่างคำศัพท์ในหมวดหมู่อาหารการกินต่าง ๆ เช่น คำว่า bacon, beef, mutton, veal, sausage, ฯลฯ (Liu, 1979, p. 7) การรับอิทธิพลทางภาษาที่เกิดขึ้นในสมัยนอร์มันจึงเป็นเสมือนเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมและความก้าวหน้าทางวิทยาการที่เหนือกว่าของฝรั่งเศสซึ่งอังกฤษยังคงมีความเป็นรองอย่างชัดเจน อิทธิพลทางภาษาดังกล่าวจึงถือเป็นเรื่องปกติของชาติซึ่งมีอารยธรรมที่สูงส่งกว่าจะมีวัฒนธรรมทางด้านภาษาที่เหนือกว่าและสามารถสร้างวิวัฒนาการทางด้านภาษาให้กับชาติที่ตนเองเข้าไปครอบครอง

วิวัฒนาการทางภาษาที่อังกฤษได้รับอิทธิพลจากฝรั่งเศสในสมัยนอร์มันไม่เพียงแต่จะเกิดขึ้นจากการนำเอาคำในภาษาฝรั่งเศสเข้ามาไว้ในภาษาอังกฤษเท่านั้น หากยังมีการรับเอาคำจากภาษาละตินมาไว้ในภาษาอังกฤษอีกด้วย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าภาษาฝรั่งเศสมีพื้นฐานมาจากภาษาละติน นอกจากนี้ในยุคแห่งการถือครองอังกฤษของพวกนอร์มัน ภาษาละตินยังมีบทบาทในฐานะของภาษาสำหรับการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา การศึกษาและการจดบันทึกเอกสารทางราชการต่าง ๆ ภาษาละตินที่ปรากฏอยู่ในภาษาอังกฤษสามารถเห็นได้จากคำศัพท์ทางวิชาการจำนวนมาก เช่น conviction, equator, implement, memorandum, legitimate ฯลฯ จากปรากฏการณ์ในลักษณะดังกล่าวนี้จึงกล่าวได้ว่าภาษาละตินที่เข้ามาจะมีอิทธิพลต่อวิวัฒนาการของภาษาอังกฤษในสมัยกลางล้วนเป็นผลจากการเข้ามาของพวกนอร์มันทั้งสิ้น (Julius, 2006, p. 1) แน่นนอนว่าฝรั่งเศสยังคงอยู่เบื้องหลังการรับอิทธิพลจากภาษาละตินมายังภาษาอังกฤษ ปรากฏการณ์ทางภาษาดังกล่าวจึงเป็นการยืนยันให้เห็นถึงอิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อวิวัฒนาการทางภาษาของชาวอังกฤษอย่างแท้จริง

หากพิจารณาถึงภาพรวมของปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดขึ้นในสมัยนอร์มันอาจสรุปได้ว่าในช่วงเวลาที่อังกฤษถูกครอบงำด้วยวัฒนธรรมทางภาษาแบบฝรั่งเศสของชาวนอร์มัน ภาษาฝรั่งเศสได้รับการยอมรับว่าเป็นภาษาของชนชั้นปกครองและเป็นต้นแบบของการใช้ภาษาอังกฤษ อย่างไรก็ตามในความรู้สึกของคนอังกฤษส่วนใหญ่ยังเต็มไปด้วยสำนึกในความเป็นอังกฤษของตน ปรากฏการณ์ดังกล่าวสามารถพบได้จากกรณีที่ชนชั้นสูงของอังกฤษนิยมส่งลูกหลานของตนให้เรียนหนังสือในโรงเรียนที่สอนด้วยภาษาอังกฤษ ในขณะที่เดียวกันก็พบว่าภาษาฝรั่งเศสถูกนำมาสอนเป็นภาษาต่างประเทศมากกว่าจะเป็นภาษาที่ใช้สอนในโรงเรียน ปฏิบัติทางใจของชาวอังกฤษที่มีต่อภาษาของชาวฝรั่งเศสปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนผ่านการตระหนักในความเป็นคนอังกฤษของพวกเขา โดยเฉพาะในช่วงปลายยุคกลางหลังเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ การเกิดขึ้นของสงครามร้อยปี (The Hundred Years War ค.ศ. 1337-1453) และการแพร่ระบาดของความตายสีดำ (The Black Death ค.ศ. 1348-1351) โดยแต่ละเหตุการณ์มีรายละเอียดโดยสังเขปดังต่อไปนี้

การเกิดขึ้นของสงครามร้อยปีระหว่างอังกฤษกับฝรั่งเศสมีมูลเหตุมาจากความขัดแย้งในการครอบครองดินแดนของกษัตริย์ทั้งสองประเทศ และมีผลต่อการกลับมามีบทบาทของภาษาอังกฤษอีกครั้ง การทำสงครามที่ต่อเนื่องเป็นเวลานานได้ก่อให้เกิดความรู้สึกรักชาติ (patriotism) และความรู้สึกชาตินิยม (nationalism) ในหมู่

ทหารและประชาชนชาวอังกฤษที่เข้าร่วมมือกันต่อสู้กับฝรั่งเศส การทำสงครามกับฝรั่งเศสอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาร้อยปีได้กลายเป็นเครื่องบ่มเพาะความไม่พอใจต่อฝรั่งเศสรวมถึงความคิดของคนอังกฤษที่ว่าภาษาฝรั่งเศสคือ “ภาษาของศัตรู” ส่งผลให้ภาษาอังกฤษกลับมาเป็นที่นิยมและมีบทบาทในสังคมมากขึ้น (McIntyre, 2009, p. 14)

นอกจากสงครามร้อยปีแล้ว การระบาดของกาฬโรคหรือที่เรียกกันว่า “ความตายสีดำ” เป็นอีกสาเหตุสำคัญที่ทำให้ภาษาอังกฤษกลับมามีบทบาทในสังคมอีกครั้ง ในส่วนของผลกระทบต่อวิวัฒนาการของภาษาอังกฤษจะพบว่าความตายสีดำได้คร่าชีวิตของชนชั้นสูงซึ่งเป็นผู้รู้และใช้ภาษาฝรั่งเศสไปเป็นจำนวนมาก จำนวนของผู้ที่เหลือรอดจากภัยการระบาดของกาฬโรคส่วนใหญ่คือกลุ่มชนชั้นล่างของสังคมอย่างพวกชาวไร่ ชาวนาซึ่งใช้ภาษาอังกฤษ การที่ชนชั้นสูงซึ่งใช้ภาษาฝรั่งเศสเสียชีวิตลงไปเป็นจำนวนมากทำให้บทบาทของภาษาฝรั่งเศสลดลงตามจำนวนของผู้ใช้ที่ลดลงไปด้วย ในขณะที่เดียวกันภาษาอังกฤษของชนชั้นล่างในสังคมก็ได้กลับมามีบทบาทมากขึ้นอีกครั้ง ยิ่งไปกว่านั้นการที่นักบวชซึ่งสามารถใช้ภาษาละตินในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเสียชีวิตลงไปเป็นจำนวนมาก เปิดโอกาสให้พวกฆราวาสที่พูดภาษาอังกฤษเข้ามาทำหน้าที่ในการประกอบพิธีกรรมแทน ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นสาเหตุให้ภาษาอังกฤษได้กลับมามีบทบาทในการประกอบพิธีกรรมอีกครั้ง อาจกล่าวได้ว่าในด้านมืดที่เกิดกับมนุษยชาติในช่วงการระบาดของความตายสีดำได้มีส่วนทำให้สถานะของภาษาอังกฤษกลับมามีแสงสว่างอีกครั้งหนึ่ง

แม้ชาวอังกฤษจะพอใจภาษาของชาวฝรั่งเศสหรือไม่ก็ตาม แต่อิทธิพลของภาษาฝรั่งเศสที่เข้ามาในสมัยนอร์มันได้ฝังลึกและผสมผสานอย่างกลมกลืนกับภาษาของชาวอังกฤษ จนทำให้คำศัพท์ของภาษาฝรั่งเศสได้กลายเป็นคำยืมที่มีการใช้อย่างแพร่หลายมาตราบจนปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่าฝรั่งเศสเป็นชาติที่มีอิทธิพลต่อภาษาของชาวอังกฤษ เหตุผลเดียวกันนี้ทำให้ฝรั่งเศสกลายเป็นชาติที่มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์งานวรรณคดีของอังกฤษในช่วงเวลานั้นอย่างชัดเจน

4. อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อวรรณกรรมอังกฤษ

หากเปรียบเทียบปรากฏการณ์ด้านวรรณกรรมระหว่างฝรั่งเศสกับอังกฤษในสมัยนอร์มันจะพบว่าฝรั่งเศสมีความเจริญก้าวหน้าด้านวรรณกรรมเหนือกว่าอังกฤษเป็นอย่างมาก ความเหนือกว่าด้านวรรณกรรมของฝรั่งเศสทำให้อิทธิพลด้านวรรณกรรมของฝรั่งเศสเข้ามาครอบงำโลกวรรณกรรมของอังกฤษอย่างชัดเจน อาจกล่าวได้ว่าการที่ชาวนอร์มันเข้ามาปกครองและเผยแพร่วัฒนธรรมฝรั่งเศสทำให้อังกฤษเกิดปรากฏการณ์ด้านวรรณกรรมที่สำคัญหลายมิติ หากเปรียบเทียบงานวรรณกรรมของทั้งสองประเทศกับการชมภาพยนตร์แล้วงานวรรณกรรมของภาษาอังกฤษสมัยนั้นอาจเปรียบเทียบได้เพียงกับภาพยนตร์ชาวตำ ในขณะที่งานวรรณกรรมของฝรั่งเศสเป็นภาพยนตร์ที่น่าตื่นตาตื่นใจมากกว่า จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่พัฒนาการทางวรรณกรรมอังกฤษในสมัยนอร์มันเป็นไปตามอิทธิพลทางวรรณกรรมที่ได้รับมาจากชาวนอร์มัน ทั้งในส่วนของการใช้ภาษา รูปแบบและขนบในการประพันธ์งานวรรณกรรม

เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลทางวรรณกรรมที่ฝรั่งเศสมีต่ออังกฤษในสมัยนอร์มัน จะพบว่าอิทธิพลของฝรั่งเศสที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมประการแรกคือการที่กษัตริย์พระองค์ใหม่ซึ่งเป็นชาวฝรั่งเศสได้เข้ามามีส่วนทำให้การสร้างสรรค์งานวรรณกรรมเกิดขึ้น เห็นได้จากการเกิดขึ้นของงานวรรณกรรมชิ้นสำคัญของยุคอย่าง

Doomsday Book แม้ว่าการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมชิ้นนี้จะเกิดขึ้นจากพระราชประสงค์ของพระองค์ซึ่งไม่ได้เป็นการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมที่รุ่มรวยด้วยลักษณะทางวรรณศิลป์ตามความเข้าใจของคนทั่วไปก็ตาม แต่งานสร้างสรรค์ภายใต้พระราชบัญชาดังกล่าวได้กลายเป็นเอกสารชิ้นสำคัญทางประวัติศาสตร์และเป็นงานวรรณคดีชิ้นสำคัญของยุค ตามประวัติศาสตร์วรรณคดีอังกฤษที่ว่า *Doomsday Book* เกิดขึ้นจากพระราชประสงค์ของกษัตริย์วิลเลียมที่ทรงต้องการทราบถึงจำนวนรายการทรัพย์สินต่างๆ ในดินแดนแห่งใหม่

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ชี้ว่าหลังจากที่กษัตริย์วิลเลียมทำศึกชนะอังกฤษและขึ้นครองราชบัลลังก์อังกฤษ พระองค์ทรงประกาศยึดที่ดินในอังกฤษทั้งหมดเป็นพระราชสมบัติของพระองค์ ในการนี้พระองค์ได้ทรงโปรดให้เจ้าของที่ดินเดิมเป็นวาสซัล (vassal) หรือผู้รับมอบที่ดินเพื่อใช้หาประโยชน์ในที่ดินที่ทรงพระราชทานต่อไป ในขณะที่เดียวกันกษัตริย์วิลเลียมทรงมอบที่ดินบางส่วนให้พวกนักรบนอร์มันซึ่งติดตามพระองค์มาจากฝรั่งเศส การที่พระองค์ยกกรรมสิทธิ์ที่ดินให้กับเหล่าขุนนางทั้งหลายกลายเป็นจุดเริ่มต้นของระบอบศักดินาสวามิภักดิ์ (feudal system) ในอังกฤษ (Burgess, 1978, p. 3) หลังจากขึ้นครองราชบัลลังก์อังกฤษ กษัตริย์วิลเลียมทรงต้องการเพิ่มพระราชทรัพย์ในท้องพระคลัง ดังนั้นพระองค์จึงทรงบัญชาให้สำรวจทรัพย์สินในที่ดินทั่วราชอาณาจักร พร้อมกับให้นำข้อมูลที่ได้ออกไปจัดทำเป็นแบบบัญชีรายการ (inventory) เพื่อถวายรายงานให้พระองค์ทรงทราบ ด้วยเหตุนี้ *Doomsday Book* จึงกลายเป็นเอกสารชิ้นสำคัญทางประวัติศาสตร์ของอังกฤษในสมัยนอร์มัน อีกทั้งยังเป็นเครื่องยืนยันให้เห็นถึงอิทธิพลของชนชั้นปกครองเชื้อสายฝรั่งเศสที่มีต่อการสร้างสรรค์วรรณกรรมของอังกฤษอย่างชัดเจน

อิทธิพลทางวรรณกรรมจากฝรั่งเศสยังสามารถพบได้จากการรับเอารูปแบบงานวรรณกรรมอย่างบทละคร (play) เข้ามาในอังกฤษซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางประวัติศาสตร์วรรณคดีที่สำคัญยิ่งของอังกฤษ เนื่องจากก่อนที่ชาวนอร์มันจากฝรั่งเศสจะเข้ามาครอบครองอังกฤษ บทละครมีเฉพาะในยุโรปเท่านั้น การที่ชาวนอร์มันเข้ามาครอบครองอังกฤษและนำวัฒนธรรมจากดินแดนเดิมของตนเข้ามายังดินแดนแห่งใหม่ทำให้คนอังกฤษเริ่มรู้จักบทละครตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา การปรากฏบทละครในอังกฤษไม่ได้เป็นเพียงเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์วรรณคดีอังกฤษเท่านั้น หากแต่มีความสำคัญกับประวัติศาสตร์ยุโรปด้วย กล่าวคือสมัยนอร์มันซึ่งเป็นเวลาที่ชาวอังกฤษได้รู้จักกับบทละครเป็นครั้งแรกถือเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับการฟื้นฟูบทละครในประวัติศาสตร์วรรณคดีโลกอีกครั้ง เนื่องจากก่อนหน้านั้น การละครที่เคยเฟื่องฟูในยุโรปถูกห้ามในช่วงก่อนคริสต์ศตวรรษที่ 10 เพราะศาสนจักรเห็นว่าการแสดงและการชมละครเป็นสิ่งที่ขัดต่อหลักการทางศาสนา ยิ่งไปกว่านั้น การแสดงละครยังถูกมองเป็นการแสดงที่มีความไม่เหมาะสมแฝงอยู่ด้วยเสมอ อีกทั้งบางครั้งการแสดงละครได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการโจมตีผู้ที่มีความเชื่อตรงข้ามอีกด้วย อย่างไรก็ตามในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 10 ปรากฏการณ์การแสดงละครในยุโรปเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากการแสดงละครถูกมองว่าเป็นวิธีการที่ทำให้คนทั่วไปที่ไม่รู้จักภาษาละตินสามารถเข้าถึงเรื่องราวและคำสอนของคริสต์ศาสนาได้ดีมากยิ่งขึ้นและกลายเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมมากขึ้นโดยลำดับ

หลังจากชาวฝรั่งเศสนำละครเข้ามาเผยแพร่ในอังกฤษ ละครได้กลายเป็นสื่อในการเผยแพร่หลักคำสอนทางศาสนาเป็นสำคัญ ละครที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นรู้จักในชื่อของ “ละครศาสนา” (religious play) และ “ละครอันศักดิ์สิทธิ์” (holy play) ลักษณะสำคัญของบทละครในสมัยนอร์มันสามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจนจากชื่อเรียกของบทละครประเภทต่างๆ ที่มักถูกเรียกโดยการเชื่อมโยงกับคริสต์ศาสนาเป็นสำคัญ เช่น ละครครอบรอบ (cycle play) หรือละครจักรวาล (universal play) ชื่อเรียกดังกล่าวเป็นการสื่อความหมายอย่างตรงไปตรงมาว่าละครมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหลักความเชื่อต่างๆ ทางคริสต์ศาสนา เช่น การสร้างจักรวาลและโลกของพระเจ้า การ

กำเนิดอาดัมกับอีฟ การเสด็จมาประสูติบนโลกมนุษย์ของพระเยซู การสิ้นพระชนม์และการฟื้นคืนชีพของพระเยซู อาจกล่าวได้ว่าเรื่องราวต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นประวัติศาสตร์มนุษยชาติที่อิงความเชื่อทางศาสนาตามมโนทัศน์ของคนสมัยกลางทั้งสิ้น

นอกจากละครครบรอบแล้ว อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมประเภทละครยังสามารถเห็นได้จากการเกิดขึ้นของละครปาฏิหาริย์ (miracle play) ซึ่งเป็นละครศาสนาอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างกว้างขวางในอังกฤษรวมถึงยุโรปในช่วงยุคกลาง ละครปาฏิหาริย์รู้จักในชื่อของ “ละครมรณสักขี” (martyr play) หรือ “ละครนักบุญ” (saint play) อีกด้วย ละครประเภทนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวีรกรรมและความศรัทธาอันเหนียวแน่นของบรรดานักบุญต่างๆ ที่ได้ยอมสละชีวิตเพื่อปกป้องคริสต์ศาสนาและรักษาไว้ซึ่งความศรัทธาต่อพระเจ้า (Burgess, 1978, pp. 52-53)

การจัดแสดงละครปาฏิหาริย์ซึ่งเป็นผลมาจากการรับอิทธิพลจากฝรั่งเศสเกี่ยวข้องกับสมาคมวิชาชีพ เช่นเดียวกับละครครบรอบ โดยสมาคมวิชาชีพแต่ละกลุ่มจะเลือกแสดงประวัติของนักบุญที่มีความเกี่ยวข้องกับวิชาชีพของตน ด้วยสมาชิกของสมาคมวิชาชีพมีความเชื่อว่านักบุญประจำสมาคมวิชาชีพที่พวกเขานับถือจะคอยคุ้มครองรักษาสมาคมวิชาชีพของตน ด้วยเหตุนี้สมาคมหมอพื้นจัดแสดงเรื่องราวของนักบุญอโพลโลเนีย (St. Apollonia) ซึ่งเป็นนักบุญผู้พิทักษ์กลุ่มวิชาชีพหมอฟัน จากการที่ท่านถูกทรมานด้วยการจับถอนฟันทีละซี่ (กุลวลดี มกราริรมย์, 2558, น. 250-251) ในขณะที่สมาคมช่างทำเสื้อกระจะจัดแสดงเรื่องราวของนักบุญจอร์จแห่งโคปาโตเซีย (St. George of Cappadocia) จากการที่ท่านเป็นทหารมหาดเล็กซึ่งได้รับคำสั่งจากกษัตริย์ไดโคลิเซียน (Diocletian) ในการกำจัดคริสต์ศาสนิกชนทั่วจักรวรรดิโรมัน แต่ท่านได้ปฏิเสธการปฏิบัติตามคำสั่งจนเป็นเหตุให้ท่านถูกทรมานและเสียชีวิตลงในที่สุด

นอกจากละครศาสนาที่สำคัญทั้งสองประเภทข้างต้นแล้ว ในสมัยนอร์มันของอังกฤษยังมีละครศาสนาอีกประเภทหนึ่งซึ่งเป็นผลจากการเข้ามาครอบครองของฝรั่งเศสนั่นคือ “ละครสอนศีลธรรม” (morality play) ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้วัตถุประสงค์ของการสอนผู้ชมด้วยหลักธรรมทางศาสนา ผู้เขียนบทละครจะสร้างตัวละครให้เป็นบุคลาธิษฐาน (personification) ของนามธรรมต่างๆ เช่น ความงาม (beauty) กรรมาดี (good deeds) ความเกลียดชัง (hatred) สัจจะ (truth) ความพยาบาท (revenge) ความโลภ (greed) เป็นต้น (Thornley & Roberts, 1996, p. 21) ในบางครั้งเนื้อเรื่องของละครสอนศีลธรรมเป็นการแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งระหว่างความดีกับความชั่วโดยตัวละครมักถูกนำเสนอผ่านลักษณะแบบอุปมานิทัศน์ (allegory) ซึ่งเป็นการใช้สัญลักษณ์แทนการสื่อความหมายอย่างตรงไปตรงมา (Liu, 1979, p. 49)

หากพิจารณาจากประวัติศาสตร์วรรณคดีอังกฤษจะพบว่าบทละครสอนศีลธรรมที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของอังกฤษในยุคกลางคือ *Everyman* ประพันธ์โดยนักเขียนนิรนาม กล่าวกันว่าบทละครสอนศีลธรรมเรื่องนี้ได้รับอิทธิพลมาจากบทละครของดัตช์เรื่อง *Elckerlij* ของปีเตอร์ แวน ดีสต์ (Peter van Diest) อีกทอดหนึ่ง (Thomas & Creg, 2012, p. 93) *Everyman* เป็นการบอกเล่าเรื่องราวของของตัวละครเอกคือ *Everyman* ซึ่งเป็นตัวแทนของมนุษย์ทุกคนบนโลก *Everyman* ได้รับแจ้งจาก Death ให้เดินทางไปเฝ้าพระเจ้า *Everyman* พยายามหาผู้ที่จะไปเป็นเพื่อนกับตน แม้ว่า *Everyman* จะมีมิตรจำนวนมาก เช่นมิตรที่ชื่อ Knowledge ซึ่งเป็นบุคลาธิษฐานของความรู้ มิตรที่ชื่อ Goods ซึ่งเป็นบุคลาธิษฐานของการครอบครองทรัพย์สินต่างๆ เป็นต้น ทว่าไม่มีใครยอมเดินทางร่วมไปกับเขาเลย มีแต่เพียง Good Deeds ซึ่งเป็นบุคลาธิษฐานของการทำความดีที่ *Everyman* ได้สั่งสมไว้ในอดีตเท่านั้นที่ยอมติดตามเขาไป (Liu, 1979, p. 49) Good Deeds เป็นบุคลเพียงคนเดียว

ที่ช่วยแก้ต่างให้เขาในยามที่ต้องเผชิญกับการพิพากษาของพระเจ้าผู้เป็นเจ้าในวัณโลก ดังจะสามารถพบได้จากเนื้อความจากบทวรรณกรรมตอนหนึ่ง (กุลวดี มกรากิรมย์, 2558, น. 255)

Everyman: Me think, alas, that I must be gone
To make my reckoning and my debts pay,
For I see my time is nigh spent away.
Take example, all ye that this do hear or see,
How they that I loved best do forsake me,
Except my Good Deeds that bideth truly.

Good Deeds: All earthly things is but vanity:
Beauty, Strength, and Discretion do man forsake,
Foolish friends, and kinsmen, that fair spake-
All fleeth save Good deeds, and that am I.

Everyman: Have mercy on me, God most mighty; And stand
By me, thou mother and maid, holy Mary.

Good Deeds: Fear not; I will speak for thee.

บทละครเรื่อง *Everyman* ถือเป็นละครสอนศีลธรรมที่มีชื่อเสียงที่สุดในสมัยนอร์มันและเป็นตัวอย่างในการใช้อุปมาอุปไมยในงานวรรณกรรมได้เป็นอย่างดี แน่หนอนว่าปรากฏการณ์ด้านการละครของอังกฤษดังกล่าวนี้เป็นผลจากการเข้ามาของชาวนอร์มันจากฝรั่งเศสทั้งสิ้น อนึ่ง การรับอิทธิพลด้านละครศาสนาซึ่งมีฝรั่งเศสเป็นเบื้องหลังมีความเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงปลายยุคกลาง เนื่องจากการปรากฏของละครทางโลกมากขึ้นเป็นที่ชัดเจนว่าละครทางโลกได้กลายเป็นสิ่งที่ “ต้องจจริต” ของผู้คนมากกว่าละครศาสนา เป็นเหตุให้ความนิยมในละครศาสนาลดน้อยลงไปโดยลำดับ อย่างไรก็ตาม แม้ทิศทางของพัฒนาการด้านบทละครของอังกฤษในช่วงปลายยุคกลางจะเปลี่ยนไป แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าพัฒนาการทางด้านวรรณกรรมทั้งหมดล้วนมีฝรั่งเศสเป็นกลไกสำคัญทั้งสิ้น

นอกจากงานวรรณกรรมประเภทบทละครแล้ว อิทธิพลทางวรรณกรรมจากฝรั่งเศสที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการรับเอารูปแบบทางกวีนิพนธ์ที่ชื่อ “ลำนำนิทาน” (ballad) งานวรรณกรรมประเภทนี้เป็นการประพันธ์บทกวีนิพนธ์ในลักษณะของนิทานพื้นบ้านโดยมีจุดมุ่งหมายสำหรับใช้ในการขับร้องเพื่อสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ฟังเป็นสำคัญ (Baldick, 2008, p. 32) ลำนำนิทานเป็นรูปแบบงานวรรณกรรมที่สามารถพบได้ทั่วไปในยุโรปในช่วงยุคกลาง อีกทั้งได้รับความนิยมในสมัยนั้นเป็นอย่างมาก หากพิจารณาถึงธรรมชาติของลำนำนิทานแล้วจะพบว่าวรรณกรรมประเภทนี้มีความสอดคล้องกับสภาพสังคมอังกฤษในสมัยนอร์มันรวมถึงสังคมยุโรปในช่วงเวลาเดียวกันซึ่งคนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถอ่าน-เขียนได้ จึงเป็นที่เข้าใจได้ว่าเหตุใดลำนำนิทานจึงได้รับความนิยมในอังกฤษและยุโรปในช่วงเวลานั้นเป็นอย่างมาก

นอกจากตัวอย่างงานวรรณกรรมประเภทต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมด งานวรรณกรรมอีกประเภทซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในสมัยนอร์มันคือ “นิยายวีรคติ” (romance) งานวรรณกรรมประเภทนี้ปรากฏให้เห็นทั้งในรูปแบบร้อยแก้วและร้อยกรอง นิยายวีรคตินับเป็นหลักฐานสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์และอิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อวิวัฒนาการทางวรรณกรรมของอังกฤษ คำว่า “นิยายวีรคติ” เป็นคำที่ใช้เรียก

วรรณกรรมภาษาฝรั่งเศสซึ่งมักเป็นเรื่องเกี่ยวกับวีรกรรมของเหล่าอัศวิน ก่อนที่คำวานิยายวีรคติจะขยายขอบข่ายของความหมายให้กว้างมากขึ้นโดยครอบคลุมไปถึงเรื่องราวเกี่ยวกับอัศวินโดยไม่ได้อำนาจว่าจะเขียนขึ้นด้วยภาษาใดก็ตาม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 371)

อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อโลกวรรณกรรมของอังกฤษในสมัยนอร์มันยังเกิดจากการสร้างสรรคงานวรรณกรรมแปลอีกจำนวนมาก ตัวอย่างงานวรรณกรรมแปลจากภาษาฝรั่งเศสที่น่าสนใจและได้รับการแปลเป็นภาษาอังกฤษคือ *Handlyng Synne* ผู้แปลคือรอเบิร์ต แมนนิง (Robert Mannyng) แปลไว้เมื่อ ค.ศ. 1300 *Handlyng Synne* มีเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการเกิดขึ้นของบาป ผู้ประพันธ์ได้นำเสนอออกมาทั้งในรูปของการเสียดสี การแสดงอารมณ์ขัน และการส่งสอนศีลธรรมในคราวเดียวกัน

อิทธิพลของฝรั่งเศสที่มีต่อการสร้างสรรค์ทางวรรณกรรมของอังกฤษยังเกิดขึ้นจากการเติมแต่งกลิ่นอายความเป็นฝรั่งเศสไว้ในงานวรรณกรรมของชาวอังกฤษด้วย เมื่อชาวนอร์มันมาครอบครองอังกฤษ พวกเขาเกิดความหลงใหลในเรื่องราวของกษัตริย์อาร์เทอร์ของชาวอังกฤษ ต่อมาชาวฝรั่งเศสที่มาตั้งถิ่นฐานในอังกฤษได้ยกย่องให้เป็นวีรบุรุษของตนเช่นกัน ปรากฏการณ์ดังกล่าวสามารถพบได้จากตัวอย่างงานวรรณกรรมของเครเตียง เดอ ทรัว (Chretien des Troyes) กวีชาวฝรั่งเศสผู้มีชื่อเสียงในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 12 ได้แต่งเรื่องกษัตริย์อาร์เทอร์ให้มีลักษณะเฉพาะแตกต่างไปจากตำนานของกษัตริย์อาร์เทอร์ในสำนวนอื่นๆ โดยเขาได้นำเสนอให้อาร์เทอร์เป็นอัศวินนักรบที่มีวิถีความเป็นอยู่และอุปนิสัยเช่นเดียวกับอัศวินในอุดมคติทั้งหลาย กล่าวคือมีความกล้าหาญ ความเคร่งครัดตามหลักปฏิบัติทางศาสนา ความเป็นนักผจญภัยและความมีน้ำใจต่อผู้อื่น เรื่องราวเกี่ยวกับกษัตริย์อาร์เทอร์ได้ถูกเสริมแต่งให้มีกลิ่นอายของความรักและศาสนาเข้ามาสอดแทรกอยู่ด้วย (วิทย์ ศิวะศรียานนท์, 2541, น. 50) เป็นที่ชัดเจนว่าการเข้ามาถือครองดินแดนอังกฤษของพวกนอร์มันได้นำเอาวัฒนธรรมด้านภาษาและวรรณกรรมของชาวยุโรปเข้ามาด้วย ด้วยเหตุนี้ บทบาทของชาวนอร์มันในประวัติศาสตร์วรรณคดีอังกฤษจึงอยู่ในฐานะผู้เชื่อมโยงวรรณกรรมของอังกฤษและฝรั่งเศสเข้าไว้ด้วยกัน

5. บทสรุป

ตลอดระยะเวลาอันยาวนานของสมัยนอร์มัน อิทธิพลของฝรั่งเศสเข้ามาปรากฏอยู่ในการสร้างสรรคงานวรรณกรรมของอังกฤษเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ลักษณะเฉพาะของประวัติศาสตร์วรรณคดีอังกฤษในสมัยนอร์มันจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแต่การรับอิทธิพลจากคริสต์ศาสนาอันเป็นลักษณะสำคัญในช่วงเวลาดังกล่าวเพียงเท่านั้น หากแต่ยังเกี่ยวข้องกับการรับอิทธิพลจากฝรั่งเศสซึ่งถือเป็นชาติที่มีความก้าวหน้าด้านวรรณกรรมที่เหนือกว่าอังกฤษในช่วงเวลานั้นอย่างเห็นได้ชัด ในการนี้บทบาทของฝรั่งเศสในฐานะเป็น “แม่แบบ” สำหรับการสร้างสรรค์วรรณกรรมให้กับอังกฤษปรากฏตั้งแต่การรับอิทธิพลทางด้านภาษาจนถึงรูปแบบวรรณกรรม

นอกจากอิทธิพลทางด้านภาษาแล้ว การสร้างสรรคงานวรรณกรรมของอังกฤษภายใต้อิทธิพลของฝรั่งเศสยังปรากฏให้เห็นจากการรับรูปแบบทางวรรณกรรมมาจากฝรั่งเศส โดยการรับรูปแบบทางวรรณกรรมได้ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนทั้งในลักษณะของการรับรูปแบบทางวรรณกรรมมาจากฝรั่งเศสโดยตรงและการรับรูปแบบวรรณกรรมของชาติอื่นๆ ในยุโรปโดยมีฝรั่งเศสซึ่งเป็นเสมือน “สะพานเชื่อมผ่าน” ในจำนวนรูปแบบงานวรรณกรรมในยุคกลางของอังกฤษที่ได้รับอิทธิพลมาจากฝรั่งเศส ที่มีความโดดเด่นและรู้จักมากที่สุดคืองานวรรณกรรมประเภทละครซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหลักคำสอนและความเชื่อทางคริสต์ศาสนา ในชื่อ “ละคร

ศาสนา” ปรากฏการณ์ด้านวรรณกรรมดังกล่าวไม่เพียงสะท้อนให้เห็นอิทธิพลด้านวรรณกรรมที่ฝรั่งเศสมีต่ออังกฤษเท่านั้น หากแต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของคริสต์ศาสนาที่ได้แผ่ร่มาให้กับผู้คนในยุคกลางด้วย

นอกจากละครศาสนาแล้ว อิทธิพลของการละครฝรั่งเศสที่มีต่อการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมของอังกฤษยังเกิดขึ้นในรูปแบบละครทางโลกอีกด้วย รูปแบบของงานวรรณกรรมที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในอังกฤษช่วงยุคกลางอย่างเช่น “ล่านานิทาน” เป็นอีกหลักฐานสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงสายสัมพันธ์ทางวรรณกรรมระหว่างอังกฤษกับฝรั่งเศสได้เป็นอย่างดี ไม่เพียงแต่การรับอิทธิพลทางด้านภาษาและรูปแบบวรรณกรรมจากฝรั่งเศสเท่านั้น อิทธิพลของฝรั่งเศสต่อการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมในอังกฤษยังเกิดขึ้นจากการที่ชาวฝรั่งเศส โดยเฉพาะกษัตริย์มีบทบาทในฐานะเป็นผู้มีส่วนในการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมให้เกิดขึ้น ดังจะพบว่างานวรรณกรรมชิ้นสำคัญของอังกฤษในยุคกลางเกิดขึ้นจากพระราชประสงค์ของกษัตริย์เชื้อสายฝรั่งเศส แน่หนว่าจะงานวรรณกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อสนองพระราชประสงค์ของกษัตริย์เชื้อสายฝรั่งเศสที่สำคัญหลายชิ้นได้กลายเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์วรรณกรรมและมรดกทางวรรณกรรมที่สำคัญในประวัติศาสตร์วรรณคดีอังกฤษ

ครั้นเมื่อสิ้นสุดสมัยนอร์มัน วิวัฒนาการทางด้านวรรณคดีอังกฤษโดยเฉพาะประเด็นของการรับอิทธิพลจากฝรั่งเศสได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน แม้ว่าทั้งสองอาณาจักรยังมีความสัมพันธ์และส่งอิทธิพลต่อกัน แต่สายสัมพันธ์ทางวรรณกรรมดูเหมือนจะเบาบางลงอย่างเห็นได้ชัดโดยเฉพาะในช่วงรอยต่อระหว่างยุคกลางกับยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ ปรากฏการณ์ทางสังคมรวมถึงปรากฏการณ์ด้านวรรณกรรมได้เปลี่ยนแปลงไปโดยมีสาเหตุมาจากอิทธิพลของกระแสการฟื้นฟูศิลปวิทยาการ ผู้คนกลับไปสนใจศิลปวิทยาการของกรีก-โรมันมากขึ้นจนนำไปสู่การค้นคว้าหนังสือที่เขียนด้วยภาษาละตินมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นเหตุให้เกิดความนิยมที่จะพยายามเรียนรู้ภาษาละตินในหมู่ชาวยุโรปและชาวอังกฤษ (โกมบริช, 2561, น. 157) การที่ผู้คนเรียนรู้วิทยาการของโรมันและให้ความสนใจภาษาละตินเป็นสาเหตุให้คำศัพท์ภาษาละตินเข้ามาอยู่ในภาษาอังกฤษเป็นจำนวนมาก ภาษาอังกฤษจึงกลายเป็นภาษาที่มีความรู้มรดกด้วยคำศัพท์ใหม่ๆ จากภาษาละตินซึ่งเข้ามาแทนที่ภาษาฝรั่งเศส (Miller, Jones, & McDonnell, 1976, p. 229)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้อิทธิพลของภาษาฝรั่งเศสที่มีต่อภาษาอังกฤษลดน้อยลงไปโดยลำดับ คำศัพท์ในภาษาอังกฤษหลายคำมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการสะกดให้เป็นไปอย่างภาษาละตินซึ่งจากเดิมมีการสะกดตามอย่างภาษาฝรั่งเศส เช่น คำว่า “รูปภาพ” (picture) ในสมัยของชอเซอร์ใช้รูปการสะกดว่า “peynture” ตามอิทธิพลที่ได้รับจากภาษาฝรั่งเศส แต่ในยุคนี้คำดังกล่าวถูกกำหนดให้เขียนตามภาษาละตินว่า “pictura” เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการสร้างคำคุณศัพท์ในภาษาอังกฤษโดยนำคำศัพท์มาจากภาษาละติน เช่น คำว่า “mental” ซึ่งเป็นคำคุณศัพท์ของคำว่า “จิตใจ” (mind) คำว่า “lunar” ซึ่งเป็นคำคุณศัพท์ของคำว่า “ดวงจันทร์” (moon) เป็นต้น (Gordon, 1964, p. 122)

ปรากฏการณ์ทางวรรณกรรมของอังกฤษในสมัยนอร์มันโดยเฉพาะในช่วงปลายยุคกลางที่ชัดเจนอีกประการหนึ่งคือการที่นักเขียนชาวอังกฤษเริ่มรับอิทธิพลทางวรรณกรรมจากนักเขียนชาติอื่นๆ มากขึ้น ความเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ทางวรรณกรรมดังกล่าวนับเป็นการท้าทายต่ออิทธิพลทางวรรณกรรมของฝรั่งเศสเป็นอย่างมาก ตัวอย่างงานวรรณกรรมของอังกฤษที่สามารถสะท้อนความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นได้ดีที่สุดชิ้นหนึ่งคือ *The Canterbury Tales* ของชอเซอร์ การประพันธ์งานวรรณกรรมชิ้นเอกแห่งยุคสมัยชิ้นนี้เป็น การรับเอาอิทธิพลทางวรรณกรรมจากงานวรรณกรรมเรื่อง *Decameron* ของบอกกัชโช (Boccaccio) นักเขียนอิตาลี พบว่าการดำเนินเรื่องของ *Decameron* นำเสนอในรูปแบบ “นิทานซ้อนนิทาน” โดยคนสิบคนที่หนีออกจากเมืองฟลอเรนซ์ (Florence) ต่างเล่านิทานให้กันและกันฟัง (ชัตเทอร์แลนด์, 2561, น. 58) การนำเสนอรูปแบบ

การดำเนินเรื่องดังกล่าวกลายมาเป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์ *The Canterbury Tales* ของชอเซอร์ซึ่งได้กำหนดให้ตัวละครของเขาสลับกันเล่านิทานตลอดการเดินทางไปแสวงบุญ แนวทางการประพันธ์ของชอเซอร์เป็นตัวอย่งในการทำทำอิทธิพลทางวรรณกรรมของฝรั่งเศสในหมู่นักเขียนชาวอังกฤษที่เกิดขึ้นในช่วงปลายยุคกลางได้เป็นอย่างดี

เป็นที่น่าสนใจว่าหลังจากสมัยออร์มันเป็นต้นมา อิทธิพลของฝรั่งเศสในการสร้างสรรค์งานวรรณกรรมของอังกฤษได้ลดไปจากเดิม แม้ว่าภาพรวมของปรากฏการณ์ด้านวรรณกรรมของอังกฤษช่วงหลังจากยุคกลางจะไม่ได้เกิดจากฝรั่งเศสเป็นสำคัญเหมือนที่ปรากฏในช่วงก่อนหน้านั้น ทว่าความสัมพันธ์ทางวรรณกรรมระหว่างฝรั่งเศสกับอังกฤษก็หาได้สูญสิ้นลงไปแต่อย่างใด ในทางกลับกันอังกฤษและฝรั่งเศสยังคงสานต่อความสัมพันธ์ทางวรรณกรรมสืบต่อเรื่อยมาตราบจนปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

- กุลวดี มกรภิรมย์. (2558). *การละครตะวันตกสมัยคลาสสิก-สมัยฟื้นฟูศิลปวิทยา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โกมบริช, เอิร์นสท์ เอช. (2561). *ประวัติศาสตร์โลกเล่มเล็ก* (เจนจิรา เสรีโยธิน, ผู้แปล). เชียงใหม่: ซิลค์เวอร์ม.
- ซัดเทอร์แลนด์, จอห์น. (2561). *วรรณกรรม: ประวัติศาสตร์เรื่องเล่าแห่งจินตนาการ* (สุรเดช โชติอุดมพันธ์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: บุ๊คสเคป.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). *พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรมไทย-อังกฤษ*. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- วิทย์ ศิวะศรียานนท์. (2541). *วรรณคดีและวรรณคดีวิจารณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ธรรมชาติ.
- Baldick, C. (2008). *Oxford Dictionary of Literary Terms*. New York: Oxford University Press.
- Boyer, P. S. (2012). *American History: A Very Short Introductory*. Oxford: Oxford University Press.
- Burgess, A. (1978). *English Literature: A Survey for Students* (4th ed.). London: Longman.
- Gordon, J. E. (1964). *English Literature*. Massachusetts: Ginn and Company.
- Grant, R. G.; Kay, A., & Kerrigan, M. (2011). *History of Britain & Ireland: The Definitive Visual Guideline*. New York: DK Publishing.
- Julius, D. (2006). *Latin: A Complete Introductory Course in Classical Latin* (3rd ed.). New York: Broadway Books.
- Lindblad, M. (2016). *Everything You need to Ace World History*. New York: Workman Publishing.
- Liu, B. (1979). *A Short History of English Literature*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
- McKay, J. P. (1963). *History of Western Society* (6th ed.). Boston: Houghton Mifflin Company.
- McIntyre, D. (2009). *History of English: A Resource Book for Students*. New York: Routledge.
- Miller, J. E., Jones, Myrtle J., & McDonnell, Hellen. (1976). *England in Literature*. Illinois: Scott Foreman and Company.
- Thomas, B., & Creg, W. (2012). *The Oxford Handbook of Tudor Drama*. London: Oxford University Press.
- Thornley, G. C., & Roberts, G. (1996). *An Outline of English Literature* (16th ed.). London: Longman.



ทำเนียบภาษาในกวีนิพนธ์คำหยาด

Received: 25 November 2020

Revised: 23 April 2021

Accepted: 20 May 2021

ธณสิน ชุตินธรานนท์*

ทำเนียบภาษาในกวีนิพนธ์ คำหยาด ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ (ศิลปินแห่งชาติ) ปรากฏโดดเด่น 5 ประเภท ได้แก่ ราชาศัพท์ ศัพท์สังคิต ศัพท์พุทธศาสนา ศัพท์สถาปัตยกรรมไทย และศัพท์อัญมณี รูปแบบการใช้ทำเนียบภาษาของกวีจำแนกได้ 2 ลักษณะ กล่าวคือ 1) การใช้หนึ่งทำเนียบภาษาต่อบทกวี และ 2) การผสมผสานหลายทำเนียบภาษาในบทกวี กวีตั้งใจเลือกใช้ทำเนียบภาษาเพื่อสื่อสารความคิด จินตภาพ และอารมณ์สะท้อนใจแก่ผู้รับสาร ทั้งนี้การใช้ทำเนียบภาษาสะท้อนให้เห็นถึงอัจฉริยภาพและความสัมพันธ์ระหว่างกวีกับผลงานของกวีอย่างชัดเจน

บทความวิชาการ

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

กวีนิพนธ์;
การสื่อสารเชิงสุนทรีย์;
คำหยาด;
ทำเนียบภาษา;
เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ติดต่อได้ที่: thanasin.c@chula.ac.th



Register in Kham Yat Poetry

Received: 25 November 2020

Revised: 23 April 2021

Accepted: 20 May 2021

Thanasin Chutintaranond*

Naowarat Pongpaiboon, a national artist, composed *Kham Yat* poetry by using 5 main categories of register which are royal terms of reverence, musician's language, Buddhist vocabulary, Thai architectural terminology and jewel terms. The application of register can be divided into 2 patterns; 1) one register per one poem and 2) various registers per one poem. Naowarat chooses register intentionally to communicate his idea, imagery and emotion from his poetry to the receiver. In this vein, register utilization represents the genius of the poet and also the relationship between the poet's background and his work.

Academic Article

Abstract

Keywords

poetry;
aesthetic communication;
Kham Yat;
register;
Naowarat Pongpaiboon

* Assistant Professor, Department of Speech Communication and Performing Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, e-mail: thanasin.c@chula.ac.th

1. ความนำ

“ภาษาเป็นวัฒนธรรมทางความคิด เราคิดด้วยคำ เรารู้คำแคไหน เราคิดได้แค่นั้น” (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2557, น. 7) คำกล่าวข้างต้นสะท้อนมโนทัศน์ว่าด้วย “คลังคำ” ของกวีร่วมสมัยผู้ได้รับการยกย่องเป็นศิลปินแห่งชาติ สาขาวรรณศิลป์ ประจำปี 2536 เมื่อกล่าวถึงเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ นักอ่านผู้คร่ำหวอดในบรรณพิภพย่อมรู้จักอย่างกว้างขวาง เพราะกวีนิพนธ์ของกวีผู้นี้ได้จำกัดการตีพิมพ์เฉพาะในภาษาไทยเท่านั้น หากแต่ได้รับการแปลเป็นภาษาต่างประเทศตามภูมิภาคต่างๆ หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษารัสเซีย ภาษาจีน ภาษาฟิลิปปินส์ ฯลฯ

ผลงานของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ มีความโดดเด่นอย่างยิ่งในด้านการสรรคำมาใช้เพื่อสื่อความหมายในกวีนิพนธ์ เมื่อผลงานรวมกวีนิพนธ์ *คำหยาด* ได้รับการตีพิมพ์ครั้งแรกใน พ.ศ. 2512 โดยสำนักพิมพ์กรุงสยาม ในคราวนั้นเสถียร จันทิมาธร ได้กล่าวชื่นชมเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ไว้ในคำนำความว่า “ไม่มีใครปฏิเสธได้ว่าเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ มีความสามารถเหนือถ้อยคำ เขาหยิบเอาคำเพราะเพราะที่กระจายอยู่ที่นั่นบ้างที่นั่นบ้างมาสอดประสานเข้ากับงานของเขาได้อย่างบรรสมกลมกลืน” ความสามารถอันโดดเด่นในการเลือกใช้คำที่เหมาะสมในที่อันเหมาะสมนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้รับการเรียกขานว่าเป็น “กวี” อรุณ เวชสุวรรณ และบึงอร เวชสุวรรณ (2543, น. 9) ระบุว่า “การเป็นกวีสักคนนั้นไม่ใช่เป็นกันง่าย ๆ ต้องมีพรสวรรค์ เป็นคนมีอารมณ์สุนทรีย์ มีความรู้ทางภาษาที่เขียนกวีนั้น ๆ ในระดับสูง เป็นคนใฝ่รู้ สำหรับในเมืองไทยแล้วการเป็นกวีระดับชาติไม่ใช่เป็นเรื่องง่ายเลย” ดังนั้น การที่เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้รับการยกย่องเป็นศิลปินแห่งชาติจึงไม่ใช่เรื่องบังเอิญ หากแต่กวีนิพนธ์ของเขานั้นมีการใช้คำที่โดดเด่นล้ำสมัยอย่างยิ่งเมื่อนับย้อนไปกว่า 3 ทศวรรษ

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้ประกาศอุดมคติของงานอันสะท้อนให้เห็นถึงคุณสมบัติสำคัญของกวีไว้ใน *เพลงขลุ่ยผิว* บทที่ 25 ปรากฏความตอนหนึ่งว่า

กวี
คือหน้าที่ของดอกไม้ใกล้จะผลิ
คือความใฝ่ความฝันอันเริ่มริ
ความซำนิของนายช่างผู้สร้างคำ
คือภาษาที่สองของความรู้สึก
คือความลึกของอารมณ์ที่ปมร่ำ
คือชีวิตชีวาของสังขารธรรม
คือความจำรำลึกผืนกานาน

(เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2527, น. 52)

จากบทกลอนข้างต้น จะเห็นได้ว่าคุณสมบัติหนึ่งที่สำคัญยิ่งของกวีคือการเลือกใช้คำอย่างเชี่ยวชาญเพื่อสื่อความหมายและอารมณ์ความรู้สึก เปรียบดัง “นายช่าง” ที่เจียรไนถ้อยคำอย่างงดงาม คุณสมบัติดังกล่าวนี้ได้รับการเน้นย้ำอีกครั้งหนึ่งเมื่อเขาได้รับเชิญให้บรรยายเรื่อง “ภาษาภาพยนตร์กลอน” ในงานสัมมนาคนวรรณกรรมจัดโดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 7-8 เมษายน 2527 ความว่า “เราต้องมีความเห็นเป็นอิสระมีเสรี หรือมีเสรีภาพทางความรู้สึกของเรา ก่อน และเมื่อเราเขียนออกมาแล้วได้อย่างใจเราหรือไม่ ถ้ายอารมณ์ความรู้สึกของ

เรามาหรือไม่ คำที่เราใช้มันรวมความรู้สึกของเราหมดใหม่ นี่จะทำให้กาศัพท์กลอนเรามีชีวิต หากเราไม่ผ่านขั้นตอนนี้ กาศัพท์กลอนเราก็จะมีลักษณะเสแสร้ง มีลักษณะแข็งกระด้าง” (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2541, น. 221) ด้วยเหตุนี้ จึงกล่าวได้ว่าการเลือกใช้ถ้อยคำเพื่อการประพันธ์นับเป็นเจตนา หรือความมุ่งหมายของกวีในฐานะผู้ส่งสารที่ปรารถนาถ่ายทอดความหมายแก่ผู้รับสาร ทั้งนี้ “สาร” ที่ปรากฏมิได้จำกัดเพียงเนื้อหาเท่านั้น แต่รวมถึง “จินตภาพ” และ “อารมณ์สะท้อนใจ” ด้วย

กล่าวได้ว่าการสร้างสรรค์กวีนิพนธ์ในมุมมองของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ นับว่า “คำ” เป็นองค์ประกอบสำคัญที่กวีจำเป็นต้องพิถีพิถันและละเอียดละไมในการเลือกใช้ให้เหมาะสม อีกทั้งเป็นหน้าที่ของกวีที่จะไปรู้และศึกษา สะสมคำต่างๆ ให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้เพราะ “บทกวีนั้นจำเป็นต้องใช้คำอันจำกัดไปสู่อจินตนาการอันไม่จำกัด” (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2550, น. 3)

2. ทำเนียบภาษาในกวีนิพนธ์คำหยาตของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์

เจตนาของกวีในการเลือกใช้ “คำ” เพื่อสื่อสารนั้นก่อให้เกิดศัพท์กวี (poetic diction) หมายถึง “ศัพท์และการเรียงร้อยถ้อยคำในบทร้อยกรองที่ต่างไปจากร้อยแก้ว” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 330) ศัพท์กวีนี้ นับเป็นทำเนียบภาษา (register) ประเภทหนึ่งซึ่งอมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548, น. 8) ระบุว่าคือ “วิธภาษาที่แตกต่างจากวิธภาษาอื่นๆ โดยการใช้ เช่น ใช้ต่างกันตามหน้าที่ สถานการณ์ วัตถุประสงค์ และแวดวงอาชีพ”

การศึกษากวีนิพนธ์ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่ผ่านมามักปรากฏในภาพกว้างกล่าวคือ เป็นการศึกษา ผลงานกวีนิพนธ์หลายเล่มรวมกันภายใต้แนวคิดใดแนวคิดหนึ่ง เช่น สุจิตรา จงสถิตย์วัฒนา ศึกษาเรื่อง พุทธธรรม ในกวีนิพนธ์ไทยสมัยใหม่ พบว่าในกวีนิพนธ์หลายบทของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ “กวีได้ใช้ศัพท์ทางพุทธศาสนา อย่างชัดเจน แต่มิได้เป็นศัพท์ที่เข้าใจยากสำหรับผู้ที่อ้างตนเป็นพุทธศาสนิกชน” (สุจิตรา จงสถิตย์วัฒนา, 2544, น. 50)

นอกจากนี้ ธนสิน ชูตินทรานนท์ ศึกษาเรื่อง การสื่อสารอัตลักษณ์ดุริยางค์ในกวีนิพนธ์ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ซึ่งศึกษาผลงานกวีนิพนธ์รวม 27 เล่ม พบว่าสิ่งที่ทำให้เขาแตกต่างจากกวีไทยร่วมสมัยคนอื่น คือ “ทำเนียบภาษาในกวีนิพนธ์ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เป็นทำเนียบภาษาที่เกี่ยวข้องกับดุริยางค์ศิลป์ไทย โดยนำเสนอผ่านกลวิธีการใช้ภาษาที่หลากหลายจำแนกได้ 2 กลุ่ม 7 กลวิธี” (ธนสิน ชูตินทรานนท์, 2562, น. 54)

จากที่กล่าวมานี้เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าการศึกษากวีนิพนธ์ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ มักเป็นการศึกษากวีนิพนธ์หลายเล่มรวมกัน เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา ความคิด ตลอดจนวรรณศิลป์ อย่างไรก็ตาม กวีนิพนธ์ คำหยาต ซึ่งตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2512 อันเป็นผลงานรวมบทกวีเล่มแรกของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ นับว่าเป็นผลงานที่มีความน่าสนใจอย่างยิ่ง แม้ว่าจะเป็นในสมัยเริ่มแรกของกวีที่สะท้อนเนื้อหาความรัก ดังที่ ประมาภรณ์ ลิมป์เลิศเสถียร (2539, น. 183) ระบุว่า “คำหยาตเป็นผลงานชิ้นแรกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวกับความรักฉันหนุ่มสาว ในร้อยกรองแต่ละบทจะเห็นได้ว่าเนาวรัตน์สามารถเลือกสรรถ้อยคำมาพรรณนาอารมณ์ความรักและแสดงอารมณ์รัญจวนใจได้อย่างดีมีค่าน้ำหวาน จนความอ่อนหวานนั้นปานจะหยดหยาด การตั้งชื่อเรื่องว่า คำหยาต จึงเป็นการตั้งชื่อเรื่องเพื่อให้สอดคล้องสัมพันธ์กับองค์ประกอบหลักของเรื่อง” กระนั้นผู้เขียนเห็นว่า คำหยาต มิใช่กวีนิพนธ์ที่ว่าด้วยความอ่อนหวานละเอียดละมุนต่อความรักเท่านั้น หากแต่เป็นน้ำคำที่ชุ่มชื่นชุ่มฉ่ำ

เย็นซึ่งกวีผจงจารหยดหยาดเพื่อสื่อสารสารพันความคิดหลายประการให้ออกเงยเป็นปัญญาแก่ผู้รับสาร นอกเหนือจากเรื่องความรัก

ด้วยเหตุนี้ในบทความนี้จึงมุ่งอธิบายทำเนียบภาษาซึ่งผู้เขียนเห็นว่ากวีจงใจใช้อย่างผสมผสานเพื่อสื่อสารความคิดนานาประการ ซึ่งมีได้จำกัดเพียงทำเนียบใดทำเนียบหนึ่งในกวีนิพนธ์แต่ละบท หากแต่ประสมกัน อย่างหลากหลายเพื่อสื่อความหมาย จินตภาพ และอารมณ์สะท้อนใจแก่ผู้อ่านอย่างลึกซึ้ง อีกทั้งการศึกษา คำหยาด อันเป็นปฐมบทกวีนิพนธ์รวมเล่ม น่าจะสะท้อนให้เห็นความคิดริเริ่มทางภาษาของกวีอันมีอิทธิพลต่อ ผลงานเล่มอื่นๆ ต่อมาอีกด้วย ทั้งนี้ผู้เขียนได้จำแนกทำเนียบภาษาที่ปรากฏในคำหยาดออกเป็นทำเนียบต่างๆ ได้แก่ ราชาศัพท์ ศัพท์สังคีต ศัพท์พุทธศาสนา ศัพท์สถาปัตยกรรมไทย ศัพท์อัญมณี ดังนี้

2.1 ราชาศัพท์

ราชาศัพท์ เป็นทำเนียบภาษาประเภทหนึ่งหมายถึง “ถ้อยคำภาษาที่ผู้ทำราชการพึงศึกษาจดจำไว้ใช้ให้ ถูกในการกราบบังคมทูลพระกรุณา ในการเขียนหนังสือและแต่งโคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน จะกล่าวถึงสิ่งใดที่ใช้ ถ้อยคำให้สมควร ไม่ให้พลาดจากแบบแผนเยี่ยงอย่างที่มีมาแต่ก่อน” (สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ, 2537, น. 1) นิยามข้างต้นของพระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) สะท้อนให้เห็นว่าราชาศัพท์เป็นเรื่องของความเหมาะสม เป็นการเลือกใช้คำให้เหมาะสมกับบุคคลและบริบท โดยพิจารณาจากแบบแผนที่ปรากฏมา แต่โบราณเป็นแนวปฏิบัติเทียบเคียง ทั้งนี้มีได้จำกัดเฉพาะการใช้เพื่อสื่อสารกับพระราชวงศ์เท่านั้น

ในคำหยาด พบการใช้ราชาศัพท์ในหลายบทด้วยกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของประณามพจน์ อาทิ บทมหาราชา เป็นต้น ปรากฏความตอนหนึ่งว่า

องค์ภูมิพลพระมหาราช	นฤนาทนิรติศรัย
โอมศรีพระตรีรัตนตรัย	อติเรกวราภรณ์
	(เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 3)

วสันตดิลกจันท์บทนี้กวีกล่าวถึงพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ดังปรากฏชื่อของพระองค์ในวรรคแรกว่า “องค์ภูมิพลพระมหาราช” ดังนั้นจึงเป็นที่ทราบชัดเจนว่า เนื้อความนี้กวีกล่าวถึงพระมหากษัตริย์ อย่างไรก็ตามกวีใช้ราชาศัพท์อันน่าสังเกต ได้แก่ คำว่า “อติเรก” หมายถึง “คำ ถวายพระพรเป็นพิเศษเฉพาะแต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระบรมราชินี” (สำนักงานเสริมสร้าง เอกลักษณ์ของชาติ, 2537, น. 92) ดังนั้นการที่กวีเลือกใช้คำว่า “อติเรก” จึงเป็นความตั้งใจของกวี แสดงให้เห็น ถึงภูมิรู้ในด้านความหมายและการใช้คำของกวีที่สอดคล้องเหมาะสมกับผู้ที่กวีกล่าวถึง กล่าวคือ พระมหากษัตริย์ นอกจากนั้นผู้ที่จะ “ถวายอติเรก” หาได้เป็นบุคคลใดก็ได้ หากแต่ต้องเป็นพระสงฆ์ชั้นสมเด็จพระราชาคณะ หรือ พระราชาคณะผู้เป็นประธานในพิธีเท่านั้นจึงจะสามารถกระทำได้ ดังนั้นกวีในฐานะสามัญชนจึงมีอาจ “ถวาย อติเรก” แก่พระมหากษัตริย์ได้ ด้วยเหตุนี้กวีจึงมอบนามต่อ “พระรัตนตรัย” อันประกอบด้วย พระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ เป็นผู้ถวายอติเรกแก่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ แทนตนเอง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความละเอียดลออ ของการเลือกใช้คำของกวีได้อย่างแยบคาย

อีกตัวอย่างหนึ่งของการใช้ราชาศัพท์ในกวีนิพนธ์คำหยาด ปรากฏในบท ส มหาราชินี ความตอนหนึ่ง
ว่า

เพ็ญโสมพิศแสงฟ้าย โคมคู่ภูบตี	โคม ๓ เกิดทายธเรศตรี ถิรพัทธ์พร้อมเลงวาร (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 4)
----------------------------------	--

กวีนิพนธ์บทนี้กวีพรรณนาเปรียบเทียบความงดงามของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ว่าแสงของดวงจันทร์ในคืนเดือนเพ็ญที่ว่างามแล้วก็มีอาจเปรียบเทียบพระสิริโฉม อังดงามของพระองค์ได้ บทกวีนี้มีใช้บทสนทนาที่กวีกล่าวต่อสมเด็จพระนางเจ้าฯ โดยตรง หากแต่เป็นอาศิรวาท ที่กวีกล่าวสุดดีพระองค์ให้ผู้อ่านซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปเกิดจินตภาพ จะเห็นได้ว่ากวีเลือกใช้คำว่า “ธ” ซึ่งเป็นสรรพนาม บุรุษที่ 3 แทนคำว่า ท่าน หรือ เธอ ที่สำคัญการเลือกใช้คำว่า “ธ” สะท้อนให้เห็นถึงความจงใจเลือกใช้คำเหมาะแก่ บุคคลและบริบท เพราะคำว่า “ธ” นั้น เป็นคำที่ใช้เฉพาะใน “คำประพันธ์ แทนบุคคลพระมหากษัตริย์ หรือเจ้านาย ชั้นสูง” (สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ, 2537, น. 23) มีใช้คำที่ปรากฏในร้อยแก้วหรือบทสนทนาทั่วไป ดังนั้นการใช้คำว่า “ธ” จึงมีเพียงแสดงถึงบุคคลที่ 3 ที่ได้รับการกล่าวถึง หากแต่ให้รายละเอียดสถานภาพของ บุคคล ผนวกกับความยกย่องเทิดทูนที่กวีมีต่อบุคคลผู้นั้นควบคู่กันด้วย

2.2 ศัพท์สังคิต

ศัพท์สังคิต หมายถึง “คำศัพท์ที่เกี่ยวกับการดนตรี การขับร้อง และการบรรเลง” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 4) การใช้ศัพท์สังคิตของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ปรากฏอย่างโดดเด่นอยู่หลายบทในคำหยาด ซึ่งปรากฏ หลายลักษณะ เช่น ศัพท์อันเกี่ยวข้องกับเทคนิคการบรรเลงเครื่องดนตรี ศัพท์อันเกี่ยวข้องกับส่วนประกอบของ เครื่องดนตรี ฯลฯ ทั้งนี้ ธนสิน ชุตินทรานนท์ (2562, น. 64) ได้สรุปไว้ว่า “เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เป็นกวีที่นับว่า สามารถใช้ศัพท์สังคิตได้กว้างขวางและถูกต้อง อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความรอบรู้ในด้านทฤษฎีและทักษะปฏิบัติ ทางดนตรีไทยด้วย” ผู้เขียนพบว่าในคำหยาด มีบทกวีที่ปรากฏการใช้ศัพท์สังคิตสอดคล้องกับข้อสรุปข้างต้น อาทิ บทพญาโศก เป็นต้น ความว่า

ทดคันสีที่ระทึกสะอึกสะอื้น ทุกช่วงซักเชือดใจไล่ลีลา	พอดชิ้นซำก็ไชโยให้โหยหา ทั้งปวดปร่ำพราพลิ้วนิ้วประพรม (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 190)
--	---

บทกลอนข้างต้นพบศัพท์สังคิตถึง 6 คำในบทเดียว กล่าวคือ ในวรรคสุดปรากฏศัพท์สังคิตคำว่า “คันสี” และ “สะอึก” ในวรรครองปรากฏคำว่า “ไล่” และคำว่า “ลีลา” ส่วนวรรคส่งปรากฏคำว่า “ประ” และ “พรม” สังเกตได้ ว่าศัพท์สังคิตที่กวีเลือกใช้มิได้สะท้อนให้เห็นว่าเป็นเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสีเท่านั้น หากแต่ศัพท์สังคิตยังชี้ชัด ว่าเป็นซอสามสายอีกด้วย เมื่อพิจารณาศัพท์สังคิตทีละคำจะพบความหมายดังนี้

คันสี หรือคันชัก หมายถึง “เครื่องมืองสำหรับสีซอด้วง ซอสามสาย และซออู้” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 31) นอกจากนี้คำว่า คันชัก ยังมีอีกความหมายหนึ่ง หมายถึง “ชื่อเรียกวิธีการใช้คันชักเวลาสีซอ ทั้งนี้ซอสามสาย อาจใช้คันชักพิเศษ อาทิ คันชักสะอึก คือ การชักคันชักสีให้สั้นๆ เข้าเหมือนเสียงสะอึกสะอื้น เป็นคันชักที่ใช้ใน

เพลงที่มีอารมณ์โศก เช่น เพลงพญาโศก” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 32) ดังนั้นคำว่า “สะอึก” ที่ปรากฏในบทนี้นอกจากจะแสดงอารมณ์สะเทือนใจแล้ว ยังบ่งบอกด้วยว่าเครื่องดนตรีที่กำลังบรรเลงอยู่นั้นเป็นซอสามสาย เพราะกวีเลือกใช้ “คันชักสะอึก” เพื่อแทนอาการสะอึกสะอื้น ยิ่งไปกว่านั้นยังสะท้อนให้เห็นถึงอัจฉริยภาพทางดนตรีของกวีในด้านความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของเครื่องดนตรีไทยอีกด้วย การที่กวีเลือกใช้ซอสามสายในที่นี้ เพราะซอสามสายนับว่าเป็นเครื่องดนตรีที่มีความแนบเนียนกับเสียงของมนุษย์มากที่สุด ดังจะพบได้ว่าซอสามสายมีหน้าที่หลักในการสีคลอร้องระหว่างที่นักร้องกำลังร้องเพลง ดังนั้นการที่กวีเลือกใช้ซอสามสายโดยบรรเลงผ่านคันชักสะอึกจึงนับว่าเป็นการเปรียบเทียบอาการโศกเศร้าของมนุษย์ที่สะท้อนผ่านการสะอึกสะอื้นได้เป็นรูปธรรมยิ่ง

ส่วนคำว่า “ไล่” นับเป็นศัพท์สัทศาสตร์ที่แม้จะมีใช้คำทางการ หากแต่ชาวดนตรีไทยจะคุ้นเคยกับคำว่า “ไล่” ในความหมายว่า “การฝึกฝนให้เร็ว ให้คล่อง ให้ชัด” ส่วนคำว่า “ลีลา” หมายถึง “ส่วนสัดและลักษณะการเคลื่อนไหวของการดำเนินทำนองและลำน้ที่ดำเนินไปในลักษณะต่างๆ จะสังเกตได้จากเสียงสูง-ต่ำ สั้น-ยาว หนัก-เบา ที่ผู้แต่งหรือผู้บรรเลงได้ประดิษฐ์เรียบเรียงขึ้น” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 146) ดังนั้นการใช้คำว่า “ไล่ลีลา” ในที่นี้จึงถ่ายทอดความเป็นนามธรรมของเสียงให้เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ซึ่งเสียงที่กวีถ่ายทอดผ่านตัวอักษรนั้นเป็นเสียงของซอสามสายที่มี “สูง-ต่ำ สั้น-ยาว หนัก-เบา” อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นความชำนาญของผู้บรรเลงอีกด้วย เพราะการที่จะทำให้เสียงอันแตกต่างเหล่านั้นบังเกิดขึ้นได้ ผู้บรรเลงต้องผ่าน “การฝึกฝนให้เร็ว ให้คล่อง ให้ชัด” มาแล้ว นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นดุริยิกวีของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่รอบรู้ทั้งศัพท์สัทศาสตร์ในระดับทางการและภาษาปากของชาวดนตรีไทยอีกด้วย

เมื่อพิจารณาศัพท์สัทศาสตร์อีกสองคำ กล่าวคือ “ประ” หมายถึง “วิธีปฏิบัติให้เกิดเสียงอย่างหนึ่งของเครื่องดนตรีประเภทที่ใช้นิ้วบังคับเสียงสูงต่ำ เช่น ซอ เมื่อทำนองเพลงตอนนั้นเป็นเสียงยาว โดยใช้กลางนิ้วแตะเร็วๆ ก็จะเป็นเสียงที่สูงขึ้นไปสลับกับเสียงเดิมอย่างถี่ๆ” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 91) ในขณะที่ “พรม” หมายถึง “วิธีปฏิบัติให้เกิดเสียงอย่างหนึ่งของเครื่องดนตรีประเภทที่ใช้นิ้วบังคับเสียงสูงต่ำ เช่น ซอ เมื่อต้องการให้ทำนองเพลงตอนนั้นมีเสียงพลิ้วและสั้นระรัว เพื่อให้เกิดความไพเราะ จึงใช้ปลายนิ้วแตะเร็วๆ ก็จะเป็นเสียงสูงขึ้นไปสลับกับเสียงเดิมอย่างถี่ๆ และจบลงด้วยเสียงเดิม เสียงที่เกิดจากการพรมนั้นละเอียดและนานกว่าเสียงที่เกิดจากการประ” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545, น. 105)

จากที่กล่าวมานี้สามารถจำแนกระดับความเข้าใจได้ 2 ระดับ กล่าวคือ ระดับแรกหากผู้รับสารเป็นนักดนตรีไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีเครื่องมือเอก คือ ซอ ย่อมเข้าใจแจ่มแจ้ง เห็นภาพ และได้ยินเสียงของเครื่องดนตรีที่เกิดขึ้นอย่างละเอียดได้ทันที พร้อมทั้งยังเข้าใจความแตกต่างระหว่างประกับพรมด้วย นำไปสู่จินตภาพและสัมผัสถึงท่วงทำนองที่เกิดขึ้นตามที่กวีกล่าวถึงได้เป็นรูปธรรม ระดับที่สองในกรณีนี้ผู้รับสารมิใช่ นักดนตรีไทยก็ได้จำกัดความหมายและการรับรู้ของผู้รับสารแต่อย่างใด เนื่องจากศัพท์สัทศาสตร์ทั้งสองคำอันเป็นคำที่อาจไม่คุ้นหูผู้รับสารนั้น ย่อมสะท้อนความผิดปกติของเสียงดนตรีที่เกิดขึ้น เสียงที่ผิดปกติในการรับรู้ของผู้รับสารนั้นนำไปสู่การเชื่อมโยงสภาวะทางอารมณ์ที่มีสภาวะปกติซึ่งนับว่าเป็นความมุ่งหมายที่กวีต้องการถ่ายทอด เช่นเดียวกับกัน ดังนั้นการตั้งใจใช้ศัพท์สัทศาสตร์ “ประ” “พรม” จึงสนับสนุนเสียง “สะอึกสะอื้น” ที่กวีกล่าวไว้ในวรรคสัทศาสตร์ได้ชัดเจน ยิ่งไปกว่านั้นสำหรับผู้รับสารทั่วไป คำว่า “ประ” กับ “พรม” ยังอาจฉายภาพคล้ายการ “ประ” “พรม” น้ำด้วยนิ้ว ซึ่งต้องอาศัยการควบคุมกำลังและบังคับนิ้วมิให้น้ำนั้นกระเซ็นแรงจนเกินควร ซึ่งก็สอดคล้องกับลักษณะการ “ประ” “พรม” นิ้วลงบนสายซอที่ผู้บรรเลงต้องควบคุมกำลังและบังคับนิ้วรักษาระยะความถี่ห่างด้วยเช่นเดียวกัน

2.3 ศัพทพุทธศาสนา

เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เป็นกวีที่มีความสนใจในพุทธศาสนาและศึกษาอย่างลึกซึ้งทั้งจากการอ่านและการบวชเรียนเพื่อทดลองปฏิบัติธรรม เมื่อครั้งบวชนั้นได้เดินทางไปปฏิบัติธรรม ณ สวนโมกขพลาราม หรือวัดธารน้ำไหล จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งก่อตั้งโดยพระธรรมโกศาจารย์ (เงื่อม อินฺทปญฺโญ) ดังนั้นเมื่อศึกษากวีนิพนธ์ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ย่อมปรากฏภูมิรู้และภูมิธรรมของกวีที่ดื่มด่ำในพุทธธรรมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การตั้งชื่อหนังสือกวีนิพนธ์เล่มหนึ่งว่า *แผ้วผ่านธารน้ำไหล* ซึ่งก็ได้รับอิทธิพลจากชื่อวัดธารน้ำไหลที่ตนเคยไปจำวัดศึกษาเล่าเรียนเมื่อครั้งบวชเป็นภิกษุ อรุณ เวชสุวรรณ และบังอร เวชสุวรรณ (2543, น. 47) ระบุว่า “ถ้าอ่านงานของเนาวรัตน์จะเห็นได้ว่าเขาศึกษาหนังสือทางพระพุทธศาสนาเป็นอย่างมากถึงขั้นแตกฉาน หรือพูดที่สุดทีเดียว”

ในหนังสือรวมกวีนิพนธ์คำหยาด ปรากฏบทกวีหลายบทที่มีเนื้อหาสัมพันธ์กับพุทธธรรมโดยตรง ซึ่งเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เลือกใช้ศัพท์ทางพระพุทธศาสนามาประสมเรียงร้อยเป็นบทกวี อาทิ บทความว่าง เป็นต้น

พิมพ์ร่างฟางรูปปั้น	เป็นปฐม
หลอมแหล่งแอ่งอารมณ์	หลอรอัน
สัมผัสโลกชินชม	จนประสาท
อายตนะยึดตรึงต่อน	แต่งตั้งเป็นตน
ตายลตาย่อมตั้ง	ตรึงตรา
โสตระดับรับภาษา	ทราบสิ้น
หวนกลืนเนื่องกลืนนา	สาสุต เกษมแฮ
ลิ้นรับรสลิ้น	รสลิ้มชิมลอง
พ้องสรรพสัมผัสเนื้อ	ผิวหนัง
กายกระทบกายฝั่ง	ไผ่เฝ้า
ใจประจุกใจซัง	ใจชอบ
ใจเกลียดใจรักเร้า	รับแจ้งแปลงจริง

(เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 101-102)

จากตัวอย่างบางส่วนของบทความว่างข้างต้นพบศัพท์ทางพุทธศาสนาหลายคำด้วยกัน คำว่า “อายตนะ” นับเป็นคำสำคัญ หมายถึง “ที่ต่อกันให้เกิดความรู้ แตนเชื่อมต่อกันให้เกิดความรู้ หรือแหล่งที่มาของความรู้” (ประพจน์ อัครวิรุพหการ, 2549, น. 36) ซึ่งประกอบด้วยตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ อวัยวะต่างๆ เหล่านี้ล้วนเชื่อมต่อกับสภาพแวดล้อมภายนอก 6 ประการเป็นคู่กัน อันเรียกอีกอย่างว่า “อารมณ์” แปลว่า “สิ่งอันเป็นที่สำหรับจิตมาหน่วงอยู่ หรือสิ่งสำหรับยึดหน่วงของจิต” (ประพจน์ อัครวิรุพหการ, 2549, น. 36) ประกอบด้วยรูป เสียง กลิ่น รส สิ่งที่ตองกาย และสิ่งที่ใจนึก ดังนั้นเมื่ออายตนะเชื่อมต่อกับอารมณ์แล้ว ย่อมนำไปสู่การเกิด “วิญญาณ” ในที่สุด ซึ่งวิญญาณนั้นก็แบ่งเป็น 6 อย่างเท่ากับคู่ข้างต้น กล่าวคือ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส การรู้สิ่งตองกาย และการรู้อารมณ์ในใจ อย่างไรก็ตามเมื่ออายตนะได้รวมกับอารมณ์และวิญญาณจะก่อให้เกิด “ผัสสะ” อันหมายถึง “การกระทบ หรือการรับรู้” (ประพจน์ อัครวิรุพหการ, 2549, น. 37) ซึ่งก็จำแนกไปตามอายตนะต่างๆ กระทั่งครบจำนวน 6 ประการ ซึ่งจะก่อให้เกิด “เวทนา” แปลว่า “การเสวยอารมณ์หรือการ

เสพรสอารมณ์” (ประพจน์ อัครวิรุพหการ, 2549, น. 38) ในที่สุด หรืออาจกล่าวอีกอย่างได้ว่า คือ ความรู้สึกต่ออารมณ์ที่รับรู้เข้ามา ซึ่งจำแนกได้ 6 ประการเท่าจำนวนอายตนะเช่นกัน โดย “เวทนา” แบ่งระดับคุณภาพได้ 3 ระดับ คือ สุข ทุกข์ และอทุกขมสุข หรือเรื่อย ๆ เจย ๆ โดยสามารถสรุปเป็นแผนผังการเกิดเวทนาให้เข้าใจง่ายได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อายตนะ} + \text{อารมณ์} + \text{วิญญาณ} &= \text{ผัสสะ} \rightarrow \text{เวทนา} \\ (\text{ทางรับรู้}) + (\text{สิ่งที่ถูกรู้}) + (\text{ความรู้}) &= (\text{การรับรู้}) \rightarrow (\text{ความรู้สึกต่ออารมณ์}) \end{aligned}$$

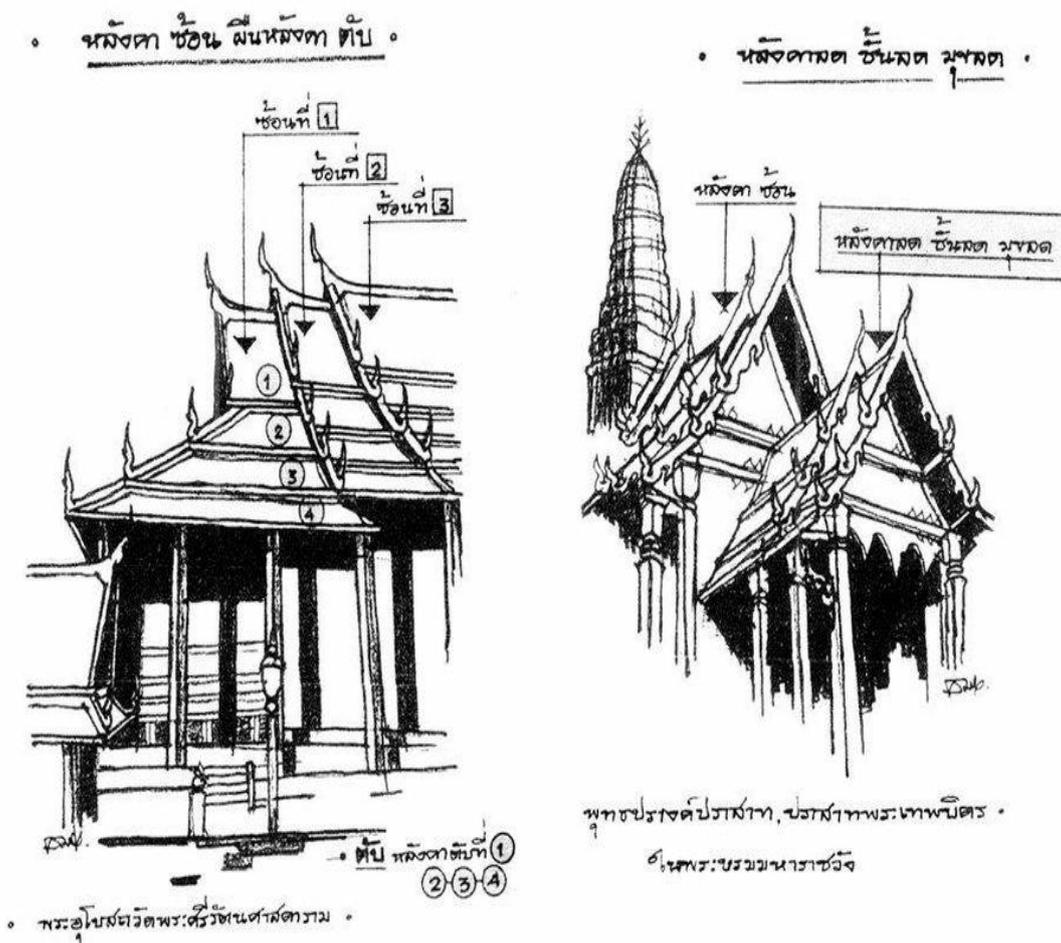
(ประพจน์ อัครวิรุพหการ, 2549, น. 38)

ผู้เขียนบรรยายโดยละเอียดข้างต้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันของศัพท์ทางพุทธศาสนาซึ่งเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ตั้งใจเรียงร้อยเข้าด้วยกันอย่างสามัญ เมื่อพิจารณาดูในโคลงข้างต้นจะเห็นว่ากวีใช้คำว่า “อายตนะ” ซึ่งเป็นคำใหญ่อันนำมาซึ่ง “อารมณ์” ไม่ว่าจะเป็น “รูป” อันเกิดจาก “ตา” การ “รับภาษา” อันเกิดจาก “โสต” รวมไปถึง “กลิ่น” อันเกิดจากการ “สูด” ของจมูก “รส” อันเกิดจาก “ลิ้น” อีกทั้ง “เนื้อ” “ผิวหนัง” อันเกิดจากการ “สัมผัส” และ “ชอบ” หรือ “เกลียด” อันเกิดจาก “ใจ” สังเกตได้ว่าคำข้างต้นปรากฏเป็นคู่ของ “อายตนะ-อารมณ์” ครบสมบูรณ์ทั้ง 6 คู่ ทั้งนี้เมื่อ “จิตปรุงคิดเป็นทาส ทวารหก ยึดมั่นสัญญาชี้ ช่วยสร้างสังขาร” (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 102) ย่อมทำให้จิตหลงเป็นทาสของ “อายตนะ” และ “อารมณ์” ทั้งนี้ สุจิตรา จงสถิตย์วัฒนา (2544, น. 49) สรุปว่า “ในบทความว่าง กวีพยายามอธิบายขบวนการของการสร้างสังขารในพุทธศาสนา คืออธิบายให้เข้าใจว่าความรู้สึกว่าเป็นตัวเป็นตนนั้น แท้จริงเกิดจากการกระทบของอายตนะภายใน (อายตนะ, ผู้เขียน) กับภายนอก (อารมณ์, ผู้เขียน) หาได้เป็นเพราะมนุษย์มีตัวตนที่แท้จริงไม่”

จากโคลงที่ยกมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นชัดเจนถึงความรู้กว้างและรู้ลึกด้านพุทธศาสนาของกวี อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงหน้าที่ของบทกวีที่ใช้เพื่อเผยแพร่พุทธธรรมแก่ผู้อ่านอีกด้วย ชุดศัพท์ทางพุทธศาสนาที่กวียกมานั้นส่วนใหญ่ล้วนเป็นคำที่คุ้นหูคุ้นตาผู้รับสารซึ่งเข้าใจได้ง่าย กระนั้นหากผู้รับสารที่ยังมิเข้าใจความหมายก็นับว่าบทกวีจะช่วยกระตุ้นให้ผู้รับสารใฝ่รู้ในทางธรรมเพื่อหาคำตอบต่อไป ซึ่งล้วนยังประโยชน์แก่ผู้รับสารทุกกรณี

2.4 ศัพท์สถาปัตยกรรมไทย

ความช่างสังเกตเป็นคุณสมบัติหนึ่งของกวี และสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่กวีพึงให้ความสำคัญสำหรับการนำเสนอ ดังที่เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ กล่าวไว้ถึงหลักการประการหนึ่งของการแต่งบทกวีว่า “เราต้องคำนึงถึงว่ามันเป็นอย่างไร เราจะพูดเรื่องนี้ในขอบเขตไหน สถานการณ์หรือความเป็นไปในปัจจุบัน หรือสิ่งแวดล้อมที่มันมีอยู่เป็นอย่างไร” (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2541, น. 226) บทกวีรุ่มอารามในคำหยาด เป็นตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นการเลือกใช้ศัพท์สถาปัตยกรรมไทย เมื่อกล่าวชื่นชมสถาปัตยกรรมไทยในพระบรมมหาราชวัง อันเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมไทยด้วย ดังความตอนหนึ่งว่า



ภาพที่ 2. หลังคาในสถาปัตยกรรมไทย
(พิสุทธิศักดิ์ ประทุมสุวรรณ, 2561)

จากภาพข้างต้นแสดงตำแหน่งต่างๆ ขององค์ประกอบที่ก่อวิระบุตามโครงสร้างสถาปัตยกรรมไทยได้ใกล้เคียงกับบทกวี ยกเว้นมุขเด็จซึ่งปรัชญา ปานเกตุ (2558, น. 577) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า คือ “มุขที่ยื่นออกมาจากหน้ามุขใหญ่ หรือมุขโถงที่ยื่นออกมาจากหน้าอาคาร เป็นที่สำหรับพระมหากษัตริย์เสด็จออกให้ขุนนางเฝ้า” ดังที่ปรากฏตัวอย่าง ณ พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาทในพระบรมมหาราชวัง

การเลือกใช้ศัพท์สถาปัตยกรรมไทยข้างต้นนับเป็นความตั้งใจของกวีที่มุ่งพรรณนาความงดงามของภาพที่ปรากฏเบื้องหน้าออกมาผ่านตัวอักษรเป็นบทกวีอันให้รายละเอียดลึกซึ้งคมคาย อีกทั้งยังเป็นภาพสะท้อนความภาคภูมิใจของกวีในฐานะชาวไทยที่ได้ฟังฟังพระบรมโพธิสมภารของพระมหากษัตริยาธิราชเจ้าผู้ดำรงสรรค์ศิลปวัฒนธรรมอันวิจิตรบรรจงนี้ ดังความสรุปในตอนเปิดเรื่องที่ว่า

เมืองสยามงามเหมือนเลื่อนลอยฟ้า	พระปรังคปราสาทแก้วแพรวสถาน
เกิดแต่เพรงพระบรมโพธิสมภาร	ปิตุสถานดิสุขปลุกศรัทธา

(เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 132)

2.5 ศัพท์อัญมณี

“เพชรดีมีแดง เขียวใสแสงมรกต เหลืองใสสดบุษราคัม แดงแก่กำโกเมนเอก สีหมอกเมฆนิลกาพ มุกดาหารหมอกมัว แดงสลัวเพทาย สว่างไสวไพฑูรย์” ข้อความคล้องจองที่ยกมาข้างต้นจากตำราพรตน์นี้ มักเป็นบทท่องติดปากของคนไทยมาแต่โบราณ เนื้อความบรรยายถึงสีอันเป็นลักษณะเด่นของอัญมณีแต่ละชนิด ซึ่งเรียกรวมว่าพรตน์ นวรัตน์ หรือเนาวรัตน์ ดังที่ปรัชญา ปานเกตุ (2558, น. 408) ได้ให้นิยามไว้ว่าหมายถึง

แก้ว 9 อย่าง คือ 1. เพชร-สีใสตั้งสีน้ำใสบริสุทธิ์ 2. ทับทิม-สีแดงอ่อนดังสีเมล็ดทับทิมสุก หรือสีแดงสดเหมือนสีดอกบัว (ปีทมราช) 3. มรกต-สีเขียวดังสีปีกแมลงทับ 4. บุษราคัม-สีเหลืองเลื่อมดังสีวงแหวนพลาสติก 5. โกเมน-สีแดงกำดำมีสีดำและสีแดงเจือแกมกัน 6. นิล-สีเขียวแกมม่วงดังสีดอกอัญชัน หรือดอกสามหาว 7. มุกดาหาร-สีขาวดังไข่มุกอันเลื่อมพราย 8. เพทาย-สีแดงสลัวดังมีสีแดงและสีขาวหรือเหลืองเจือแกมกัน 9. ไพฑูรย์-สีเหลืองเลื่อมพรายดังสีสันของพรรณบุปผชาติทั้งปวง

ศัพท์อัญมณีข้างต้นได้รับการนำมาร้อยเรียงอย่างบรรจงในบทกวีพรตน์ที่ปรากฏในคำหยาต ดังความตอนหนึ่งว่า

สว่างไสวไพฑูรย์ประยูรศ	งามหมดจดประจักษ์ร้อยเป็นสร้อยสาว
แก้วเพทายทวยชี่นว่ายืนยาว	เสน่ห์น้าวสนิทกันเมื่อวันเจอ
มุกดาหารหมอกมัวกัลวันหมอง	น้ำตานองแห่งฟ้าที่ผิดผลอ
นิลกาพประกายวรรณผันละเมอ	น้ำตาเอ่ออ้อมแก้มแล้วแยมยิ้ม
แก้วโกเมนเขม้นเหมือนเจ้าเลือนหมาง	คล้ายระคางคินเขมยั้งเอมอ้อม
บุศราคัมรับกลีบทับทิม	เหมือนเมื่อชิมขึ้นจากกลีบปากงาม
มรกตสดสุกไปทุกสิ่ง	ประจักษ์จริงห้ามใจเกินใจห้าม
เพชรรัตน์รักอยู่ทุกยาม	ให้สมนามนพรตน์ฉัตรชีวี

(เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 144-145)

บทกลอนข้างต้นเห็นได้ชัดว่ากวีพรรณนาถึงพรตน์โดยผูกสัมพันธ์คุณลักษณะของอัญมณีกับความรู้สึกของชายที่มีต่อหญิงอันเป็นที่รัก บทกลอนข้างต้นนับว่าเป็นบทนารีปราโมทย์ที่งดงามยิ่ง เพราะกวีหาได้เพียงกล่าวถึงความงดงามอันตรงตาตรงใจของอัญมณีเท่านั้น หากแต่เปรียบเทียบกับความงดงามอันตราตรึงในความรู้สึกและความทรงจำที่มีต่อสตรีผู้เป็นที่รัก ด้วยเหตุนี้สร้อยเครื่องประดับชนิดคล้องเงวียงป่าที่ประดับประดาด้วยนพรัตน์นี้จึงเปรียบเสมือนสื่อแทนใจที่กวีมุ่งหมายให้ “พระขวัญเอยอย่าเลยไร้ความไยดี ผাগสร้อยนี้ถนอมไว้กับใจเธอ” (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 145)

ศัพท์ประเภทต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นอันประกอบด้วยราชาศัพท์ ศัพท์สังคิต ศัพท์พุทธศาสนา ศัพท์สถาปัตยกรรม และศัพท์อัญมณี นับเป็นทำเนียบภาษาอันหลากหลายที่กวีตั้งใจเลือกสรรเพื่อสื่อความหมายในบทกวีบทยกหนึ่งอย่างมีเอกภาพ ช่วยสื่อสารความคิด ส่งเสริมจินตภาพ และเสกสร้างอารมณ์สะท้อนใจให้เกิดแก่ผู้รับสาร อีกทั้งยังเป็นประจักษ์พยานแน่นยำให้เห็นว่า “คำ” มีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการสร้างสรรค์บทกวี

การเลือกสรรทำเนียบภาษาได้อย่างเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ มิใช่เรื่องบังเอิญ หากแต่เป็นความตั้งใจและการวางแผนการออกแบบสารอย่างมีชั้นเชิงของกวี ทำเนียบภาษาที่ปรากฏนี้เกิดขึ้นจากการสังมประสบการณ์และสะสม “คลังคำ” ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลายาวนาน อีกทั้งภูมิหลังของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่เคยบวชเรียน การเป็นนักดนตรีไทย ตลอดจนความรักการอ่าน ย่อมหลอมรวมให้เขาเป็นกวีผู้แตกฉานด้านการสรรคำและการเลือกใช้ทำเนียบภาษาที่เหมาะสมในแต่ละบริบทอีกด้วย กระนั้นในหนังสือรวมบทกวีคำหยาด เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ หากได้จำกัดการแสดงอัจฉริยภาพด้านการประพันธ์เฉพาะการเลือกใช้ทำเนียบภาษาเพียงทำเนียบเดียวในบทกวี ทว่าในบทกวีบางบท เขาได้บรรสานทำเนียบภาษาหลายทำเนียบได้อย่างลงตัวอีกด้วย

3. การผสมผสานทำเนียบภาษาในกวีนิพนธ์คำหยาด

“งานกวีของเขา ยังคงมีมนต์ขลังไม่เสื่อมคลายแม้จะผ่านมากกว่าสี่สิบปีแล้วก็ตาม แต่งานของเขายังเป็นที่ตรึงตราตรึงใจของนักอ่านทุกๆ ไป เพราะเหตุที่ว่าเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ใช้ภาษากวีงดงามและอ่อนพลิ้วราวกับมีชีวิตชีวา” (ประสพโชค เย็นแข, 2543, น. 53) ข้อความข้างต้นคงมิใช่การกล่าวเกินจริงแต่อย่างใด เพราะปัจจุบันแม้เวลาจะล่วงเลยกว่าห้าทศวรรษนับแต่คำหยาดตีพิมพ์เผยแพร่ครั้งแรก ทว่ากวีนิพนธ์เล่มนี้ยังคงได้รับการตีพิมพ์ซ้ำอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นชัดเจนว่ากวีนิพนธ์เล่มนี้อยู่เหนือกาลเวลาและยังคงทำหน้าที่ “สื่อสาร” แก่ผู้รับสารอยู่เสมอ

องค์ประกอบหนึ่งที่เป็นปัจจัยส่งผลให้กวีนิพนธ์คำหยาดสามารถสื่อสารสู่กลุ่มผู้รับสารอย่างกว้างขวาง ผู้เขียนเห็นว่าเกิดจากความตั้งใจบรรจงบรรสานทำเนียบภาษามากกว่า 1 ทำเนียบในบางบทกวี ทำให้แทนที่บทกวีนั้นจะจำกัดการสื่อสารเพียงกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเดียว แต่กลับทำให้ “คำ” กลายเป็น “ตัวร่วม” ที่ขยายสู่กลุ่มผู้รับสารอีกกลุ่มหนึ่งด้วย อาทิ ในบทกวีอันเป็นปฐมบทของกวีนิพนธ์เล่มนี้ กล่าววบทกวีสาธุการ เป็นต้น ดังความตอนหนึ่งว่า

พระเอยพระแก้ว	เลิศแล้วมรดก
ร่มเมืองเรื่องยศ	รินรสธรรมา
ชาวไทยทั้งชาติ	กราบบาทบูชา
เชษฐีรัตนนา	พาศรีสู่ทรง
ขวัญเอยขวัญฟ้า	เชษฐมาเคียงคลอ
ฟังกาพย์ขับซอ	ละออบรรจง
บำเพ็ญทศพร	ในบทบรรจง
บรรพไทยธำรง	ปลงฟ้ามาดิน

สามเอยสามสาย	รินร้ายรรเรียง
ประพรมพรเพียง	ประเอียงองค์อินทร์
ดุริยประณีต	สังคีตประคั่น
กรุ่นผกามาลิน	กลิ่นทิพย์เทวี
	(เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2544, น. 2)

กาพย์สุรางคนางค์ 32 จากบทกวีสาธิตการข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการบรรสานทำเนียบภาษา 2 ทำเนียบเข้าด้วยกัน ได้แก่ 1. ศัพท์สังคีต เช่น “ขับซอ” “สามสาย” “ประ” “พรม” ฯลฯ และ 2. ศัพท์พุทธศาสนา เช่น “พระแก้วมรกต” “บุชา” “ธรรมา” หรือ “ธรรม” “ตรีรัตน” หรือ “ไตรรัตน” ฯลฯ การผสมผสานทำเนียบภาษาทั้งสองทำเนียบนั้นนอกจากช่วยส่งเสริมความคิดของบทสาธิต อันหมายถึง “เพลงไทยประเภทหน้าพาทย์ใช้บรรเลงในพิธีกรรมเพื่อบูชาหรืออัญเชิญพระรัตนตรัย เทพยดา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และใช้เพื่อแสดงกิริยานบไหว้” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 1214) แล้ว ยังสะท้อนภูมิรัฐของกวีว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างดุริยางคศิลป์ไทยกับพิธีกรรมทางพุทธศาสนาที่เชื่อมโยงเกี่ยวพันกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพิธีกรรมอันเป็นมงคลด้วย

นอกจากนี้ในการเริ่มต้นทำสิ่งใดตามขนบธรรมเนียมประเพณีไทย การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อสิริมงคลนับเป็นจุดเริ่มต้นที่ขาดไม่ได้ ดังนั้นกวีได้ตั้งใจเลือกใช้ “ดุริยะ” “สังคีต” แทนเครื่องสักการะเพื่อสร้างความ “บำเพ็ญ” ให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ “ปลงฟ้ามาดิน” เป็นสักขีพยานในการเริ่มต้นทำสิ่งที่ดีด้วยความตั้งใจบริสุทธิ์ ทั้งนี้การเลือกใช้ทำเนียบภาษาสองทำเนียบที่ส่งเสริมกันและกัน ทำให้กวีนิพนธ์บทนี้มีได้เป็นที่เข้าใจแต่เฉพาะพุทธศาสนิกชนเท่านั้น หากแต่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มดุริยางคศิลป์ ซึ่งจะสรรเสริญกวีในฐานะผู้เห็นคุณค่าและความสำคัญของดุริยางคศิลป์ไทยตามขนบวัฒนธรรมไทยอีกด้วย

ความตั้งใจของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่เลือกใช้ทำเนียบภาษาอย่างผสมผสานนี้สะท้อนการเห็นคุณค่าของการจัดวาง “คำที่เหมาะสมในที่ที่เหมาะสม” และเป็น “นวัตกรรมการสื่อสาร” ที่ล้ำสมัยด้าน “การออกแบบสาร” โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุค พ.ศ. 2512 อย่างไรก็ดีคำหยาดได้ทำหน้าที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การเพิ่มจำนวนผู้เสพกวีนิพนธ์ อันจะช่วยยกระดับให้จิตใจของมนุษย์ได้รับการขัดเกลาให้ประณีตละเอียดอ่อนยิ่งขึ้น อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงอาณาภาพของคำและทำเนียบภาษาอีกด้วย

4. สรุป

หนังสือรวมบทกวีคำหยาด ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ (ศิลปินแห่งชาติ) เป็นผลงานที่แสดงอัจฉริยภาพของกวีซึ่งต้องสั่งสม “คลังคำ” เพื่อนำมาใช้สำหรับการประพันธ์อย่างเหมาะสมลงตัว คำกวีต่างๆ เหล่านั้นได้รับการคัดสรรอย่างบรรจง จากการวิเคราะห์ผู้เขียนพบทำเนียบภาษาอันหลากหลาย ซึ่งปรากฏทั้งในลักษณะหนึ่งทำเนียบภาษาต่อหนึ่งบทกวีและหลายทำเนียบภาษาในบทกวีเดียวกัน ทำเนียบภาษาที่กวีเลือกสรรนั้นช่วยส่งเสริมและถ่ายทอดความคิดของกวีให้โดดเด่นทั้งด้านความหมาย จินตภาพ และอารมณ์สะเทือนใจ สมดังเจตนาของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่ว่า “ละหยาดละหยดเร้า ร่วงร่วงคำกวี” (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2541, น. 16)

รายการอ้างอิง

- ธนสิน ชูดิโนทรานนท์. (2562). การสื่อสารอัตลักษณ์ดุริยางค์ในกวีนิพนธ์ของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์.
วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 11(1), 49-72.
- เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. (2527). เพลงขลุ่ยผิว. กรุงเทพฯ: ปลายตะเพียน.
- เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. (2541). ตากุ้งเรื่องโหมม (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เกี้ยว-เกล้า พิมพ์การ.
- เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. (2544). คำหยาด (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เกี้ยว-เกล้า พิมพ์การ.
- เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. (2550). เขียนแผ่นดิน (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คิว พรินท์ แมเนจเม้นท์.
- เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. (2557). สังคายนาศุภธรรม. กรุงเทพฯ: เกี้ยว-เกล้า พิมพ์การ.
- ปรมาภรณ์ ลิ้มเลิศเกียรติ. (2539). ร้อยกรองของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์: วจนลีลากับความคิดของกวี
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ประจักษ์ อัครวิรุฬหการ. (2549). ชีวิตคืออะไร. ใน พุทธธรรมในพระไตรปิฎก (น. 34-49). กรุงเทพฯ,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสพโชค เย็นแซ. (2543). 60 ปีก็แก้ว เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. ใน อรุณ เวชสุวรรณ และบังอร เวชสุวรรณ (รวบรวม
และเรียบเรียง), 6 ทศวรรษ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ กวีรัตนโกสินทร์ (น. 53-61). กรุงเทพฯ: เม็ดทรายพริ้นติ้ง.
- ปรัชญา ปานเกตุ. (2558). ศัพท์านุกรมวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ: สตาพรบู้คส์.
- พิสุทธิศักดิ์ ประทุมสุวรรณ. (2561). โครงสร้างโบสถ์-วิหาร-ปราสาท-ราชวัง ในรูปแบบสถาปัตยกรรม.
สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2563 จาก www.raksinThai.com.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). พจนานุกรมศัพท์วรรณกรรมอังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.
กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). สารานุกรมศัพท์ดนตรีไทย ภาคคีตะ-ดุริยางค์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.
กรุงเทพฯ: สหมิตรพริ้นติ้ง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ. (2537). ราชศัพท์. กรุงเทพฯ: ฉลองรัตน.
- สุจิตรา จงสถิตย์วัฒนา. (2544). พุทธธรรมในกวีนิพนธ์ไทยสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). ภาษาในสังคมไทย: ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา (พิมพ์ครั้งที่ 4).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณ เวชสุวรรณ และบังอร เวชสุวรรณ (รวบรวมและเรียบเรียง). (2543). 6 ทศวรรษ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์
กวีรัตนโกสินทร์. กรุงเทพฯ: เม็ดทรายพริ้นติ้ง.



แดริกควินพันหน้า: สุนทรียภาพจากการซ้อนทับ ขององค์ประกอบพื้นฐานทางการสื่อสารแห่งยุคหลังสมัยใหม่

Received: 24 February 2021

Revised: 23 September 2021

Accepted: 7 October 2021

กฤษณ์ คำนนท์*

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างรหัสตัวสารเชิงเสมือน (analogic message code) กับรหัสตัวสารเชิงตรรกะ (digital message code) ที่มีบทบาทต่อการสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้าแดริกควินและลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความหมายของการแต่งหน้าแดริกควินให้เกิดขึ้นในยุคดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่าการสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้าแดริกควินจำเป็นต้องอาศัยรหัสตัวสารเชิงเสมือนและรหัสตัวสารเชิงตรรกะที่เข้ามาสลับสับเปลี่ยนกันจัดการความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสาร ทั้งนี้ยังพบว่าได้เกิดการควมรวมทางการสื่อสาร (convergence communication) โดยองค์ประกอบพื้นฐานทางการสื่อสารสามารถสวมบทบาท เปลี่ยนสถานะและมีส่วนร่วมทำหน้าที่เป็นรหัสในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าได้

บทความวิชาการ

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

สุนทรียภาพ;
การซ้อนทับ;
องค์ประกอบพื้นฐานทางการสื่อสาร;
ยุคหลังสมัยใหม่

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ติดต่อได้ที่: web_webmaz@live.com

**Drag Queen of Thousand Faces:
Aesthetics from Overlapping of Communication Elements
in Postmodern Age**

Received: 24 February 2021

Revised: 23 September 2021

Accepted: 7 October 2021

Krit Kamnon*

This article aimed to analyze the characteristics of the relationship between analogic message code and digital message code and elements in communication by drag queen makeup in digital age. The study revealed that drag queen makeup communication required shifts between the analogic and the digital message code for understanding. Furthermore, convergence communication with basic elements was able to act, change status and collaboratively be a code for makeup meaning.

Academic Article

Abstract

Keywords

aesthetics;
overlapping;
communication elements;
postmodern age

* Assistant Professor, Division of Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Sisaket Rajabhat University, e-mail: web_webmaz@live.com

1. บทนำ

ชรามม์ (Schramm, 1964, p. 248) ได้กล่าวว่า “The mass media can confer status.” สื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการช่วยสร้างสถานภาพให้แก่ปัจเจกชนในการรับรอง ยืนยัน ยกย่องหรือสรรเสริญผ่านสื่อต่างๆ ในโลกแห่งความเป็นจริง มีปัจเจกชนจำนวนมากที่โดนชักจูงหรือถูกสื่อจับตามองเพื่อสร้างสถานภาพให้เกิดขึ้นโดยเป็นความสามารถที่นำพิศวงยิ่งของสื่อที่จะมอบสถานภาพให้

ปัจจุบันสังคมไทยให้พื้นที่แก่กลุ่มบุคคลที่มี “ความหลากหลายทางเพศ” หรือที่เรียกว่ากลุ่ม LGBTQ+ (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Queer or Questioning) ได้เปิดเผยตัวตนและแสดงความชัดเจนในอัตลักษณ์ทางเพศแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเกิดการรวมกลุ่มของกลุ่มบุคคลดังกล่าวเพื่อแสดงออกถึงความต้องการความเท่าเทียมหรือได้แสดงความสามารถต่อสายตาสาธารณชน จากพลวัตทางสังคมวัฒนธรรมที่ปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพิ่มมากขึ้นในสื่อมวลชนแขนงต่างๆ (ชรีรา ทองกระจาย, 2561)

คำว่า DRAG ใน “แดริควีน” มาจาก Dressed Assembling A Girl หรือ Dressed As Girl โดยหลักหมายถึงเพศกำเนิดชายแต่แปลงร่างให้เป็นผู้หญิง ที่ไม่ใช่แค่ “แต่งหญิง” หากแต่สร้างตัวตนและวิญญาณ (ชานันท์ ยอดหงษ์, 2560) ขณะที่ไซเนอร์ (Scheiner) ได้กล่าวว่า แดริควีน หมายถึง นักแสดงที่รับบทบาทเป็นเพศหญิงผ่านการแต่งกาย แต่งหน้า การแสดงออก และการวางตัว ซึ่งมักจะแสดงเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง อาทิ Marilyn Monroe, Cher, Lady Gaga เป็นต้น (ภูมิชนะ หนุชูแก้ว และโมไนยพล รัตนเวช, 2563, น. 46) ดังนั้นการสร้างความหมายของแดริควีนจำเป็นต้องอาศัยการแต่งหน้า รวมไปถึงทรงผม การแต่งกาย และเครื่องประดับที่จะทำให้เกิดความชัดเจนและความสมบูรณ์ทางการสื่อสาร ก่อให้เกิดสุนทรียภาพ

หนึ่งในบรรดาเนื้อหาเกี่ยวกับ LGBTQ+ ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับแดริควีน คือ ใจ ชีรา หรือศิริวิชญ์ กมลวรุณี บิวตี้บล็อกเกอร์ ที่ได้รับการขนานนามว่า “แดริควีนพันหน้า” เริ่มเข้าสู่วงการบิวตี้บล็อกเกอร์ผู้มีทักษะในการแปลงโฉมเปลี่ยนหน้าตัวเอง โดยได้แต่งเป็นศิลปินต่างๆ เช่น มาดอนน่า เจนนิเฟอร์ โลเปซ บริทนี สเปียร์ส ทั้งนี้ยังประกอบอาชีพนางโชว์และมีฐานะเป็นผู้เบิกทางในสายแดริควีน (Drag Queen) ในเมืองไทย โดยมีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี

ปรากฏการณ์การแต่งหน้าของ “แดริควีนพันหน้า” ในการแปลงโฉมเป็นบุคคลต่างๆ ที่มีชื่อเสียงในสังคมล้วนเป็นการสร้างสุนทรียภาพแห่งอารมณ์ ความตื่นตาตื่นใจและความน่าสนใจนำไปสู่กระแสความนิยมผ่านยอดไลค์ (like) และเพิ่มยอดผู้ติดตาม (follower) ทางโซเชียลมีเดียมากกว่า 1 แสนคน เนื่องด้วยการแต่งหน้าเป็นการสื่อสาร (make up as communication) แห่งศาสตร์และศิลป์ที่มนุษย์ได้นำเข้ามาใช้เปลี่ยนแปลงการสื่อสารบนใบหน้าเดิมของตนเอง เพราะเมื่อเกิดการแต่งหน้าก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและลักษณะของการสื่อสารได้อย่างน่าอัศจรรย์ที่สามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของมนุษย์ได้อย่างหลากหลาย ดังนั้นการแต่งหน้าจึงเป็นการสื่อสารที่มีฐานะเป็นตัวสื่อ (medium) ซึ่งสามารถเป็นตัวกำหนดและขยายประสบการณ์ของ “ใบหน้า” (extension of face) มนุษย์ให้กว้างขวางออกไปอย่างไม่หยุดยั้ง

บทความนี้เขียนโดยยึดถือมุมมองของสำนักเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (technological determinism) ที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารในฐานะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยนิยามการสื่อสารที่ว่า การสื่อสารคือการแลกเปลี่ยนความหมาย โดยมุ่งวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างรหัสตัวสารเชิงเสมือน

(analogic message code) กับรหัสตัวสารเชิงตรรกะ (digital message code) ที่มีบทบาทต่อการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าแดริคควินและลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความหมายของการแต่งหน้าแดริคควินให้เกิดขึ้นในยุคดิจิทัล เพื่อนำเสนอให้เห็นว่า การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าในยุคดิจิทัลมีลักษณะที่มีความคลุมเครือ (vagueness) และความไม่แน่นอน (uncertainty) ของการสื่อสารในสังคมยุคหลังสมัยใหม่หรือยุคดิจิทัล

2. การสมานสัมพันธ์ระหว่างรหัสตัวสารเชิงเสมือนและรหัสตัวสารเชิงตรรกะ ในการสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้าของแดริคควิน

การแต่งหน้าถือเป็นศิลปะที่มนุษย์รังสรรค์ขึ้นเพื่อเปลี่ยนแปลงการสื่อสารเดิมบนใบหน้าและยังเป็นการส่งสารบางอย่างได้อย่างน่าอัศจรรย์ การแต่งหน้าของแดริคควินเป็นการผลิตซ้ำ (reproduction) ด้วยกระบวนการทางศิลปะ คือ การแต่งหน้าในแต่ละชั้นตอมาจากการรังสรรค์ด้วยฝีมือของช่างแต่งหน้าด้วยการเลียนแบบหรือทำเทียม (simulation) ลักษณะการแต่งหน้าบุคคลผู้มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง นักแสดง ซึ่งอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชนด้วยการใช้จินตนาการและประสบการณ์ของตนเอง โดยอาศัยการผสมรวมของเครื่องหมายต่างๆ หรือสัญลักษณ์ จนกลายเป็นตัวบท (text) หรือตัวสาร (message) ที่มีความหมายขึ้นมาในบริบท (context) ที่แตกต่างกันออกไป

ในการสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้าที่มีฐานะเป็นตัวบทหรือตัวสารจำเป็นต้องอาศัยรหัส (code) ที่เปรียบเสมือนกฎเกณฑ์หรือธรรมเนียมปฏิบัติที่เข้ามามีบทบาทในการกำหนดความหมายให้เกิดขึ้น โดยฟิสก์ (Fiske, 1982) ได้กล่าวว่า “รหัส” คือ กระบวนการที่ใช้ในการสร้างความหมายขึ้นมา ซึ่งระบบสัญลักษณ์หรือรหัสถูกสร้างขึ้นมาจากสมาชิกในสังคมที่ใช้รหัสนั้นๆ ประกอบไปด้วยกฎเกณฑ์ ระเบียบ แบบแผน จารีตหรือธรรมเนียมปฏิบัติที่ว่าด้วยการใช้และการเชื่อมโยงสัญลักษณ์ให้สัมพันธ์กับการพัฒนาที่ซับซ้อนในวัฒนธรรมนั้นได้ โดยแบ่งรหัสตัวสารออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. รหัสตัวสารเชิงเสมือน (analogic message code) เป็นรหัสที่ตัวหมาย (signifier) และตัวหมายถึง (signified) แยกออกจากกันได้ยาก มีลักษณะคล้ายคลึงและสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบต่อเนื่องกันไป เช่น การเดินเป็นการทำงานผ่านอากัปกริยา ท่าทาง และระยะทาง ซึ่งเป็นคุณสมบัติของรหัสข้อความเชิงเสมือน
2. รหัสตัวสารเชิงตรรกะ (digital message code) เป็นรหัสที่ตัวหมาย (signifier) และตัวหมายถึง (signified) แยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน ความหมายระหว่างของทั้งสองสิ่งจะเกิดขึ้นด้วยตรรกะของผู้ถอดรหัสที่นำมาจากการเรียนรู้และความสมเหตุสมผล

จากแนวคิดดังกล่าวพบว่าในมิติรหัสตัวสารเชิงเสมือน คือ การสื่อสารที่ใช้ความเสมือน เช่น การแต่งหน้าในตอน “How to แต่งหน้าบั้นแก้มให้เป็น Maleficent 2019” (ภาพที่ 1) ซึ่งลักษณะการแต่งหน้ามีความคล้ายคลึงและสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน โดยมีลักษณะการสมสัณฐาน (isomorphism) สูงกับลักษณะการแต่งหน้าของตัวละคร “Maleficent” ในภาพยนตร์เรื่อง Maleficent: Mistress of Evil ปี 2562 ที่มีฐานะเป็นตัวแทน (referent) โดยมีลักษณะคล้ายคลึงใน 2 ด้าน คือ ความคล้ายคลึงด้านองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ คือ สี เส้น รูปทรง รูปร่าง ลักษณะพื้นผิว ช่องว่าง จังหวะ แสงและเงา และยังมีลักษณะคล้ายคลึงด้านโครงสร้างของการแต่งหน้า ได้แก่ 1. การทารองพื้น

2. การไฮไลต์ 3. การเจดดิ่ง 4. การทาแป้งฝุ่น 5. การเขียนคิ้ว 6. การปิดมาสคาร่าคิ้ว 7. การเขียนขอบตา 8. การทาอายแชโดว์ 9. การปิดมาสคาร่า 10. การติดขนตาปลอม 11. การปิดแก้ม และ 12. การทาปาก ดังนั้นการแต่งหน้าในลักษณะนี้จึงเรียกว่าสื่อเชิงเสมือน (analog medium) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1. การแต่งหน้าในตอน “Maleficent แต่งหน้าเป็นนางฟ้าปีศาจ”
(ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=Mx3OuCpHW0Y>)



ภาพที่ 2. ตัวละคร “Maleficent” ในภาพยนตร์เรื่อง Maleficent: Mistress of Evil ปี 2562
(ที่มา: https://maleficent.fandom.com/wiki/Maleficent:_Mistress_of_Evil)

มิติของรหัสสารเชิงตรรกะเป็นรหัสที่ใช้จัดการกับถ้อยคำภาษา (words) โดยทำหน้าที่กำกับความหมายของสัญลักษณ์ (anchorage meaning) ใน 2 ลักษณะดังนี้ 1. การแสดงชื่อเฉพาะ (denominative function) คือ ลายลักษณ์อักษรเป็นตัวแสดงชื่อเฉพาะของคลิป เช่น “การแต่งหน้าในตอน How to แต่งหน้าเป็นแมสตีตังค์” และ 2. การระบุชี้ (identifying) เช่น “แต่งหน้าเป็นแมสตีตังค์” (ภาพที่ 3) ทั้งนี้หน้าที่ทั้งสองลักษณะล้วนได้ทำงานสอดประสานและเกี่ยวคู่กัน โดยเป็นระบบของสัญลักษณ์ (sign) ที่มีรหัส (code) ที่เป็นกฎเกณฑ์ ระเบียบแบบแผนหรือข้อตกลงร่วมกัน (agreement) ที่ใช้ในการจัดการสัญลักษณ์ นั่นก็คือ ระบบของ “ไวยากรณ์” โดยเป็นสิ่งที่เข้ามาช่วยส่งเสริมให้การสื่อความหมายของการแต่งหน้าในแต่ละตอนเกิดความชัดเจนทางการสื่อสารขึ้น อันนำไปสู่การเกิดความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding)



ภาพที่ 3. การแต่งหน้าในต่อน “How to แต่งหน้าเป็นแมสிடางค์”
(ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=fleg9RE0q-k>)

จากลักษณะดังกล่าวชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการแต่งหน้าเป็นการสื่อสารที่มีความคลุมเครือไม่แน่นอนและไม่ชัดเจน เนื่องจากการแต่งหน้าสามารถสื่อความหมายได้หลากหลายแง่มุมเช่นเดียวกับภาพ ดังวลี "A picture is worth a thousand words." (Dickson, Thomson & O'Toole, 2016) เนื่องด้วยเป็นการสื่อสารที่อยู่บนพื้นฐานของศิลปะเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยตัวบทภาษาอังกฤษ (word) เข้ามาช่วยในการกำกับความหมาย (anchorage) ซึ่งช่วยลดความกำกวมในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดความหมายที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการสื่อสาร

ทั้งนี้ในบทความของบาร์ธส์ (Barthes, 1977) เรื่อง *Rhetoric of the Image* ได้กล่าวถึงความหมายของภาพ (และรหัสสัญลักษณ์อื่นๆ เช่น การแต่งกาย อาหาร และอื่นๆ) ว่าสัมพันธ์หรือขึ้นอยู่กับตัวบทที่เป็นอวัจนภาษา (non-verbal) เสมอ นอกจากนี้เขากล่าวว่าภาพทุกภาพล้วนมีศักยภาพที่จะสื่อความหมายได้หลายความหมาย (polysemous) และความหมายเหล่านั้นก็ได้เปิดกว้างให้ตีความ ดังนั้นในการกำกับความหมายของภาพจึงจำเป็นต้องใช้ภาษาเข้ามาช่วย (อาร์ริตัน แพทย์นุเคราะห์, 2552, น. 21)

จากความสำคัญของรหัสตัวสารเชิงเสมือนและรหัสตัวสารเชิงตรรกะที่ได้สลับสับเปลี่ยนกันทำหน้าที่จัดการให้การสื่อความหมายการแต่งหน้าของแดริคควีนในแต่ละคลิป ทำให้เราเข้าใจถึงอัตตะของการสื่อสาร (meta-communication) ซึ่งเป็นสิ่งที่ชี้ชัดให้เข้าใจถึงความหมายของการแต่งหน้าของ “แดริคควีน” ในแต่ละคลิป การสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าจึงจำเป็นต้องใช้รหัสที่เข้ามาจัดการหรือกำหนดการทำงานของสัญญาณในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นอัตตะของการสื่อสารจึงเป็นผลมาจากการใช้รหัส (Jakobson, 1962) ซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกในสังคมตกลงใช้ร่วมกัน ดังเช่นที่กิตติ กันภัย (2551, น. 44) ได้อธิบายในประเด็นเรื่องอัตตะของการสื่อสารหรือการสื่อสารอภิปากไว้ว่า วันหนึ่งขณะที่เบเทอสันกำลังดูลิงในสวนสัตว์แห่งเมืองซานฟรานซิสโกนั้น เขาสังเกตเห็นว่าลิงตัวหนึ่งกำลังหยิกแกมหยอกอีกตัวหนึ่ง ลิงทั้งสองตัวเข้าใจว่าเป็นเพียงการเล่นถึงแม้ว่าจะดูเหมือนการต่อสู้ก็ตาม เบเทอสันสรุปว่าสารที่เป็นการพัด (bite massage) นั้นต้องตามด้วยสารจากการสื่อสารอภิปาก (metacommunication) ซึ่งหมายถึงการสื่อสารเกี่ยวกับการสื่อสาร (communication about communication) ที่มีความหมายว่า “นี่คือการหยอกล้อ ไม่ใช่การต่อสู้” ดังนั้นประเด็นเรื่องรหัสจึงถือเป็นหัวใจของการสื่อสารในยุคหลังสมัยใหม่ที่ต้องทำความเข้าใจเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าในปัจจุบัน

ดังนั้นการสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้าของแดรีกควินจำเป็นต้องอาศัยรหัสตัวสารเชิงเสมือนและรหัสสารเชิงตรรกะที่เข้ามาทำหน้าที่สอดประสานร่วมกันในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้น โดยไม่สามารถแยกออกจากกันได้ สอดคล้องกับที่ศิริชัย ศิริกายะ (2562, น. 8) ได้กล่าวว่า การจัดการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสารมีความจำเป็นต้องใช้รหัสตัวสารทั้งเชิงเสมือนจริง (analogic message code) และ/ หรือรหัสเชิงกฎเกณฑ์หรือตรรกะ (digital message code) รหัสทั้งสองประเภทนี้สลับสับเปลี่ยนกันทำหน้าที่จัดการเพื่อให้เกิดการสื่อความหมาย

3. “แดรีกควินพันหน้า” กับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการสื่อสารที่แปรเปลี่ยนในยุคดิจิทัล

ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการสื่อสารที่แปรเปลี่ยนในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องเข้าใจว่าการแต่งหน้าเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการสื่อสารที่แดรีกควินได้นำมาปรับปรุงประยุกต์ใช้ในการเปลี่ยนแปลงการสื่อสารเดิมบนใบหน้าของตนเองเพื่อสื่อความหมายที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละคลิป ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารใดบ้างที่มีบทบาทต่อการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าของแดรีกควินที่ปรากฏในยุคดิจิทัล

การแต่งหน้าของแดรีกควิน “ใจ ซีรา” มีฐานะเป็นผู้ส่งสาร (sender) ที่ได้สร้างสรรค์การแต่งหน้าขึ้นมา โดยนำเสนอวิธีการแต่งหน้าของตนเองผ่านการเลียนแบบการแต่งหน้าของซิลปิน ดารา นักร้องหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม ดังนั้นผู้ส่งสารสามารถทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดความหมายของการแต่งหน้าได้อย่างชัดเจน ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “รหัสผู้ส่งสาร”

ทั้งนี้การสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของแดรีกควินได้ปรากฏให้เห็นลักษณะของการสื่อสารที่เรียกว่าผลกระทบของผู้ส่งสาร (sender effect) โดยเป็นผลพวงที่เกิดจากความภาคภูมิใจและความตั้งใจในการนำเสนอ ลักษณะและรูปแบบของการแต่งหน้าของแดรีกควินในแต่ละคลิป โดยมีลักษณะเป็นปฏิกริยาการสื่อสารในลักษณะที่เรียกว่า ปฏิกริยาการส่งต่อ (feedforward) จากตัวของผู้ส่งสาร ดังนั้นผลกระทบของผู้ส่งสารและปฏิกริยาการส่งต่อก็สามารถแปรสภาพเป็นรหัสในการจัดการความหมายของการแต่งหน้าของแดรีกควินให้เกิดขึ้นมาได้ในยุคหลังสมัยใหม่หรือยุคดิจิทัล ลักษณะเช่นนี้จึงเรียกว่า “รหัสผลกระทบของผู้ส่งสาร” และ “รหัสปฏิกริยาการส่งต่อ” การใช้รหัสดังกล่าวสามารถทำให้เห็นถึงปฏิกริยาตอบกลับ (feedback) จากผู้รับสารในเชิงบวก คือการได้รับความนิยม หรือในเชิงลบ คือ การถอนตัว (exit option) และการไว้วางใจ (voice option) (Hirschman, 1970) จากการรับชมคลิปก็เป็นได้

ทั้งนี้การแต่งหน้าของแดรีกควินก็มีฐานะเป็นสื่อ (media) ที่ซ้อนทับอยู่บนใบหน้าที่มีฐานะเป็นตัวสื่อ (medium) ซึ่งมีอิทธิพลในการกำหนด เปลี่ยนแปลงและขยายประสบการณ์ของใบหน้า (the extensions of face) ให้กว้างขวางออกไป โดยปราศจากข้อจำกัดในเรื่องเวลา (time) และพื้นที่ (space) ที่หยุดนิ่งและตายตัว แต่กลับมีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ ในฐานะที่การแต่งหน้าเป็นตัวสื่อ ซึ่งสื่อแต่ละประเภทจะมีธรรมชาติเป็นของตัวเอง ในขณะที่การแต่งหน้าของแดรีกควินมีลักษณะเป็นสื่อร้อนที่ไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับชมได้แสดงความคิดเห็นนาการหรือความคิดเห็นได้เลย ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “รหัสตัวสื่อ”

ในเวลาเดียวกันการแต่งหน้าของแดริคควีนยังมีฐานะเป็นตัวสาร (message) หรือตัวบท (text) ที่สามารถถ่ายทอดความหมายได้อย่างหลากหลาย โดยตัวสารเกิดจากการคัดเลือกผสมรวมของเครื่องหมายต่าง ๆ หรือสัญญาณ (sign) ผ่านการจัดการด้วยการใช้รหัส (code) ซึ่งในการแต่งหน้าจำเป็นต้องใช้เครื่องหมายต่าง ๆ ที่มาจากองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะและโครงสร้างของการแต่งหน้า การแต่งหน้าของแดริคควีนในแต่ละคลิปจะมีการปรับเปลี่ยน (adaptation) ปัจจัยทั้งสองในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “รหัสตัวสาร”

ในการสร้างความหมายด้วยการแต่งหน้าของแดริคควีนในรูปแบบของคลิปวิดีโอได้เกิดขึ้นในบริบทของการสื่อสารสาธารณะ โดยบริบทของการเผยแพร่คลิปการแต่งหน้าในแต่ละครั้งได้เป็นตัวกำหนดลักษณะของการแต่งหน้าที่มีความเฉพาะเจาะจง กล่าวคือ การเผยแพร่คลิปการแต่งหน้าที่เกิดขึ้นในบริบทที่เป็นโอกาสพิเศษตามกระแสสังคม โดยบริบทได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดรูปลักษณะของการแต่งหน้า เช่น เมื่อภาพยนตร์เรื่อง *Maleficent: Mistress of Evil* ได้ฉายในปี 2562 และได้รับกระแสความนิยมในสังคม ก็จะเป็นบริบทในคลิปการแต่งหน้าของแดริคควีนในเวลาต่อมา ฉะนั้นการเผยแพร่คลิปการแต่งหน้าในแต่ละครั้งล้วนส่งผลทำให้เกิดการสื่อสาร (meta-communication) เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของเวลาและสถานที่ ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “รหัสบริบท”

สำหรับสิ่งรบกวน (noise) ในการแต่งหน้าของแดริคควีนถือเป็นปรสิตรการสื่อสาร (paracommunication) โดยได้เทียบเคียงกับแนวคิดเรื่อง Paratextuality ของฌ็อง-ฌัก กูเตต์ (Genette, 1997) (อ้างถึงใน ริรินดา เต็มไทยมงคล, 2551, น. 4) ได้กล่าวถึง “Paratextuality” ว่าเป็นการให้ความสำคัญกับการแทรกหรือโผล่เข้ามาของตัวบท ซึ่งสามารถช่วยกำหนดทิศทาง หรือควบคุมการรับรู้ตัวบทนั้นของผู้อ่านได้ผ่านการเข้ามาของตัวบทในลักษณะนี้ประกอบด้วยแบบ peritext และ epitext สำหรับการแต่งหน้าที่มีฐานะเป็นตัวบท การแต่งหน้าของแดริคควีนจึงมีลักษณะเป็นปรสิตรตัวบทหรือปรสิตรตัวสารที่ปรากฏให้เห็นเป็นปรสิตรที่เกิดขึ้นภายนอกตัวบท (epitext) เช่น การแต่งหน้าของ Maleficent ในภาพยนตร์เรื่อง *Maleficent: Mistress of Evil* ได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าของแดริคควีนในตอน “Maleficent แต่งหน้าเป็นนางฟ้าปีศาจ” โดยได้เกิดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (transtextuality) ในลักษณะการเป็นทุกติยบท (hypertextuality) (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน G. Genette, 1997)

เมื่อเทียบเคียงกับแนวคิดในเบื้องต้นพบว่าการแต่งหน้าของแดริคควีนในตอน “Maleficent แต่งหน้าเป็นนางฟ้าปีศาจ” มีลักษณะเป็น “ทุกติยบท” (hypertext) ทำหน้าที่ขยายอีกตัวบทหนึ่งซึ่งเคยมีอยู่เดิม เรียกว่า “ปฐมบท” (hypotext) คือ การแต่งหน้าของ Maleficent ในภาพยนตร์เรื่อง *Maleficent: Mistress of Evil* ซึ่งอยู่ในรูปแบบของการเลียนแบบ (imitation) ในลักษณะที่เรียกว่า “Pastiche” โดยเป็นการพัฒนาของตัวบทที่มีต้นแบบ (model) หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของปฐมบทผสมรวมอยู่ด้วยกัน การเลียนแบบในลักษณะนี้ไม่มีจุดประสงค์ในการเสียดสี แต่เป็นการสร้างตัวบทใหม่ เพื่อสร้างความบันเทิงและความรื่นรมย์เป็นหลักสำคัญ จากลักษณะดังกล่าวผู้เขียนเชื่อว่าสิ่งรบกวนได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าของแดริคควีนได้เช่นเดียวกัน ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “รหัสสิ่งรบกวน”

นอกจากองค์ประกอบของการสื่อสารต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาในเบื้องต้นที่มีบทบาทในการจัดการเพื่อให้เกิดการสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้า ผู้เขียนสังเกตเห็นว่าในคลิปวิดีโอการแต่งหน้าของแดริคควีน ในตอน “Maleficent แต่งหน้าเป็นนางฟ้าปีศาจ” นั้นมี “จังหวะของการสื่อสาร” (punctuation) ที่เข้ามาสวมบทบาทเป็นตัวจัดการในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าของแดริคควีนให้เกิดขึ้น

เครื่องหมายวรรคตอน (punctuation) โดยปกติแล้วหมายถึงเครื่องหมายวรรคตอนต่างๆ ที่ใช้ในไวยากรณ์ของภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ เช่น มหัพภาค (full stop) หมายถึง การจบประโยค เครื่องหมายจุลภาค (comma) หมายถึง การคั่นประโยคเพื่อขยายความหมายของคำหน้าหรือเป็นการเชื่อมประโยคใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องกับประโยคก่อนหน้า เครื่องหมายทวิภาค (colon) ใช้สำหรับพรรณนาความหมายของคำหรือใช้สำหรับแยกหัวข้อหลักและหัวข้อย่อย หรือใช้สำหรับการแบ่งออกเป็นรายการ (listing) ในประโยค เครื่องหมายอัฒภาค (semicolon) ใช้สำหรับการแยกประโยคหน้าและประโยคหลังออกจากกันแต่มีความเกี่ยวข้องกัน เป็นต้น (ศิริชัย ศิริภายะ สุธี พลพงษ์ และเจตน์จันทร์ เกิดสุข, 2560, น. 57)

จากคลิปวิดีโอการแต่งหน้าของแดร์ริคควีนในตอน “Maleficent แต่งหน้าเป็นนางฟ้าปีศาจ” ทำให้เราพบกับ “จังหวะของการสื่อสาร” ที่เข้ามามีบทบาทในการจัดการความหมายของการแต่งหน้า ขณะที่ “ใจ ซีรา” ได้แต่งหน้าถึงขั้นตอนของการสร้างกระดูกโหนกแก้ม (cheekbone) ที่ได้ทำเทียมขึ้นมา ในเวลานี้เองได้เกิดการแทรกจังหวะโดยตัดมาที่ภาพของแอนเจลินา โจลี่ที่กำลังสร้างกระดูกโหนกแก้มเช่นเดียวกัน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4-7. ภาพการแทรกจังหวะในการแต่งหน้า Maleficent 2019
(ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=Mx3OuCPHW0Y>)

จังหวะของการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการแทรกจังหวะของการแต่งหน้าเพื่อสื่อความหมายให้ผู้ชมได้เข้าใจถึงลักษณะการแต่งหน้าของ “มาลิฟิเซนต์” โดยลักษณะเช่นนี้สามารถเทียบเคียงได้กับเครื่องหมายวรรคตอนในไวยากรณ์ภาษาอังกฤษคือ จุลภาค (Comma) ที่นำมาประกอบเพื่อใช้ในการเพิ่มขยายความหมายของคำที่อยู่ข้างหน้าในประโยคนั้น ทั้งนี้การแทรกจังหวะยังทำหน้าที่เป็นตัวชี้ความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า “รหัสจังหวะของการสื่อสาร” ได้เช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาลักษณะของการแทรกจังหวะแบบ “จุลภาค” ในหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก็สามารถเข้ามาทำหน้าที่เป็นรหัส (code) ในการจัดการความหมายของการแต่งหน้าของ “มาลิฟิเซนต์” ให้เกิดขึ้นได้เช่นเดียวกัน ดังเช่นที่ฮุกและสตีเวนส์ (Hook and Stevens, 1967, p. 156) กล่าวว่า ประโยชน์ของเครื่องหมายวรรคตอนที่สำคัญที่สุด คือ การช่วยทำให้ผู้อ่านเข้าใจความหมายของสิ่งที่อ่านได้อย่างชัดเจนแจ่มแจ้ง เครื่องหมายวรรคตอนเปรียบประดุจเป็นรหัส (code) ซึ่งเป็นเสมือนนิตินาฬิกาที่ผู้เขียนและผู้อ่านควรจะเข้าใจ และเมื่อทั้งสองต่างรับรู้หน้าที่เฉพาะของเครื่องหมายวรรคตอนแต่ละตัวแล้ว การสื่อความหมายด้วยการเขียนก็จะเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น

ดังนั้นในการสร้างความหมายของการแต่งหน้าของแดร์ริคควีนได้แสดงลักษณะความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร ตัวสื่อ ตัวสาร รหัส บริบท สิ่งรบกวน และจังหวะของการสื่อสารที่สามารถสุมบทบาท เปลี่ยนสถานะและมีส่วนร่วมกันทำหน้าที่เป็นรหัสในการกำหนดความหมายของการแต่งหน้าของแดร์ริคควีน ดังนั้นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจึงมีลักษณะเป็นการควมรวมทางการสื่อสาร (convergence communication)

โดยมีลักษณะเป็นการบูรณาการจากการรวบรวมองค์ประกอบของการสื่อสารอย่างจับพลันทันใจและมีความสลับซับซ้อน (highly complexed) ทั้งนี้อองค์ประกอบของการสื่อสารดังกล่าวได้ดำรงอยู่ร่วมกันตามรูปแบบ “ปฏิสัมพันธ์สัมพันธ์” (symbiosis) ในลักษณะที่เป็นความสัมพันธ์แบบพึ่งพา (mutualisms) ปฏิสัมพันธ์แบบเกื้อกูลกัน (commensalism) และปฏิสัมพันธ์แบบปรสิต (parasitism)

ในการสร้างความสมบูรณ์และความชัดเจนในการสื่อความหมายของการแต่งหน้าของแดร์กควีนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสารจำเป็นต้องอาศัยตัวบทร่วม (co-text) คือ ทรงผม การแต่งกาย และเครื่องประดับ โดยการแต่งหน้า การทำผม การแต่งกาย และเครื่องประดับมี “ปฏิสัมพันธ์สัมพันธ์” ในลักษณะที่เป็นความสัมพันธ์แบบพึ่งพา โดยไม่สามารถแยกออกจากกันได้ หากแยกขาดออกจากกันก็จะไม่สามารถสร้างความหมายของแดร์กควีนให้เกิดความสมบูรณ์และชัดเจนทางการสื่อสารได้ ดังที่ปรากฏให้เห็นจากการแต่งหน้าของแดร์กควีนในตอน “Pre-Halloween look - Annabelle” ได้ใช้ตัวบทร่วมเข้ามาช่วยเสริมสร้างความหมายและกำกับความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดความเข้าใจในบทบาทของละครแอนนาเบลล์ ทั้งนี้ตัวบทร่วมเองยังได้เกิดความสมสัณฐานกับการทำผม การแต่งกาย และเครื่องประดับของตัวละครแอนนาเบลล์ ในภาพยนตร์เรื่อง Annabelle Creation ปี 2560 ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 8. การแต่งหน้าในตอน “Pre-Halloween look - Annabelle”
(ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=13Fxi9Ca_Q)



ภาพที่ 9. การทำผม การแต่งกาย และเครื่องประดับของตัวละครแอนนาเบลล์
ในภาพยนตร์เรื่อง Annabelle Creation ปี 2560
(ที่มา: <http://nerdreactor.com/2017/10/26/annabelle-creation-blu-ray-review/>)

เบนจามิน (Benjamin, 1933) ในบทความเรื่อง *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* ได้กล่าวถึงความสิ้นสุดของฤทธิ์เดชของงานศิลปะในลักษณะที่เป็น “มนต์ขลัง” ทั้งนี้เป็นผลมาจากการผลิตซ้ำของเครื่องจักร คงเหลือไว้แต่ “การแสดงออก” เท่านั้น งานทางด้านนิเทศศาสตร์ส่วนหนึ่งเป็นงานทางศิลปะ ซึ่งเมื่อเข้าสู่การผลิตซ้ำด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลอย่างที่ได้อ้างไว้หรือไม่ (ศิริชัย ศิริกายะ, 2558, น. 7)

จากประเด็นดังกล่าวผู้เขียนเชื่อว่าการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของแดริคควินได้สร้างความรื่นเริงบันเทิงใจให้แก่ผู้ชม โดยการแต่งหน้าถือเป็นเทคโนโลยีแห่งการสื่อสารที่อยู่บนพื้นฐานแห่งศิลปะ การผลิตซ้ำในแต่ละครั้งก็ล้วนมีมนต์ขลัง (aura) ในตัวของผลงานเอง โดยได้ลดมนต์ขลังหรือคุณค่าของความเป็นต้นแบบ (originality) ในทางกลับกันการผลิตซ้ำขึ้นใหม่กลับเป็นสิ่งที่เพิ่มคุณค่าให้กับความจริงของต้นแบบ นอกจากนี้ยังเป็นส่วนเสริมในการเผยแพร่ชื่อเสียงของผลงานต้นแบบให้กว้างขวางและขยายออกไปยิ่งขึ้น

ทั้งนี้การผลิตซ้ำด้วยการแต่งหน้าของแดริคควินในฐานะที่เป็นศิลปะที่คนในสังคมยอมรับได้ โดยเป็นการผลิตซ้ำเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ อารมณ์ ความรู้สึก การสร้างคุณค่าและการตระหนักรู้ทางสังคม (social awareness) ซึ่งสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของคนในสังคมให้เกิดขึ้น ดังนั้นจึงเป็นการสื่อสารในลักษณะของการปริวรรต (transaction) จากการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของสมาชิกในสังคมเพื่อให้บรรลุความเข้าใจร่วมกัน ดังนั้นการแต่งหน้าในแต่ละครั้งสามารถขยายประสบการณ์และเปิดสุนทรียภาพทางการสื่อสารของมนุษย์ให้กว้างออกไปอย่างมีธรรมชาติแห่งความงาม สอดคล้องกับที่ยาคอบสัน (Jakobson, 1987) ได้กล่าวว่า หน้าทีในเชิงสุนทรียภาพในลักษณะของเนื้อหาสารใด ๆ ก็ตามที่ปรากฏย่อมต้องมีหน้าที่ในการสื่อสารความงามเสมอ เช่นเดียวกับเจลล์ (Gell) (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) เคยเปรียบเทียบเทคโนโลยีว่าเป็นเสมือนมนต์วิเศษ โดยนัยยะนี้ เทคโนโลยีไม่ได้มีเพียงด้านที่เป็นเครื่องจักรเท่านั้น หากแต่ยังมีอีกด้านของความปรารถนาและอารมณ์ กล่าวคือเจลล์เชื่อว่าเทคโนโลยีมีมนต์วิเศษที่ทำให้สามารถควบคุมทั้งความคิดและการกระทำของมนุษย์ชาติได้ เช่น ดนตรี งานศิลปะที่สร้างความรื่นรมย์ให้กับชีวิตมนุษย์

ดังนั้นการแต่งหน้าถือเป็นศาสตร์แห่งการสื่อสารที่อยู่บนพื้นฐานแห่งศิลปะที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสร้างสุนทรียภาพ (aesthetics) ที่แต่ละบุคคลสามารถเข้าใจและรู้สึกสัมผัสได้ เป็นเรื่องอัตวิสัย (subjective) การแต่งหน้าของแดริคควินจึงเป็นการสร้างความบันเทิง ความสนุกสนาน และความรื่นเริงบันเทิงใจ แฝงไปด้วยคุณค่าแห่งความงาม (beauty) ความตื่นตาตื่นใจ (picturesqueness) และความน่าทึ่ง (sublimity) ผ่านการแต่งหน้าของบุคคลต่างๆ ในบริบทแห่งช่วงเวลาของแต่ละยุคแต่ละสมัยที่เปรียบประดุจสิ่งจรรโลงใจและหล่อเลี้ยงจิตวิญญาณของมนุษย์ได้

เจกเซนที่ถิรันท์ อนุวัชศิริวงศ์ และคณะ (2547, น. 5-6) กล่าวว่า การสร้างสรรค์งานศิลปะซึ่งเป็นการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก หรือความคิดของผู้ส่งสารคือศิลปินไปยังผู้รับสารคนอื่นๆ โดยมุ่งให้ผลในด้านอารมณ์ ความรู้สึกเป็นสำคัญ จึงถือเป็นการสื่อสารเชิงสุนทรียะ (aesthetic communication) ในระดับพื้นฐานที่สุดของงานประเภทนี้คือ ให้ความบันเทิง (entertain) อันได้แก่ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ในระดับที่สูงขึ้นไปคือให้สติปัญญา (intellectual) อันได้แก่ ความคิดความเข้าใจที่มีคุณค่า และในระดับที่สูงที่สุดคือการหล่อเลี้ยงจิตวิญญาณของมนุษย์ทำให้เกิดความประจักษ์แจ้งในตน ในโลกและชีวิต

อนึ่ง การแต่งหน้าของแดริคควินเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่หลากหลาย โดยได้แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ที่ดำรงอยู่ในสังคมยุคหลังสมัยใหม่หรือยุคดิจิทัลที่สามารถสร้างสรรค์การแต่งหน้าได้ตามความพึงพอใจของตนเอง ดังเช่นวลีดังแห่งยุค คือ “No สน No แคร้” ซึ่งนำไปสู่การมอบความสุขให้แก่ตนเองและมวลชน สอดคล้องกับที่ทวิวิก กลิ่นสุคนธ์ (2541, น. 67) กล่าวว่าลักษณะสำคัญของสังคมหลังสมัยใหม่คือเป็น

สังคมที่เรียกว่า “สังคมสุขนิยม” คือทุกคนสามารถเลือกที่จะทำอะไรตามความพึงพอใจของตนเอง ต้องการทำอะไรก็ตามที่ทำให้ตนเองมีความสุขโดยไม่สนใจใคร วัฒนธรรมในยุคหลังสมัยใหม่จึงเป็นเรื่องที่ฉาบฉวยผิวเผิน เป็นสิ่งที่ดำเนินไปตามอารมณ์มากกว่าเหตุผล และเป็นสิ่งที่ไม่สมเหตุสมผล จึงแปรเปลี่ยนได้ง่ายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งทุกสิ่งทุกอย่างมุ่งไปสู่การแสวงหาความสุข

ทั้งนี้การแต่งหน้าของแดริควินถือเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของ LGBTQ+ ที่สามารถเปลี่ยนแปลงบทบาทของตัวตน (self) ได้อย่างเป็นพลวัต ทำให้เกิดอัตลักษณ์ที่พร่ามัว แสดงถึงอัตลักษณ์ที่ไม่ชัดเจน จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจและนำไปสู่การติดตามการนำเสนอการแต่งหน้าในแต่ละคลิป การแสดงออกของตัวตนในแต่ละบทบาทจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ ถือเป็นการสร้างเนื้อหาแห่งตัวตนและการช่วงชิงกระแสความนิยมที่มีความท้าทายสำหรับการสื่อสารในยุคดิจิทัล

4. สรุป

บทความเรื่องแดริควินพันหน้า: สุนทรียภาพจากการซ้อนทับขององค์ประกอบพื้นฐานทางการสื่อสารแห่งยุคหลังสมัยใหม่ ผู้เขียนได้พยายามชี้ให้เห็นถึงการสื่อความหมายด้วยการแต่งหน้าในยุคดิจิทัลที่ล้วนจำเป็นต้องอาศัยรหัสตัวสารเชิงเสมือนร่วมกับรหัสตัวสารเชิงตรรกะ เพื่อจัดการให้ความหมายของการแต่งหน้าเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยลดทอนความคลุมเครือ ความไม่แน่นอนและความไม่ชัดเจนของการสื่อความหมาย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสาร

ทั้งนี้เมื่อโลกแห่งการสื่อสารดำรงอยู่ในยุคดิจิทัล ผู้ทำการสื่อสารจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจองค์ประกอบต่างๆ ที่มีลักษณะไม่ตายตัวหรือคงอยู่ในสภาวะเดิมที่แยกบทบาทอย่างเป็นเอกเทศออกจากกัน อย่างชัดเจน ทว่าองค์ประกอบของการสื่อสารสามารถสวมบทบาท เปลี่ยนสถานะ หรือกลายสภาพเป็นอีกตัวหนึ่งในการจัดการความหมายของการแต่งหน้าให้เกิดขึ้นได้อย่างมีพลวัต ซึ่งล้วนเกิดจากการซ้อนทับในการสื่อความหมายของสื่อหลายประเภทผสมรวมเข้าด้วยกัน สอดคล้องกับคิโซ (Kisho, 1994) (อ้างถึงใน ณิชระ อิมณะรัญ และกฤษณ์ ทองเลิศ, 2562, น. 191) ได้กล่าวถึงรากฐานสำคัญที่ปรากฏในหลักปรัชญาชีวิตสมาสัยว่า ในปัจจุบันมุมมองต่อปรากฏการณ์ทางสังคมได้เปลี่ยนจากหลักเหตุผลนิยมและความเป็นคู่ตรงข้ามสู่ความหลากหลายของค่านิยมที่แตกต่าง ยอมรับการมีอยู่ทั้งสิ่งที่เป็นคู่ตรงข้ามและส่วนที่เป็นความคลุมเครือหรือส่วนที่เป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง รวมทั้งส่วนที่ไร้ระเบียบ (chaotic)

ดังนั้นตัวตนของการสื่อสารจึงเป็นประเด็นที่มีความคลุมเครือ ผู้ทำการสื่อสารจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจและแปรสภาพองค์ประกอบของการสื่อสารให้เป็นตัวรหัสที่ใช้ในการกำหนดความหมายของการสื่อสาร โดยจะเห็นได้ชัดเจนว่า “รหัส” เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดความหมายของบทบาทและความหมายของการแต่งหน้าแดริควินที่เกิดขึ้นในยุคหลังสมัยใหม่หรือยุคดิจิทัลที่ปราศจากสูตรสำเร็จที่ตายตัว บทความนี้ได้นำเสนอถึงการสื่อสารในยุคดิจิทัลที่องค์ประกอบของการสื่อสารไม่ได้มีความสถิตเสถียร แต่กลับกลาย เปลี่ยนแปลง และสามารถสวมสลับทบาทกันในการจัดการความหมายให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการเปิดพื้นที่และสร้างความเข้าใจถึงการสื่อสารในยุคปัจจุบัน โดยจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ต่อยอดองค์ความรู้และนำไปปรับเปลี่ยน ประยุกต์ใช้ในการผลิตงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ต่อไป

รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กิตติ กันภัย. (2551). *จิตวิทยาการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานันท์ ยอดหงษ์. (2560). DRAG QUEEN: เพราะเพศเป็นสิ่งประดิษฐ์และไม่ได้ติดตัวแต่กำเนิด. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2563 จาก <https://spectrumth.com/2019/07/20/drag-queen>.
- ชีรา ทองกระจาย. (2561). ความเท่าเทียมกันทางเพศสภาพ. ใน *เอกสารชุดวิชาการพัฒนามนุษย์ในบริบทโลก*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณชรต อิมณะรัฐ และกฤษณ์ ทองเลิศ. (2562). การดำรงอยู่และสุนทรียภาพของสัญรูปนาคในสื่อบันเทิงไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 23(3), 183-195.
- ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และคณะ. (2547). *สุนทรียนิเทศศาสตร์ การสื่อสารการแสดงและสื่อจินตคดี*. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีรัก กลิ่นสุคนธ์. (2541). การศึกษากระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ภูมิชนะ หนูชูแก้ว และโมไนยพล วัฒนเวช. (2563). การบริหารรายการโทรทัศน์เฉพาะกลุ่ม: รายการแดร์ริก เรซ ไทยแลนด์. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิต้า, 6(1), 44-57.
- ริรินดา เต็มไทยมงคล. (2551). ปริศนาการสื่อสารในรายการโทรทัศน์เล่าข่าวเช้า. *นิเทศสยามปริทัศน์*, 8(8), 3-19.
- ศิริชัย ศิริกายะ. (2558). ข้อเสนอแนะประเด็นการสื่อสารเพื่องานวิจัยนิเทศศาสตร์ตามแนวคิด “ปฏิสัมพันธ์” (Symbiosis) ในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 14(16), 7-11.
- ศิริชัย ศิริกายะ. (2562). การสื่อสารกับอสังเกตรรรณะ. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 18(2), 8-12.
- ศิริชัย ศิริกายะ สุธี พลพงษ์ และเจตน์จันทร์ เกิดสุข. (2560). จังหวะของการสื่อสารในรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตี เกมโชว์ที่คัดสรร. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 16(20), 57-65.
- อารีรัตน์ แพทย์นุเคราะห์. (2552). *การกำกับความหมายของแผนที่ท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- Dickson, H., Thomson, C., & O'Toole, P. (2016). A Picture is worth a thousand words: Investigating first year chemistry students' ability to visually express their understanding of chemistry concepts. *International Journal of Innovation in Science and Mathematics Education*, 24(1), 12-23.
- Fiske, J. (1982). *Introduction to Communication Studies*. New York: Methuen & Co. Ltd.
- Genette, G. (1997). *Paratexts: Thresholds of Interpretation* (C. Newman & C. Doubinsky, Trans.). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Hirschman, A. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hook, J. N., & Stevens, Robert L. (1967). *Competence in English*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Jakobson, R. (1962). *Selected Writing, 4 Roles*. The Hague: Mouton.
- Jakobson, R. (1987). *Language in Literature*. London: The Belknap Press of Harvard University.
- Schramm, W. (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford, CA: Stanford University Press.

จริยธรรมการตีพิมพ์ผลงานในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

(Publication Ethics)

1. บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน

1. ผู้เขียนต้องรับรองว่าผลงานที่ส่งมาเพื่อเสนอพิจารณาตีพิมพ์เป็นผลงานใหม่ ไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างส่งให้วารสารอื่นพิจารณาในเวลาเดียวกัน
2. ผู้เขียนต้องรายงานข้อมูลตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจริง ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลเท็จ
3. ผู้เขียนต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่นและผลงานของตนเอง หากมีการนำผลงานเหล่านั้นมาใช้ในผลงานของตน รวมทั้งระบุในรายการอ้างอิงท้ายบทความ
4. ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดไว้ใน “ข้อแนะนำในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ”
5. ผู้เขียนที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคนต้องเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการจริง
6. ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการวิจัย (หากมี) โดยระบุมาพร้อมกับบทความที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์
7. ผู้เขียนต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (หากมี) โดยระบุมาพร้อมกับบทความที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์

2. บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อเสนอพิจารณาตีพิมพ์แก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
2. หลังจากได้รับบทความจากกองบรรณาธิการวารสาร หากผู้ประเมินบทความตระหนักว่าอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการ รู้จักผู้เขียนเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างเป็นอิสระได้ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบ และปฏิเสธการประเมินบทความนั้นๆ
3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่จะมีต่อสาขาวิชานั้นๆ องค์กรความรู้ใหม่ คุณภาพของการวิเคราะห์และความเข้มข้นของผลงาน ไม่ควรใช้ข้อคิดเห็นส่วนตัวมาเป็นเกณฑ์ในการประเมินบทความ
4. ผู้ประเมินบทความควรระบุผลงานที่สอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน แต่ผู้เขียนไม่ได้อ้างถึงเข้าไปในการประเมินบทความด้วย นอกจากนี้หากมีส่วนใดของบทความที่มีความซ้ำซ้อนกับผลงานอื่น ๆ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบด้วย

3. บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร

1. บรรณาธิการวารสารมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพของบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่ตนรับผิดชอบ
2. บรรณาธิการวารสารต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
3. บรรณาธิการวารสารต้องตัดสินใจคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความสำคัญ ความใหม่ ความชัดเจน และความสอดคล้องกับเนื้อหาและนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ
4. บรรณาธิการวารสารต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ในวารสารอื่นมาแล้ว
5. บรรณาธิการวารสารต้องไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความ เพราะความสงสัยหรือไม่แน่ใจ โดยให้ผู้เขียนหาหลักฐานมาพิสูจน์ข้อสงสัยนั้นๆ ก่อน
6. บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน ผู้ประเมินบทความ และผู้บริหาร
7. บรรณาธิการต้องตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (plagiarism) อย่างจริงจัง เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น บรรณาธิการวารสารต้องหยุดกระบวนการประเมินและติดต่อผู้เขียนเพื่อขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการพิจารณา “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้นๆ

ข้อแนะนำในการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ ในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ

1. การจัดเตรียมต้นฉบับ

บทความที่จะเสนอตีพิมพ์ในวารสารมนุษยศาสตร์วิชาการต้องเป็นบทความวิจัย (research article) บทความวิชาการที่ไม่ใช่งานวิจัย (non-research academic article) บทความปริทรรศน์ (review article) หรือบทวิจารณ์หนังสือ (book review) เนื้อหาของบทความต้องเกี่ยวกับมนุษยศาสตร์หรือสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ภาษา ภาษาศาสตร์ การเรียนการสอนภาษา การแปล วรรณคดี คติชนวิทยา ศิลปะการแสดง ปรัชญาและศาสนา สื่อสารมวลชน ดนตรี ศิลปะและการท่องเที่ยว

บทความต้องเขียนเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ หากผู้เขียนบทความไม่ใช่เจ้าของภาษา บทความต้องได้รับการตรวจทานและแก้ไขภาษาจากผู้อ่านที่เป็นเจ้าของภาษาก่อนส่งมายังกองบรรณาธิการความยาวของต้นฉบับไม่ควรเกิน 15 หน้ากระดาษ A4

บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องระบุข้อมูล ชื่อบทความ บทคัดย่อ คำสำคัญอย่างน้อย 3 คำ ชื่อผู้เขียน และหน่วยงานต้นสังกัด ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การอ้างอิงในบทความต้องทำตามระบบ APA อย่างเคร่งครัด (สามารถดูรายละเอียดได้ที่ American Psychological Association. (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6th ed.). Washington, DC: Author. ซึ่งเผยแพร่บนเว็บไซต์ <http://www.apastyle.org/learn/index.aspx> หรือดูรายละเอียดที่ นันทพร ฐนะกุลบริภักดิ์ (2558). การอ้างอิงและการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง ตามแบบ APA ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ซึ่งเผยแพร่บนเว็บไซต์ <http://library.stou.ac.th/sites/default/files/editor/APA6th.pdf>

2. การอ้างอิงและการเขียนเอกสารอ้างอิง

กรณีที่ผู้เขียนต้องระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่อง ให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) โดยระบุชื่อผู้แต่ง ปีพิมพ์ของเอกสารและเลขหน้าของเอกสารที่อ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น หากผู้เขียนผลงานที่อ้างอิงเป็นชาวไทย ให้ระบุชื่อและนามสกุล ส่วนผู้เขียนผลงานที่อ้างอิงเป็นชาวต่างประเทศให้ระบุเฉพาะนามสกุล เช่น

วิทยา ศักยาภินันท์ (2548, น. 34) กล่าวไว้ว่า... หรือ

ลักษณะดังกล่าวพบได้ในการอนุমানแบบนिरनय (วิทยา ศักยาภินันท์, 2548, น. 34)

Said (1978, p. 15) มีข้อเสนอทางวิชาการในประเด็นนี้ว่า...

ทั้งนี้ให้มีการอ้างอิงส่วนท้ายเล่ม (reference citation) ในรูปแบบของเอกสารอ้างอิง (References) โดยจัดเรียงรายการเอกสารตามลำดับอักษร และแสดงรายการอ้างอิงภาษาไทยก่อนรายการอ้างอิงภาษาอังกฤษ โดยมีตัวอย่างการเขียนรายการเอกสาร อ้างอิงดังนี้

2.1 หนังสือ

- กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์ (บ.ก.). (2549). *มองสังคมผ่านวาทกรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทพร ณะกุลบริภัณฑ์. (2558). *การอ้างอิงและการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง ตามแบบ APA ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 6*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2550). *หลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาจีนและภาษาฮินดี*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- American Psychological Association. (2010). *Publication manual of the American Psychological Association* (6th ed.). Washington, DC: Author.
- Bressler, Charles E. (2011). *Literary criticism: An introduction theory and practice* (5th ed.). Boston: Pearson Education.
- Comrie, B. (Ed.). (1990). *Major languages of East and South-East Asia*. London: Routledge.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago & London: The University of Chicago Press.

2.2 หนังสือแปล

- คิโยซากิ, โรเบิร์ตที. (2545). *พอรวายสอนลูก 5: โรงเรียนสอนธุรกิจ* (พิบูลย์ ดิษฐ์อุตม, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Laplace, P. S. (1951). *A philosophical essay on probabilities* (F. W. Truscott, & F. L. Emory, Trans.). New York, NY: Dover.

2.3 บทหรือบทความในหนังสือ

- จันทิมา เอี่ยมมานนท์. (2549). ปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาษา วาทกรรม และอัตลักษณ์ ของผู้ติดเชื้อ/ผู้ป่วยเอดส์: การศึกษาเชิงปฏิสัมพันธ์วิเคราะห์. ใน กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์ (บ.ก.), *มองสังคมผ่านวาทกรรม* (น. 49-76). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Fairclough, N. (1997). Technologisation of discourse. In C. R. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (Eds.), *Texts and practices: Readings in critical discourse analysis* (pp. 71-83). London: Routledge.

2.4 บทความในวารสาร

วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2546). กิเลส: การศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ในภาษาไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 19(2), 24-41.

Robertson, S. (2005). What law got to do with it?. *Journal of the History of Sexuality*, 14(1), 161-185.

2.5 บทความในหนังสือพิมพ์

โสภิต ทองปาน. (2544, 15 มกราคม). การพัฒนาชนบทในอดีต. *มติชน*, น. 6.

Schwartz, J. (1993, September 30). Obesity affects economic, social status. *The Washington Post*, pp. A1, A4.

2.6 วิทยานิพนธ์

จารุวรรณ พุ่มพฤษ. (2536). การวิเคราะห์กลอนกลบทไทยด้วยระเบียบวิธีวิจัยทางภาษาศาสตร์ (วิทยานิพนธ์ดุสิตวิทยบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

Nelsol, M. A. (2000). *Corpus-based study of business English and business English teaching materials* (Unpublished doctoral dissertation). University of Manchester, Manchester.

2.7 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

สถาบันไทใหญ่ศึกษา. (2559, 21 ธันวาคม). ประวัติความเป็นมาของชนชาติไตโดยสังเขป. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2559 จาก <http://www.taiyai.org/2011/index.php?page=4c2378500328311c7354592d47cc700d&r=3&id=284>.

Ahom. (2016). Retrieved April 29, 2016, from <http://omniglot.com/writing/ahom.htm>.

2.8 บทสัมภาษณ์

แดง จันทร์สีป. (2560, 7 มีนาคม). แม่เพลงบ้านวัดบางน้อย ตำบลเจ๊ะเห
อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส. [บทสัมภาษณ์].

Ross, R. (1980, 5 May) Associate Director, Cornell University Libraries. [Interview].

3. ตัวอักษรและรูปแบบการพิมพ์

3.1 ระยะขอบ

การตั้งระยะขอบกระดาษ ให้ตั้งดังนี้

ด้านบน	1 นิ้ว	ด้านล่าง	1 นิ้ว
ด้านซ้าย	1.5 นิ้ว	ด้านขวา	1 นิ้ว

3.2 รูปแบบและขนาดตัวอักษร

ส่วนของบทความ	การจัดขีดขอบ	ลักษณะตัวอักษร	แบบอักษร	ขนาดอักษร (พอยต์)
ชื่อบทความ	กลางหน้ากระดาษ	ตัวหนา	Browallia New	18
หัวข้อ	ขีดซ้าย	ตัวหนา	Browallia New	17
เนื้อความ	จัดพอดีหน้า	ปกติ	Browallia New	15
การเน้นความ	-	ตัวเอียง	Browallia New	15

3.3 การนำเสนอข้อมูลด้วยตาราง (table)

ข้อความในตารางใช้รูปแบบอักษร Browallia New ขนาด 14 พอยต์ หรือสามารถปรับขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมกับข้อมูล ใส่เลขลำดับตารางและชื่อตารางไว้ด้านบนตาราง และจัดระยะขีดซ้าย โดยจัดรูปแบบอักษรดังนี้ เลขลำดับตารางใช้อักษรตัวปกติ และชื่อตารางใช้อักษรตัวเอียง (italic) เช่น

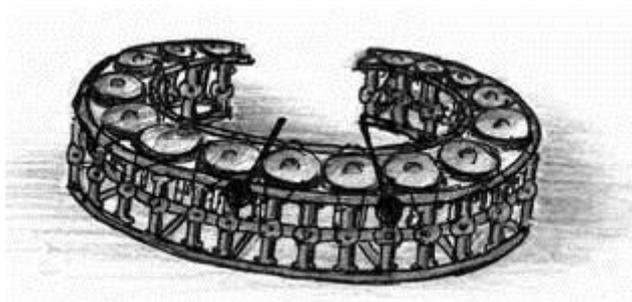
ตารางที่ 2

การเปลี่ยนแปลงด้านคำศัพท์การประกอบอาหารไทยถิ่นเหนือในกลุ่มศัพท์ที่ยังคง ใช้ทั้ง 3 ช่วงอายุ

คำศัพท์การประกอบอาหารไทย ถิ่นเหนือ	คำศัพท์อื่นที่พบจากการสัมภาษณ์		
	ช่วงอายุที่ 1	ช่วงอายุที่ 2	ช่วงอายุที่ 3
อ่อง	ข้าว	ข้าว	ข้าว
	-	ผัด	ผัด

3.4 การนำเสนอข้อมูลด้วยรูปภาพ (figure) ได้แก่ กราฟ (graph) แผนผัง/ ผังภูมิ (chart) แผนที่ (map) ภาพวาด (drawing) ภาพถ่าย/ รูปภาพ (photograph/ picture)

ระบุนหมายเลขรูปภาพและชื่อรูปภาพไว้ใต้รูปภาพ โดยใช้รูปแบบอักษร Browallia New ขนาด 14 และจัดระยะแบบกลางหน้ารูปภาพหรือกลางรูปภาพ โดยจัดรูปแบบอักษรดังนี้ เลขลำดับภาพใช้อักษรตัวเอียง (italic) และชื่อภาพใช้อักษรตัวปกติ เช่น



ภาพที่ 2. ฆ้อง (ดัดแปลงจากสำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2559)

4. การแบ่งหัวข้อในบทความ

ต้นฉบับบทความควรจะแบ่งหัวข้อหลักเป็นสัดส่วน และกำกับหัวข้อหลักและหัวข้อย่อยด้วยระบบตัวเลข โดยจัดรูปแบบให้เป็นไปตามรูปแบบดังนี้

1. หัวข้อลำดับที่ 1

หัวข้อลำดับที่ 1 พิมพ์ด้วยอักษรตัวหนา (bold) ขนาด 17 พอยต์ จัดชิดซ้าย เว้นบรรทัดด้านบนสองบรรทัดและเว้นบรรทัดด้านล่างหนึ่งบรรทัด

1.1 หัวข้อลำดับที่ 1.1

หัวข้อลำดับที่ 1.1 พิมพ์ด้วยอักษรตัวหนา (bold) ขนาด 16 พอยต์ จัดชิดซ้าย เว้นบรรทัดด้านบนหนึ่งบรรทัด และเว้นบรรทัดด้านล่างหนึ่งบรรทัด

1.1.1 หัวข้อลำดับที่ 1.1.1

หัวข้อลำดับที่ 1.1.1 พิมพ์ด้วยอักษรตัวปกติ ขนาด 15 พอยต์ จัดชิดซ้าย เว้นบรรทัดด้านบนหนึ่งบรรทัดและบรรทัดด้านล่างตามด้วยเนื้อความทันที

5. การส่งต้นฉบับ

ผู้สนใจสามารถส่งบทความออนไลน์ผ่านระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (Thai Journals Online) ได้ที่ <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc>

