

- ▶ **เจ้าของ**
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ▶ **คณะผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษาวารสาร**
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองคณบดีฝ่ายแผนยุทธศาสตร์และวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ ดร.สิทธิ์ บุตรอินทร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร สิริกาญจน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ สุวิทย์ วีระศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ศาสตราจารย์ ดร.เศกสรรค์ ยงนิมิตย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ ศรีสันติสุข มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ▶ **บรรณาธิการ**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ ชัดชุมแสง มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ▶ **กองบรรณาธิการ**
ศาสตราจารย์ ดร.วิษระ งามจิตรเจริญ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.จันทงค์ อติวัฒน์สิทธิ์ มหาวิทยาลัยมหาลาภจากรนครราชสีมา
ศาสตราจารย์ ดร.ประยงค์ แสนบูรณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน
ศาสตราจารย์ ดร.โสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.อนุกุล วัฒนสุขสมบูรณ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรุตม์ บุญศรีตัน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์มาถม มานะแซม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.ปฐม หงษ์สุวรรณ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงคุณ จันทจร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดิษยพรรณศรี ศรีบุญเรือง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.พิสิทธิ์ กอบบุญ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.วรสิริ ลิงหศิริ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศเรศ ดลเพ็ญ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อาจารย์ ดร.ประภาส แก้วเกตุพงษ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ▶ **ผู้ตรวจสอบภาษาอังกฤษ**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภรณ์ ติราชภูริวิเศษ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ▶ **ฝ่ายจัดการวารสาร**
นางสาวอัมพร รักษทองแสง มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ▶ **วัตถุประสงค์**
 1. เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่การศึกษา ค้นคว้า และวิจัยด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม
 2. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ และนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- ▶ **กำหนดออกวารสาร (ปีละ 2 ฉบับ)**
ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน
ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม
- ▶ **พิมพ์ที่** โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40002
- ▶ **ติดต่อขอรับวารสาร หรือส่งบทความลงตีพิมพ์**
ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
เลขที่ 123 หมู่ที่ 16 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40002
โทร. 043-202236 โทรสาร. 043-202236 E-mail: amporu@kku.ac.th
- ▶ **วารสารออนไลน์** <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/gshskku>

JOURNAL OF LANGUAGE, RELIGION AND CULTURE

ISSN 2697-5637 (Online) Vol.11 No.1 July-December 2022

► **Publisher**

Faculty of Humanities and Social Science, Khon Kaen University

► **Editorial Advisors**

Dean of Faculty of Humanities and Social Sciences Khon Kaen University
Vice Dean for Strategic Planning and Research Khon Kaen University
Prof. Sit Boot-in, PhD Chiang Mai University
Prof. Pataraporn Sirkanchana, PhD Thammasat University
Prof. Suwit Theerasasawat Khon Kaen University
Prof. Sekson Yongvanit, PhD Khon Kaen University
Assoc. Prof. Somsak Srisontisuk, PhD Khon Kaen University

► **Editors-in-Chief**

Assist. Prof. Jaggapan Cadchumsang, PhD Khon Kaen University

► **Editorial Board**

Prof. Watchara Ngamjitcharoen, PhD Thammasat University
Prof. Chamnong Adivadhanasit, PhD Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Prof. Prayong Saenpuran, PhD Mahamakut Buddhist University Isan Campus
Prof. Soraj Hongladarom, PhD Chulalongkorn University
Assoc. Prof. Anukoon Rotjanasuksomboon, PhD Chulalongkorn University
Assoc. Prof. Parud Boonsriton, PhD Chiang Mai University
Assoc. Prof. Manop Manasam Chiang Mai University
Prof. Pathom Hongsuwan, PhD Mahasarakham University
Assoc. Prof. Songkoon Chantachon, PhD Rajabhat Maha Sarakham University
Assist. Prof. Disayathat Sribunrueang Rajabhat Maha Sarakham University
Assoc. Prof. Pisit Kobbun, PhD Ubon Ratchathani University
Assoc. Prof. Wareesiri Singhasiri, PhD Khon Kaen University
Assist. Prof. Itsarate Dolphen, PhD Khon Kaen University
Mr. Prapas Kaewketpong, PhD Khon Kaen University

► **English Language Editor**

Assist. Prof. Poranee Deerajiset, PhD Khon Kaen University

► **Managing Journal**

Ms. Amporn Ruknongsang Khon Kaen University

► **Objective**

1. to promote and publicize research in humanities and social sciences in the field of language, religion and culture
2. to be the stage of exchanging knowledge and academic ideas in humanities and social sciences for researchers, academicians, lecturers, and graduate students in Thailand and overseas.

► **Publication**

Bi-annual
Vol.1; January –June
Vol.2; July - December

► **Printing**

KKU PRINTING Nai Mueang, Mueang Khon Kaen District, Khon Kaen 4002

► **Inquiries**

Research and Academic Service, Faculties of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University
123 Moo. 16, Mittraphap 18 Alley, Nai Mueang, Mueang Khon Kaen District, Khon Kaen 40002
Tel. 043 – 202236 Fax. 043 – 202236 E-mail: amporu@kku.ac.th

► **Online Journal** <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/gshskku>

วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม

วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นวารสารวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่การศึกษาค้นคว้าและวิจัยด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม และเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ และนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ วารสารมีกำหนดออก ปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน) ตีพิมพ์ทั้งรูปแบบรูปเล่มและระบบวารสารอิเล็กทรอนิกส์ Thai Journals Online (ThaiJO) ทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย 2 ท่าน โดยผู้ประเมินจะไม่ทราบ ว่าผู้นิพนธ์บทความเป็นผู้ใดเช่นเดียวกับผู้นิพนธ์บทความไม่ทราบว่าเป็นผู้ประเมินเป็นผู้ใด (Double-blind Peer Review) เนื้อหาของบทความต้องเกี่ยวข้องกับ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในด้านปรัชญาและศาสนา ภาษา ภาษาศาสตร์ วรรณกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดี อาณาบริเวณศึกษา และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม จะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการ หรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม อย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร

ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือเป็นทัศนะ และความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

JOURNAL OF LANGUAGE, RELIGION AND CULTURE

Journal of Language, Religion and Culture is the academic journal in the field of humanities and social sciences. It aims to promote and publicize research in humanities and social sciences in the field of language, religion and culture, and to be the stage of exchanging knowledge and academic ideas in humanities and social sciences for researchers, academicians, lecturers, and graduate students in Thailand and overseas. This journal is published biannually in both hard copies and electronic copies in Thai Journals Online (ThaiJO). All the articles published are peer-reviewed by at least two experts (Double-blind Peer Review). The contents of the article should be related to the field of humanities and social sciences such as Philosophy & Religion, Languages, Linguistics & Literature, Culture, History & Archeology, Area Studies, and related areas. The articles are in both Thai and English.

The article submitted to Journal of Language, Religion and Culture should not have been previously published or should not be in consideration of other journals for publication. The authors should strictly follow the guidelines (including the referencing format) for the publication of scholarly articles or research articles for publication in Journal of Language, Religion and Culture.

Views and opinions expressed in the articles published in Journal of Language, Religion and Culture are the responsibility of the authors, are not under responsibility of the editors, and do not necessarily reflect those of the editorial board.

บทบรรณาธิการ

วารสาร “ภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม” ฉบับนี้มีบทความวิจัยทั้งสิ้นเจ็ดเรื่อง เรื่อง ในจำนวนนี้ เป็นบทความในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภาษาจำนวนห้าเรื่อง อีกสองเรื่องเกี่ยวข้องกับศาสนาและวัฒนธรรม

บทความเรื่องแรก คือ “การตีความเชิงอรรถศาสตร์ของโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำในบทความข่าวธุรกิจ” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำโดยอ้างอิงถึงโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำแบบพื้นฐาน และศึกษาข้อมูลโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำก่อนหน้านี้ ให้ความสำคัญโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำในบทความวิชาการและตำราเรียน บทความเรื่องที่สอง คือ “อิทธิพลของชนิดในการใช้คำอุปสรรค บริบท และวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการตีความของผู้เรียน” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลของประเภทของคำอุปสรรค บริบท และวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตีความเชิงเปรียบเทียบของผู้เรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ พบว่าการตีความคำอุปสรรคมีความสำคัญต่อการเรียนภาษาอังกฤษ นอกจากนี้บทเรียนดังกล่าวสามารถปรับปรุงบรรยากาศในห้องเรียนและยังเสริมสร้างแรงบันดาลใจต่อการเรียนภาษาอังกฤษอีกด้วย การฝึกเฉยต่อบทเรียนเกี่ยวกับคำอุปสรรคยังสามารถส่งผลต่อผลคะแนนในการทดสอบหรือการสอบวัดความรู้ทางภาษาได้ บทความเรื่องที่สาม คือ “การวิเคราะห์ความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิงของผู้ส่งเสริมการขายบนสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทของไทย” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาวิเคราะห์ความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิงของผู้ส่งเสริมการขายในสื่อทางสังคมของคนไทยตามกรอบแนวคิดเรื่องความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิง (Entertaining Impoliteness Framework) ของโจนทานธัน คัลเพเพอร์ (Jonathan Culpeper) โดยในการศึกษานี้ ความสุขจากการแอบดูเป็นประเภทเดียวที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในแง่ของอารมณ์แปรปรวนซึ่งส่งผลต่อผู้ที่ถูกสังเกตและถูกคุกคาม บทความเรื่องที่สี่ คือ “การวิเคราะห์การแปลอารมณ์ขันจากภาษาเยอรมันเป็นภาษาไทย : กรณีศึกษาวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง Eine Woche voller Samstage ของ พอล มาร์” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขัน วิเคราะห์กลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขัน และปัญหาการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนฉบับแปลเรื่อง

แซมเพื่อนรักมหัศจรรย์ ตอน ทุกวันเป็นวันเสาร์ แพลโดยหัตยา แพลจากต้นฉบับภาษาเยอรมันเรื่อง Eine Woche voller Samstage ของ Paul Maar โดยใช้แนวคิดเรื่องความไม่เข้ากัน (Incongruity) และความกำกวมของภาษา (Ambiguity) เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกภาษาสื่ออารมณ์ขัน และใช้ทฤษฎีแนวคิดวิธีการแปลแบบปรับ (Adaptation) ในการวิเคราะห์กลวิธีการแปล บทความเรื่องที่ทำ คือ “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยทางสังคมของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคม ด้านกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากการได้รับการเชิญชวนจากสื่อสังคม (Social Media) ด้านพฤติกรรมหลังการชม ที่เกิดจากการตัดสินใจชมละครจีนเรื่องนั้น ๆ ต่อจนจบ และในด้านปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมละครจีน บทความเรื่องที่หก คือ “ความเป็นมาและการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาความเป็นมาของการสืบทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ และเพื่อศึกษาการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ พบว่า ความเป็นมาฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ มีความเป็นมาจากองค์ความรู้จากสายตระกูล และองค์ความรู้จากสายอุปลัมภ์ ในส่วนลักษณะการถ่ายทอดพบว่า มีหลักเกณฑ์ในการถ่ายทอดจำนวน 5 ประการ คือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอด 2) โอกาสในการถ่ายทอดองค์ความรู้ 3) การถ่ายทอดความรู้เฉพาะบุคคล 4) การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่ม และ 5) การประเมินผลการถ่ายทอด และบทความสุดท้าย คือ “ชีวประวัติและคุณูปการของพระธรรมรัตนะในคัมภีร์เกาเชิงจ้วนแปล : พระภิกษุชาวต่างชาติยุคราชวงศ์ฮั่น” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาและนำเสนอบทถอดความชีวประวัติของพระธรรมรัตนะในคัมภีร์เกาเชิงจ้วน วิเคราะห์รายละเอียดของเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ คัมภีร์และภาพวาดพระพุทธรูปในชีวประวัติของพระธรรมรัตนะ และ

วิเคราะห์คฤณุปการของพระธรรมรัตน์ที่มีต่อพระพุทธศาสนาจีน พบว่า รายละเอียดเนื้อหาชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ที่หลงเหลือในปัจจุบัน มีปรากฏอยู่ในคัมภีร์เกาเซิงจ้วนเท่านั้น ไม่มีอยู่ในบันทึกร่วมสมัยฉบับอื่น ๆ ชีวประวัติของพระธรรมรัตน์มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์จลาจล การขูดทะเลสาบคุนหมิงในยุคราชวงศ์ฮั่น และจากการบันทึกของท่านอยู่เฉยๆ การทำงานเผยแผ่ของพระธรรมรัตน์ ทำให้เห็นถึงคุณธรรมของท่าน ในด้านของความมุ่งมั่น อดทน การยอมละทิ้งเกียรติยศ เพื่ออุทิศให้กับการงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาในจีนอย่างเต็มที่

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้อ่านจะได้รับมุมมองที่เป็นประโยชน์จากบทความวิจัยข้างต้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงพัฒนาหรือต่อยอดผลงานวิชาการของตนเองจนนำไปสู่การเพิ่มองค์ความรู้ทางด้านภาษา ศาสนา และวัฒนธรรมให้กับแวดวงวิชาการไทยต่อไป

จักรพันธ์ ชัดชุ่มแสง
บรรณาธิการวารสาร

		หน้า
บทความวิจัย		
1	การตีความเชิงอรรถศาสตร์ของโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำในบทความข่าวธุรกิจ Semantic Interpretations of Passive Constructions in Business News Articles อภินิษฐ์ วงศ์กิตติพร Abhinan Wongkittiporn	1
2	อิทธิพลของชนิดในการใช้คำอุปลักษณ์ บริบท และวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการตีความของผู้เรียน Influences of metaphor types, context and culture on learners' interpretations ปัญญาพล บุญมา Punjapol Boonma	30
3	การวิเคราะห์ความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิงของผู้ส่งเสริมการขายบนสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทของไทย An Analysis of Entertaining Impoliteness Employed by Influencers on Social Media in Thai Context วิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา Wirat Wongpinunwatana ปานปั้น ปลั่งเจริญศรี Panpan Plangcharoensri	54
4	การวิเคราะห์การแปลอารมณ์ขันจากภาษาเยอรมันเป็นภาษาไทย : กรณีศึกษาวรรณกรรมเยาวชน เรื่อง Eine Woche voller Samstage ของ พอล มาร์ An Analysis of Humour in Translation from German into Thai : A Case Study of "Eine Woche voller Samstage" by Paul Maar สิริวรรณ เปรมจิตปิยะพันธ์ Siriwan Premjitpiyapan อัญชลี โตพึงพงศ์ Anchalee Topeongpong	76

สารบัญ (ต่อ)

5	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีน ของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร The Relationship between Social Factors and Decision-Making to Watch Chinese Drama of Gen Z in Bangkok กฤติยาภรณ์ โตสมภาพ Kittiyaporn Tosompap พรพรหม ชมงาม Pornprom Chomngam	หน้า 102
6	ความเป็นมาและการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อน นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ History and techniques for conveying Saomai dance in lineage of Mrs. Buariao Rattanamaneeporn ภุทธิ ศิริวิฑนกุล Bhudit Siriwattanakula จินตนา สายทองคำ Jintana Saithongkum	142
7	ชีวประวัติและคุณูปการของพระธรรมรัตนะในคัมภีร์ เกาเซ็งจ้วนแปล : พระภิกษุชาวต่างชาติยุคราชวงศ์ฮั่น The Biography and Dedication of Dharmaratna in the Gaoseng zhuan: the Foreign Monk in the Han Dynasty วิไลพร สุจริตธรรมกุล ประภากร พันส์ติษฐ์ Wilaiporn Suchariththammakul Prapakorn Bhanussadit	162

การตีความเชิงอรรถศาสตร์ของโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็น ผู้ถูกกระทำในบทความข่าวธุรกิจ

อภินิษฐ์ วงศ์กิตติพิท

สาขาวิชาภาษาอังกฤษ วิทยาลัยศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยรังสิต

บทคัดย่อ

โครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำในการศึกษานี้อ้างอิงถึงโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำแบบพื้นฐาน (*The business is now run by the former boss of the good guys*) การศึกษาข้อมูลโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำก่อนหน้านี้ให้ความสำคัญต่อโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำในบทความวิชาการและตำราเรียน ในงานวิจัยนี้จึงนำเสนอการวิเคราะห์โครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำจากมุมมองบทความข่าวธุรกิจ *The New York Times* ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ของอเมริกา *The Australian* ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ของออสเตรเลีย และ *The Times of London* ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ของอังกฤษ ชุดข้อมูลของหนังสือพิมพ์ทั้งสามฉบับถูกเก็บรวบรวมระหว่างวันที่ 20-31 กรกฎาคม 2563 จำนวนคำของการศึกษาโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำแบบพื้นฐานในการศึกษานี้คือ 150,000 คำประกอบด้วย 515 ตัวอย่าง จำนวนทั้งหมดของตัวอย่างแยกได้เป็น 119 ตัวอย่างจากข่าวธุรกิจ ในหนังสือพิมพ์ของอเมริกา 245 ตัวอย่างจากข่าวธุรกิจในหนังสือพิมพ์ของออสเตรเลีย และ 151 ตัวอย่างจากข่าวธุรกิจในหนังสือพิมพ์ของอังกฤษ การวิเคราะห์ข้อมูลทำตามแบบอย่างของ Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak (2013) ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า การตีความทางอรรถศาสตร์ของโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ ใช้ในความหมายการพัฒนาโครงการใหม่ การจ้างงาน การโฆษณา การตีความที่เกี่ยวกับการเงินและมีอำนาจ ในส่วนของผลการศึกษาโครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำในแง่มุมมองความจริง โครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ

ในข่าวธุรกิจพบมากในความถี่ของคำแสดงทัศนคติที่แสดงถึงความน่าจะเป็นไปได้ การศึกษา
โครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำในการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้เรียน
ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง และผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ

คำสำคัญ ; โครงสร้างประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ, การตีความทางอรรถศาสตร์,
บทความข่าวธุรกิจ

Semantic Interpretations of Passive Constructions in Business News Articles

Abhinan Wongkittiporn

English Language Department

College of Liberal Arts, Rangsit University, Thailand

Abstract

Passive constructions in this study refer to *basic passive* (i.e., *the business is now run by the former boss of the Good Guys*). While previous studies paid attention to the study of passive constructions in research articles and academic textbooks, this study contributes to the field by investigating the semantic interpretations of passive constructions in business news articles from *The New York Times*, *The Australian*, and *The Times of London*. The datasets of the three international newspapers were collected between July 20 and 31, 2020. Approximately 150,000 words, comprising 50,000 words from each dataset, provide a total of 515 tokens of passive constructions. The number of tokens as found in *The New York Times*, *The Australian*, and *The Times of London* was 119, 245, and 151 tokens, respectively. The semantic interpretations in this study follow Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak's (2013) framework. The analysis in this study shows that semantically, passive constructions are used to denote *project developments*, *employment*, *advertising*, *sales*, *financial interpretations*, and *authority*. In terms of the use of passive constructions with non-factuality, the modality with the degree of probability, such as *would*, was found with high frequency in the three newspapers. The current study will be useful for learners of English, as a Second Language (ESL), learners of English as a Foreign Language (EFL), and learners of English for Specific Purposes (ESP) to apply the use of passive constructions in business writing.

Keywords ; passive constructions, semantic interpretations, business news articles

Introduction

English is structurally known as the S+V+O language, not O+V+S, where the subject is crucial in all clauses. Lacking the subject of the English sentence could violate the *Extended Projection Principle*, interchangeably known as an EPP feature (Radford, 2009). In other words, all clauses require the subject. For example, the sentence **eat salad* is ungrammatical as the subject of the sentence does not appear and this is not acceptable in English.

In English, there is a passive construction where the object of the sentence is moved via A-movement (Radford, 2009) to become the subject in a matrix clause as in *the salad was eaten* and this makes the sentence become grammatical as the subject of the sentence in spec T has already been filled in. In other words, it is the movement of the argument in the lower clause to the matrix subject. However, it has become interesting to study when passive voice is used over active voice. To elaborate, the common use of structure in English is subject+verb+object (S+V+O). When the object is moved to be the subject of the sentence, there might be reasons for this use and investigating this is viewed as intriguing.

Passive construction in this study refers to basic passive, having the components of the auxiliary *be* + the past participle + *by*-phrase agents, as in (1a).

(1)

(a) A Ferrari 21 was bought by Tom.

(b) Tom bought a Ferrari 21.

The passive construction in (1) is presented with its active counterpart. *By Tom* in (1a) is a *by*-phrase agent. Statistically, about 20 percent of passive constructions are used with *by*-phrase agents, however, there is no exact rule as to why *by*-phrase agents occur with some cases and not in others (Smith & Rayson, 2007).

In the 21st century, business transactions are everywhere. Receiving information relating to business is considered significant in modern societies.

Business news articles have become an everyday reading material. The information in business news articles helps us prepare things in our life (Doláková, 2016). Although there are many previous linguistic studies on business news articles, they have focused on business lexical items (Tangpijaikul 2014). This study contributes to the field by investigating the semantic interpretations of passive constructions in business news articles.

Since no previous studies contribute to the view of passive constructions in business news articles, the study focuses on passive constructions in American, Australian and British business news articles, so as to contribute to the learning of learners of English as a Second Language (ESL), learners of English as a Foreign Language (EFL) and learners of English for Specific Purposes (ESP). This study is also applicable to those who expect to be creative writers, such as news reporters. This is because the *by-* phrase agents in passive constructions are adjuncts that have no certain rule as to exactly how they are used. This characteristic of passive constructions is ambiguous for those learners as to when and why the *by-* phrase agents in passive constructions are actually used.

Contributing to the study of passive constructions in American, Australian and British business news articles is an integrated linguistic notion of syntactic patterns and semantic interpretations. As supported by Melcher and Shaw (2011), the English use in these nations has become codified and standardized, so following their use should help English language learners to form the rules in using language. Syntactically, passive constructions are complex constructions with a component of *by-* phrase agents as adjuncts. Semantically, passive constructions are usually depersonalized, which is an important characteristic in business writing (Liendo, 2001; Biondi, 2002). According to Mystkowska-Wiertelak's (2013) the concept of factuality refers to factual events that have already happened, whilst non-factuality refers to prediction, assumption and expectation. Moreover, when comparing passive constructions with

active constructions, passive constructions with the *by*- phrase agent are longer, more complex and wordier as in the spelt-out requirement of the auxiliary *be*. If the same interpretation could be communicated with a simple structure via its active counterpart, the writers select a complex structure (Smith & Rayson, 2007). It is intriguing to observe when and why passive constructions are used. This research paper will answer the following research question and objective.

Research Question

What are the semantic interpretations of passive constructions used in American, Australian and British business news articles?

Research Objective

To examine semantic interpretations of passive constructions used in American, Australian and British business news articles.

Literature Review

This section provides a literature review including the analysis of passive construction in cognitive grammar, based upon the principle of prominence.

Passive constructions in this study follow cognitive grammar where they are formed by figure and ground theory. Cognitive grammar explains active and passive voices regarding human cognition relating to salience. When two participants are involved in an event, the subject is construed as the more salient entity. The object has a clausal relation as the second main participant. The subject is, therefore, a figure (Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak, 2013). In passive constructions, the reader's or the listener's attention will be attracted by the salient provision of the subject as follows:

[...] speakers tend to associate focal prominence with agency. However, if special circumstances, such as the status of being highly topical make the patient more salient than the agent, the former appears in the subject position associated with increased focal prominence and the status of a reference point, which gives rise to the construction and use of a passive sentence [...] (Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak, 2013, p. 586)

If the salience is related to the agent, the agent will occur at the position of subject. In contrast, if the patient is more prominent than the agent, the patient will appear at the subject position, referring to passive constructions.

Different voices are dependent upon salience as conceptualized by the writers. Different entries of salient conceptualization affect the use of either active or passive voice, as in (2).

(2)

(a) Bell invented the phone.

(b) The telephone was invented by Bell.

(Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak, 2013, p. 586)

Two participants: *Bell* and *the telephone* are involved in the situation. In (2a), *Bell* is conceptualized as being salient. *Bell* is used as an entry, so active voice is used. Conversely, if *the telephone* is conceptualized as being salient, passive voice is used. Hence, salience has an influence on the selection of active or passive voice (Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak, 2013).

Cognitive grammar is construed through speakers experiencing an event. It is expressed in a range of linguistic structures relying upon how a speaker selects to convey it linguistically (Chen & Oller, 2008). There are participants taking part in portraying an event. They are tied into a sentence according to the speakers' cognitive

process in viewing a scene. The speaker makes a decision about which participants they focus. Once decided, the role of participants is assigned in the formation of a sentence via linguistic expression. While participants who are *agents* instigate an action, such as *the bees*, as in (3a), patients are the ones who receive an energy sent by the agent, such as *the dog* in (3a). The placements of either agents or patients in different syntactic positions rely upon how the speaker pictures a scene. The scene could be viewed as X does Y as in (3a), Y is done by X as in (3b) or X does something, and Y does something as in (3c) (Chen & Oller, 2008).

(3)

(a) The bees were chasing the dog.

(b) The dog was being chased by the bees.

(c) The dog was running, and the swarm of bees was flying.

(Chen & Oller 2008, p. 387)

The prominent focus is the agent in (3a), but the patient in (3b). However, *the dog* and *the bees* are neutral in (3c). With different perceptions, different constructions are used in which these ideas are filled. Besides language itself to express ideas, other cognitive factors involving the language formation are likely to be the sequence of events where one occurs before another and the intentions of speakers as to which message is the focus. The formation of passive constructions in cognitive grammar, therefore, involves a prominent focus.

While passive construction in cognitive grammar is analyzed as prominence via figure and ground theories, the semantic interpretations of passive constructions in this study are interpreted by factuality and non-factuality. *Factuality* refers to either natural truth, fact or truly happened events as in (4a). On the contrary, the non-factuality in passive constructions is defined as events that have not happened yet as in (4b).

(4)

(a) *Insects are eaten by frogs.*

(b) Paul and Mary have agreed to help with the salads. We'll serve a pasta salad and a traditional bowl of tossed greens. The pasta salad *will be made* by Paul, and Mary will bring the greens.

(Dreschler, 2010, p. 60)

Passive constructions as in (4a) are interpreted as factual; however, passive constructions as in (4b) are interpreted as non-factual. They are probable observations as indicated by the epistemic modality *will*. Passive constructions used with epistemic modality markers to express one's opinion, estimation and judgement (Arrese, 2009) are able to be presented with different degrees of epistemic modality, such as medium certainty, as in *will* (Arrese 2009). As epistemic modality is part of interpretation in passive constructions, different text varieties are likely to provide different degrees of confidence in giving information to their readers. For instance, medical texts show a higher degree of confidence via epistemic modality, but newspapers are likely to use a lower degree of epistemic modality (Bonyadi, 2011).

While in this study, factuality and non-factuality are seen as the semantic interpretations of passive constructions, passive constructions in previous research papers were studied through different genres. One of the most common texts is scientific writing (Hinkel, 2004; Alvin, 2014; Bada & Ulum, 2018). Some studies selected medical reports (Minton 2015). Passive constructions have also been examined in criminal news articles (Henley, Miller & Beazley, 1995), political news articles (Duboviciene & Skorupa, 2017; Stojan & Mijić, 2017) diplomatic writing (Omenogor, 2019), invitation letters (Munalim & Gonong, 2019), chemical engineering texts (Bakalar, Razusova, Pavolove & Hlavnova, 2014) and fictional texts (Smith & Rayson, 2007; Ratih & Indrawati, 2018).

Regarding *by*-phrase agents, political news articles usually use agentless passive due to the obviousness of agents as in (5) (Duboviciene & Skorupa, 2017).

(5) The Home Office seeks to deport foreign nationals who *have been sentenced* to longer than four years in “exceptional circumstances”.

(Duboviciene & Skorupa, 2017, p. 43)

(6) In the United Kingdom, the obvious mechanism through which that goal *could be achieved* is reform of the European Union’s (EU’s) Common Agricultural Policy (CAP).

(Alvin, 2014, p. 9)

The absent *by*- phrase agent in (5) is known as court officers (Duboviciene & Skorupa, 2017). Scientific writing, as in Alvin’s (2014) study, frequently uses basic passive constructions with relative clauses as in (6). Example (6) shows basic passive with epistemic modality in a relative clause. Basic passive constructions are popular in scientific writing because the prominence is on the experiment, rather than the researchers (Hinkel, 2004).

Passive constructions show distinctions with different genres. According to Biber (1988) as cited in McEnery and Xiao (2005), the frequency of passive constructions in different genres are reported in Table 1

Table 1 Passive constructions with genre (McEnergy & Xiao, 2005)

Genres	Percentage
Official documents	12.32%
Science	11%
Popular lore	8.65%
Press reportage	8.33%
Skills, trades and hobbies	8.16%
Religion	8.09%
Press editorials	8.04%
Biographies and essays	7.33%
Press reviews	4.87%
Humor	4.37%
Adventure fiction	4.31%
General fiction	3.64%
Science fiction	3.60%
Romantic fiction	3.04%

Table 1 shows that the frequent use of passive constructions are official documents, science, popular lore, press reportage, and skills, trades and hobbies. Passive constructions in official document have been examined by previous studies, such as medical report writing (Minton, 2015). It seems that we know enough about passive constructions in scientific writing (Hinkel, 2004; Alvin, 2014; Bakalar, Razušova, Pavolove, Hlavnova, 2014; Bada & Ulum, 2018). Since this study is a comparison of passive constructions in English varieties, different lore is likely to be popular in different countries. This study focuses on press reportage in business news articles.

Method

Despite being a popular column of reading (Tewksbury, 2003), business news articles in previous studies have mostly investigated the use of business lexical items (Tangpijaikul 2014). The current research contributes to field by examining the semantic interpretations of the structure in American, Australian and British business news articles. Newspaper articles are materials that everyone can read and their availability is everywhere as people nowadays can access news through their mobile phones. The trends of trading, online sales and market shares are becoming increasingly popular reading topics in the present day. In following this trend, having business knowledge would help us gain accomplishment. One of the easiest ways to access daily business information is through reliable newspapers.

The English newspapers collected to study are American, Australian and British national newspapers as in *The New York Times*, *The Australian* and *The Times of London* where their circulations are high (wikipedia.org).

Passive constructions are classified as complex sentence structures. Boonpattanaporn's (2011) study would help confirm that it was the right direction to select new articles to study passive construction in different English varieties. According to Boonpattanaporn (2011), of the four sentential types in business news articles investigated in British and American newspapers, complex sentences are more productive as shown in Table 2.

Table 2 Frequency of sentential types in business news articles (Boonpattanaporn, 2011)

Sentential types	American English	British English
Simple sentences	42.19%	29.85%
Compound sentences	3.12%	5.83%
Complex sentences	50.39%	58.01%
Compound-complex sentences	4.30%	6.31%
Total percentage	100%	100%

Complex sentences occur the most in both datasets at 50.39 percent and 58.01 percent in American English and British English, respectively (Boonpattanaporn, 2011). This reflects that complex sentence are the most frequently used in business news articles.

While it is considered reliable to study passive constructions in business news articles, American, Australian and British English varieties are selected since they are well-known English-speaking countries in the inner circle (Cox & Palethorpe, 2012; Leitner, 2013). The datasets of the three international newspapers were collected between July 20 and 31, 2020. With the data collection, a total of 150,000 words of business news articles are divided into 50,000 words for each dataset. A total of 515 extracted tokens in the three datasets provides 119, 245 and 151 tokens in American, Australian and British business news articles, respectively. The semantic interpretation in this study follows Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak's (2013) framework. Factuality refers to events that have already happened, while non-factuality refers to prediction, expectation and estimation.

Below is an illustration of how the data collection is interpreted.

(7)

The California-based Hellman and Friedman has considered acquisitions of Australasia technology and media companies previously, with the group bidding for the Australian publisher and Domain website owner Fairfax Media, which was later sold [SALE] to Nine Entertainment.

The Australian

The semantic interpretation in (7) is factual regarding sale. Aside from the factuality of passive constructions, this study also focuses on non-factuality as in the attitude and opinion used in passive constructions. Non-factuality in passive constructions is observed through different degrees of epistemic modality. The high degree of certainty is termed as *certainty* (Nordlinger & Traugott, 1997; McEnery & Kifle, 2002; Marin-Arrese, 2008; Swan, 2016), such as *must*. The medium degree of epistemic modality in this study is termed *probability*, such as *will*, *would* and *should* (Nordlinger & Traugott, 1997; Oh, 2007). Most previous studies term the low degree of epistemic modality as *possibility* (McEnery & Kifle, 2002; Oh, 2007; Marin-Arrese 2008), such as *may* and *can*.

Results and Discussion

An overall total of 515 extracted tokens in American business news articles, Australian business news articles and British business news articles are summarized in Table 3.

Table 3 Frequency and percentage of passive constructions in the three datasets

Classifications	American data	Australian data	British data
	Freq. (%)	Freq. (%)	Freq. (%)
Factuality	97 (81.51%)	145 (59.19%)	107 (70.86%)
Non-factuality	22 (18.49%)	100 (40.81%)	44 (29.14%)
Total frequency (Freq.) and Total percentage (%)	119 (100.00%)	245 (100.00%)	151 (100.00%)

Table 3 reports frequency and percentage of passive constructions in the three datasets. As viewed by percentage, the factuality of passive constructions in the American and British datasets is higher than the Australian dataset where their percentages appear at 81.51 percent, 70.86 percent and 59.19 percent, respectively. In contrast, the non-factuality of passive constructions in the American and British datasets appear at 18.49 percent and 29.14 percent. However, the Australian dataset shows that Australian business journalists are likely to use passive constructions to provide non-factuality more often than their American and British counterparts at 40.81 percent.

The frequency of passive voice among the American data, the Australia data, and the British data could be because of the style of writing in different English varieties. As mentioned by Melchers and Shaw (2011), the style of American English is quite conservative, the style of writing is simple and simple sentences are usually employed more than complex sentence like passive constructions. This reflects the lowest frequency of passive constructions in the American business news articles. On the other hand, The Australian is the only national newspaper in the country. With this national characterization, the written style is formal and complex.

Factuality of Passive Constructions

Factuality in passive constructions refers to truly happened events (Schueler, 2016). This section presents the factual interpretations of passive constructions in American, Australian and British business news articles.

Project Developments

Project developments are used to denote the factuality of passive constructions in the three datasets. In example (8), company projects, such as *wellness centers*, *both routes* and *Jaguar I-Pace* are placed at the beginning of sentences to place emphasis (Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak, 2013). In the domains of the verb phrases in this interpretation, the past participle shows a range of verbs relating to business planning to completion, such as *planned*, *developed* and *completed*. Sometimes, temporal adjuncts occur at final positions.

(8)

(a) [...] projects *were completed* ahead of schedule.

(b) Virus-related charities and social service agencies, like food banks, were thrust into an immediate role whose size and scope they *were not prepared for*.

The New York Times

(c) [...] wellness centers *were being developed*.

(d) Both routes *were planned* to start earlier this year [...]

The Australian

(e) [...] although its zero-emission Jaguar I-Pace *has been launched* to critical acclaim [...].

The Time of London

The *by*- phrase agent in these cases are always omitted since these project developments are clearly done by companies.

Employment

After companies have developed their projects, they need to have positions filled inside the companies. Not only is this semantic interpretation found in business news article, but it also complies with in the data of advertisement (McEnery & Xiao, 2005). Various past participles are used in this interpretation, as in *offered* and *fired*. However, this interpretation is not found in Australian business news articles.

(9)

(a) [...] janitorial contractor at the same warehouse said he *had been fired* in early June [...]

(b) She *was offered* the chance to do odd jobs [...]

The New York Times

(c) I'd *been offered* the role of marketing director in Barcelona.

(d) [...] he *hadn't been fired* [...]

The Times of London

The focus of the American data within this interpretation are in both positions, such as *janitorial contractor* and person, such as *she*. The British data put the emphasis of the person, such as the pronoun *I* and *he*.

Location

After companies have developed their new projects, they are likely to inform their customers in which locations or countries they are based. So the salience of the emphasis is placed on the location.

(10) Vantage has more than 68,000 towers in nine markets and *is based* in Dusseldorf, Vodafone's German head office.

The Times of London

As mentioned in the literature review, the salience of the sentence, referring to the focus of the sentence, (Bielak, Pawlak & Mystkowska-Wiertelak, 2013) is placed on location, which is found at the beginning of the sentences.

Planning

Once human resources of a company have been developed, companies are likely to plan what they need to do next.

(11)

(a) The flights, which *were scheduled* to begin as soon as Monday, represent a major step in the company's effort to get its best-selling plane flying again [...]

The New York Times

(b) Thousands of agreed sales on homes that *had been scheduled* to be completed by the end of the year [...]

The Times of London

In (11a), an airline plans to open flights immediately on Monday. The planning is obviously shown in the past participle as in *be scheduled*. This is used with *to-* infinitive to denote the subsequent event as in *to begin as soon as Monday*.

Advertising

Once the companies' planning is done, the companies are likely to inform their clients of what is sold and serviced via different modes of advertising, such as *a video* and *flyer* or companies' product such as *Neutrogena Fine Fairness*, *Clean & Clear Fairness lines* and *A documentary promoting PizzaGate* as presented in (12). The past participle in this interpretation includes *advertised* and *released*. The interpretation of advertising in passive constructions is not found in the British data.

(12)

(a) [...] it would no longer sell its Neutrogena Fine Fairness and Clean & Clear Fairness lines, which *have been advertised* as dark-spot reducers, but also used to lighten skin.

(b) A documentary promoting PizzaGate “Out of shadows,” made by a former Hollywood stuntman, *was released* on YouTube [...]

The New York Times

(c) Flyers *were sent* out to the market in recent weeks.

The Australian

In (12a), companies tend to inform their customers about the company’s product. In (12c), company’s products and services are advertised to their customers via different modes, such as *flyers*.

Sales

Salespersons sell their products and services to their client to gain company’s income. Various uses of the past participle are exemplified as *concentrated* and *sold* as in (13).

(13)

(a) Sales *were concentrated* at lunch [...]

(b) [...] the Grand Vacluse Residence of the British foreign minister *has finally been sold*.

(c) Ten *was later sold* to US [...]

The Australian

In (13a) – (13c), the subjects are concealed. While the subjects of sentences focus on *a sale*, and companies, sometimes the one who sold the product or service is commonly known as a company as in (13a) and (13C) or would be either concealed

or unknown as in (13b). In (13b), it is likely that the residence has been sold by the sales agent of a company, for the benefit of the company and the property owner.

Financial Interpretations

Once companies' products and services are sold, companies gain income. However, if companies have been faced with either shortage or unexpected crisis, they may incur debt and need to reduce expenditure, or loan money from a financial institution for their survival. The past participles in this interpretation are *decreased*, *cut*, *owed*, *shared*, *bought*, *implemented* and *approved*.

(14)

(a) [...] executive pay *was cut*.

(b) [...] the bank collects a fee from the government of around \$2,200, a portion of which *is shared* with the company [...]

The New York Times

(c) The inward Telegraphic Transfer fee amount *has been decreased* from \$15 to \$12.

(d) The Bank of England's COVID funding *has been implemented* to support short term liquidity.

The Australian

(e) [...] about 17 percent of revenue *had been badly hit*.

(f) [...] but revenue *was lost* from cancelled exams [...]

The Times of London

The passive constructions in financial interpretation do not have *by*- phrase agents. The readers could assume that the ones who *cut*, *decrease*, *hit* or *lost* an amount of money are companies, while the ones who provide loans are banks, or other financial institutions.

Relationship

Another distinctive use of factual interpretation in passive constructions in the Australian data is relationships where the patterns of uses are given below.

(15)

(a) Iberdrola's bid *was recommended* by Infigen's board [...]

(b) Many of those deals are as a result of long-term relationships going most of the way back in the company's history, which *have been carefully maintained* along the way.

The Australian

Examples (15) show the relationships between companies and the maintaining of companies' positive relationships.

Changing Rules

In order to satisfy customers, some companies' rules need to be developed to improve customer service.

(16) In the box under the clause heading, the definition of 'Direct Debit' *has been amended* to mean 'a payment you have authorized by a third party [...]

The Australian

In (16), the rules regarding the use of direct debit *have been improved* for customer clarity.

Authority

Apart from the core business facts as shown in administration, some external factors impact company business administrations. Some threats may come from external factors, such as pandemic, affect the running of a company's business, and the order of government. The past participles that are used in this denotation consist of *told, allowed, forced, locked and cancelled* as in (17).

(17)

- (a) Miami-Dade hotels *were forced* to shut down this spring [...]
 (b) But as of Monday, restaurants *were allowed* to start serving outdoors,
 [...]

The New York Times

- (c) Sales fell 35 percent during COVID-19 when shoppers *were forced* into home isolation [...]
 (d) In March, we *were told* the shutdown would last six months.

The Australian

- (e) [...] he *was forced* to deal with an investigation by HM Revenue & Customs into possible breaches of the Bribery Act.
 (f) The world's factory *was locked down* [...]

The Time of London

In (17), passive constructions are used to denote authority, such as the requirement to close the hotel, as in (17a) and the permission to open restaurants as in (17b). The *by*-phases of these passive constructions are assumed to be the authority of the government. Examples (17c) – (17f) represent the requirements that companies and individuals within a city need to strictly follow. The *by*-phrases are not mentioned as they are assumed to be either the authority of the government or the court.

The use of *by*-phase agents in business newspapers allows us to see that the omitted *by*-phrase refers to a person, organization or department that English language users can predict themselves such as *salesperson* and *government*. Therefore, the *by*-phrase agents can be concealed.

Non-factuality of Passive Constructions

This section discusses non-factuality of passive constructions in American, Australian and British business news articles. According to Nordlinger & Traugott

(1997), McEnery & Kifle (2002) and Marin-Arrese (2008), this section will discuss non-factuality in relation to attitudes/opinions via passive constructions in business news articles. Table 4 revises the percentage of epistemic verbs and modality markers via passive constructions in business news articles.

Table 4 Frequency and percentage of epistemic verbs and modality markers in passive constructions

Categories	American data		Australian data		British data	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Epistemic verbs and modality markers	22	18.49	100	40.81	44	29.14

As viewed by percentage, the representation of attitudes in business news articles via passive constructions between the three datasets are drastically different. The percentage of using attitudes via passive constructions in the Australian data is higher than the American and British data. This implies that there are more attitudinal phrases relating to the Australian data than the American and British data.

To explain this in terms of intercultural communication, Great Britain and the United States of America are *uncertainty-oriented cultures*. They rather know certain information instead of predicting information themselves (Neuliep, 2006).

Epistemic Modality with Passive Constructions in American Business News

American business news articles often express the epistemic modality via the degree of probability such as *will* and *would* (Nordlinger & Traugott, 1997). The degree of possibility is occasionally used, as in (18)–(19).

(18) Probability

(a) There are no clear signs of when concerts or mass gatherings *will be allowed* again.

(b) [...] he believed the shortage *would be solved*.

(19) Possibility

(a) To encourage donations, the CARES ACT expanded the amount of cash contributions *that could be taken* as a tax deduction.

(b) [...] jobs *could be done* remotely [...]

The New York Times

The degree of probability, such as *will* and *would*, with passive constructions (Nordlinger & Traugott, 1997) are used in a more serious context such as *allowed* and *solved*. However, the degree of possibility, such as *could* (Nordlinger & Traugott, 1997) as in (19) is used in a lighter context, such as donation and work from home.

Epistemic Modality with Passive Constructions in Australian Business News

Unlike the American data, the Australian data usually use the epistemic modality with the degree of probability, such as *would* (Nordlinger & Traugott, 1997) with passive constructions as in (20).

(20) Probability

(a) Mr Greiner said a small number of the 50 new roles *would be filled* internally.

(b) The Australian board *would be chaired* by former Investec Australian boss David Clarke [...]

The Australian

The use of probability as in (20) include some facts, such as *50 new roles* or a specific name of a person who will move into this position.

Epistemic Modality with Passive Constructions in British Business News

The British data usually use the epistemic modality of probability and possibility (Marin-Arrese, 2008) as in (21) and (22).

(21) Probability

- (a) Last year it was announced that Tempest *would be led by BAE*.
- (b) [...] the next revaluation *would not take effect until April 2023*, at which point it *would be based* on 2021 property values [...]

(22) Possibility

- (a) Sir Paul said that his criticism *could be applied* to Mr Woodford, whose investment empire imploded last year and his clients lost heavily.
- (b) Its investments are being sold so that cash *can be returned* to the more than 300,000 trapped investors.

The Times of London

Probability as used with *would* shows a high level of expectation. Possibility as shown by the use of *could* and *can* addresses a level of unsureness.

Conclusion

The study has observed passive constructions in the American, Australian and British datasets. Regarding the factuality in business news articles, the three datasets show similar and different interpretations. The American, Australian and British datasets show similarity regarding interpretations in regard to project developments and authority. The American and Australian data are similar in advertisement. The American and British data show similarities in employment. In terms of non-factuality, the majority of the degree of certainty in the three datasets appear similarly. They all used with the degree of probability at the highest percentage. The degree of probability in American, Australian and British business news articles occur at 65.67 percent, 79.16 percent and 70 percent, respectively

When the American, Australian and British business news writers express their observations, opinions and assessments via epistemic modality markers and epistemic verbs with passive constructions, this aspect appears to be similar although there is more interpretation in British business news articles.

As we can see from the data, the writers used projects or names of the projects, location, products, and finance as the salience or prominence of sentences. Doing this can attract readers' attention to continue to read to the end.

The findings of passive constructions apply only to American, Australian and British business news articles. Applying the results of this study to other English varieties, such as Canadian English, may not be applicable to optimal level. This study contributes to the pedagogical implications in regard to Business English and how passive constructions are used. English for Specific Purpose (ESP) learners will be able to use these results to gain a broader understanding of Business English. Moreover, they will be more confidently able to express their attitudes appropriately through the use of passive constructions.

References

- Alvin, L. (2014). The passive voice in scientific writing: The current norm in science journals. *Journal of Science Communication*, 13(1): 1-16.
- Arrese, J. (2009). Effective vs. epistemic stance, and subjective/ intersubjectivity in political discourse: A case study. Anastasio Tsangalidis and Roberta Facchinetti (eds.). *Studies on English modality: In honour of Frank Palmer*. Germany: Peter Lang, 24-52.
- Bada, E. & Ömer G. (2018). Utilization of active and passive constructions in English academic writing. *Journal of Human Science*, 15(1), 413-421.

- Bakalar, T., Razušova M, Pavolove, H. & Hlavnova, B. (2014). Use of active and passive forms in paper from the field of chemical engineering. *Communications*, 3, 102-107.
- Bielak, Jakub, Pawlak, M & Mystkowska-Wiertelak, A. (2013). Teaching the English active and passive voice with the help of cognitive grammar: An empirical study. *Studies in Second Language Learning and Teaching*, 3(4), 581-619.
- Biondi, C. (2002). Active versus passive sentence constructions: Which is the best choice?. *American Communication Journal*, 5(2), 1-4.
- Bonyadi, A. (2011). Linguistic manifestations of, modality in newspaper editorials. *International Journal of Linguistics*, 3(1), 1-13.
- Boonpattanaporn, P. (2011). *A comparative study of post modifiers used in business news in leading newspapers in Thailand, USA and UK*. Thesis, University of Thai Chamber of Commerce.
- Bračić, I. (2016). Stylistic differences in the use of passive voice in English Language. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, 3(4), 141-147.
- Cox, F. & Palethorpe, S. (2012). Standard Australian English: The sociostylistic broadness continuum. Raymond Hickey (ed). *Standard of English: Codified Varied Around the World*. Cambridge: Cambridge University Press, 294-317.
- Chen, L. & Oller, J. (2008). The use of passives and alternatives in English by Chinese speakers”. Sabine De Knop & Teun De Rycker (eds.). *Cognitive Approaches to Pedagogical Grammar*. New York: Mouton de Gruyter, 385-410.
- Doláková, V. (2016). *The passive voice in business English*. Dissertation, Masaryk University.

- Duboviciene, T & Skorupa O. (2017). Passive voice as a means of impersonal presentation of facts in English quality press. *Svetimosios kalbos*, 19(3), 38–47.
- Dreschler, G. (2010). Topic introduction in the *by*-phrase: Long passives in Early Modern English”. *Linguistics in the Netherlands*, 59–72.
- Henley, N., Miller M. & Beazley, J. (1995). Syntax, semantics, and sexual violence agency and the passive voice. *Journal of Language and Social Psychology*, 14(1–2): 60–84.
- Hinkel, E. (2004). Tense, aspect and the passive voice in L1 and L2 academic texts. *Language Teaching Research*, 8(1), 5–29.
- Leitber, G. (2013). *Australian English—the national language*. New York: Mouton de Gruyter.
- Lirola, M. & Zammit, K. (2017). Disempowerment and inspiration: A multimodal discourse analysis of immigrant women in the Spanish and Australian online press”. *CADAAD*, 8(2), 58–79.
- Marin–Arrese, J. (2008). Commitment and subjectivity in the discourse of opinion columns and leading article: A corpus study. Isabel Alonso Belmonte (ed.). *Different Approaches to Newspaper Opinion Discourse* RAEL: revista electrónica de lingüística aplicada, 82–98.
- McEnery, T. & Kifle, N. (2002). Epistemic modality in argumentative essays of second language writers. *Academic Discourse*, 182–195.
- McEnery, T. & Xiao, R. (2005). Passive constructions in English and Chinese: a corpus-based contrastive study. *Language in Contrast*, 6(1), 109–149.
- Melcher, G. & Shaw, P. (2011), *World Englishes*, UK: Hodder Education.
- Minton, T. (2015). In defense of the passive voice in medical writing. *The Keio Journal of Medicine*, 1–10.

- Munalim, L. & Gonong, G. (2019). Filipino student's active-passive voice preference in invitation letters. *The Normal Light*, 13(1), 151-178.
- Neuliep, J. W. (2006). *Intercultural communication: A contextual approach*: London: SAKE Publication.
- Nordlinger, R. & Traugott, E. (1997). Scope and the development of epistemic modality: Evidence from *ought to*. *English Language and Linguistics*, 1(2), 295-317.
- Oh, S. (2007). A corpus study of epistemic modality in Korean college students' writing in English. *English Teaching*, 62(2), 147-175.
- Omenogor, H. (2019). The use of the passive voice for diplomatic and polite formal Communications. *Journal of Language and Literary*, 1(5), 73-84.
- Schueler, D. (2016). Factivity and complement-types. *Studia Linguistica*, 70(3), 297-335.
- Smith, N & Rayson, P. (2007). "Recent change and variation in the British English use of the progressive passive". *ICAME Journal*, 31, 129-159.
- Stojan, N& Novak, S. (2017). Passive voice in political newspapers articles. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(2), 105-123.
- Swan, M. (2016). *Practical English Usage*. Oxford: Oxford University Press.
- Tangpijajikul, M. (2014). Preparing business vocabulary for ESP classrooms. *RELC Journal*, 45(1), 51-65.
- Tewksbury, D. (2003). What do Americans really want to know? Tracking the behavior of news readers on the internet. *International Communication Association*, 53(4), 694-710.

อิทธิพลของชนิดในการใช้คำอุปลักษณ์ บริบท และวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการตีความของผู้เรียน

ปัญจวา บุญมา

สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษ คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

แม้ว่าคำอุปลักษณ์ จะไม่ได้ปรากฏอย่างชัดเจนในโครงสร้างทางภาษา แต่ก็ใช้เพื่อสื่อข้อความของผู้พูด นอกจากนี้ เห็นได้ชัดว่าการตีความคำอุปลักษณ์ขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจ และภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่คำอุปลักษณ์ได้รับการพัฒนามา ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของประเภทของคำอุปลักษณ์ บริบท และวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตีความเชิงเปรียบเทียบของผู้เรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบทดสอบการแปลและเทคนิคการคิดแบบออกเสียง โดยคัดเลือกผู้เรียนแบบเจาะจง จำนวน 20 คน ให้แปลสำนวนเปรียบเทียบ 9 รายการ และรวบรวมข้อมูลชนิดของคำอุปลักษณ์ บริบทและอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตีความผ่านการสัมภาษณ์ขณะแปลงาน ความถูกต้องของการตีความและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องถูกนำมาวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้ ANOVA ผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ความรู้ บริบท และภูมิหลังทางวัฒนธรรม รวมถึงประเภทของคำอุปลักษณ์ส่งผลต่อการตีความของผู้เรียน ผู้เรียนชาวไทยมักจะตีความคำอุปลักษณ์เชิงสัมพันธ์ (relational metaphor) ได้ถูกต้องมากกว่าคำอุปลักษณ์เชิงกายภาพ (attributional metaphor) และคำอุปลักษณ์เชิงซ้อน (double metaphor) นอกจากนี้ พวกเขายังมีแนวโน้มที่จะตีความคำอุปลักษณ์ซึ่งวางไว้ที่ส่วนต้นและส่วนกลางของข้อความได้ดีกว่าคำอุปลักษณ์ซึ่งวางไว้ที่ส่วนท้ายของข้อความ โดยสรุปแล้วจากการศึกษาพบว่า การตีความคำอุปลักษณ์มีความสำคัญต่อการเรียนภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ บทเรียนดังกล่าวสามารถปรับปรุงบรรยากาศในห้องเรียนและยังเสริมสร้างแรงบันดาลใจ

ต่อการเรียนภาษาอังกฤษอีกด้วย การฝึกเฉยต่อบทเรียนเกี่ยวกับคำอุปลักษณยังสามารถส่งผลต่อผลคะแนนในการทดสอบหรือการสอบวัดความรู้ทางภาษาได้

คำสำคัญ ; คำอุปลักษณ, การตีความ, ชนิดของคำอุปลักษณ, การวางตำแหน่งคำอุปลักษณ, อิทธิพลทางวัฒนธรรม

Influences of Metaphor Types, Context and Culture on Learners' Interpretations

Punjapol Boonma

Program English Language and Teaching, Faculty of Language Institute
Thammasat University, Thailand

Abstract

Though metaphors do not appear clearly in discourse structure, they are used to convey a speaker's message. Additionally, interpreting a metaphor may depend on having an understanding of the culture in which the metaphor developed. Thus, this research aimed to investigate the metaphor types, context, and culture which influenced the metaphorical interpretations of Thai people learning English as a foreign language (Thai EFL learners). Translation tasks and think-aloud protocol were used to collect the data. Twenty Thai EFL learners individually took a translation task comprised of 9 metaphorical expressions. Furthermore, the investigation of types of metaphors, context, and cultural interferences was conducted through interviews while doing the translation tasks. The accuracy of metaphor interpretation and analyzed factors influencing the interpretation were analyzed using ANOVA. The results revealed the impacts of a culture where the metaphor developed, context, and types of metaphor on learners' interpretation. Thai learners tended to interpret relational metaphors more correctly than attribution and double metaphors. In addition, they were more likely to interpret metaphors which were placed at the beginning and at the middle of the text than metaphors that were put at the end of texts. In conclusion, this study demonstrated that metaphor interpretation is crucial to learning English as it can help teachers change their class environments and motivate their students. Ignoring metaphors could result in poor performance on language tests.

Keywords ; metaphor, interpretation, types of metaphors, metaphor positioning, cultural interferences

Introduction

A metaphor is known to require more effort to interpret than literal language and contain more complicated processes for interpretation. Speech cannot be translated word-for-word since there are often hidden meanings. The interpretation of speech requires creativity and analytical thinking ability, especially in figurative language. Several types of figurative language comprise the communication people encounter in their daily lives. One of them is the metaphor (Dancygier & Sweetser, 2014). Basically, a metaphor is a word, phrase or sentence representing or symbolizing an object or event. The interpretation of a metaphor is not derived through its literal components, but involves processing and analytical skills (Newmark, 2009).

Most previous studies in general have summarized that metaphor type is seen as a factor that may affect its interpretation. Different types require different processing strategies and could affect different interpretations (Shokouhi & Isazadeh, 2009). Gentner (1988) classified metaphors into four categories: attributional, relational, doubled, and complex. Apart from the type of metaphor, context is another major factor that can affect the interpretation. When sufficient context is provided, people can easily understand metaphors (Gibbs & Gerrig, 1989). In addition, the position of where they appear may also affect the interpretation process. Some previous studies claimed that people will take a longer time to comprehend the text when target words occur early in the sentences (e.g. Foss & Lynch, 1969). Apart from that, many studies (e.g. Littlemore, 2003) have revealed that cultural background knowledge may have an influence on metaphor interpretation. They found that different cultural references were one of the reasons that students misinterpreted metaphors. Therefore, it can be assumed that three factors including types, context and position, and culture of metaphor have a significant influence on metaphor interpretation (Trompenaars, 1993).

1. Metaphor and its implication in EFL language learning

A metaphor is a type of figurative language; it is used implicitly for comparing one thing to another. For language learners, it is difficult to comprehend the meaning of a metaphor. While most people may think that a metaphor is just a device of poetic imagination that resides only in literature, Lakoff and Johnson (1980) strongly believe that a metaphor is much more than that. Metaphors are naturally used in everyday life, not only in language, but also in thought and action. They appear in daily communication in every language to increase the diversity of the language.

One metaphor may imply several meanings. Saeed (1997) explained this point by providing the example 'Life is a journey'. This statement can be interpreted as follows: 1) The person leading this life is a traveler; 2) Their purposes are destinations; 3) The means for achieving purposes are routes; 4) Difficulties in life are obstacles to travel; 5) Counselors are guides; 6) Progress is a distance travelled; 7) Things by which you gauge your progress are landmarks; and 8) Material resources and talents are provisions. It could be interpreted in more than these aspects depending on the surrounding contexts, which would help to narrow the meaning. In addition, readers need to consider all elements of the sentence, especially head words like 'Life' and 'Journey', and form connections to those words in their interpretation.

Learning English in an EFL setting is different from learning in a native language setting. For metaphor interpretation, it seems that linguistic differences may affect learners' interpretations.

Kökcü (2017) explained that EFL learners differ from native speakers of English regarding correct metaphor interpretation despite being advanced level learners. Moreover, Kömür and Çimen (2009) also pointed out that metaphors are not only cross-linguistic, but also cross-cultural phenomena. Therefore, learning figurative language like metaphors is vital for language communication. Further,

the benefits might extend to linguistic and communicative skills at large, as noted by Tonini et al. (2022). Additionally, not knowing metaphoric meanings can cause problems in learning English, as noted by Tayjasanant (2012). The easiest metaphors to interpret are those that have an equality of conceptualization and linguistic forms in both the source language and target language.

2. Factors influencing metaphor interpretation

- Types of metaphors

According to Gentner (1988), metaphors can be categorized into four types: attributional metaphor, relational metaphor, double metaphor and complex metaphor.

Attributional metaphors can be interpreted with the property of sharing their object attributes. It means that the metaphor is interpreted to the interpretation with the similarities of their physical appearances, such as “the sun is an orange.” This is an attributional metaphor due to both objects sharing a similar physical appearance as both of them have a circular shape and also have an orange color.

Relational metaphors can be interpreted with the property of sharing a common relational structure. It means that the metaphor (source domain) is interpreted to the interpretation (target domain) with the similarities of their two relational structures, such as “Timmy is a fish.” It would be difficult to interpret in terms of physical similarities between ‘Timmy’ and ‘a fish’, but both elements might share a common trait, such as the skill that both of them are good at swimming.

Double metaphors can be interpreted with both attributional and relational properties. It means that the metaphor (source domain) is interpreted to the interpretation (target domain) with the similarities of both their physical appearances and relational structures, such as “The plant stem is a drinking straw.” A double metaphor means both objects share a similar physical appearance and are also related to their function of absorbing water.

Complex metaphors may have more than two interpretations. It means that the metaphor (source domain) is interpreted to the interpretation (s) (target domain) with the similarities of either their physical appearances or relational structures or both, such as “Let me throw some light on this subject of philosophy.” This is an example of a complex metaphor where “throw some light” is used as a metaphor to clear a point and the word ‘light’ refers to understanding things. However, a complex metaphor may be quite different from the other three categories and require more than one mapping analysis. This kind of metaphor seems to require more processes such as metonymy and phonological matching in addition to alignment and mapping, as suggested by Gentner, Bowdle, Wolff, and Boronat (2001). The study applied three types of metaphors regarding the suggestion by Gentner (1988) to investigate the accuracy of metaphorical interpretation among them. Complex metaphors were excluded from the study due to the complexity of the mapping process and their difference from other types of metaphors.

- Context/positioning

Apart from the mapping of metaphors and conceptual metaphors, context was another major factor that could affect learners' interpretation of metaphors in various ways. Gibbs and Gerrig (1989) pointed out that students could understand metaphors without difficulty when sufficient context was provided. This was because context could clarify the meanings of metaphors and helped readers comprehend them more easily, which was supported by Tayjasanant (2012) who suggested that “the students rarely knew the meaning of the metaphors without the contexts given.” Following Inhoff, Lima and Carroll (1984), with enough contexts, metaphors were interpreted at the same speed as texts carrying only literal meanings, meaning that metaphors could be interpreted as easy as simple words if there was surrounding context to assist while reading. Context had a crucial influence on metaphor interpretation including the position of the target words when they appeared in the

context. In addition, Foss and Lynch (1969) claimed that learners took a longer time to comprehend text when the target words occurred early in the sentences. Further, it could take much longer if there was insufficient context provided for assistance. It was also added that learners found the difficulty in sentence comprehension with various variables such as frequency of lexical items in the language, sentence length, surface structure and so forth. The study of Jayaram (1984) supported the investigation of the clause position influence on stuttering in complex sentences and claimed that a clause placed at the beginning of a sentence was stuttered more often than the same clause placed at the end of the sentence and more than the same clause as an isolated sentence.

- Culture

Many studies (e.g. Littlemore, 2003; Trompenaars, 1993; Shen, 2020) have revealed that cultural background knowledge has an influence on metaphor interpretation. Littlemore (2003) claimed that different cultural references were one reason why students misinterpreted metaphors. In addition, it seems that metaphors tend to be culturally-loaded expressions that have to be inferred through the reference of shared cultural knowledge. Trompenaars (1993) also pointed out that confusion arose particularly when a speaker and listener had different connotations to the source domains. Therefore, the cultural background knowledge of learners should be counted as one of the major factors that may interfere with learners' interpretation of metaphors. "Metaphors are rooted in culture and part of a culture, reflecting the content of that culture" said Shen (2020). In order to investigate these factors, this study implemented critical think-aloud protocols to find out how the mentioned factors influenced learners' metaphor interpretation. Different perspectives or background knowledge of different cultures may lead learners to different interpretations. Learners may become confused when they encounter foreign metaphors, despite the use of simple vocabulary.

This study reviews related literature to organize the theoretical framework for the study. There were descriptions for each type of metaphor, as suggested by Gentner (1988), to investigate the influence of types of metaphors in metaphor interpretation. Next, related studies about context and metaphor interpretation were examined, which led to the importance of metaphor positions within the context. Previous studies pointed out that learners with different cultural background knowledge can interpret the same metaphor differently. Further, cultural interferences play an important role during the interpretation process. Moreover, the think-aloud protocol is used as a data collection instrument to collect information from the participants during their thinking process via asking about their thoughts.

Only a few Thai EFL language teaching and learning studies have focused on how types of metaphors, positions of context, and the cultural background of learners affect Thai learners' interpretation of metaphors. This study aimed to investigate how types of metaphors affected EFL learners' interpretation, the influences of different positions of metaphors in contexts by EFL learners, and how the cultural background of EFL learners plays a role in metaphor interpretation. The findings could support further studies on other aspects of metaphor interpretation and provide some guidelines for the improvement of teaching metaphors in an EFL setting. It would provide a better understanding of metaphor interpretation and show how different types of metaphors affect Thai learners' comprehension. In addition, it would help clarify whether or not the position of metaphors in the context affects Thai learners' comprehensibility. Additionally, it could shed light on how the cultural background of learners affects metaphor interpretation. EFL teachers will gain more understanding of the nature of metaphors as they are used in real-life situations, which could then be applied as an authentic sample when they teach their students. Thus, this study aims to investigate how types of metaphors, positions of metaphors in the context and cultural background knowledge affect EFL learners' interpretation, including how EFL learners interpret metaphors.

Research Methodology

The researcher conducted mixed-methods investigation in order to obtain both quantitative and qualitative results. The research methods consisted of three sections: participants, data collection, and data analysis. Also, two main tasks including a translation assignment and think-aloud protocol were explained.

1. Participants

The participants of this study were selected using the purposive sampling method. The criteria were set for only second-year students who had already completed two English foundation courses (EL171 and EL172) and possessed an intermediate level of English proficiency. Moreover, the target participants were studying in course EL200: English Skill Development for Careers 1, which mainly focuses on the development of the forms and uses of the English language in order to become functioning members of an international workforce and encourages students to cultivate their use of all aspects of English. Therefore, this group of participants was capable of using English to a certain degree as their average English proficiencies were at an intermediate level, meaning they would be able to interpret the given tasks. The study required participants to have an intermediate level of English proficiency for metaphor interpretation as suggested by Manawong (2011), who claimed that students with an intermediate level of English would have sufficient lexical knowledge of the target language to interpret all the words provided. Twenty Thai EFL learners out of 38 students in the class were selected to participate in this study.

2. Data Collection

The study was conducted during the first semester of academic year 2018. All participants were asked to participate in the study in their free time. The researcher scheduled appointments and then asked each participant to participate in the study individually.

Three tasks were administered to each participant based on three metaphor types including attributional, relational, and double metaphors (Gentner, 1988). Each task comprised 9 metaphorical expressions. The translation task was formally examined and validated using an Item Objective Congruence Index (IOC) method by three English native speakers to verify its appropriateness for the purposes of the study. The comments from this method were used to implement the translation task. Each expression consisted of 3 sentences in which the positions of the metaphor for each expression were placed in to following positions: At the beginning (3 expressions); in the middle (3 expressions); and at the end of the text (3 expressions). In the task, metaphors were also categorized into three different types based on the cultural background of the context: Metaphor in the Thai cultural background context (3 expressions); Metaphor in the Western cultural background context (3 expressions); Metaphor in both the Thai and Western cultural background context (3 expressions).

The task was presented as a reading text; students were asked to carefully read the text and interpret the meaning. During the task, students were able to concentrate on each lexical item and could reread the words on the paper at any time. Each participant was asked to complete the task within 40 minutes. They were not allowed to use dictionaries or other electronic devices while doing the task. During the translation task, the researcher would gather information using the think-aloud protocol with a check list.

The researcher would ask questions regarding how a participant interpreted the metaphor, and how types, positions or cultural interferences of a metaphor affected the participant's interpretation. During the task, the entire conversation was recorded using a voice recorder. Regarding types of metaphors, the participants did not know how to identify type of metaphor. However, the researcher asked what they thought about different kinds of metaphors, and there were some comments for this question.

An example of the task is as follows:

“Hey! Do you know Samorn? Rumor has it that he has 10 dishes a meal. That guy is truly an elephant.” The metaphor ‘an elephant’ as an attributional metaphor referring to the large size of a person. The position of the metaphor is at the end of the passage context. This metaphor resides in Thai cultural background since it is commonly known in Thai and does not exist or is uncommon in western countries.

“Our teacher is now a fire dragon. She is not in a good mood. I suggest you don’t talk to her at this moment.” The metaphor ‘a fire dragon’ as a relational metaphor refers to the aggressive and dangerous nature of a fire dragon. The metaphor is positioned at the beginning of the passage context. This metaphor is shared in both Thai and western cultural backgrounds since it is commonly known and represents the same ideology in both two cultures.

“Dear customer, please look at this scarf. It is as though you are wearing a ferret. You will not regret buying it.” The metaphor ‘ferret’ as a double metaphor refers to both the softness and how it looks like a scarf. The metaphor is placed in the middle of the passage context. This metaphor resides in Western cultural background since it is commonly known in Western countries and doesn’t exist or is uncommon in Thailand.

3. Data Analysis

To analyze the collected data, the translation assignments were checked by the researcher. Data from the think-aloud protocol were categorized by using the thematic analysis method. Every word during interviews was transcribed and categorized according to types of metaphors, positions of metaphors in context, and cultural background interferences. The data would later be calculated and analyzed descriptively. Mean and standard deviation were reported in order to find out the average accuracy of the participants’ metaphor interpretation. ANOVA was used to analyze the significant differences among three factors. First, it was used to detect any significant

differences in terms of the accuracy in the translations of three types of metaphors (attributional, relational and double metaphor). Second, it was used to find significant differences in the accuracy of the interpretations of metaphors at different positions (in the beginning, middle and end of the context). Third, it was used to find significant differences in the accuracy of the interpretations of metaphors due to different cultural backgrounds (Thai, Western, and Both Thai and Western cultural backgrounds).

Findings and Discussions

The accuracy of the participants' interpretations in all 9 metaphorical expressions contained different types of metaphors, different metaphor positions, and different cultural background knowledge. The think-aloud protocol results showed that the participants were able to recognize metaphors which resided in the metaphorical expressions during the translation task (89.58% of the time). Three factors including the types of metaphors, the different positions of metaphors, and the cultural background of EFL learners were found to play an important role in EFL learners' metaphor interpretation. Descriptions are as follows.

1. Findings

1.1 Influence of types of metaphors on EFL learners' metaphor interpretation

Table 1 Metaphor types

Metaphor Types	ANOVA Test	Df	Mean	F	Sig.
Attributional Metaphor	Between groups	19	.157	1.346	.210
	Within groups	40	.117		
	Total	59			
Relational Metaphor	Between groups	19	.080	2.395	.010
	Within groups	40	.033		
	Total	59			
Double Metaphor	Between groups	19	.189	1.263	.260
	Within groups	40	.150		
	Total	59			

The findings for the influence of metaphor types showed relational metaphors were the easiest to interpret correctly (95%), while attributional metaphors were more difficult with 51 correct interpretations (85%). Double metaphor is the type of metaphor that the participants found to be the most problematic. They were able to interpret 48 items (80%) correctly. As shown in Table 1, the results are significantly different (.010), which reached a significant level ($p < .05$) when comparing between the three types of metaphors.

1.2 Influence of the different positions of metaphors on EFL learners' metaphor interpretation

Table 2 Metaphor positions

Metaphor Positions	ANOVA Test	Df	Mean	F	Sig.
Beginning	Between groups	19	.185	2.776	.003*
	Within groups	40	.067		
	Total	59			
Middle	Between groups	19	.136	2.719	.004*
	Within groups	40	.050		
	Total	59			
Ending	Between groups	19	.189	1.263	.260
	Within groups	40	.150		
	Total	59			

The findings concerning the influence of different positions showed that most participants were able to interpret the metaphors that were positioned at the middle of the text correctly, with 55 correct interpretations (91.7%). The participants were also able to interpret the metaphors that were placed at the beginning and end of the text correctly with 53 (88.3%) and 48 (80%) correct interpretations, respectively. In Table 2, the results also prove that there were significant differences in the metaphors at the beginning of the context (.003) and also the metaphors at the middle of the context (.004) as both of these results reached a significance level of $p < .05$.

1.3 Influence of the cultural backgrounds of EFL learners on their metaphor interpretation

metaphorical context. However, the accuracy of metaphorical interpretations varies due to several factors. This study revealed some influence on metaphor interpretations of three factors: types of metaphor, metaphor positions and cultural interferences. The results showed that Thai learners of English tended to interpret relational metaphors better than attributional and double metaphors. This is in agreement with Gentner (1988), who claimed that different types of metaphors require different processes of interpretation. The results showed that Thai learners of English tend to be able to interpret best when metaphors are embedded in the middle and at the beginning of the text, and have less ability to interpret metaphors that are positioned at the end of the text. The results in the study are partially in accordance with Foss and Lynch (1969), who suggested that learners will take a longer time to comprehend the text when target words occur early in the sentences. The results showed the accuracy of the participants' interpretations with a focus on cultural interferences. Thai learners of English tended to interpret metaphorical expressions that required the best proficiency of Thai cultural background knowledge. They had less efficiency when interpreting metaphors based on both Thai and western cultural backgrounds, and it seemed that Western metaphorical expressions were a bit difficult for the Thai learners of English. This is in agreement with Littlemore (2003), who pointed out that different cultural references may one reason learners misinterpret metaphors.

In addition, the interview responses supported all the findings as shown in the following excerpts of participants' perspectives.

2.1 Type of Metaphor Perspectives

“...metaphors that can be interpreted with things relating to the interpretation (relational metaphor) are easier to interpret than other types of metaphor.”

“For example, the metaphor “a dog’s mouth” is very easy to interpret when mapping with the aggressive barking of a dog.”

These responses suggested that Thai learners tended to interpret relational metaphors more correctly than attribution and double metaphors.

2.2 Metaphor Position Perspectives

“I usually focused on words put at the beginning of the context. Therefore, if the metaphors were put at the beginning of the context, I had a better chance of interpreting them correctly.

“I could easily interpret metaphors if they were put at the middle of the texts and were surrounded by sufficient information.”

“... context is very helpful when interpreting metaphors. If there are not enough supporting details, it can easily lead to misinterpretation or misunderstanding.”

The interviews pointed that Thai learners were more likely to interpret metaphors that were placed at the beginning and at the middle of text than metaphors that were put at the end of texts.

2.3 Cultural Interference Perspectives

“I am more familiar with metaphors that are based on Thai culture.”

“I am able to interpret some of these metaphors immediately without the cultural context.”

“..., metaphors that contained some western cultural background seemed to be more difficult due to the unfamiliarity of the words or the nature of Western culture.”

These examples proved that more familiarity with cultural background enabled learners to interpret metaphor more accurately.

To conclude, this study suggests that relational metaphors are easier to interpret for Thai learners of English than attributional metaphors and double metaphors. The metaphors that are put at the beginning and in the middle of

the text facilitate interpretation, while those placed at the end of the text may delay it. Metaphorical expressions with Thai cultural background knowledge cause the least difficulty to the interpretations. Also, metaphors that require both Thai and Western cultural background knowledge are less difficult to interpret than metaphorical expressions with only western cultural background knowledge.

Conclusions

This study suggests that relational metaphors are easier to interpret for Thai learners of English than attributional metaphors and double metaphors. As Gentner (1988) claimed, different types of metaphors require different processes of interpretation. The metaphors that are put at the beginning and in the middle of the text facilitate interpretation, while those placed at the end of the text delay it. Foss and Lynch (1969) suggested that learners will take a longer time to comprehend the text when target words occur early in the sentences. Metaphorical expressions with Thai cultural background knowledge cause the least difficulty to the interpretations. Also, metaphors that require both Thai and Western cultural background knowledge are less difficult to interpret than metaphorical expressions with only western cultural background knowledge. Littlemore (2003) pointed out that different cultural references are one of reasons that cause learners to misinterpret metaphors.

More than half of the participants agreed that metaphor interpretation should be included in English classes in the Thai curriculum. Some participants presented the idea of starting to learn metaphor interpretation from the primary school level given that the sooner Thai students get used to metaphors, the better they will be able to interpret them. The practice should start with simple metaphors and gradually move on to more complex metaphorical expressions. Some participants also suggested that Thai students should learn how to interpret metaphors in secondary school. They argued that students should at least be able to understand the basic constructions of

English sentences or paragraphs and should be able to read English passages before attempting metaphor interpretation. Therefore, students in secondary school seem to be the most compatible level for metaphor interpretation. Moreover, some participants suggested that metaphor interpretation should be taught in university classes. They claimed that learning metaphor interpretation is quite difficult for non-English major students, and it might be not necessary for those who do not regularly use English in their daily lives. Thus, it should be taught as a compulsory course for English major students and as an alternative course for those who are interested.

From the interviews, it was found that most students did not know what a metaphor was and some had never recognized metaphorical expressions before. The students said most of the English courses they had taken focused more on grammatical functions or basic conversations; figurative language or pragmatic use of English were rarely taught in class. Only a few students who were from international schools said that they had encountered metaphors in class, while one student said she learned metaphors from an English translation class. Some students said the topic closest to metaphor interpretation they had learned in the class was English idioms.

One of the participants suggested that learning metaphor interpretation can bring a lot of fun to a course and improve the class environment. It was posited that students would be more interested in more active classes than in lecture-only classes. Classroom activities, brainstorming, games, presentations or other lesson plans can be implemented using metaphor interpretation, and this could bring variety to the classroom environment.

Many participants agreed that English is an international language and English language learners should learn all aspects of English, not only syntactically, but holistically. If English speakers use figurative language or metaphors in their daily lives, it would be beneficial for students to also learn about metaphor interpretation in order to have a better understanding of the conversations or texts they encounter in order to truly understand English in the same way native English speakers do.

One of the participants mentioned her translation class. The lecturer always gave English sentences or paragraphs and translated them for the students immediately. In this case, the students lose the opportunity to engage their creative and critical minds. Later on, when they encounter something complex, they might not be able to interpret or translate without assistance.

Another participant shared an interesting experience. She said that figurative language or metaphors also showed up in the questions on national exams such as O-NET and GAT. Unfortunately, the teachers in the school had never taught figurative language in their classes and thus the students were unable to answer those questions. Only students who attended extra private lessons at tutoring schools were able to answer the questions.

Metaphor interpretation is vital in English language learning for the various reasons discussed above. Including metaphor interpretation into the curriculum could help teachers change their class environments and motivate their students. Ignoring metaphors fails to prepare students to encounter figurative language and may hinder comprehension of the language, which could result in poor performance on language tests.

2. Recommendations and Limitations

For further studies, populations and groups of learners should be increased and/or varied, such as low and medium proficiency students, so that their in-depth attitudes or perceptions toward metaphor interpretation could be investigated. Other factors such as geographical qualifications including age, gender, personal interests, and educational background should be investigated. Besides, different types of metaphors should be examined including metaphors that are used to describe concepts which have a high degree of abstractness, and metaphors which are understood by including the topic of the metaphor into a metaphorical category defined by one or at most several salient semantic features (Banaruee et al., 2019). Also,

different contexts and different cultural interferences could provide a basis for future research. As for the limitations, the number of participants is limited in this study due to the implementation of the qualitative-quantitative mixed method. A larger study population would increase the generalizability of the study. Moreover, there are still many other types of metaphors which have not been studied. Also, different contexts and different cultural interferences could be provided as a basis for future research. Lastly, language complexity and language difficulty are excluded in the study as the study focused more on types of metaphors, metaphor positions, and cultural interferences. This study created the translation task using relatively basic sentences and included standard metaphors (animal metaphors) in each test item in order to exclude the differences in learners' language proficiency. It is believed that more significant findings are possible provided different language proficiency levels are taken into account in future research.

References

- Banaruee, H., Khoshima, H., Zare-Behtash, E., & Yarahmadzahi, N. (2019). Types of metaphors and mechanisms of comprehension. *COGENT EDUCATION*, 6(1).
- Dancygier, B., & Sweetser, E. (2014). *Cambridge textbooks in linguistics. Figurative language*. New York, NY, US: Cambridge University Press.
- Foss, D., & Lynch, R. (1969). Decision processes during sentence comprehension: Effects of surface structure on decision times. *Perception & Psychophysics*, 5(3), 145-148.
- Gentner, D. (1988). Structure-Mapping: A Theoretical Framework for Analogy. *Readings in Cognitive Science*, 303-310.
- Gentner, D., Bowdle, B., Wolff, P., & Boronat, C. (2001). Metaphor is like analogy. *The analogical mind: Perspectives from cognitive science*, 199-253

- Gibbs Jr., R., & Gerrig, R. (1989). How Context Makes Metaphor Comprehension Seem Special. *Metaphor and Symbolic Activity*, 4(3), 145–158.
- Inhoff, A., Lima, S., & Carroll, P. (1984). Contextual effects on metaphor comprehension in reading. *Memory & Cognition*, 12(6), 558–567.
- Jayaram, M. (1984). Distribution of stuttering in sentences: relationship to sentence length and clause position. *Journal of Speech, Language, and Hearing Research*, 27(3), 338–341.
- Kökücü, Ş. (2017). Turkish EFL learners' interpretation of metaphors: A study on conceptual socialization (Doctoral dissertation, Bilkent University).
- Kömür, S. & Çimen, S (2009). Using conceptual metaphors in teaching idioms in L2 context. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE) Güz*, 205–221.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). The metaphorical structure of the human conceptual system. *Cognitive Science*, 4(2), 195–208.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*:. Chicago, Ill: The University of Chicago Press.
- Lewis, C. (1982). Using the 'thinking-aloud' method in cognitive interface design. Research Report RC9265, IBM TJ Watson Research Center.
- Littlemore, J. (2003). The effect of cultural background on metaphor interpretation. *Metaphor and symbol*, 18(4), 273–288.
- Manowong, S. (2011). The study of ability to interpret conversational implicatures in English of Thai EFL learners. The Asian Conference on Language Learning Official Conference Proceedings 2011. 138–148. The International Academic Forum, Osaka, Japan.
- Newmark, P. (2009). *A textbook of translation*. Shang hai: Shang hai wai yu jiao yu chu ban she.
- Saeed, J. I. (1997). *Semantics*. Cambridge: Blackwell.

- Shen, L. (2020). Discussion on the application of metaphor in English culture teaching. *Proceedings of the 2020 Conference on Education, Language and Inter-Cultural Communication (ELIC 2020)*.
- Shokouhi, H., & Isazadeh, M. (2009). The Effect of Teaching Conceptual and Image Metaphors to EFL Learners. *The Open Applied Linguistics Journal*, 2(1), 22-31.
- Tayjasanant, C. (2012). Thai university students' understanding and perception of English metaphors in news articles. *The International Journal of the Humanities: Annual Review*, 9(10), 129-146.
- Tonini, E., Lecce, S., Del Sette, P., Bianco, F., Canal, P., & Bambini, V. (2022). Efficacy and benefits of the Metacom training to promote metaphor comprehension in typical development. *First Language*, 42(3), 466-496.
- Trompenaars, F. (1993). *Riding the waves of culture. Understanding cultural diversity in business*. London: Nicholas Brealey Publishing.

การวิเคราะห์ความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิงของผู้ส่งเสริมการขาย บนสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทของไทย

วิรัช วงศ์กนิษฐวัฒน์¹ และปานัน ป้างเจริญศรี²

¹ สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

² สาขาวิชาภาษาอังกฤษ วิทยาลัยนาฏศิลป์สุโขทัย

¹ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิงของผู้ส่งเสริมการขายในสื่อทางสังคมของคนไทยตามกรอบแนวคิดเรื่องความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิง (Entertaining Impoliteness Framework) ของโจนาธาน คัลเพเพอร์ (Jonathan Culpeper, 2554) ข้อมูลการศึกษาในงานวิจัยนี้เก็บจากผู้ส่งเสริมการขาย (Influencer) ยกตัวอย่าง เช่น เน็ตไอดอล (Net idol) ยูทูบเบอร์ (YouTuber) และออนไลน์เกมเมอร์ (Online gamer) ในระหว่างที่เผยแพร่ออนไลน์จากแหล่งต่างๆ ในสื่อสังคมทั้งใน ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊กเพจ (Facebook Page) และช่องทางอื่นๆ และยังได้รับคะแนน การติดตาม และข้อเสนอแนะจากผู้ชมเป็นประจำ ทั้งนี้ผลการศึกษาพบการใช้ความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิงสี่รูปแบบ ประกอบด้วย 1) ความสุขทางอารมณ์ (Emotions of pleasure) 2) ความสุขทางสุนทรีย์ (Aesthetic pleasure) 3) ความสุขจากการแอบดู (Voyeuristic pleasure) และ 4) ความสุขที่เหนือกว่า (Pleasure of being superior) โดยในการศึกษานี้ ความสุขจากการแอบดูเป็นประเภทเดียวที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในแง่ของอารมณ์แปรปรวนซึ่งส่งผลต่อผู้ที่ถูกสังเกตและถูกคุกคาม อนึ่ง ความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิงทั้งสามประเภท ได้แก่ ความสุขทางอารมณ์ (Emotions of pleasure) ความสุขทางสุนทรีย์ (Aesthetic pleasure) และความสุขที่เหนือกว่า (Pleasure of being superior) ปรากฏน้อยและไม่สอดคล้องกันตามกรอบ เนื่องจากความไม่สุภาพ

เพื่อความบันเทิงในมุมมองของคนไทยที่ตรงกันข้ามถูกมองว่าเป็นสิ่งปกติที่สามารถ
ปลูกเร้า ดึงดูด ให้ความบันเทิงและขบขันได้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการมีปฏิสัมพันธ์และ
การสื่อสาร

คำสำคัญ ; ความไม่สุภาพเพื่อความบันเทิง, ผู้ส่งเสริมการขาย, สื่อทางสังคมของคนไทย

An Analysis of Entertaining Impoliteness Employed by Influencers on Social Media in Thai Context

Wirat Wongpinunwatana¹ and Panpan Plangcharoensri²

¹Thai Language program, Faculty of Humanities and Social Sciences

²English program, Sukhothai College of Dramatic Arts,

¹ Khon Kaen University, Thailand

² Bunditpatanasilpa Institute, Thailand

Abstract

The objective of this article was to analyze entertaining impoliteness employed by influencers via Thai social media according to the Entertaining Impoliteness Framework postulated by Jonathan Culpeper (2011). The data was collected through Social media influencers. Internet Celebrities, YouTubers, and Online Gamers broadcast from various sources in social media, e.g., YouTube, Facebook, etc. which received a huge frequency of ratings, followers, and feedback. The result revealed that there were four entertaining impolite characteristics: the *emotions of pleasure*, *Aesthetic pleasure*, *Voyeuristic pleasure*, and the *Pleasure of being superior*. In this study, *Voyeuristic pleasure* seems to be the only type that relied on the framework in terms of the emotional *schadenfreude* which affected those who were observed and threatened. On the contrary, the three types of entertaining impoliteness: emotional and aesthetic pleasure, and also the pleasure of being superior seem to be irrelevant according to the framework because Thais had interpreted impoliteness for entertaining purposes from

¹Lecturer, Thai program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University

²Lecturer, English program, Sukhothai College of Dramatic Arts, Bunditpatanasilpa Institute

an opposite perspective as a regular thing which enabled one to arouse, attract, and entertain, and amuse as part of normal interaction and communication conventions.

Keywords; entertaining impoliteness, influencers, Thai social media

Introduction

With the rapid spreading of social media through Thai culture and despite social difficulties during the Covid-19 pandemic, this medium of communication is capable of making a huge income for those who regard themselves as an influencer such as a YouTuber, Online Gamer, Net Idol, and so on. The purposes are varied according to contents, styles, as well as target group interests. Some prefer to use it as their own business earning a vast profit, while some prefer to use it as their daily routines to entertain people interested in the same activities or hobbies; playing games, gardening, cooking, or even selling products. In this form of communication, language choices seem to be the key factor for drawing attention and delivering messages for amusement, services, and products. Correspondingly, the influencer is also significant in the impoliteness strategies in this study. Therefore, language choices or registers will be specifically selected to identify the outstanding characteristics of each content creator, especially impoliteness use.

Impoliteness was viewed in terms of context and the period of time and cultural and social changes. In former times in Thailand, impoliteness might be forbidden and unacceptable because of social norms, which emphasize hierarchical and seniority factors, so politeness is usually considered a must-do practice when communication occurs in Thai society. On the other hand, due to the impact of social media spreading and times changing, this circumstance leads to impoliteness changes which are currently viewed as a common thing. Additionally, the target groups of content creators are mostly followed by teenagers, so impoliteness seems to be a regular thing and is ignored by them. Similarly, Culpeper (2011: 234) mentioned that *Impoliteness*, however, can be designed as much for audiences as for a target addressee and that audiences can be entertained by symbolic violations of identities and social rights. In fact, current social media contains content stuffed full of verbal violence. Additionally, Thai research or theses on impoliteness strategies have been limited to

TV programs, Thai censure debates, and interviewing. No one has ever focused on impoliteness employed in social media for entertainment purposes before. Therefore, it is challenging to investigate this as used in Thai social media.

Research Objective

To analyze entertaining impoliteness employed by influencers on Thai social media according to the Entertaining Impoliteness Framework postulated by Jonathan Culpeper (2011).

Scope of the study

- a) The sample group was selected to include only those who frequently use impoliteness to communicate and interact with audiences by broadcasting through social media, such as Internet Celebrities, YouTubers, and Online Gamers, who receive a high rating, a following, and feedback.
- b) Impolite utterances employed by the sample group were collected and analyzed.
- c) Impoliteness was analyzed according to The Entertaining Impoliteness Framework by Culpeper (2011).

Theoretical Framework

The Entertaining Impoliteness Framework by Jonathan Culpeper (2011: 234–235) comprised five sources of pleasure that can be involved in entertaining impoliteness as follows:

1. *Emotional pleasure*: Observing impoliteness creates a state of arousal in the observer, and that state of arousal can be pleasurable. As Myers puts it, discussing chat shows, ‘something is engaging about the argument for its own sake’(Myers

2001 : 174). Importantly, he adds ‘the thrill is in the potential for violence’ (Myers 2001: 183). In other words, we don’t need actual fisticuffs: the mere suggestion of fisticuffs can cause the thrill.

2. *Aesthetic pleasure*: Outside discussions of banter, little attention has been given in the literature to socially negative uses of verbal creativity. In fact, much impoliteness has elements of creativity, not least of all because of its frequently competitive nature: if one is attacked, one responds in kind or with a superior attack. And to achieve a superior attack requires creative skills.

3. *Voyeuristic pleasure*: Observing people reacting to impoliteness often involves the public exposure of private selves, particularly aspects that are emotionally sensitive, and this can lead to voyeuristic pleasure. As Richardson and Meinhoff (1999: 132) point out, talk shows ‘trade in the exploitation of human weakness for the sake of voyeuristic pleasure.’

4. *The pleasure of being superior or Superiority theories* (e.g., Bergson 1911, 1900), developed within humor theory, articulate the idea that there is self-reflexive pleasure in observing someone in a worse state than one-self. Superiority theories have been used to explain the ‘butts’ of jokes.

5. *The pleasure of feeling secure*: This source overlaps with the previous, but note that the last three are related to the schadenfreude emotion.

This study has adopted this framework to analyze the impoliteness strategies in entertaining impoliteness from content creators.

Research Methodology

1. Documents and research relating to the language use of Thai content creators: YouTubers, Master gamers, Net idols, and impoliteness research as well as the impoliteness framework employed in this study are studied.

To receive more audience attention and followers so that he or she was able to obtain a lot of benefits through this medium, resulted in the content creator having to arouse the audience through giving rewards, questioning, answering, or discussing, in order to convince the followers to become one part of his or her content. Myer (2001) mentioned that this type of entertaining impoliteness is used for its own benefit and actual fisticuffs unnecessarily take place due to causing the thrill audiences experience.

Therefore, *Emotional pleasure* was generally used for creating a state of arousal in participants, for example, Pimrypie, a famous net idol with slogans for selling everything, always offers her customers various and interesting promotions by asking some question about herself; “Is Pimrie pie beautiful as...?”, and for the person whose answer is the best, rewards will be given. Generally, people will expect that the answer should be an admirable one. Conversely in this context the banter between Pimrypie and customers clearly reveals the use of impoliteness through their utterances.

ลูกค้า 1 : พิมรี่พายสวยเหมือนหมาตายสามวัน

[Look Kha 1: Pimrypie suay muen Mha Thay Sam Wan]

Customer 1 : “Pimrypie is as beautiful as a three days dead dog.”

Pimrypie : อีตอกอีเฮี้ยมึงไม่น่าทำบุญเลย อีสัตว์ถ้ามึงจะปากแรงขนาดนี้

[Pimrypie: Ee Dok Ee Hia Meng Mai Na Tam Bun Loei. Ee Sus Tha Meng Ja Pakraeng Ka Nat Nee]

Pimrypie: Thai swear words...you might not be a kind of charitable person if you are too sharp-tongued.”

These are examples of entertaining impoliteness as emotional pleasure referring to the state of arousal in observers which increases significantly in relation to her and her customers satisfaction. Pimrypie’s responses were always expressed

as Thai swear words to represent her satisfied emotion and arouse the audience's reactions. Impolite communication between both sides doesn't cause any hurt feelings or even offence. On the contrary, it causes frequent amusement and pleasure. The more impoliteness they use, the more participation, and presents given.

ลูกค้า 2 : พิมรี่พายสวยเหมือนหมาเดินเดือนเก้า

[Look Kha 2: *Pimrypie swy hemūxn h̄mā dein deūxn kêā*]

Customer 2 : “Pimrypie is as beautiful as a nine month old dog.”

ลูกค้า 3 : พิมรี่พายสวยเหมือนยี่สิบบาท

[Look Kha 3: *Pimrypie swy hemūxn yīrsib bāth*]

Customer 3 : “Pimrypie is as beautiful as having 20 baht.”

ลูกค้า 4 : พิมรี่พายสวยเหมือนเชื้อราที่ตีน

[Look Kha 4: *Pimrypie swy hemūxn cheūxrā thī tīn*]

Customer 4 : “Pimrypie is as beautiful as mold on a foot.”

ลูกค้า 5 : พิมรี่พายสวยเหมือนตลาดล่าง

[Look Kha 5: *Pimrypie swy hemūxn talat lang*]

Customer 5 : “Pimrypie is as beautiful as a low taste market.”

ลูกค้า 6 : พิมรี่พายสวยเหมือนซี่ฟันปริณา

[Look Kha 6: *Pimrypie swy hemūxn K̄hī f̄an pā rīnā*]

Customer 6 : “Pimrypie is as beautiful as Pareena's dental plaque.”

The impolite utterances shown above, not only represent emotional pleasures but also involve competition, because receiving rewards, according to the rule in this promotion above, depends on the comment which satisfies Pimrypie the most. Thus, reward hunters try to compete with each other in order to win Pimrypie's approval.

As shown in the examples above, they relate to aesthetic pleasures that one requires for a superior attack with creative skills to destroy opponents, and refers

to the following type of entertaining impoliteness. Generally, to argue or deal with impoliteness, some may create rhetorical devices to communicate impoliteness especially in this situation they must creatively compose impolite utterances to gain Pimrypie's approval. Hence, much impoliteness has elements of creativity, with some words able to convey meaningful features, social issues, a sense of humor, etc.

ลูกคำ 7 : พิมรี่พายสวยเหมือนนะคะคนไม่มีการศึกษา
[Look Kha 7: *Phi mrī phāy swy hēmūxn na kha khn mīmī kār sūks'ā*]
“Pimrypie is as beautiful as na kha, or an uneducated person.”
(พิมรี่พายชายทุกอย่าง : Facebook page, 2022)

According to the example shown, this refers to background knowledge that interlocutors have known the fact that a Thai particle with an incorrect tone “นะคะ” spelt with “-” has not existed in the Thai language. This statement can be implied as a simile comparing something with another thing in this context because Pimrypie is creatively compared as an incorrect tone particle and she did not accept those who use this error particle and used to discuss this content via her channel. The particle must not be allowed to be mentioned by her followers on Pimrypie's page. However, when Pimrypie saw this utterance, she was stunned and satisfied, so ten blushing-on sticks (reward) would be given to that customer. This reflects the creativity that interlocutors use to try to compare Pimrypie's beauty as an unusual thing which Pimrypie and people in society find unacceptable. It's an irony which is considered as one type of impoliteness strategy, making Pimrypie satisfied a lot. Besides, in terms of impoliteness use, there was an overlapping of impolite characteristics demonstrated earlier which Emotional and Aesthetic pleasures were mixed in order to effectively expand impoliteness expressed completing and overcoming the listeners' satisfaction.

Turning to the aesthetic pleasure, which can be found in hierarchical registers and some saucy words which reveals a superior attack with creative skills to destroy, insult and compare opponents as a lower hierarchical status. For example, Mae Ying Lee from the Veen page whose Phramahathevejao and Ananthip characters in Thai period drama entitled “Pluengphranang” are co-imitated by Mae Ying Lee and Ananthip (aka Thip), respectively.

Some royal terms for addressing and responding were used frequently to approach or curse Thip and her followers as exemplified below;

Follower: “ทำผมแม่งทุกวันลุงลี”

[Follower: *Thả phm mæ ng thuk wạn lung lĩ*]

“You always have your hair done every day, uncle Lee.”

Maeying Lee: “ไปเกี่ยวอะไรกับหัวตอมีงคะ หยุดนะคะหยุด เพราะฉะนั้นไม่ใช่การของมีง ออกไป”

[Maeying Lee: *Pĩ keĩyw xari kạ hậw dxmụ ng kha hĩyud na kha hĩyud pherāachanận mịchì kār k̄hxng mụng xxk pĩ*]

Maeying Lee: replied “Does that involve your dick? Stop! It’s none of your business. Get out!”

Due to the Thai sentences “ไปเกี่ยวอะไรกับหัวตอมีงคะ” (*Pĩ keĩyw xari kạ hậw dxmụ ng kha*) “หาใช่การอันใดของมีงไม่” (*Hā chĩ kār xạn dĩ k̄hxng mụng mị*) which are saucy words and an old Thai typology respectively used to refer to the meaning “it’s none of your business.”

Maeying Lee: “ไม่ใช่เจ้าหลวงหอรอกคะ มันเป็นได้แค่อีข้าให้”

[Maeying Lee: *Mịchì cêāhĩwng hĩrxk kha mạn pěn dĩ khàe xĩ k̄hā thĩ*]

“He is not the king, he is such a slave.”

Maeying Lee: “อย่าลืมนะว่าลูกแม่ค้านั่งตลาดแบบมึงอะ เชื่อเจ้าผสมเชื่อไพร่
หาได้เป็นพระนางหน่อเจ้าหลวงไม่ อีโง่”

[Maeying Lee: *Xyā lūm na wā lūk mækhā nàng tlād bæb mung xà
cheix cǎa p̄hsm cheix phir̄ hā dī pěn phranāng h̄ix cǎahlwng m̄ xī ngò*]
“Don’t forget! You are just a vendor’s daughter with half royal and slave
descendants. You are not a princess at all are you. You’re silly.”

(Veen Facebook page,2021)

In terms of literary devices, Using similes which compare things with another thing as Pimreypie and her followers have done above. Tangmo-uap-um, a content creator in the principal Tangmo channel (ช่องผอ.แดงโม) also represents aesthetic pleasure in order to seek agreements from her followers about political issues. A lemon basil vegetable called “E-too” in northeastern Thai dialect and a dessert called “Salim” in Thai are compared and referred to one leading member of the Thai government party and their supporters respectively. The content creator criticizes and gives feedback toward the government administration as shown below;

แดงโม : “คนทุกซ่อยากปากแห้งประชาชนหนี เป็นหยั่งหลายบ่ กูเป็น สส.
กูชี้เว้าเลยในสภา กูชีว่ามีบ่ มีบ่วงแผนพัฒนาบ้านเมืองหนี โควิดเขาเอ็ดจั่งได้
เศรษฐกิจจั่งซิดีขึ้น เมนูแรกผักอีตุ๋ มึงเป็นหยั่งกะต๋อกะเตี้ย ผักอีหยั่งหนี
ผักอีหยั่ง สู้อู๋หนี ผักอีหยั่ง ” พร้อมกับเอามัดสับผักดังกล่าว

[Tangmo: *Khn thukkh̄ xyāk pāk h̄æng prachā chn h̄ni pěn h̄yang h̄lāy b̄
kū pěn s̄s̄. Kū si wēa ley ni s̄phā kū si wā mī b̄ mī b̄ wāngphaen phat’hnā
bānmeixng h̄ni kho wid seā h̄ědcàng d̄j̄ s̄ers’h̄ kic cang si dī kh̄n̄ menū
ræk phak xī tū mung pěn h̄yang ka d̄ xka deiy phak xī h̄yang h̄ni phak
xī h̄yang sū h̄n̄ b̄ h̄ni phak xī h̄yang” ph̄xm kab xeā mūd s̄ab phak dang
klāw]*

Tangmo: People have been suffering. What’s wrong with you? If I were a member of parliament, I would say that in congress. Would you say that? Have you had any plans to develop the country? If COVID is relieved,

how do we recover the economy? The first item on the menu is E-too vegetable. What's wrong with you? What vegetable is it? Do you know? What is it? (Chopping vegetable).

แตงโม: “มานี้ไอ้สลิม เมนูอะไรหนิ เมนูอะไร ของหวานอะไร ขอเสนอเมนู สลิมหมอยสาวแก่ มึงเป็นบ้าอะไรไอ้สลิม มึงเบิ่งประเทศพัฒนาอยู่ติ มึงเบิ่ง มึงมาปกป้องกันอีหยังอยู่หนิ”

[Tangmo : Mā nī xīlīm mēnū xarī hīni mēnū xarī khxnglhwān xarī khx sēnx mēnū slīm hīmxy sāvkwē mūng pēnbā xarī xīlīm mūng bēiṅg prathēsī phat'hnā xyū ti mūng bēiṅg mūng māpk p̄xngkqan xī līyāng xyū hīnī]

Tangmo : “Come here Slim! What menu is it? What's on the menu? What's for dessert? Let me present grand mom's pubic hair slim. What, are you all nuts? Has our country developed? You see! How could you support the government?”

(Tangmo-Uap Um : Facebook page, 2021)

According to the content, there are thirty-four hundred thousand spectators and thirty-five hundred thousand comments for this live video. All comments agree with her, some give advice for developing the country and cheer her up.

Thirdly, Voyeuristic pleasure is a type of entertaining impoliteness that involves observing people reacting to impoliteness and often involves the public exposure of private lives. Especially nowadays, social media is widely used all over the world, people can easily grab their own cell phones to record, take photos, or even broadcast their lives. Social media are used as a tool for making profits or a medium particularly, between mass media and show business, through which you can receive and find information about actors and celebrities reported as entertainment news. Reporters need to follow, observe, or even step over the line of famous people's privacy

as his or her superfan in order to obtain their information. However, they sometimes are dissatisfied and made mad by those who refuse to be interviewed or give information leading to voyeuristic pleasure as exemplified below;

This news occurred at the parking lot while the leading actor was sneaking away to a car with his new girlfriend after breaking up with his ex, a famous and leading actress a month ago.

“สวัสดีค่ะพี่” [S̄wās̄dī khà phī]

“Hello, bro.”

“ถามเฮียอะไรน้อง” [T̄hām hēī yxa rī n̄xng]

“What the fuck do you want to ask!”

“ขอถ่ายรูปหน่อยค่ะ” [K̄hx thāyr̄ūp h̄n̄xy khà]

“Shall I take your photo”

“มีงถามเฮียอะไรอีกนะ” [M̄ung thāām hēī yxa rī xīk na]

“Why the fuck you ask more!”

(YouTube, 2021)

The following news took place when the actress was asked an unanswerable question.

“เหมือนมีข่าวลือว่าคบกับพี่เจนี่ในเวลาไล่เลี่ยกับแฟนเก่า อะไรอย่างนี้อะค่ะ”
[Hem̄x̄n mī khāw l̄x̄ wà khb k̄b phī ce nī ni welā l̄l̄ēy k̄b f̄en
k̄ēā xarī x̄yāng nī x̄a khà]

“There is a rumor that your boyfriend is in a relationship with you at the same time as with his ex-girlfriend. Something like this.”

“พี่ว่าคำถามนี้มันน่าตอบมัยยะ เป็นหนู หนูไม่ถามนะ มารยาทนิดนึงนะค่ะ”
[Phī wà khāthām nī man nā t̄xb m̄ȳy khā p̄n h̄n̄ h̄n̄ m̄ thāām na māryāth
nīd nung na khà]

“Should this question be replied to? If I were you, I wouldn’t ask. Keep your manners a little bit.”

(YouTube, 2021)

In the news below, it was said that the person whom the actress curses on Instagram was someone who the reporter knows, so the actress got really mad, answered back and grabbed the reporter’s arm and pulled her out in front of the cameras.

“มีคนสังเกตว่าเป็นเค้าพอดีพี่พลอย” [Mī khn s̄angket wā pěn khēā phxdī phī phlx̄y]

“It’s observed that it’s her.”

“ใครบอกว่าใช่” [Khir b̄xk wā chī]

Who says ‘yes’

“ก็แหล่งข่าว” [K̄ h̄ælng kh̄āw]

The news source.

“เดี๋ยวก่อนแหล่งข่าวอะไร คุณพูดมั่ว ๆ ไม่ได้นะ ปลายู๊จะน้องเค้ามีแหล่งข่าวช่วยยื่นหน้ามาหน่อย แหล่งข่าวจากไหนคะ หนุออกมาเลย แหล่งข่าวจากไหนไม่ออก หนุออกมาเลย ออกมาให้เค้าเห็นซิคะ แหล่งข่าวจากไหน ไม่บอกจำข่าวมั่ว” [Dēīywk̄xn h̄ælng kh̄ā w̄x̄a khir khun̄ phū dm̄àw«m̄ī d̄ī na plā bū̄ c̄a n̄xng khēā mī h̄ælng kh̄āw ch̄wy ȳn̄ h̄īn̄ā mā h̄īnx̄y h̄ælng kh̄āw c̄āk h̄in̄ kha h̄nū̄ xxk mā ley h̄ælng kh̄āw c̄āk h̄in̄ m̄ī xxk h̄nū̄ xxk mā ley xxk mā h̄ī khēā h̄ěn si kha h̄ælng kh̄āw c̄āk h̄in̄ m̄ī b̄xk c̄ā kh̄āw m̄àw]

Wait! What’s the news source? Who is it? You cannot talk nonsense.

Plaboo! She has the news source. Come on! Show your face! Come out,

so people can see your face. Where is the news source? You do not tell.

That’s fake news.

(YouTube, 2022)

Lastly, the pleasure of being superior or superiority theories which developed within humour theory in observing someone in a worse state than oneself. This type of entertaining impoliteness can obviously be described by those who are maser gamers. Being winners, they must perform their abilities as much as they can to overcome the opposition and be superior to their enemy. Importantly, as observed, most of the impoliteness employed was viewed or perceived in terms of mock impoliteness which playfully approaches and half-seriously looks down upon both sides expressing humorous emotion. The competitive and challenging impoliteness found in them led to use a superior attack to fight opponents as Sri Minda Murni (2014) states that impoliteness utterances are not only to get more power but to entertain his or her addressee also. Each turn taken between interlocutors will devalue the opponent as a loser or to be weaker than the speaker. Impoliteness in this context can be interpreted as follows

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 1 “สายตากูมันเฉียบคม อ้าวฆ่าให้ได้มากกว่ากูติ มึงเก่งจริง”
[Maser gamer1: Sāytā kū maṇ cheīyb khm xāw khā hī dī māk kwā kūdi mung kèng cring]

Maser gamer1 : “My eyes are sharp. Can you kill them more than me? If you’re brilliant.”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 2 : “สบาย เตี้ยวกูปล่อยให้ตายแม่งคนเดียว”
[Maser gamer2: Sībāy deīyw kū plxy hī tǎy mæ ng khn deīyw]

Maser gamer 2 : “Fine, let you die alone!”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 1 : “อย่า พี่ตายยากหะน้อง โชคดี พี่ยังกะคนเหล็ก”
[Maser gamer1: Xyā phī tǎy yāk hwa n̄xng chokh dī phī yāng ka khn hēk]

Maser gamer1 : “No, I die hard. Lucky me, I’m like a robot.”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 2 : “ไหนขอดูคนเหล็กหน่อยดิ”
[Maser gamer2: H̄in khx dū khn hēk h̄nxy di]

Maser gamer 2 : “Let me see you, a robot.”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 1 : “ก็รอดูแล้วกัน นี่ใจอีกคิลหนึ่งตอนนี่แปดคิลหละ”

[Maser gamer1: K̄ rx dū lǎwkw̄n nī ngī xīk khil h̄nūng txn nī pæd khil h̄lǎ]

Maser gamer1 : “Wait and see. This is it, one killed. Now eight are killed.”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 2 : “โทเย็ดแม่คนเฮี้ยไรชมตัวเอง”

[Maser gamer2: H̄o yēd mǎe khn h̄eȳi rī chm taw xeng]

Maser gamer 2 : “Mother fucker! What’s a fucking person? Admire yourself ”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 1 : “มึงฆ่าที่ตัวดีกว่า พุดยั้งจั้งอะ”

[Maser gamer1: M̄ung kh̄h̄ā kī t̄d̄w̄d̄ī kw̄d̄ī ph̄n̄id ȳd̄ng c̄d̄ng xa]

Maser gamer1 : “How many people did you kill?”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 2 : “กูยี่สิบตัวแล้ว”

[Maser gamer2: Kū yī̄sib taw lǎw]

Maser gamer 2 : “Twenty killed”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 1 : “โทไมโทดจั้งหะ กู 23 ตัว”

[Maser gamer1: H̄omī h̄od c̄ng h̄w̄a kū 23 taw]

Maser gamer1 : “It’s wicked, me twenty-three”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 2 : “23นี้อายุมึงมัยหะ มึงมันเด็กกระโปก”

[Maser gamer2: 23Nī xāyu m̄ung m̄ȳ h̄w̄a m̄ung m̄an d̄ēk krapok]

Maser gamer 2 : “Twenty-three? That’s your age. You’re just a kid.”

มาสเซอร์ เกมเมอร์ 1 : “มึงมันไอ้แก่ใจ”

[Maser gamer1: M̄ung m̄an xī k̄āe ngī]

Maser gamer1 : “You’re such a grandpa”

(Maser Channel : YouTube, 2022)

Conclusion and Discussion

In conclusion, entertaining impoliteness found in Thai social media is slightly distinguished according to the Entertaining impoliteness framework, specifically in

terms of aesthetic pleasure, voyeuristic pleasure and the pleasure of being superior. Relying on the framework, it claimed that those three pleasures are related to the emotion *schadenfreude*. On the other hand, the results turned out differently because people's perception of impoliteness on Thai social media is differently perceived among followers who are mostly teenagers. Some vulgar, saucy, taboo words or swear words were naturally acquired and received as an arousal of amusement. Thus, the impoliteness in this context is not designed to cause any offence or hurt feelings but employed to express pleasure for entertaining purposes. Moreover, there was also an overlapping of impoliteness features to extend touching meaning of impolite words in order to arouse amusing and satisfied emotions. Generally, Thais regularly access online social medias in order to fulfill their entertainment purpose or at least killing time. Impoliteness use is not only build or tighten up relationship and intimacy but simplifies contents easier to understand also. Similarly, Ibrahim (2018) whose research dealt with entertaining impoliteness in Egyptian TV shows which revealed that impoliteness in TV shows has a potential to provoke laughter and amusement as a humor-impoliteness. Additionally, it is also used as strategies in order to seek agreement, get and exchange ideas or challenge each other between content creators and followers or competitors with the same objective. Therefore, these 3 entertaining impoliteness features in Thai social media have no effect in terms of emotional *schadenfreude*.

The four-entertaining impoliteness features were found in Thai social media, including emotional pleasure, which is used to arouse spectator's involvement, gaining more viewers or supporters, and seeking some agreement or comment on the issues discussed. According to the objectives mentioned, the state of arousal in participants is not enough. On the way to reaching their pleasurable emotions, both of them must express an aesthetic pleasure as a creativity which would be considerably initiated and produced in order to receive attention, entertain, maintain relationships, or even build

up some social movement to bring about some change. In terms of voyeuristic pleasure dealing with public exposure of private selves relates to the emotion schadenfreude because Thai social media is a medium of show business in order to follow famous people's news and movement. Furthermore, Bunnak (2016) studied investigating the impoliteness strategies for interviewing Thai celebrities by a Thai alternative television host and it was found that some unanticipated questions were used such as allegedly asking as a provocation, stating counter-evidence, guiding to a certain answer, using a follow-up and accusation question. Hence, to publicly expose private issues of famous people as the talk of the town, there must be some dissatisfaction, madness, and negative behavior affecting those interviewers whose interview used the mentioned questions. Finally, in terms of the pleasure of being superior or superiority theories which are usually found in game casting employed by maser gamers, the impolite characteristics that appear are used frequently for entertaining both themselves as a butt of jokes and also being superior toward other maser gamers as competitors when the humor pleasure had developed through the impoliteness during a game battle.

Suggestions

- a) For further study, the overlapping or mixing of impoliteness use could be particularly investigated in order to fulfill the diverse perspectives of impolite expression.
- b) There should be a comparative study of entertaining impoliteness in terms of cross-cultural perspectives.

References

- Pimrypisesellseverything . (2020). *White, Slim and beauty*. Retrieved December 20, 2021 from [https:// https://www.facebook.com/100064423222638/videos/198082094892740](https://www.facebook.com/100064423222638/videos/198082094892740) [in Thai]
- Bunnak Orawee. (2016). Impoliteness Strategies for Interviewing Celebrities by Alternative Television Channel Hosts. *Chophayom Journal*, 27(2), 13–24.
- Culpeper, J. (2011). *Impoliteness Using Language to Cause Offence*. United States of America : Cambridge University Press, New York.
- Wesam Ibrahim. (2018). Entertaining impoliteness in Egyptian TV Shows : Abla Fahita as a model. *Occasional papers*, vol.65, July, 2018.
- Murni, Sri M. Entertaining Impoliteness in Indonesia Lawak Klub: a Metaphor of Sport Games. *Lingua: Jurnal Bahasa dan Sastra Unsri*, vol.15, no. 1, 2014.
- Veen. (2021). *Mueng Thip Declaration*. Retrieved December 22, 2021 from [https:// https://www.facebook.com/page/100139638647904/search/?q](https://www.facebook.com/page/100139638647904/search/?q). [in Thai]
- Veen. (2022, January 16). *I want to go to Hor Kham, what will happen? When Mea Ying Lee has come Hor Kham of Mueng Lanna Yaowarun of Muengthip must not miss*. Retrieved January 16, 2022 from <https://www.facebook.com/Lindameayasalon/videos/2419912428145583> [in Thai]
- Tangmo-Uap Uem. (2022). *Meet the dessert menu with anger*. Minimal [video]. Facebook Page. Retrieved January 22, 2022 from <https://www.facebook.com/100052794122086/videos/704924403650532> [in Thai]
- TVPool Official. (2022). *The famous channel's hero! He cursed the reporter saying, 'Damn it, if you don't meet with yourself, you won't know*. Retrieved February 2, 2022 from <https://www.youtube.com/watch?v=Apq25wvhjjs> [in Thai]

การวิเคราะห์การแปลอารมณ์ขันจากภาษาเยอรมันเป็นภาษาไทย : กรณีศึกษาวรรณกรรมเยาวชน เรื่อง Eine Woche voller Samstage ของ พอล มาร์

สิริวรรณ เปรมจิตปิยะพันธ์¹ และอัญชลี โศพิ้งพวง²

^{1,2}สาขาวิชาการแปล คณะมนุษยศาสตร์

^{1,2}มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขันและวิเคราะห์กลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขัน และปัญหาการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนฉบับแปลเรื่อง แซมเพื่อนรักมหัศจรรย์ ตอน ทุกวันเป็นวันเสาร์ (2548) แปลโดยหทัยา แปลจากต้นฉบับภาษาเยอรมันเรื่อง Eine Woche voller Samstage (1973) ของ Paul Maar โดยใช้แนวคิดเรื่องความไม่เข้ากัน (Incongruity) และความกำกวมของภาษา (Ambiguity) เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกภาษาสื่ออารมณ์ขัน และใช้ทฤษฎีแนวคิดวิธีการแปลแบบปรับ (Adaptation) ในการวิเคราะห์กลวิธีการแปล ผลการศึกษาพบว่า ประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขันที่พบมี 2 ประเภทหลัก ได้แก่ (1) อารมณ์ขันจากการเล่นคำ และ (2) อารมณ์ขันจากการสร้างคำใหม่ สำหรับกลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันที่พบมี 6 วิธี ได้แก่ (1) การตัดลอกต้นฉบับแบบคำต่อคำ ในบางส่วน (2) การแปลด้วยคำทับศัพท์ (3) การรังสรรค์ข้อความขึ้นทดแทน (4) การสร้างบริบทที่คุ้นเคยหรือเหมาะกับวัฒนธรรมในภาษาปลายทาง (5) การขยายหรือเพิ่มข้อความจากต้นฉบับ (6) การตัดออกหรือละความบางส่วน นอกจากนี้ ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษาเยอรมันจำนวน 3 ท่าน พบว่าปัญหาหลักในการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันในงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งได้เป็น 4 ประเด็น คือ (1) เนื้อความในบทแปลขาดหายหรือไม่ครบถ้วน (2) บทแปลใช้คำทับศัพท์ที่

ส่งผลกระทบต่อความเข้าใจอารมณ์ชั้น (3) เนื้อความในบทแปลเกินกว่าต้นฉบับหรือแตกต่างจากต้นฉบับอย่างสิ้นเชิง และ (4) การแปลผิดความหมาย

คำสำคัญ ; การแปล, การแปลอารมณ์ชั้น, การแปลวรรณกรรมเยาวชน

An Analysis of Humour in Translation from German into Thai : A Case Study of “Eine Woche voller Samstage” by Paul Maar

Siriwan Premjitpiyapan¹ and Anchalee Topeongpong²

^{1,2}Department of Translation, Faculty of Humanities

^{1,2}Ramkhamhaeng University, Thailand

Abstract

This research aims to study types of humorous language, analyze strategies used in translating humorous language, and study problems found in translating humorous language in the Thai young-adult fiction „แซมเพื่อนรักมหัศจรรย์ ตอน ทุกวันเป็นวันเสาร์ (2005)“ by Hattaya translated from a German young-adult fiction „Eine Woche voller Samstage (1973)“ by Paul Maar, by using the concepts of incongruity and ambiguity as criteria to select the language of humor. The concept of adaptation was used for analyzing translation strategies. The results of the study showed that there were 2 main types of humorous language, as follows: (1) humor from playing on words and (2) humor from creating new words. As for the strategies used in translating humorous language, there were 6 strategies: (1) transcription of the original, (2) translating with transliteration, (3) creation, (4) situational or cultural adequacy; (5) expansion, and (6) omission. Moreover, the results of a survey on the opinions of 3 academic experts on the German language revealed that the main problems with expressing humor in the translated version (Thai version) of this young-adult fiction could be divided into 4 issues: (1) some missing and incomplete messages in this translation, (2) some words from transliteration affecting understanding of humor;

(3) some excessive or different messages from the original version, and (4) misinterpretation, causing inaccurate understanding of the original version.

Keywords; translation, humour in translation, translation of children's literature

บทนำ

ภาษาเยอรมันเป็นภาษาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีโครงสร้างไวยากรณ์ซับซ้อน และแตกต่างจากภาษาไทยแทบทุกด้าน ซึ่งล้วนส่งผลต่อการถ่ายทอดความหมายจากภาษาต้นทางไปสู่ภาษาปลายทาง เพราะความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมอาจทำให้ผู้แปลประสบปัญหาในการถ่ายทอดสิ่งที่ไม่เป็นที่รู้จักให้แก่ผู้อ่านต่างวัฒนธรรมได้ เมื่อผู้แปลไม่สามารถถ่ายทอดให้ตรงกับ ความหมายที่สารในภาษาต้นทางต้องการสื่อ ผลที่เกิดขึ้นคือ ผู้อ่านในภาษาปลายทางอาจได้รับสารที่ผิด หรือเข้าใจความหมายคลาดเคลื่อนไปจากเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแปลตัวบทที่มีภาษาส่ออารมณ์ขัน ผู้แปลจำเป็นต้องคำนึงถึงความแตกต่างทางด้านภาษา วัฒนธรรม ระบบสังคมและวิถีชีวิตระหว่างผู้เขียนภาษาต้นทางและผู้อ่านในภาษาปลายทาง ยิ่งปัจจัยข้างต้นมีความแตกต่างกันมากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้ผู้อ่านที่มีพื้นฐานมาจากกลุ่มสังคมอื่นหรือวัฒนธรรมอื่น เกิดอารมณ์ขันและเข้าใจความหมายได้ยากขึ้นตามไปด้วย

ปัญหาที่ทำให้ผู้อ่านชาวไทยไม่เข้าใจอารมณ์ขันหรือไม่สามารถรับรู้อารมณ์ขันของวัฒนธรรมอื่นที่ปรากฏในวรรณกรรมต่างประเทศ มีสาเหตุหลักมาจากความแตกต่างทางโครงสร้างภาษาและทางวัฒนธรรมอย่างทีกล่าวไปข้างต้น และอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้อ่านไม่เข้าใจอารมณ์ขันที่ผู้เขียนต้องการสื่อ คือ การเลือกใช้คำในภาษาปลายทางของผู้แปล ฉะนั้น สิ่งสำคัญที่ผู้แปลพึงมีเพื่อใช้ในการถ่ายทอดอารมณ์ขัน คือ ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมของทั้งภาษาต้นทางและภาษาปลายทางอย่างถ่องแท้ และ ยังต้องเข้าใจรูปแบบของการใช้ภาษาที่ผู้เขียนต้องการสื่อถึงอารมณ์ขันเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ ภารตี ตั้งแตง (2545) สรุปไว้ว่า การแปลอารมณ์ขันต้องใช้ความรู้ด้านภาษาและด้านวัฒนธรรมทั้งของต้นทางและปลายทางควบคู่กัน ซึ่งผู้แปลต้องมีปฏิภาณไหวพริบ มีความสามารถในการถ่ายทอดบทแปล และต้องคำนึงถึงความหมาย ลีลาผู้เขียน บุคลิกตัวละคร เพื่อจะได้รักษาเนื้อความ อรรถรส อารมณ์และความคิดต่าง ๆ ที่ผู้เขียนต้องการถ่ายทอด และเพื่อให้ผู้อ่านที่อยู่ต่างวัฒนธรรมสามารถเกิดอารมณ์ขันตามสารต้นฉบับได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจประเด็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดภาษาส่ออารมณ์ขันจากต้นฉบับภาษาเยอรมันไปเป็นฉบับแปลภาษาไทย การรักษารรรถรสอารมณ์ขันของ

ต้นฉบับโดยคำหนึ่งถึงปัจจัยรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นความหมาย วัฒนธรรม หรือผู้รับสาร โดยเลือกศึกษาเฉพาะงานวรรณกรรมเยาวชนเยอรมันเรื่อง Eine Woche voller Samstage ของ พอล มาร์ หนึ่งในนักเขียนวรรณกรรมเด็กและเยาวชนชาวเยอรมันที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงมากที่สุด ซึ่งวรรณกรรมเรื่องนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก และได้รับการแปลเป็นภาษาต่าง ๆ มากมาย รวมถึงภาษาไทยด้วยเช่นกัน อีกทั้ง ผู้ประพันธ์ได้สอดแทรกภาษาสื่ออารมณ์ขัน และลูกเล่นทางภาษาไว้ในวรรณกรรมเรื่องดังกล่าวหลากหลายรูปแบบเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขัน นับว่าเป็นเรื่องท้าทายอย่างยิ่งสำหรับผู้แปลว่าจะยังสามารถรักษาอรรถรสอารมณ์ขันของต้นฉบับเดิมไว้ได้หรือไม่ และมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการศึกษาประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขัน วิธีการถ่ายทอด รวมถึง ปัญหาในการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันในวรรณกรรมเยาวชนเยอรมันที่แปลเป็นภาษาไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนภาษาเยอรมัน เรื่อง Eine Woche voller Samstage ของ พอล มาร์
2. เพื่อวิเคราะห์ท่วงวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนฉบับแปลจากภาษาเยอรมันเป็นไทยเรื่อง แซมเพื่อนรักมหัศจรรย์ ตอน ทุกวันเป็นวันเสาร์
3. เพื่อศึกษาปัญหาการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันที่พบในวรรณกรรมเยาวชนฉบับแปลภาษาไทยเรื่อง แซมเพื่อนรักมหัศจรรย์ ตอน ทุกวันเป็นวันเสาร์

กรอบแนวคิดในการวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ใช้ในวรรณกรรมเด็กและเยาวชน มักสอดแทรกลูกเล่นทางภาษาหรือใช้ภาษาที่ผิดแผกไปจากปกติ เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกขบขัน โดยบางกรณีไม่เพียงแต่ต้องเข้าใจโครงสร้าง ไวยากรณ์ ของภาษานั้น ๆ แต่ยังต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการเข้าใจพื้นฐานความคิดของกันและกันเป็นเครื่องมือช่วยในการตีความร่วมด้วย (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2536, น. 33-35)

Ross (1998, pp. 7-8) ได้กล่าวว่า อารมณ์ขันเกิดขึ้นเนื่องจากความไม่เข้ากัน (Incongruity) หรือความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกัน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเนื้อหา เหตุการณ์ ความรู้สึก และความกำกวมของภาษา ทำให้ผู้อ่านสามารถตีความได้มากกว่าหนึ่งความหมาย อีกทั้ง เรื่องการสร้างความปลอดภัย เมื่อผู้อ่านรู้สึกแปลกใจกับข้อความที่ไม่เป็นไปตามความคาดหมาย เกิดขึ้นได้จากการคาดหวังบางอย่างไว้ แล้วกลับเปลี่ยนเป็นอีกอย่าง โดยไม่ได้คาดคิด ส่งผลให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขันขึ้นได้ สำหรับ Raskin (อ้างอิงใน Sikorska-Bujnowicz, 2013, p. 25) ได้กล่าวถึงเรื่องความกำกวมของภาษา (Ambiguity) ว่าเป็นวิธีการสำคัญของการสื่ออารมณ์ขันเช่นกัน โดยเฉพาะอารมณ์ขันที่เล่นกับตัวภาษา อย่างวิธีการเล่นคำหรือการสร้างคำขึ้นใหม่ มักมีรูปคำที่ก่อให้เกิดความกำกวม ทำให้ตีความได้มากกว่าหนึ่งความหมายหรือตีความเป็นอย่างอื่นได้

ในเรื่องการเล่นคำ Schweikle (1990, p. 505) ได้ให้นิยามความหมายการเล่นคำ (ภาษาเยอรมันใช้คำว่า Wortspiel) ในพจนานุกรมคำศัพท์ภาษาเยอรมันว่า หมายถึง การเล่นกับคำที่มีความกำกวม หลากหลายความหมาย รวมถึงการเล่นคำที่เกี่ยวข้องกับระบบการออกเสียง ซึ่งสอดคล้องกับ Wilpert (1989, p. 1037) ที่ให้คำจำกัดความว่าการเล่นคำเป็นการนำลักษณะเฉพาะทางภาษา อย่างเรื่องความกำกวมทางภาษา มาใช้เป็นวิธีให้เกิดอารมณ์ขัน และ Sikorska-Bujnowicz (2013, p. 45) กล่าวว่าการเล่นคำส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการใช้เสียงที่เหมือนกันหรือคล้ายกันอย่างน้อยสองคำที่มีความหมายต่างกันออกไป ซึ่งเอื้อให้เกิดความกำกวมได้ง่าย

สำหรับการแปลภาษาสื่ออารมณ์ขัน กล่าวได้ว่าไม่ใช่การแปลเรื่องทั่ว ๆ ไปที่จะสามารถยึดตรงตามต้นฉบับได้ แต่ต้องปรับให้เชื่อมโยงกับภูมิหลังของวัฒนธรรมปลายทาง เพื่อให้เกิดความหมายที่สอดคล้องและเท่าเทียมหรือใกล้เคียงกับเจตนาของสารต้นฉบับ ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ขั้นพื้นฐานในการแปล (Principles of Translating) ของ Nida (1964, p. 164) มี 4 ข้อด้วยกันดังนี้ (1) การแปลให้ได้ความหมายตามต้นฉบับ : making sense (2) บทแปลมีลักษณะลีลาภาษาเหมือนต้นฉบับ : conveying the spirit and manner of the original (3) บทแปลใช้วิธีการถ่ายทอดด้วยรูปแบบที่ง่ายและเป็นธรรมชาติ : having a natural and easy form of expression และ (4) การเกิดผลตอบสนองแบบเดียวกันในกลุ่มผู้อ่านภาษาแปลและกลุ่มผู้อ่านภาษาต้นฉบับ :

producing a similar response ซึ่งในข้อ 4 สอดคล้องกับทฤษฎี Equivalence in Translation ของ Nida (1964) เองเช่นกัน โดยเฉพาะหัวข้อ dynamic equivalence ที่กล่าวถึงการแปลโดยคำนึงถึงผู้อ่านหรือภาษาปลายทางเป็นสำคัญ เน้นใช้ภาษาปลายทางที่เหมาะสมเป็นธรรมชาติ และสร้างความคุ้นเคยแก่ผู้อ่านในภาษาปลายทาง

สำหรับ Klingberg (อ้างถึงใน Lampariello, 2017, p. 47) กล่าวว่า ในการแปลวรรณกรรมที่มีภาษาสื่ออารมณ์ขึ้นหรือการแปลข้อมูลเฉพาะทางวัฒนธรรม ไม่สามารถใช้วิธีการแปลตรงตามต้นฉบับได้ทั้งหมด ต้องอาศัยการแปลแบบปรับ (Adaptation) เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว เนื่องจากมีการแปลแบบปรับเป็นรูปแบบการแปลเพื่อปรับให้เข้ากับบริบทสถานการณ์ใหม่อย่างเป็นธรรมชาติ แต่ยังคงรักษาเค้าโครงเรื่องและแนวความคิดของต้นฉบับไว้ ไม่ควรปรับจนไม่เหลือเนื้อความเดิม โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ไปในทางเดียวกับตัวบทต้นฉบับ แต่ยังคงเหมาะสมและเข้าใจง่ายสำหรับผู้อ่านในวัฒนธรรมปลายทาง ซึ่งช่วยให้ผู้อ่านภาษาปลายทางเข้าใจเรื่องราวได้ดีมากขึ้น ในเรื่องนี้ Baker and Saldanha (2009) ได้จำแนกประเภทของวิธีการแปลแบบปรับไว้ดังนี้ (1) transcription of the original การคัดลอกต้นฉบับแบบคำต่อคำในบางส่วน (2) omission การตัดออกหรือละความบางส่วน (3) expansion การขยายหรือเพิ่มความของข้อมูลต้นฉบับ (4) exoticism การใช้คำสแลง ภาษาถิ่น ฯลฯ ในต้นฉบับมาเขียนในฉบับแปล (5) updating การปรับให้ทันสมัย (6) situational or cultural adequacy การสร้างบริบทที่คุ้นเคยหรือเหมาะกับวัฒนธรรมในภาษาปลายทาง และ (7) creation การรังสรรค์ข้อความขึ้นทดแทนข้อความต้นฉบับโดยรวม

สำหรับประเด็นเรื่องข้อจำกัดหรือปัญหาในการแปลอรรถนัยขึ้นนั้น จากการศึกษาบทความของ Schmitz (2002) ประกอบกับผลการศึกษาการแปลเรื่องตลกในหนังสือของพรอยด์ โดยกาญจนา เจริญเกียรติบวร (2549) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ปัญหาของอรรถนัยขึ้นเชิงภาษาศาสตร์ คือ การใช้ลูกเล่นทางภาษาสร้างอรรถนัยขึ้น เช่น การเล่นคำ เป็นประเด็นทางภาษาที่แปลได้ยาก เป็นประเภทที่ต้องคงเค้าเดิมบางส่วนของตัวบทไว้ เพราะไม่สามารถหาคำที่ใกล้เคียงมาถ่ายทอดเป็นอีกภาษาหนึ่งได้ทำให้ความหมายหรืออรรถนัยขึ้นที่ปรากฏในต้นฉบับนั้นหายไป

2. ปัญหาของอารมณ์ขันเชิงสังคมและวัฒนธรรม เป็นอารมณ์ขันที่เกิดขึ้นเฉพาะกับกลุ่มคนในสังคมหรือวัฒนธรรมเดียวกัน จึงจะสามารถเข้าใจอารมณ์ขันนั้นได้ เป็นอารมณ์ขันประเภทที่แปลได้บางส่วน ตัวบทมีความหมายแฝงซ่อนอยู่ ผู้แปลจึงต้องเลือกแปลตามความหมายใดความหมายหนึ่งเท่านั้น เพราะเป็นไปได้ยากที่จะแปลได้ครบทุกความหมาย

3. ปัญหาของอารมณ์ขันทั่วไป เป็นอารมณ์ขันประเภทที่แปลได้ กล่าวคือ มีปัญหาน้อยสุดในการแปล ส่วนใหญ่คือเรื่องตลกที่ไม่มีการเล่นคำ หรือเป็นการเล่นคำที่สามารถหาคำแปลที่มีความหมายตรงกันหรือเทียบเคียงกับต้นฉบับได้ง่าย

ในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับภาวะการแปลไม่ได้ Catford (1965, pp. 93-103) ได้จำแนก การแปลไม่ได้ ออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) การแปลไม่ได้เนื่องจากข้อจำกัดทางภาษา มีสาเหตุจากความแตกต่างด้านโครงสร้างไวยากรณ์ ระบบเสียงและขอบเขตความหมายของตัวคำศัพท์ ซึ่งได้ส่งผลต่อการสื่อความหมายและทำให้เกิดความกำกวมในการเลือกใช้คำแปลที่เหมาะสมตามต้นฉบับ และ (2) การแปลไม่ได้เนื่องจากข้อจำกัดด้านวัฒนธรรม เกิดจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างผู้เขียนในภาษาต้นทางกับผู้อ่านในภาษาปลายทาง เป็นเรื่องยากที่ผู้แปลจะถ่ายทอดออกมาเป็นภาษาปลายทาง โดยได้ความหมายตามที่ภาษาต้นทางสื่อ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งวิจัยเอกสารเป็นหลัก โดยเลือกศึกษาเฉพาะงานวรรณกรรมเยาวชนเยอรมันเรื่อง Eine Woche voller Samstage ของ พอล มาร์ วิเคราะห์เทียบกับวรรณกรรมเยาวชนฉบับแปลภาษาไทย ชื่อเรื่อง แซมเพื่อนรักมหัศจรรย์ ตอน ทุกวันเป็นวันเสาร์ เนื่องจากวรรณกรรมเยอรมันเรื่องนี้ได้รับความนิยมอย่างมากและได้รับการแปลเป็นภาษาต่าง ๆ มากมาย รวมถึงภาษาไทย อีกทั้งผู้ประพันธ์ได้สอดแทรกการเล่นทางภาษาหลากหลายรูปแบบ เพื่อทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขัน

ผู้วิจัยได้แบ่งการดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สืบหาข้อมูล โดยการค้นคว้ารวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแปลจากนักวิชาการแปลทั้งไทยและต่างประเทศ แนวคิดการแปลแบบปรับแนวคิด

เรื่องการแปลภาษาสื่ออารมณ์ขันและข้อจำกัดในการแปล เพื่อทำความเข้าใจและนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูลภาษาสื่ออารมณ์ขัน โดยใช้แนวคิดเรื่องความไม่เข้ากัน (Incongruity) และเรื่องความกำกวมของภาษา (Ambiguity) เป็นเกณฑ์อ้างอิงในการคัดเลือกภาษาสื่ออารมณ์ขัน และนำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่เพื่อกำหนดประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขัน

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาเทียบเคียงกับฉบับแปล และวิเคราะห์เพื่อศึกษากลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขัน โดยใช้แนวคิดวิธีการแปลแบบปรับ (Adaptation) เป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อศึกษาปัญหาในการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขัน โดยอ้างอิงข้อมูลตามเรื่องข้อจำกัดในการแปลอารมณ์ขัน แนวคิดเกี่ยวกับภาวะการแปลไม่ได้ และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษาเยอรมันจำนวน 3 ท่าน เพื่อหลีกเลี่ยงการตัดสินเชิงอัตวิสัยของผู้วิจัยเอง และเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความเที่ยงตรงโปร่งใสยิ่งขึ้น โดยใช้หลักเกณฑ์ขั้นพื้นฐานในการแปลของ Nida (1964) เป็นแนวทางในการถามความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินว่าบทแปลนั้นสามารถถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันได้ตามเจตนาของบทต้นฉบับหรือไม่

ขั้นตอนที่ 4 นำผลการศึกษาในแต่ละประเด็นมาอภิปรายในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยประกอบไปด้วย 3 ประเด็นหลัก คือ ประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขัน กลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขัน และปัญหาที่พบในการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขัน

1. ประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขัน

ผลการศึกษาประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนภาษาเยอรมัน เรื่อง Eine Woche voller Samstage ของ พอล มาร์ พบว่าภาษาสื่ออารมณ์ขันที่พบในงานวิจัยชิ้นนี้มีทั้งหมด 211 แห่งด้วยกัน โดยแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ (1) การเล่นคำ ซึ่งเป็นประเภทที่พบมากที่สุด ถึง 147 แห่ง และ (2) วิธีการ

สร้างคำใหม่ พบ 67 แห่ง ซึ่งแบ่งออกเป็นประเภทย่อยได้ 9 อย่าง ดังแสดงในตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 1 ภาษาสื่ออารมณ์ขันประเภทการเล่นคำที่พบในงานวิจัย

ประเภทภาษาสื่ออารมณ์ขัน (การเล่นคำ)	จำนวนที่พบ	ร้อยละ
การเล่นคำวิสามานยนาม (Puns and plays on proper names)	45	30.61
การเล่นคำสัมผัสคล้องจอง (Rhyme)	44	29.93
การเล่นคำซ้ำ (Word repetition)	41	27.89
การเล่นคำกำกวม/คำหลายความหมาย (Polysemy)	16	10.88
การเล่นคำสำนวน (Idioms)	1	0.68
รวม	147	100.00

ตารางที่ 2 ภาษาสื่ออารมณ์ขันประเภทสร้างคำใหม่ที่พบในงานวิจัย

ประเภทภาษาสื่ออารมณ์ขัน (การสร้างคำใหม่)	จำนวน	ร้อยละ
การสร้างคำประสม (Compound words)	20	31.25
การสร้างคำเลียนเสียง (Onomatopoeia)	19	29.69
การสร้างคำสลับอักษร (Anagram)	18	28.12
การสร้างคำด้วยอักษรย่อ (Acronym)	7	10.94
รวม	67	100.00

1.1 ภาษาสื่ออารมณ์ขันประเภทการเล่นคำ

คือ ภาษาสื่ออารมณ์ขันที่มักจะเล่นกับความหมายของคำวิธีการใช้คำหรือการเล่นกับเสียง โดยการปรับวิธีการออกเสียงให้มีจังหวะและท่วงทำนอง จากข้อมูลในตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าการสื่ออารมณ์ขันประเภทการเล่นคำมีประเภทย่อยคือการเล่นคำวิสามานยนาม เป็นประเภทที่พบมากที่สุดในหมวดนี้ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.61 รองลงมาคือการเล่นคำสัมผัสคล้องจอง คิดเป็นร้อยละ 29.93 ถัดไปเป็น

การเล่นคำซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 27.89 ถัดไปคือการเล่นคำกำกวม/คำหลายความหมาย คิดเป็นร้อยละ 10.88 และการเล่นคำสำนวน ซึ่งพบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.68 โดยจะอธิบายบางประเภทพร้อมยกตัวอย่างประกอบดังต่อไปนี้

1) การเล่นคำวิสามานยนาม (Puns and plays on proper names) หมายถึง การเล่นกับคำนามที่เป็นชื่อเฉพาะเจาะจงของคน สัตว์ สิ่งของ สถานที่ โดยใช้วิธีการปรับเปลี่ยนคำหรือการประสมคำ ซึ่งจะแตกต่างกับชื่อเดิมที่ใช้ตามปกติทั่วไป แต่ยังคงมีเค้าโครงเดิมเหลืออยู่

ตัวอย่างที่ 1 สถานการณ์คือ ตัวละคร Sams ได้เจอนาย Oberstein ที่เป็นเจ้านายของนาย Taschenbier และ Sams ไม่ค่อยชอบเขานัก เพราะเขาไม่ค่อยฉลาด และเป็นคนขี้ลืม Sams จึงแต่งเพลงนี้ให้แก่เขา

บทต้นฉบับ : »Oberstein und Unterstein,
Alles muss versteckt sein,
Hinterstein und Vorderstein,
Papa will geweckt sein.« (p. 91)

จากตัวอย่างที่ 1 จะเห็นว่าคำที่ขีดเส้นใต้ผู้ประพันธ์เลือกใช้คำวิสามานยนามมาเป็นลูกเล่นทางภาษาเพื่อให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขัน โดยเล่นกับความหมายที่แฝงอยู่ในชื่อ Oberstein (อ่านว่า โอเบอร์ชไตน์) นั่นคือคำว่า ober ในภาษาเยอรมันแปลว่าด้านบน เป็นคำที่มีความหมายและใช้บ่งบอกทิศทางได้ ผู้ประพันธ์จึงนำประเด็นนี้มาใช้เป็นวิธีสร้างอารมณ์ขันโดยปรับเปลี่ยนชื่อให้ผิดแปลกไปจากเดิมเป็น Unterstein ที่มีคำว่า unter (ด้านล่าง) Hinterstein มีคำว่า hinter (ด้านหลัง) และ Vorderstein มีคำว่า vorder (ด้านหน้า)

2) การเล่นคำสัมผัสคล้องจอง (Rhyme) หมายถึง การนำคำที่มีเสียงสัมผัสกันหรือเสียงคล้องจองมาวางใกล้กัน มี 2 แบบ คือ คำคล้องจองที่มีความหมายเข้ากันได้บริบท และคำคล้องจองที่เน้นเพียงแคให้เสียงคล้องจองกันโดยไม่สนใจความหมายของคำ

ตัวอย่างที่ 2 สถานการณ์คือ Sams และนาย Taschenbier อยู่ด้วยกันในห้อง ซึ่งนาย Taschenbier จะนอนอยู่แต่ในห้อง แต่ Sams ไม่เอาด้วย จึงได้ร้องเพลงนี้ให้แก่นาย Taschenbier

บทต้นฉบับ : »Immer im Zimmer,

Im immer Zimmer,

Zimmer im immer,

Im Zimmer immer.« (P. 119) จากตัวอย่างที่ 2 จะเห็นว่าผู้ประพันธ์

ใช้ลูกเล่นทางภาษาโดยการเล่นคำสัมผัสคล้องจองระหว่างคำว่า Immer, Zimmer และ im ทำให้ผู้อ่านเกิดความกำกวม อ่านออกเสียงยากกว่าประโยคปกติ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งในการสร้างอารมณ์ขันให้กับผู้อ่านได้

1.2 ภาษาสื่ออารมณ์ขันประเภทการสร้างคำใหม่

คือ การสื่ออารมณ์ขันโดยวิธีการสร้างคำขึ้นใหม่ จะทำให้ผู้อ่านเกิดความประหลาดใจกับคำใหม่ที่ถูกสร้างขึ้น และต้องคาดเดาความหมายของคำตามบริบทของเนื้อเรื่องและตามลักษณะวิธีการสร้างคำ จากข้อมูลในตารางที่ 2 พบว่า ประเภทการสร้างคำใหม่มี 4 ประเภทย่อยคือ การสร้างคำประสม คิดเป็นร้อยละ 31.25 การสร้างคำเลียนเสียง คิดเป็นร้อยละ 29.69 การสร้างคำสลับอักษร คิดเป็นร้อยละ 28.12 และการสร้างคำด้วยอักษรย่อ คิดเป็นร้อยละ 10.94 โดยจะอธิบายบางประเภทพร้อมยกตัวอย่างประกอบดังต่อไปนี้

1) การสร้างคำสลับอักษร (Anagram) หมายถึง การสับเปลี่ยนพยัญชนะของคำหรือวลีเพื่อให้ได้คำหรือวลีใหม่ เกิดเป็นคำแปลกใหม่ที่มีความหมายใหม่หรือจะไม่มี ความหมายก็ได้

ตัวอย่างที่ 3 สถานการณ์คือ Sams และนาย Taschenbier คุยเล่นกันอยู่ในห้อง บทสนทนาที่มีภาษาสื่ออารมณ์ขันเกิดขึ้นจากการเปิดประเด็นเรื่อง การอ่านคำใหม่ที่มีการเรียงสลับอักษรจากหลังไปหน้า ดังนี้

บทต้นฉบับ : »Bist du denn immer noch nicht wach?«

»Doch, jetzt bin ich wohl oder übel wach«,
antwortete Herr Taschenbier. »Bei diesem Lärm
würde sogar ein Tauber rückwärts aus dem Bett
fallen.«

»Rückwärts?«, lachte das Sams. »Dann wäre er plötzlich ein Rebuat und wüsste gar nicht, wieso.« (p. 133)

จากตัวอย่างที่ 3 ผู้ประพันธ์เลือกใช้วิธีการสร้างคำขึ้นใหม่โดยการสลับอักษร จากเดิมคำว่า Tauber หมายถึง คนหูหนวก เรียงอักษรใหม่จากหลังไปหน้า กลายเป็นคำว่า Rebuat ซึ่งเป็นคำที่ไม่มีความหมาย แต่ก็สามารถสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ว่ามาจากคำว่า Tauber เนื่องจากในบริบทมีการแทรกคำว่า rückwärts ที่หมายถึง ถอยหลัง เพื่อให้ผู้อ่านตามทันว่าตัวละคร Sams กำลังเล่นคำเรียงตัวอักษรถอยหลังอยู่

2) การสร้างคำประสม (compound words) หมายถึง การสร้างคำ โดยการประสมหน่วยคำ 2 หน่วยเข้าด้วยกันแล้วเกิดเป็นคำใหม่ที่ผู้อ่านไม่ได้คาดคิดหรือไม่รู้จักมาก่อน

ตัวอย่างที่ 4 สถานการณ์เกิดขึ้นในห้างสรรพสินค้า Sams ได้ยินพนักงานขายกำลังเชิญชวนลูกค้ามาซื้อเนยแข็ง และสงสัยว่าเนยแข็งคืออะไร Sams จึงไปถามพนักงานขาย

บทต้นฉบับ : »Käse? Was ist denn das?«, fragte das Sams mit großen Augen.
 »Du weißt nicht, was Käse ist?«, fragte der Verkäufer erstaunt.
 Das Sams schüttelte den Kopf.
 »Unten, in der Lebensmittelabteilung, liegen auf einem Tisch so große, rote Kugeln. Das ist Käse, Kleiner«, erklärte der Verkäufer.
 »Kugelkäse!«, rief das Sams, rannte zur Rolltreppe und fuhr hinab.
 (p. 54)

จากตัวอย่างที่ 4 จะเห็นได้ว่าเมื่อ Sams ถามพนักงานขายว่าเนยแข็งคืออะไร พนักงานขายได้ตอบกลับมาว่า “...auf einem Tisch so große, rote Kugeln. Das

ist Käse, ...” (บนโต๊ะมีก้อนแดง ๆ กลม ๆ วางอยู่นั้นแหละเนยแข็ง) ด้วยบุคลิกลักษณะของตัวละคร Sams ที่ผู้ประพันธ์ต้องการสื่อว่าไม่ใช่สิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่บนโลก จึงมักจะไม่นับเคยกับสิ่งของ อาหาร ความเป็นอยู่ รวมถึงลักษณะการพูดของมนุษย์โลก ด้วยเหตุนี้ Sams จึงมักมีคำพูดหรือใช้ภาษาที่ไม่เหมือนเด็กทั่วไป หรือบางทีก็สร้างสรรค์และประกอบคำขึ้นมาใหม่ อย่างในตัวอย่างนี้ เมื่อตัวละคร Sams ได้ฟังคำตอบจากพนักงานขาย จึงนำคำว่า Kugel (ก้อนทรงกลม) มารวมกับคำว่า Käse (เนยแข็งหรือชีส) กลายเป็นคำว่า Kugelkäse (เนยแข็งหรือชีสที่มีลักษณะเป็นก้อนทรงกลม) ซึ่งเป็นคำที่ผู้อ่านไม่คาดคิดว่าตัวละครจะใช้คำแบบนี้

2. กลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขัน

ผลการวิเคราะห์กลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนฉบับแปลในงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่ามี 6 กลวิธีด้วยกัน ดังในตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 3 กลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันที่พบในงานวิจัย

กลวิธีการถ่ายทอด	จำนวน	ร้อยละ
transcription of the original	63	29.86
transliteration	50	23.70
creation	49	23.22
situational or cultural adequacy	27	12.80
expansion	15	7.11
omission	7	3.32
รวม	211	100.00

จากข้อมูลในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลวิธีการแปลแบบ transcription of the original (การคัดลอกต้นฉบับแบบคำต่อคำในบางส่วน) พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.86 รองลงมาคือการแปล transliteration (การแปลด้วยคำทับศัพท์) คิดเป็นร้อยละ 23.70 กลวิธีการแปลแบบ creation (การรังสรรค์ข้อความขึ้นทดแทนข้อความ

ต้นฉบับโดยรวม) คิดเป็นร้อยละ 23.22 ลำดับถัดไปคือ กลวิธีการแปลแบบ situational or cultural adequacy (การสร้างบริบทที่คุ้นเคยหรือเหมาะกับวัฒนธรรมในภาษาปลายทาง) คิดเป็นร้อยละ 12.80 ต่อมาคือ expansion (การขยายหรือเพิ่มความของข้อมูลต้นฉบับ) คิดเป็นร้อยละ 7.11 และกลวิธีการแปลแบบ omission (การตัดออกหรือละความบางส่วน) เป็นวิธีที่พบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.32 โดยจะอธิบายบางกลวิธีพร้อมยกตัวอย่างประกอบดังต่อไปนี้

1) transliteration หรือการแปลด้วยคำทับศัพท์ คือ การถอดอักษร หรือแปลงข้อความจากระบบการเขียนหรือภาษาหนึ่งไปสู่อีกระบบหนึ่งอย่างมีหลักการ เพื่อให้สามารถเขียนคำในภาษาต่างประเทศด้วยภาษาและอักษรในภาษานั้น ๆ ได้สะดวก ส่วนมากใช้กับวิสามานยนาม หรือชื่อเฉพาะที่ไม่สามารถแปลความหมายเป็นภาษาอื่นได้โดยสะดวก

ตัวอย่างที่ 5 สถานการณ์คือนาง Rotkohl ไม่พอใจที่เกิดเสียงดังขึ้นในห้องของนาย Taschenbier จึงเกิดการตอบโต้กันเล็กน้อยระหว่างนาง Rotkohl และ Sams ที่กำลังเสียนเสียงเป็นนาย Taschenbier สำหรับบทสนทนาี้ ได้มีการสอดแทรกการเล่นกับคำนามที่เป็นชื่อเฉพาะไว้หลายจุดด้วยกัน

บทต้นฉบับ : »Machen Sie sofort die Tür auf oder ich hole die Polizei!«, schrie Frau Rotkohl noch wütender von draußen.
»Ich kann nicht ...«, rief Herr Taschenbier und versuchte das Sams vom Schrank zu zerren.
»... kann nicht verstehen, warum ich aufmachen soll, Frau Grünkohl«, ergänzte das Sams mit der Stimme von Herrn Taschenbier.
»Sie wollen nicht? Das Zimmer gehört mir!«, schrie Frau Rotkohl von draußen.
»Warum muss ich eigentlich jeden Monat Geld für das Zimmer bezahlen, Rotköhlchen?«, flötete das Sams.

»Das ist die Miete. Außerdem verbitte ich mir Ihre Bezeichnungen. Ich heiße Rotkohl, verstanden?« (p. 35)

บทแปล : “เปิดประตูเดี๋ยวนี้นะ ไม่งั้นฉันจะเรียกตำรวจ!” คุณโร้ทโคล ตะโกนจากด้านนอกด้วยความโมโหขึ้นเรื่อย ๆ

“ผมไม่...” นายทัชเช่นเบียร้องตอบ ขณะพยายามดึงแฮมลง จากตู้

“...ไม่เข้าใจว่าทำไมต้องเปิดให้คุณด้วย คุณกรีนโคล” แซมต่อ ประโยคให้โดยเลียนเสียงนายทัชเช่นเบีย

“ไม่ยอมเปิดนั่นแหละ แต่นี่มันห้องของฉันนะ!” คุณโร้ทโคล เอ็ดเตโร

“ที่จริงผมก็ไม่รู้เหมือนกันว่าทำไมต้องจ่ายค่าห้องให้คุณ ทุกเดือนด้วย คุณโร้ทเคิลเช่น” แซมผิวกาก

“ก็คุณมาเช่าห้องฉันนี่ ฉันซักจะทนคำเรียกชื่อของคุณไมไหว แล้วนะ ฉันชื่อโร้ทโคล เข้าใจไหม” (น. 32)

จากตัวอย่างที่ 5 จะเห็นว่าผู้ประพันธ์ได้สอดแทรกการเล่นคำชื่อเฉพาะ โดยเอาชื่อตัวละครมาดัดแปลงเป็นชื่อใหม่ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขัน ในที่นี้ เดิมทีตัวละครชื่อว่า Rotkohl (อ่านว่า โร้ทโคล) แปลว่า กะหล่ำม่วง ถูกแปลงชื่อเป็น Grünkohl แปลว่า ผักเคล และ Rotköhlchen ที่สื่อถึงกะหล่ำม่วงอันเล็ก ผู้แปลเลือกใช้วิธีการทับศัพท์หรือการถ่ายเสียงคำชื่อเฉพาะเหล่านี้ว่า กรีนโคล และโร้ทเคิลเช่นเท่านั้น โดยไม่ได้ถ่ายทอดความหมายที่แฝงอยู่

2) creation คือ การสร้างสรรค์ข้อความขึ้นแทนข้อความต้นฉบับโดยรวม ด้วยข้อความใหม่ที่ยังคงรักษาใจความสำคัญ แนวคิด และหน้าที่ของต้นฉบับอยู่

ตัวอย่างที่ 6 นาย Taschenbier จะพา Sams ไปห้างสรรพสินค้า Sams ดีใจ จึงร้องเพลง

บทต้นฉบับ : »Kaufhaus, Feldmaus.

Kaufmaus, Kopflaus.

Kauflaus, Blumenstrauß.« (p. 39)

บทแปล : “ห้างสรรพสินค้า ค้าสรรพสินห้าง

ห้างประชาชน มีคนพลุกพล่าน

เราเดินไม่มุ่งง่าม ชื้อของในห้างให้สนุกไปเลย” (น. 36)

จากตัวอย่างที่ 6 ภาษาสื่ออารมณ์ชั้นในต้นฉบับเกิดจากการเล่นคำสัมผัสคล้องจองของเสียงภาษาเยอรมัน -aus- (ออกเสียง เอาส) ระหว่างคำว่า -haus, -maus, -laus, -straße สำหรับบทแปลภาษาไทย ผู้แปลเลือกใช้วิธีผสมระหว่างการละไม่แปลคำเหล่านี้ Feldmaus, Kaufmaus, Kopflaus, Kauflaus, Blumenstraße และเลือกสร้างข้อความขึ้นมาใหม่มาแทนที่ ทำให้ความหมายของคำแปลไม่เหมือนกับต้นฉบับ แต่ยังคงใช้คำที่มีเสียงสัมผัสคล้องจองให้ใกล้เคียงกับแบบต้นฉบับ

3. ปัญหาที่พบในการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ชั้น

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องข้อจำกัดในการแปลอารมณ์ชั้นแนวคิดเกี่ยวกับภาวะการแปลไม่ได้ และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษาเยอรมัน พบว่าปัญหาการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ชั้นในงานวิจัยชิ้นนี้มีด้วยกัน 4 ข้อ ดังนี้

3.1 เนื้อความในบทแปลขาดหายไปครบถ้วน

ปัญหานี้มักเกิดขึ้นเมื่อผู้แปลใช้วิธีการละข้อความในภาษาต้นฉบับ ทำให้เนื้อหาของบทแปลไม่ครบถ้วน สาเหตุเกิดจากผู้แปลไม่สามารถหาคำแปลที่เหมาะสมมาแปลได้ ผู้แปลจึงต้องตัดเนื้อความบางส่วนออกไป ส่งผลให้อารมณ์ชั้นซึ่งเป็นที่ใจความสำคัญของข้อความเหล่านั้นในภาษาต้นฉบับถูกตัดออก

ตัวอย่างที่ 7

บทต้นฉบับ : »Oberstein und Unterstein,

Alles muss versteckt sein,

Hinterstein und Vorderstein,

Papa will geweckt sein.« (p. 91)

บทแปล : “โอเบอร์ชไตน์คนประสาธ

ซ่อนของทุกอย่างจนหาไม่เจอ

คุณพ่ออย่าเอาแต่ละเมอ

รีบตื่นซิเออ จะได้เจอหน้าแซม” (น. 77)

ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นว่าผู้แปลเลือกที่จะละไม่แปลคำว่า Unterstein Hinterstein และ Vorderstein ซึ่ง 3 คำนี้เป็นลักษณะการเล่นคำวิสามานยนามตามเจตนาของผู้ประพันธ์ที่ต้องการตัดแปลงชื่อตัวละครใหม่ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขัน ซึ่งได้อธิบายไว้ในตัวอย่างที่ 1 แล้วนั้น จากที่เห็น บทแปลไม่ได้ถ่ายทอดความหมายดังกล่าวที่แฝงอยู่ในชื่อให้ผู้อ่านปลายทางเข้าใจได้ตามที่ต้นฉบับต้องการสื่อ แต่เลือกที่จะสร้างคำแปลขึ้นมาใหม่ โดยใช้บริบทของเนื้อเรื่องและลักษณะของตัวละครมาสรุปเป็นบทแปลแทน

3.2 บทแปลใช้คำทับศัพท์ที่ส่งผลกระทบต่อความเข้าใจบทอารมณ์ขัน

โดยทั่วไปแล้ว คำวิสามานยนามปกติ ที่เป็นที่รู้จักในภาษาปลายทาง เช่น computer ผู้แปลสามารถเลือกใช้คำทับศัพท์ในบทแปลเป็น คอมพิวเตอร์ ได้ หรือถ้าเป็นชื่อบุคคลที่เป็นภาษาปกติ ไม่มีความหมายพิเศษ ผู้แปลเลือกวิธีการถ่ายเสียงตามระบบของภาษาปลายทางได้เช่นกัน แต่ในกรณีที่เป็นชื่อเฉพาะที่มีความหมายแฝงและจำเป็นต้องทำความเข้าใจเนื้อเรื่อง ผู้แปลควรแปลความหมายของชื่อเป็นภาษาปลายทางหรือใช้คำทับศัพท์ประกอบกับการให้ความหมายเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้อ่านที่ไม่รู้จักคำศัพท์นั้นสามารถเข้าใจภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ต้นฉบับต้องการสื่อได้ (Klingberg อ้างถึงในรังสิมา นิลรัตน์, 2550, น. 53)

จากการวิเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการแปลทับศัพท์คำล้อชื่อเฉพาะของตัวละคร เช่น ตัวละครนาย Taschenbier ถูกแปลงชื่อเป็น Flaschenbier ซึ่งชื่อนี้ ผู้ประพันธ์ได้เล่นกับความหมายที่แฝงในชื่อคือคำว่า Taschen- หมายถึง กระเป๋า กลายเป็น Flaschen- ที่หมายถึง ขวด หรือตัวละครชื่อนาง Rotkohl ถูกแปลงชื่อเป็น Grünkohl, Blaukohl, Rosenkohl ซึ่งผู้ประพันธ์เล่นกับความหมายที่แฝงในชื่อเช่นเดียวกัน กล่าวคือ ชื่อเดิม Rotkohl แปลตรงตัวว่า กะหล่ำม่วง มีคำว่า rot (สีแดง) เป็นส่วนประกอบของคำ ผู้ประพันธ์จึงนำจุดนี้มาเป็นลูกเล่นทางภาษาเพื่อเล่นกับความหมายของชื่อ เช่น ใช้คำว่า rosen (สีชมพู) แทน rot กลายเป็น Rosenkohl แปลว่า กะหล่ำดาว หรือใช้คำว่า blau (สีฟ้า) กลายเป็น Blaukohl แปลว่า กะหล่ำม่วง ซึ่งในบทแปล ผู้แปลเลือกที่จะแปลคำวิสามานยนามเหล่านี้ด้วยวิธีการทับศัพท์หรือการถ่ายเสียงตามระบบของภาษาปลายทาง ซึ่งส่งผลให้เจตนาของต้นฉบับที่ต้องการสื่ออารมณ์ขันในแง่การเล่นคำวิสามานยนามขาดหายไป

ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวในประเด็นนี้ว่า แม้ว่าตามหลักโดยทั่วไปแล้ว การแปลชื่อบุคคลหรือชื่อเฉพาะมักจะนิยมใช้วิธีการทับศัพท์หรือถ่ายเสียงตามระบบของภาษาปลายทาง แต่เนื่องจากในกรณีนี้ ชื่อบุคคลหรือชื่อเฉพาะที่ปรากฏในบทต้นฉบับนั้นมีความหมายแอบแฝงอยู่และจำเป็นต้องการทำความเข้าใจเนื้อเรื่อง เมื่อใช้วิธีการแปลทับศัพท์ จึงส่งผลให้บทแปลไม่สามารถสื่อความตามเจตนาที่แฝงอยู่ในชื่อเฉพาะได้เหมือนกับต้นฉบับ

3.3 เนื้อความในบทแปลเกินกว่าต้นฉบับหรือแตกต่างจากต้นฉบับอย่างสิ้นเชิง

เป็นการแปลโดยได้เพิ่มเติมคำอธิบายแทรกเข้าไปในบทแปลหรือใช้คำแปลที่มีความหมายต่างจากต้นฉบับโดยสิ้นเชิง สาเหตุอาจเกิดจากการที่ผู้แปลไม่สามารถหาคำแปลที่สื่อความได้ครอบคลุมตามต้นฉบับหรืออาจเป็นเพราะข้อจำกัดทางด้านภาษา ส่งผลให้เจตนาในการสื่ออารมณ์ชั้นที่อยู่ในต้นฉบับขาดหายไป เช่น ในตัวอย่างที่ 6 ที่ได้อธิบายไปก่อนหน้านี้ว่า บทแปลมีการแปลเฉพาะคำว่า Kaufhaus เป็นคำว่า ห้างสรรพสินค้า คำสรรพินห้าง และละไม่แปลคำว่า Feldmaus, Kaufmaus, Kopflaus, Kauflaus และ Blumenstrauß แต่เลือกใช้วิธีสร้างชุดข้อความขึ้นมาแทนที่กลุ่มคำเหล่านี้คือ ห้างประชาชน มีคนพลุกพล่าน เราเดินไม่มุ่งม่งาม ชื่อของในห้างให้สนุกไปเลย

สำหรับประเด็นการแปลโดยใช้วิธีรังสรรค์ข้อความใหม่แทนที่ข้อความตัวบทต้นฉบับนั้น ก่อให้เกิดปัญหาในการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ชั้นอย่างหนึ่งคือ ทำให้บทแปลมีความหมายไม่เหมือนกับต้นฉบับ และยังทำให้บทแปลขาดอารมณ์ชั้นจากการเล่นคำสัมผัสคล้องจอง ที่ผู้ประพันธ์ตั้งใจรังสรรค์และเลือกใช้คำที่ออกเสียงสัมผัสคล้องจองกันในภาษาต้นฉบับ ซึ่งเป็นเจตนาหลักในการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ชั้นในตัวอย่างที่กล่าวถึงนี้

ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวในประเด็นนี้ว่า แม้บทแปลจะเลือกใช้คำที่มีลักษณะแบบกลอนเหมือนกับต้นฉบับ แต่ยังคงขาดอารมณ์ชั้นที่ได้จากบทต้นฉบับในบางส่วน เนื่องจากบทต้นฉบับเลือกใช้คำที่ไม่ได้สื่อความหมายสอดคล้องไปในทางเดียวกัน เพียงแต่ต้องการให้คำเหล่านั้นมีสัมผัสสระ สัมผัสอักษรคล้องจองกันเท่านั้น ต่างจากบทแปลที่ใช้คำสื่อความหมายได้อย่างเข้าใจเห็นภาพชัดเจน

3.4 การแปลผิดความหมาย

ทำให้ผู้อ่านบทแปลเข้าใจเจตนาการล้ออารมณ์ขันคลาดเคลื่อนไปจากต้นฉบับ

ตัวอย่างที่ 8 สถานการณ์คือ Sams กำลังร้องเพลงดังมาก และนาย Taschenbier ไม่ต้องการให้ Sams ทำเช่นนั้น เพราะนาง Rotkohl ผู้เป็นเจ้าของห้องจะไม่พอใจ จึงเกิดบทสนทนาขึ้น

บทต้นฉบับ : »Weil sie nicht hereinkann. Ich habe die Tür abgeschlossen. Da ist der Schlüssel.«

»Gib sofort den Schlüssel her! Wenn sie nicht ins Zimmer kann, ist sie stocksauer und schimpft wie ein ...«
»Wie ein Regenwurm?«, fragte das Sams.

»Gib sofort den Schlüssel her!«, befahl Herr Taschenbier statt einer Antwort. (p. 34)

บทแปล : “ก็เค้าจะเข้ามาได้ที่ไหนกัน ฉันล็อกประตูไว้แล้ว กุญแจอยู่นี่”

“เอากุญแจไปคืนเดี๋ยวนี้! ถ้าเขาเข้าห้องไม่ได้ เขาต้องโกรธเป็นฟืนเป็นไฟ แล้วก็บ่นไม่หยุดเหมือน...”

“เหมือนนางยักษ์ขมุขีไซ้ไหม” แซมถาม

“เอากุญแจไปคืนเดี๋ยวนี้!” นายทชเช่นเบียดสั่งแทนที่จะตอบ (น. 31)

จากตัวอย่าง จะเห็นว่าเจตนาการล้ออารมณ์ขันของต้นฉบับคือการเล่นคำสำนวนที่ว่า schimpfen wie ein Rohrspatz แปลว่า บ่นไม่หยุดอย่างกบจนจาบ ซึ่งเป็นสำนวนเยอรมันที่ใช้เปรียบเทียบกับคนที่เวลาหงุดหงิดหรือโมโหแล้วชอบบ่นอยู่ตลอดเวลาไม่หยุดพัก แต่ในบริบทนี้ ผู้ประพันธ์เลือกให้ตัวละคร Sams ใช้คำว่า Regenwurm ที่แปลว่า ไส้เดือนดิน แทน Rohrspatz ซึ่งเป็นคำที่ไม่ได้สอดคล้องกับความหมายของสำนวนที่ต้องการสื่อถึงคนหงุดหงิดขี้บ่น แต่ที่เลือกใช้คำนี้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ประพันธ์ต้องการให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขันจากการใช้คำไม่เข้าพวก คำที่ไร้เดียงสาของ

ตัวละคร Sams สำหรับตัวบทแปลแสดงให้เห็นว่า ผู้แปลเลือกใช้คำว่า ยักษ์ขมุขี แทนที่คำว่า Regenwurm ซึ่งเป็นคำแปลที่ผิดไปจากความหมายเดิมของต้นฉบับและเป็นคำที่ผู้อ่านปลายทางรู้จักและพอจะเข้าใจความหมายในเชิงเปรียบเทียบได้ เมื่อเปรียบคำว่า ยักษ์ขมุขี กับหูดหงิด โมโห ซึบ้น ดูเป็นคำที่ไปด้วยกันได้ แต่เนื่องจากเจตนาเดิมของต้นฉบับต้องการให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ขันจากการใช้คำที่ไม่สมเหตุสมผลมาเปรียบเทียบกัน ดังนั้น ในบทนี้คำแปลที่เลือกใช้จึงไม่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ตามเจตนาของต้นฉบับได้ครบถ้วน

ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้กล่าวในประเด็นนี้ว่า จากที่ผู้แปลได้ตีความคำต้นฉบับที่ว่า Regenwurm และแปลโดยเลือกใช้คำว่า นางยักษ์ขมุขี นั้นอาจส่งผลให้ผู้อ่านบทแปลเข้าใจเจตนาเดิมของต้นฉบับคลาดเคลื่อนได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งทำให้กลุ่มผู้อ่านบทแปลและกลุ่มผู้อ่านบทต้นฉบับไม่สามารถเกิดผลตอบสนองแบบเดียวกันได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ศึกษาเรื่องประเภทของภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนภาษาเยอรมันชิ้นนี้พบว่า การสร้างภาษาสื่ออารมณ์ขันมีปัจจัยหลักมาจากแนวคิดเรื่องความไม่เข้ากัน (Incongruity) ที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกประหลาดใจเพราะมองเห็นความขัดแย้งระหว่างสิ่งที่ผู้อ่านคาดว่าจะเกิดขึ้นและสิ่งที่เกิดขึ้นจริง และปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ เรื่องความกำกวมของภาษา (Ambiguity) เนื่องจากความกำกวมจะทำให้ผู้อ่านคาดเดาความหมายของคำผิดในทีแรก แล้วจึงมาเข้าใจเจตนาอารมณ์ขันเมื่อมีการเฉลยความหมายที่ผิดไปจากที่ผู้อ่านคาดคิดเอาไว้

ภาษาสื่ออารมณ์ขันที่พบในงานวิจัยชิ้นนี้มีทั้งหมด 211 แห่งด้วยกัน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลักคือ ภาษาสื่ออารมณ์ขันประเภทการเล่นคำ ซึ่งเป็นประเภทที่พบมากที่สุด นับเป็นร้อยละ 69.67 และอีกประเภทคือ ภาษาสื่ออารมณ์ขันโดยวิธีการสร้างคำใหม่ คิดเป็นร้อยละ 30.33 นับว่าพบน้อยกว่าประเภทการเล่นคำถึง 2 เท่า เนื่องจากหัวข้อย่อยทั้ง การเล่นคำวิสามานยนาม การเล่นคำสัมผัสคล้องจอง และการเล่นคำซ้ำ จัดอยู่ในสัดส่วนที่พบสูงสุด 3 อันดับแรกของประเภทภาษาสื่ออารมณ์ขัน

ทั้งหมด และเหตุผลที่ 3 หัวข้อดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นภาษาสื่ออารมณ์ขันมากกว่าประเภทอื่นนั้น เป็นเพราะว่าวรรณกรรมเยาวชนภาษาเยอรมันเล่มนี้ เน้นการเล่นชื่อเฉพาะของบุคคลบ่อยครั้ง ในที่นี้คือ ตัวละครหลักของเรื่อง โดยใช้ชื่อตัวละครที่มีความหมายโดยนัย เช่น ชื่อ Sams ย่อมาจากคำภาษาเยอรมัน Samstag มีความหมายว่า วันเสาร์ ซึ่งในบริบทสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในเรื่อง มีความเกี่ยวข้องกับความหมายแฝงของชื่อนี้ หรือ จะเป็นการปรับเปลี่ยนชื่อบุคคล โดยนำชื่อตัวละครมาดัดแปลงเป็นชื่อใหม่ เช่น ตัวละครชื่อนาง Rotkohl ถูกเปลี่ยนให้กลายเป็น Grünkohl บ้าง Blaukohl บ้าง ไม่ก็เป็น Rosenkohl สำหรับการเล่นคำสัมผัสคล้องจองถูกใช้เป็นวิธีสื่ออารมณ์ขันที่พบบ่อยครั้งเช่นกัน เนื่องจากตัวละครหลัก Sams มีนิสัยชอบพูดเป็นกลอนอยู่เป็นประจำ จึงทำให้พบการเล่นคำสัมผัสคล้องจองที่บางครั้งมีความหมายเข้ากันได้บริบท และคำคล้องจองที่เน้นเพียงแคให้เสียงคล้องจองกันโดยไม่สนใจความหมายของคำ

สำหรับผลการวิจัยการวิเคราะห์กลวิธีการถ่ายทอดภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏในวรรณกรรมเยาวชนฉบับแปลภาษาไทย จะเห็นได้ว่า การแปลโดยการตัดลอกต้นฉบับแบบคำต่อคำในบางส่วน การแปลด้วยคำทับศัพท์ และกลวิธีการแปลโดยการรังสรรค์ข้อความขึ้นทดแทนเป็นกลวิธีการแปลที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก เนื่องจาก ภาษาสื่ออารมณ์ขันที่พบส่วนหนึ่งสามารถเข้าใจได้ทันทีในการแปลตรงตัว สามารถสื่อความให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายโดยไม่จำเป็นต้องปรับบทแปลให้มากมายอะไร สำหรับการแปลด้วยคำทับศัพท์พบเห็นในบทแปลบ่อยครั้ง เนื่องจากว่าผู้แปลเลือกที่จะแปลทับศัพท์ชื่อของตัวละครที่ได้กล่าวถึงไปก่อนหน้านี้ กล่าวคือ การเล่นคำวิสามานยนาม เป็นภาษาสื่ออารมณ์ขันที่ปรากฏให้เห็นมากที่สุด จึงทำให้วิธีการแปลด้วยคำทับศัพท์มีจำนวนมากตามไปด้วย ในส่วนกลวิธีการแปลแบบ creation หรือการรังสรรค์ข้อความขึ้นทดแทนถือเป็นอีกหนึ่งกลวิธีที่วิเคราะห์แล้วพบบ่อยเช่นกัน สามารถให้เหตุผลได้ว่า สำหรับการแปลงานที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดวัฒนธรรม ซึ่งการถ่ายทอดอารมณ์ขันก็ถือเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อต้องแปลงานประเภทนี้ ผู้แปลมักประสบปัญหาภาวะการแปลไม่ได้ หรือการแปลภาษาที่ไม่สามารถแปลตามตัวอักษรได้ เนื่องจากมีความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทาง จึงเป็นเหตุผลมารองรับได้ว่าทำไมผู้แปลถึงเลือกวิธีการแปลโดยการรังสรรค์ข้อความขึ้นทดแทน

จากที่ได้ศึกษาบทความเรื่องข้อจำกัดในการแปลอรรถนัยชั้นของ Schmitz (2002) จึงทำให้เห็นข้อจำกัดหรือปัญหาในการแปลภาษาสื่ออรรถนัยชั้นที่พบในงานวิจัยชิ้นนี้ อย่างเรื่อง เนื้อความในบทแปลขาดหาย หมายถึง เนื้อความส่วนที่เป็นภาษาสื่ออรรถนัยชั้นถูกตัดออกไป ทำให้ข้อความที่แปลออกมาเป็นข้อความธรรมดาที่ยังพอมีเค้าโครงของต้นฉบับเหลืออยู่บ้าง แต่ไม่ได้เป็นภาษาอรรถนัยชั้นตามเจตนาเหมือนต้นฉบับ หากผู้แปลเลือกที่จะแปลตามต้นฉบับ บทแปลที่ได้อาจจะยาวขึ้น เพราะผู้แปลต้องใส่คำอธิบายเพิ่ม การตัดบทแปลออกจึงเป็นวิธีการแก้ปัญหาในการแปลวิธีหนึ่ง เมื่อตัดบทแปลออกไปแล้ว ผู้แปลอาจต้องใช้วิธีการแปลเพิ่มเข้ามาในบทแปลส่วนอื่น เพื่อชดเชยมุกตลกส่วนที่ผู้แปลต้องตัดออกไป อีกปัญหาหนึ่งที่พบคือ บทแปลใช้คำทับศัพท์ที่ส่งผลกระทบต่อความเข้าใจบทอรรถนัยชั้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว คำวิสามานยนามปกติ ที่เป็นที่รู้จักในภาษาปลายทาง ผู้แปลสามารถเลือกใช้คำทับศัพท์ในบทแปลได้ หรือถ้าเป็นชื่อบุคคลที่เป็นภาษาปกติ ไม่มีความหมายพิเศษ ผู้แปลสามารถเลือกวิธีการคงชื่อไว้ดั้งเดิมด้วยการถ่ายเสียงตามระบบของภาษาปลายทางได้เช่นกัน แต่ในกรณีที่เป็นชื่อเฉพาะบุคคลที่มีความหมายแฝงและจำเป็นต่อการทำความเข้าใจเนื้อเรื่อง ผู้แปลควรแปลความหมายของชื่อเป็นภาษาปลายทางหรือใช้คำทับศัพท์ประกอบกับการให้ความหมายเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้อ่านที่ไม่รู้จักคำศัพท์นั้นสามารถเข้าใจได้ตามที่ต้นฉบับต้องการสื่อ

ตามที่ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาวะการแปลไม่ได้ของ Catford (1965) กล่าวได้ว่าสิ่งที่เป็นปัญหาและส่งผลต่อการแปลอรรถนัยชั้นมากที่สุด จากการศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์การแปลภาษาสื่ออรรถนัยชั้นในงานวิจัยชิ้นนี้คือ เรื่องความแตกต่างระหว่างโครงสร้างภาษา เนื่องจากภาษาสื่ออรรถนัยชั้นที่พบจะมีลักษณะการเล่นกับตัวภาษาคือการใช้คำ ใช้รูปแบบไวยากรณ์ที่ผิดแปลกไปจากแบบปกติ ซึ่งบางกรณีไม่สามารถหาคำแปลไทยมาแปลเทียบเคียงได้ จึงทำให้วิธีการแปลตรงตัวไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการถ่ายทอดภาษาสื่ออรรถนัยชั้น ทั้งนี้ บุญจิรา ถึงสุข (อ้างถึงใน ธรรมิกานามนาถประเสริฐ, 2553, น. 36) ได้แนะนำว่า เมื่อต้องแปลสิ่งที่แปลไม่ได้ ผู้แปลต้องใช้ความหมายแฝงกับสถานการณ์เป็นตัวตั้ง โดยต้องวิเคราะห์คำที่ใช้ในการเล่นคำว่ามีความหมายนัยตรง หรือมีความหมายโดยนัย แล้วจึงแปลให้ได้ความรู้สึกตามต้นฉบับ สำหรับการแปลอรรถนัยชั้น ผู้แปลไม่ควรแปลยึดเยื้อหรือยาวจนเกินไป แต่ควรแปล

ในลักษณะของการผล่ออกจากต้นฉบับ เพราะอารมณ์ขันของชาวตะวันตกบางส่วนก็ไม่สามารถนำมาถ่ายทอดในภาษาปลายทางให้สื่อความหมายตรงและได้อารมณ์เหมือนภาษาต้นทาง ด้วยเหตุนี้ ผู้แปลจึงต้องหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อสื่ออารมณ์ขันให้ผู้อ่านในภาษาปลายทางได้รับอรรถรสใกล้เคียงกับผู้อ่านในภาษาต้นฉบับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาวิธีการแปลภาษาสื่ออารมณ์ขันในงานวรรณกรรมประเภทอื่น ๆ เช่น หนังสือการ์ตูน ในภาพยนตร์แอนิเมชัน งานโฆษณา เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ถึงความแตกต่างของวิธีการใช้ภาษาสื่ออารมณ์ขันและวิธีการแปลว่ามีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างอย่างไร
2. สำหรับผู้ที่จัดการเรียนการสอนวิชาแปล สามารถนำกลวิธีการแปลวรรณกรรมเด็กและเยาวชน การแปลภาษาสื่ออารมณ์ขัน รวมถึงวิธีการแปลแบบปรับ มาเป็นแนวทางในการสอนได้
3. สามารถนำงานวิจัยชิ้นนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการทำงานแปล หรือนำไปพัฒนาต่อยอดให้เป็นเครื่องมือในการทดสอบหรือวัดคุณภาพการแปลวรรณกรรมเยาวชนภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทยได้ โดยอาจทำในรูปแบบบทความ หนังสือ หรือตำรา

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา เจริญเกียรติบรร. (2549). การศึกษาการแปลเรื่องตลกในหนังสือของฟรอยด์. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 25(2), 50-65.
- ธรรมิภา นามนาคประเสริฐ. (2553). *การศึกษากลวิธีการแปลการเล่นคำในการ์ตูนข้ามภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ*. (สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- ภารดี ตั้งแต่ง. (2545). *การศึกษากลวิธีการแปลมุกตลกอเมริกันเป็นภาษาไทย : กรณีศึกษาละครโทรทัศน์เรื่อง Friends*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.

- รังสิมา นิลรัตน์. (2550). *การแปลวรรณกรรมเยาวชนของผกาวดี อุตตโมทย์ : การศึกษาประวัติและแนวทางการแปล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- หัตถยา. (2548). *แซมเพื่อนรักมหัศจรรย์ ตอน ทุกวันเป็นวันเสาร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ นานามีบุ๊กส์พับลิเคชั่นส์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2536). *อารมณ์ขันในสื่อมวลชน*. กรุงเทพฯ: โครงการหนังสือชุดวิจัยและพัฒนานิเทศศาสตร์.
- Baker, M. and Saldanha, G. (2009). *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. Newyork: Routledge.
- Catford, J.C. (1965). *A Linguistic Theory of translation*. Oxford: Oxford University Press.
- Lampariello, S. (2017). *Literarisches Übersetzen in der Kinder- und Jugendliteratur im 20. Jahrhundert am Beispiel von Lewis Carrolls Alice's Adventures in Wonderland*. Würzburg: Königshausen u. Neumann.
- Maar, P. (1973). *Eine Woche voller Samstage*. Hamburg: Verlag Friedrich Oetinger GmbH.
- Nida, E.A. (1964). *Toward a science of translating: With special reference to principles and procedures involved in bible translating*. Leiden: E.J. Brill.
- Ross, A. (1998). *The Language of Humour*. London: Routledge.
- Schmitz, J. R. (2002). Humor as a pedagogical tool in foreign language and translation courses. *Humor: International Journal of Humor Research*, 15(1), 89–113.
- Schweikle, G., Schweikle, I. (1990). *Metzler Literatur Lexikon: Begriffe und Definitionen*. Stuttgart: Metzler.
- Sikorska-Bujnowicz, K. (2013). *Sprachliche Mittel des Humoristischen im Deutschen und im Polnischen*. Lodz: University of Lodz.
- Wilpert, G.v. (1989). *Sachwörterbuch der Literatur*. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีน ของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร*

กฤตยากรณ์ ไตรสมภาพ¹ และ พรสวรรค์ ชงามา²

¹นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

²ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

^{1,2} มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ Gen Z ที่มีอายุระหว่าง 12-24 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ติดตามชมละครจีน จำนวน 129 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคม ด้านกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากได้รับการเชิญชวนจากสื่อสังคม (Social Media) เช่น Twitter Facebook

*บทความฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าส่วนบุคคลเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

¹นักศึกษาลัทธิศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

²อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ให้ชมละครจีน 2) พฤติกรรมหลังการชม ที่เกิดจากการตัดสินใจชมละครจีนเรื่องนั้น ๆ ต่อจนจบ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจชมละครจีนของกลุ่มตัวอย่าง เพราะได้รับความสนุกสนาน และความผ่อนคลายหลังจากชมละครจีน 3) ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมละครจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ ; ปัจจัยทางสังคม, การตัดสินใจชมละครจีน

The Relationship between Social Factors and Decision-Making to Watch Chinese Drama of Gen Z in Bangkok

Kittiyaporn Tosompap¹ and Pomprom Chomngam²

¹Master of Communication Art Program in Strategic Communications

²Public Relations Department, School of Communications Arts, Bangkok

^{1,2} Bangkok University, Thailand

Abstract

A study of the relationship between social factors and decision-making to watch Chinese drama of Gen Z in Bangkok. The purpose of this study are 1) To study the social factors of Gen Z viewers in Bangkok 2) To study the decision-making to watch Chinese drama of Gen Z viewer in Bangkok 3) To study the relationship between social factors and decision-making to watch Chinese Drama of Gen Z in Bangkok. Samples were 129 aged between 12-24 years in Bangkok, who were viewers of Chinese drama. The study used questionnaires as a tool for data collection. The data were analyzed by multiple regression analysis. The results revealed that 1) Most of the samples emphasized the reference group of social factors due to they are invited by social media such as Twitter and Facebook to watch Chinese drama. 2) Viewers' post-watching behavior decision to continue watching that Chinese drama until the end is the most significant factor in their decision to watch Chinese drama because Chinese drama is very fun, and the viewers are relaxed. 3) There is a significant relationship between social factors and the decision-making to watch Chinese drama of Gen Z viewers in Bangkok at 0.01 level.

Keywords; social factors, decision-making to watch Chinese drama

บทนำ

ในปัจจุบันเป็นสื่อมวลชนที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้ทั้งคำพูด ข้อความ และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์ จึงกลายเป็นสื่อที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นยังมีรายการให้เลือกชมหลายประเภท ได้แก่ รายการประเภทข่าว รายการประเภทความรู้ รายการประเภทความบันเทิง และรายการประเภทโฆษณาและบริหารธุรกิจ (จำนง รังสิกุล, 2533) ซึ่งรายการประเภทความบันเทิงถือว่าได้รับความนิยมอย่างมาก เป็นรายการที่ทำให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลินแก่ผู้ชม โดยเฉพาะละคร เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่สะท้อนหรือจำลองสถานการณ์ โดยกำหนดโครงเรื่อง ฉากเหตุการณ์ ตัวละคร การแสดง การแต่งกายและบทสนทนา (สมิทธิ บุญชุตินา, 2561)

ละคร ถือว่าเป็นรายการที่ผู้ชมใช้เวลาในการชมมากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ เพราะสามารถตอบสนองความต้องการในด้านอารมณ์ความรู้สึกได้เป็นอย่างดี จากความสมจริงของภาพและเสียงที่ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงออกของนักแสดง (นภาพร ธนะนุทรัพย์, 2551 อ้างถึงใน อัญมณี ภักดีมวชน และคมสัน รัตนะสิมากุล, 2561, น. 45) สร้างความบันเทิงใจให้กับชีวิตในเวลาว่าง ทำให้ลดความเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งละครไม่ได้ให้แค่ความสนุกสนาน แต่มักจะแฝงข้อคิด และสถานภาพทางสังคมของตัวละครเอาไว้ เพื่อให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้และนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเองผ่านการชมละคร ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาความนิยมของละครไม่ได้จำกัดอยู่แค่ละครไทยเพียงอย่างเดียว จากการซื้อลิขสิทธิ์ละครต่างประเทศ มาออกอากาศในประเทศไทย อาทิ ละครเกาหลี ละครญี่ปุ่น และละครจีน เป็นต้น ในงานวิจัยของชูเกียรติ ดีบุรี (2552) ได้กล่าวว่า ละครต่างประเทศบางเรื่องมีเรตติ้งสูงกว่าละครไทย สร้างความแปลกใหม่ให้กับผู้ชมจึงเกิดกระแสความนิยมละครต่างประเทศมากขึ้น ไม่เพียงแต่ออกอากาศทางโทรทัศน์เท่านั้นแต่ขยายช่องทางไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้ผู้ชมมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามละครเปรียบเสมือนสินค้าและบริการชนิดหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคคือผู้ชมละคร ดังนั้นจำเป็นที่ต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมเพื่อให้ทราบถึงความต้องการ เพราะผู้ชมมีอิทธิพลอย่างมากต่อการทำให้ละครเป็นที่นิยมและประสบความสำเร็จ

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาผู้ชม Generation Z คือ กลุ่มคนที่เกิดในปี พ.ศ. 2540-2552 ที่ชมละครจีน เนื่องจากปัจจุบันละครจีนกำลังเป็นที่นิยมในประเทศไทยและ Generation Z เป็นที่จับตามองของนักการตลาด เพราะจะกลายมาเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ตลาดเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากการสำรวจสถิติผู้ใช้งาน WeTV ที่เป็นแพลตฟอร์มออกอากาศละครจีนทางออนไลน์ พบว่ากลุ่มผู้ชมมีอายุเฉลี่ย 18-34 ปี แบ่งเป็นเพศหญิง 85% และเพศชาย 15% (“ตลาดสตรีมมิ่งเดือด”, 2562) แสดงให้เห็นว่ากระแสละครจีนที่เกิดขึ้นในไทยส่วนหนึ่งเกิดจากผู้ชม Generation Z สิ่งที่น่าสนใจคือ Generation Z เป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาแล้ว จากระบบอนาล็อก (Analog) เข้าสู่ระบบดิจิทัล (Digital) (วิทยาชีวิรุโณทัย, 2555) มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ไม่ปิดกั้นที่จะเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งในเรื่องภาษาและเชื้อชาติ ทำให้ละครจีนสามารถเข้าถึงกลุ่มนี้ได้ไม่ยาก ส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่เป็นครอบครัวเดี่ยวก็คือ ประกอบด้วยบิดามารดา และบุตรเท่านั้น จะมีความเป็นตัวของตัวเองมากและมีความสนใจที่หลากหลาย (Hawkins & Mothersbaugh, 2013 อ้างถึงใน ไปรยา อรรถนิตย, 2561, น. 4) และจากงานวิจัยของ อังคณา จงไทย (2558) พบว่า Generation Z ชอบอ่านข่าว ชมคลิปผ่านทาง Facebook และดูโทรทัศน์ออนไลน์ทาง YouTube ผู้ชมกลุ่มนี้ยังคงนิยมการชมละคร แต่เปลี่ยนจากการชมทางโทรทัศน์มาเป็นทางแพลตฟอร์มออนไลน์แทน และใช้เวลาไปกับการใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อมีข้อสงสัยมักหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตอยู่เสมอ ก่อนที่จะลงมือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้ข้อมูลที่แม่นยำมากที่สุด

ปัจจัยทางสังคม ถือเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจการชมละคร เช่น การบอกต่อจากเพื่อน ครอบครัว หรือการเป็นกระแสในสื่อสังคม (Social media) มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหลังจากที่ได้ชมละครในแต่ละเรื่อง เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเลือกชมละครจีน อีกทั้งปัจจัยทางสังคมยังส่งผลต่อความต้องการในการชมละครที่แตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้ชม เช่น ต้องการชมละครเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากสิ่งที่ไม่พอใจในชีวิตประจำวัน ต้องการชมละครเพื่อนำไปเป็นบทสนทนา กับผู้อื่น หรือต้องการชมละครเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม ซึ่งละครจีนเป็นละครต่างประเทศ ผู้ชมจึงสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากสังคมของตนเองได้

การตัดสินใจชมละครจีน เกิดขึ้นเมื่อผู้ชมมีความสนใจที่จะชมละคร ซึ่งในปัจจุบันมีละครจีนให้ชมหลากหลายเรื่อง ดังนั้นผู้ชมจะมีการคัดเลือกละครที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองจากการหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ เช่น เรื่องย่อละคร นักแสดง ความคิดเห็นบนสื่อสังคม (Social media) รวมถึงช่องทางการชมละคร แต่ถ้าหากละครเรื่องนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ก็จะหาข้อมูลของละครเรื่องอื่นแทนที่

กระแสละครจีนในประเทศไทย ประเทศจีนและประเทศไทยมีการแลกเปลี่ยนทางด้านภาพยนตร์และละครมาอย่างยาวนาน โดยประเทศไทยเป็นตลาดต่างประเทศที่สำคัญในการส่งออกภาพยนตร์และละครจีน ในปี พ.ศ. 2537 สถานีวิทยุโทรทัศน์กลางแห่งประเทศจีน (ซีซีทีวี) ออกอากาศละคร “สามก๊ก 1994 (*Romance of the three kingdoms*)” ดัดแปลงจาก สามก๊ก วรรณกรรมอิงประวัติศาสตร์จีนที่มีชื่อเสียง และเป็นละครจีนชุดแรกที่เปิดตัวในประเทศไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ในปีเดียวกัน เป็นการเปิดตัวที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวไทยจำนวนมาก เพราะละครถูกสร้างอย่างสมจริงและนักแสดงนำของเรื่องสามารถถ่ายทอดตัวละครเหมือนในวรรณกรรม จึงเกิดการซื้อลิขสิทธิ์ละครจีนมาฉายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ในช่วงแรกละครจีนประเภทอิงประวัติศาสตร์และกำลังภายในเป็นที่นิยมอย่างมาก ในปี พ.ศ. 2557 “มังกรหยก ตอนศึกเทพอภินิหารเจ้าอินทรี (*The Romance Of The Condor Heroes*)” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เป็นละครจีนที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดในเวลานั้น สร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชมเพราะความสวยงามของฉาก เครื่องแต่งกายจีนโบราณ บทละครที่สมบูรณ์แบบ และสามารถทำให้นวนิยายต้นฉบับได้รับความนิยมตามกัน นอกจากนี้ยังมีละครจีนที่ออกอากาศในประเทศไทย ประสบความสำเร็จอีกหลายเรื่อง อาทิ *เจินหวน จอมนางคู่แผ่นดิน (Empresses in the Palace)* *จู๋ลิ่ง ขุนพลเทพสงคราม (The God Of War)* *ฮวาเซียนนู้๋ ตำนานรักเหนือภพ (The Journey of Flower)* *บูเซ็กเทียน (The Empress Of China)* และ *ตงกง ตำนานรักอำมหิตบุรพา (Goodbye My Princess)* ปัจจุบันละครจีนประเภทยุคปัจจุบันที่ออกอากาศในประเทศไทยและได้รับความนิยม อาทิ *เว่ยเว่ย เวย์อี้มู่โลกละลาย (Wei Wei Beautiful*

Smile) รักนี้ยังงดงาม (A Love So Beautiful) และรักใส่หัวใจ 4 ดวง (Meteor Garden 2018)

จากเดิมการออกอากาศละครจีนถูกลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีเพียงแค่ช่องทางโทรทัศน์เท่านั้น แต่ปัจจุบันธุรกิจบันเทิงจีนขยายช่องทางการชมละครไปสู่แพลตฟอร์มทางออนไลน์ คือ แอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับการชมละคร เช่น WeTV, Youku Tv iQIYI Tv Netflix, Monomax และ True Id เป็นต้น ล้วนเป็นช่องทางการชมละครจีนที่ถูกลิขสิทธิ์โดย WeTV, Youku Tv และ iQIYI Tv เป็นแอปพลิเคชันจากประเทศจีนที่เข้ามาบุกตลาดไทย หลังจากที่อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงไทยเปลี่ยนจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563) คุณกฤตธี มโนลีหกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้กล่าวถึงการขยายช่องทางการชมละครว่า ความจริงละครจีนไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับคนไทย และเมื่อมีช่องทางที่เข้าถึงง่ายมากขึ้นก็ทำให้ผู้ชมชาวไทยหันมาสนใจกันมากขึ้น เนื่องจากแพลตฟอร์มทางออนไลน์สามารถชมได้อย่างรวดเร็วพร้อมกับต้นฉบับ เลือกเวลาและสถานที่ที่ต้องการชมได้ตามต้องการ โดยละครจีนที่ออกอากาศทางออนไลน์สร้างปรากฏการณ์ละครจีนครั้งใหญ่ คือ “*ปรมาจารย์ลัทธิมาร (The Untamed)*” ออกอากาศทางแอปพลิเคชัน WeTV ในปี พ.ศ. 2562 มียอดผู้เข้าชมในแอปพลิเคชัน WeTV กว่า 20 ล้านวิว (36 ตอน : *สำรวจยอดวันที่ 5 สิงหาคม 2562 เวลา 10.30 น.*) ถึงแม้จะเป็นละครจากจีนที่ออกอากาศทางแอปพลิเคชันเท่านั้นแต่สามารถแย่งพื้นที่บนเทรนด์ทวิตเตอร์กับละครดังอย่าง *กลิ่นกาสะลอง* จากช่อง 3 ที่ออกอากาศในวันเดียวกันได้ (“*ปรมาจารย์ลัทธิมาร*”, 2562) และยังคงเป็นกระแสบนสื่อสังคม (Social media) อยู่เรื่อยๆ ถึงแม้ว่าละครออกอากาศจบเป็นที่เรียบร้อยแล้วก็ตาม ส่งผลให้ละครเรื่องนี้ได้รับรางวัลจากงาน 7th Thailand Headlines Person of The Year ยกให้เป็นละครจีนยอดนิยมในประเทศไทย นับว่าเป็นละครจีนที่มีอิทธิพลต่อตลาดบันเทิงในประเทศไทย มีผู้ชมชาวไทยสนใจละครจีน และวัฒนธรรมจีนมากขึ้น นอกจากนี้แล้วยังมี “*อุ่นไอรักเธอ (Put Your Head on My Shoulder)*” ที่เป็นอีกหนึ่งเรื่องที่ได้รับคามนิยมจนสร้างปรากฏการณ์ได้อีกครั้ง จนทำให้ผู้ผลิตละครของประเทศไทยนำละครเรื่องนี้มารีเมคในเวอร์ชันไทย เพื่อตอกย้ำความเป็นกระแสในประเทศไทย

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) หมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคล สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 กลุ่มอ้างอิงทางตรง (Direct or Membership Groups) คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในทางตรง และมีการติดต่อกันแบบเผชิญหน้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) เป็นกลุ่มบุคคลที่มีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอและมีรูปแบบการติดต่อแบบไม่เป็นทางการ เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น

1.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) มีการติดต่อกันแบบนาน ๆ ครั้ง และมีรูปแบบการติดต่อแบบเป็นทางการ เช่น กลุ่มทางศาสนา กลุ่มวิชาชีพ หรือกลุ่มทางการค้า เป็นต้น

1.2 กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม (Indirect Groups) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางอ้อม ซึ่งไม่ได้รู้จักกันเป็นการส่วนตัว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.2.1 กลุ่มไฝ่ฝัน (Aspirational Groups) คือ บุคคลที่บุคคลอื่นต้องการจะเป็นเหมือน เช่น นักแสดง นักร้อง นายแบบ นางแบบ พิธีกร และนักกีฬาที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

1.2.2 กลุ่มไม่พึงปรารถนา (Dissociative Groups) คือ บุคคลที่ค่านิยม หรือพฤติกรรมที่บุคคลอื่นปฏิเสธไม่ยอมรับ ไม่ต้องการจะเป็นเหมือน

จากข้อมูลกลุ่มอ้างอิงที่กล่าวถึงข้างต้นมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค 3 ทาง ได้แก่ กลุ่มอ้างอิงทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ ๆ กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวความคิดของตนเอง และกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

ในปัจจุบันที่เป็นยุคของโลกาภิวัตน์ อินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น กลุ่มอ้างอิงอาจไม่ได้มีเพียงบุคคลเท่านั้น แต่รวมถึงสื่อทางสังคม (Social media) ซึ่งแต่ละคนจะมีการนำเสนอและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับสมาชิกในกลุ่มนั้น ๆ เกิดการรับรู้ถึงความคิด ประสบการณ์ และวิถีชีวิตของกันและกัน สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างเครือข่ายทางสังคมอีกแบบหนึ่งที่เรียกว่า ชุมชนเสมือนจริง

(Virtual communities) ในแง่ของพฤติกรรมกรรมการบริโภค มีบทบาทและอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ ก่อให้เกิดชุมชนเสมือนจริงด้านการบริโภค (A virtual communities of consumption) ซึ่งเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคสามารถติดต่อกันผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าและบริการ (ชูชัย สมิติไกร, 2562)

2. ครอบครัวยุคใหม่ หมายถึง องค์การในสังคมที่สำคัญที่สุด โดยสมาชิกในครอบครัวยุคใหม่ถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงชั้นปฐมภูมิที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยสมาชิกในครอบครัวยุคใหม่จะมีการแบ่งบทบาทและอิทธิพลของการตัดสินใจซื้อออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 2.1 ผู้ชาย เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
- 2.2 ผู้หญิง เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
- 2.3 ผู้หญิงและผู้ชาย มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อร่วมกัน

ชูชัย สมิติไกร (2562) กล่าวว่า ครอบครัวยุคใหม่แหล่งที่ทำให้การอบรมขัดเกลาสมาชิกในครอบครัวยุคใหม่ เพื่อให้มีพฤติกรรมตามแนวทางที่สังคมต้องการ กระบวนการดังกล่าวนี้เรียกว่า การหล่อหลอมทางสังคม (Socialization) โดยสมาชิกในครอบครัวยุคใหม่ได้รับการอบรมขัดเกลา เพื่อให้มีความรู้และทักษะการบริโภคที่เหมาะสมด้วย หรือเรียกว่า กระบวนการหล่อหลอมทางสังคมของผู้บริโภค (Consumer Socialization) ในกระบวนการนี้จำเป็นต้องอาศัยตัวแทนที่เปรียบเสมือนเครื่องมือที่ช่วยให้บุคคลเกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทักษะ ความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่จำเป็นต่อการบริโภค ซึ่งตัวแทนที่กล่าวถึงประกอบด้วย พ่อแม่ กลุ่มเพื่อน โรงเรียน และสื่อมวลชน (Shim, 1996)

3. บทบาททางสังคม (Social of Role) หมายถึง หน้าที่หรือพฤติกรรมที่ผู้บริโภคนั้นยึดถือปฏิบัติตามสถานภาพที่ได้รับ บทบาทและสถานภาพทางสังคมจะเป็นตัวกำหนดการกระทำระหว่างกันทางสังคมของสมาชิกให้ดำเนินไปด้วยกันอย่างราบรื่น สอดคล้อง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและรับผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งนี้การดำเนินชีวิตในสังคมมีโอกาสที่จะเกิดบทบาทที่ขัดกันได้ กล่าวคือ ผู้บริโภคแต่ละคนอาจมีหลายบทบาทในเวลาเดียวกัน หรือการกระทำตนเป็นอีกบทบาทหนึ่งซึ่งไม่ใช่บทบาทที่แท้จริงของตัวเอง สมาชิกในสังคมต้องตัดสินใจตามวาระและโอกาสที่จะเกิดขึ้น

4. สถานภาพ (Status) หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกตำแหน่งในสังคมของผู้บริโภค เพื่อให้การยอมรับกำหนดไว้เป็นฐานะทางสังคมของผู้บริโภคคนนั้น ๆ การกระทำระหว่างผู้บริโภคในสังคม เป็นไปตามสถานภาพที่ตนดำรงอยู่โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

4.1 สถานภาพทางสังคมโดยกำเนิด (Ascribed Status) เป็นสถานภาพทางสังคมที่ผู้บริโภคได้รับโดยกำเนิด ได้แก่ เชื้อชาติ สัญชาติ เพศ อายุ และสถานภาพอันเกิดจากการเป็นสมาชิกในครอบครัว

4.2 สถานภาพทางสังคมที่ได้จากความสามารถของผู้บริโภคแต่ละบุคคล (Achieved Status) เป็นการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับสถานภาพโดยถือความสามารถตามเกณฑ์ที่สังคมกำหนด

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550 อ้างถึงใน กมัยธร รวีพินกุล, 2562, น. 13) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่โดยผู้บริโภคมักจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 อ้างถึงใน ฉกาชาติ สุขโพธิ์เพชร, 2558, น. 30) ได้กำหนดกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 5 ขั้นตอน สามารถอธิบาย ดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) ผู้ซื้อจะตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการนั้น ๆ ซึ่งความต้องการนี้อาจถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) คือ การกระตุ้นจากความต้องการที่มีอยู่ปกติ เช่น ความรู้สึกต้องการน้ำหรืออาหาร โดยจะต้องเป็นตัวกระตุ้นที่มีระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อน (Drive) นอกจากนั้นอาจถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) นับเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการ

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search) ผู้บริโภคอาจหาข่าวสารได้จากหลายแห่ง หลังจากที่ถูกระตุ้นจากสิ่งเร้า เพื่อทำการตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปแล้วหากสิ่งเร้านั้น ๆ มีแรงผลักดันในระดับสูงหรือมีโอกาสในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ผู้บริโภคจะทำการตอบสนองทันที

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เป็นการตัดสินใจที่จะเลือกหรือไม่เลือกสินค้าของผู้บริโภค กล่าวได้ว่าเป็นการพิจารณาตัดสินใจขั้นสุดท้าย ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องรู้เกี่ยวกับการประเมินค่าทางเลือก คือ การดึงดูดใจให้ผู้บริโภคสนใจในตราสินค้า เพื่อก่อให้เกิดอิทธิพลในการตัดสินใจของผู้บริโภค

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นตอนนี้จะมีการจัดลำดับความชอบหรือความพอใจในแต่ละตราสินค้าหรือแต่ละผลิตภัณฑ์ จากนั้นก็จะทำการตัดสินใจเลือกในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จากการลำดับความชอบของตน หากมีอุปสรรคในลำดับต้นของความชื่นชอบ ผู้บริโภคก็จะเลื่อนลำดับลงมาหรือเลือกในสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อเป็นสินค้าทดแทน

5. พฤติกรรมหลังซื้อ (Post purchase Behavior) หากความคาดหวังของผู้บริโภคมีมากแต่คุณภาพของสินค้าหรือบริการมีน้อยกว่าความคาดหวังผู้บริโภค จะเกิดความผิดหวังในสินค้าหรือบริการทันที แต่หากความคาดหวังของผู้บริโภคมีน้อยกว่าหรือพอ ๆ กันกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคก็จะมี ความพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่นกัน แต่หากคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นเป็นการโฆษณาที่เกินความจริง จะทำให้ผู้บริโภคยุติการซื้อในสินค้าหรือบริการ

องค์ประกอบและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ได้กล่าวถึงไปข้างต้น ผู้บริโภคในงานวิจัยเรื่องนี้คือ ผู้ชมละคร กล่าวคือ การตัดสินใจชมละครแต่ละเรื่องของผู้ชมเกิดจากความต้องการของบุคคลเป็นขั้นตอนแรก หลังจากนั้นจึงทำการหาข้อมูลเนื้อหาละครที่ตรงตามความต้องการ หากเกิดความชอบส่งผลต่อการติดตามชมละครจนจบเรื่อง ในทางกลับกันหากไม่ชอบก็เลือกที่จะไม่ติดตามต่อ จากงานวิจัยของอิทธิรัตน์ อรัณยวงศกร (2542 อ้างถึงใน กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล และพนม คลี่ฉายา, 2561, น. 17) พบว่า ปัจจัยด้านดารานักแสดงที่ชื่นชอบมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกเปิดรับชมละครโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องซ้ำเดิมหรือไม่ ในทางตรงกันข้ามหากชาตินักแสดงที่โปรดปรานก็จะเกิดพฤติกรรมการถอนตัวจากละครโทรทัศน์ไปรับชมรายการประเภทอื่นหรือไปรับสื่ออื่นโดยง่าย นอกจากนี้ยังเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาและบุคลิกภาพของผู้รับชมแต่ละคน เช่น บางคนซึ่กั้ก็จะไม่รับชมละครแนวผี อาจเปลี่ยนเรื่องหรืออาจถอนตัวเพียงชั่วคราวก่อน ผู้วิจัยจึงใช้การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจผู้บริโภคเป็นแนวทางในการศึกษาการตัดสินใจชมละครเงินของผู้ชม

แนวคิดเกี่ยวกับ Cultural Soft Power

ธัญศโลว์พัฒนานนท์ (ม.ป.ป. อ้างถึงในกรุงเทพธุรกิจ, 2565) ได้พูดถึง Cultural Soft Power ของละครจีน ระบุว่า องค์การ UNESCO (n.d.) นิยามคำว่า Cultural Soft Power ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้กันและกันรวมทั้งนำไปสู่ความเข้าใจอันดี ซึ่งประเทศจีนได้มีการประกาศใช้ Cultural Soft Power ในปี พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2557 เพื่อต้องการให้ชาวโลกเรียนรู้เรื่องราวดี ๆ เกี่ยวกับประเทศจีน (China's Soft Power Campaign, n.d.) จึงเป็นที่มาของการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศจีนกับประเทศต่าง ๆ ในช่วงปีที่ผ่านมา ซึ่งปรากฏการณ์ความนิยมละครจีนเริ่มเด่นชัดในสังคมไทยช่วงต้นทศวรรษ 2560 เป็นต้นมา ละครจีนกลายเป็นคู่แข่งรายใหม่ของละครเกาหลีใต้ ทำให้ฐานแฟนคลับถูกแบ่งออกอย่างชัดเจนจนเกิดเป็นคำเรียกขาน ได้แก่ ด้อมจีนและด้อมเกาหลี สำหรับละครจีนยอดนิยมสำหรับผู้ชมชาวไทย ได้แก่ A Love So Beautiful, Put Your Head on My Shoulder, The Untamed, Eternal Love of Dream ความนิยมที่ได้กล่าวไว้นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงในหมู่ผู้ชม รวมไปถึงสังคมรอบข้าง ทั้งหมดจัดเป็นความเปลี่ยนแปลงเชิงบวก ดังนั้นผู้ชมซีรีส์มีมุมมองใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับประเทศจีน ผู้ชมจำนวนไม่น้อยหันไปติดตามข่าวสารความก้าวหน้าเกี่ยวกับประเทศจีนมากขึ้น จากเนื้อหาละครที่พยายามสะท้อนความเป็นจีนในมิติอันสูงส่งอย่างการแสวงหาความก้าวหน้า การทำเพื่อสังคมโดยรวม เช่น ละครเรื่อง Heavenly Sword and Dragon Slaying Sabre ตัวละครฝ่ายดีร่วมสงครามปลดแอกอาณาจักรจีน แต่เมื่อใกล้ถึงชัยชนะ ตัวละครกลับเลือกปฏิเสธรออำนาจบนบัลลังก์ มองว่าความสุขของประชาชนคือเป้าสำคัญ ไม่ใช่เกียรติของตนเอง อีกทั้งยังมีประเด็นความรักกับศักยภาพมนุษย์ยังเป็นปัจจัยที่มาช่วยเติมเต็มภาพความฝันของผู้ชมชาวไทย เช่น ละครเรื่อง You are my Glory ที่นำเสนอภาพความสัมพันธ์ตัวละครในแบบที่ฝ่ายชายแสดงความรักกับฝ่ายหญิง ดังที่กลุ่มผู้ชมหญิงปรารถนา สำหรับศักยภาพมนุษย์ละครจีนจำนวนมากเลือกวาดภาพให้ตัวละครรู้จักต่อสู้ดิ้นรน ตรงกับความเชื่อในยุคสมัยใหม่ทำให้ผู้ชมบริโภคเนื้อหาเหล่านี้มากขึ้นเพราะตรงกับจริตของตัวเอง

ดังนั้นในภาพรวมจึงเห็นได้จากพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคล เช่น ผู้ชมพูดคุยเกี่ยวกับประวัติศาสตร์จีนพร้อมเสนอบทวิเคราะห์ทำให้ผู้ร่วมสนทนาได้เห็นวิถีความเป็นจีนชัดขึ้น ผู้ชมแบ่งปันภาพทางสังคมวัฒนธรรมทั้งในแบบจารีตนิยมและทันสมัย ผู้ชมแบ่งปันความเห็นหลังการชมละครจีน หรือผู้ชมเลือกบริโภคสินค้าแฟชั่นตามอย่างผู้แสดงละครจีน โดยภาพจำเชิงบวกเหล่านี้ถูกส่งต่ออย่างรวดเร็วโดยใช้เพียงโซเชียลมีเดีย ด้วยผู้คนมักวางตัวเป็นผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารรวมทั้งสร้างข่าวสารไปพร้อมกัน ช่องทาง Instagram, Facebook, Youtube, Twitter ในการจูงใจผู้คน จึงสรุปได้ว่า ความเติบโตของกระแสนิยมละครจีนในสังคมไทยในช่วงปี พ.ศ. 2562-2564 คือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงดังสะท้อนในสถิติการชมร่วมกับการแสดงออกของกลุ่มแฟน ๆ และพบว่าละครจีนนำไปสู่ความซาบซึ้งตามมาด้วยความประทับใจสังคมวัฒนธรรมจีนโดยรวม ดังนั้นจากการที่ผู้ชมตอบรับความเป็นจีนมากขึ้น กระแสความนิยมสังคมจีนจึงเริ่มเข้ามาแทนที่และทำให้ภาพจำเกี่ยวกับจีนปรับทิศทางในเชิงบวกช่วยกระชับความสัมพันธ์ไทย-จีน ตามนโยบาย Cultural Soft Power

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 1.1 ด้านกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 1.2 ด้านครอบครัวความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 1.3 ด้านบทบาททางสังคมความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 1.4 ด้านสถานภาพความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปร เพื่อนำผลมาอธิบายการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของตัวแปรนั้น โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร (Discovery of relationship between variables) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามจำนวน 129 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ Gen Z ที่มีอายุระหว่าง 12-24 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ติดตามชมละครจีนทุกประเภทที่ออกอากาศในประเทศไทยที่ไม่สามารถระบุขอบเขตของจำนวนประชากรได้อย่างครบถ้วน (Infinite population) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถปรับใช้ได้จริง กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Input Effect Size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power (1- β err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 3 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 129 คน หลังจากนั้น ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling เนื่องจากไม่ทราบบัญชีรายชื่อของประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้ 1) กำหนดขอบเขตของประชากร Generation Z ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2564 ถึงเดือนพฤษภาคม 2565 2) กำหนด Clusters ให้ครอบคลุมขอบเขตประชากรในข้อ (1) อาศัยช่วงเวลาเป็นเกณฑ์ในการกำหนด โดยประชากรในแต่ละเดือนถือเป็นแต่ละ Cluster มีคุณสมบัติเหมือนกับประชากรเป้าหมายทุกประการ และเป็นตัวแทนของประชากรกลุ่มเป้าหมาย 3) ดำเนินการเก็บข้อมูลออนไลน์ได้ในช่วง 1-30 ธันวาคม 2564 และหยุดเก็บข้อมูลเมื่อมีผู้ตอบครบตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด คือ 129 คน ดังนั้นผลจากการดำเนินการข้างต้นทำให้ปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม ได้แก่ (1) กลุ่มอ้างอิง (2) ครอบครัว (3) บทบาททางสังคม และ (4) สถานภาพ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจชมละครจีน ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น (1) การตระหนักถึงความต้องการ (2) การเสาะแสวงหาข่าวสาร (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจชม และ (5) พฤติกรรมหลังการชม

ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale 5 ระดับ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ที่ 0.99 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ก่อนการเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.80 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วย สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้ 1) นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบนำร่องจากกลุ่มตัวอย่างมาสร้างเป็นแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google Form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นมา หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มที่ติดตามชมละครจีน ที่ผู้วิจัยได้กำหนดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลการวิจัย แจ้งหน้าจดหมายอย่างชัดเจน คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น โดยผ่าน Google Form เป็นที่เรียบร้อย 2) ตรวจสอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับมา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล คือ การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ ชาย	11	8.5
หญิง	118	91.5
รวม	129	100.0
อายุ 12 – 14 ปี	10	7.8
15 – 17 ปี	17	13.2
18 – 20 ปี	22	17.1
21 – 24 ปี	80	62.0
รวม	129	100.0
การศึกษา ต่ำกว่า ม. ปลาย	13	10.1
ม. ปลาย	19	14.7
ปริญญาตรี	89	69.0
สูงกว่าปริญญาตรี	8	6.2
รวม	129	100.0
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว	18	14.0
พนักงานบริษัทเอกชน	35	27.1
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	7.0
รับจ้างอิสระ	67	51.9
รวม	129	100.0
รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท	68	52.7
10,001-15,000 บาท	23	18.7
15,001-20,000 บาท	20	15.5
20,001-25,000 บาท	6	4.7
มากกว่า 25,001 ขึ้นไป	12	9.3
รวม	129	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 91.5 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-24 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม และสถานภาพ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอผลวิจัยแยกแยะเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ตามตารางที่ 1.2-ตารางที่ 1.6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางสังคมโดยภาพรวม

ปัจจัยทางสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
กลุ่มอ้างอิง	3.54	0.77	มาก
ครอบครัว	2.87	1.07	ปานกลาง
บทบาททางสังคม	3.24	0.98	ปานกลาง
สถานภาพ	3.52	0.74	มาก
รวม	3.29	0.89	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยภาพรวมของปัจจัยทางสังคม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกลุ่มอ้างอิง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.77) อันดับสอง ด้านสถานภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.74) อันดับสาม ด้านบทบาททางสังคม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.98) และอันดับสุดท้าย ด้านครอบครัว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$, S.D. = 1.07)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางสังคม ด้านกลุ่มอ้างอิง

ด้านกลุ่มอ้างอิง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านได้รับการเชิญชวนจากเพื่อนให้ชมละครจีน	3.35	1.13	ปานกลาง
2. ท่านได้รับการเชิญชวนจากบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น Influencer ให้ชมละครจีน	3.07	1.16	ปานกลาง
3. ท่านได้รับการเชิญชวนจากสื่อสังคม (Social Media) เช่น Twitter Facebook ให้ชมละครจีน	4.00	0.92	มาก
4. ท่านได้รับการเชิญชวนจากการชม Teaser ละครจีน	3.56	1.24	มาก
5. ท่านชมละครจีนเนื่องจากมีนักแสดงที่ท่านชื่นชอบ นำแสดง	3.75	1.19	มาก
รวม	3.54	0.77	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคม ด้านกลุ่มอ้างอิงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณารายข้อของแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านได้รับการเชิญชวนจากสื่อสังคม (Social Media) เช่น Twitter Facebook ให้ชมละครจีน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.92) อันดับสอง ท่านชมละครจีน เนื่องจากมีนักแสดงที่ท่านชื่นชอบนำแสดง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 1.19) อันดับสาม ท่านได้รับการเชิญชวนจากการชม Teaser ละครจีน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.24) อันดับสี่ ท่านได้รับการเชิญชวนจากเพื่อนให้ชมละครจีน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 1.13) และอันดับสุดท้าย ท่านได้รับการเชิญชวนจากบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น Influencer ให้ชมละครจีน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 1.16)

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางสังคม ด้านบทบาททางสังคม

ด้านบทบาททางสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านต้องการนำเนื้อหาละครจีนมาเป็นบทสนทนากับบุคคลอื่น	3.36	1.03	ปานกลาง
2. ท่านต้องการได้รับความสนใจจากบุคคลรอบข้างเมื่อพูดเกี่ยวกับเนื้อหาละครจีน	3.12	1.18	ปานกลาง
3. ท่านต้องการทันกระแสละครจีนในสื่อสังคม (Social Media)	3.50	1.16	ปานกลาง
4. ท่านต้องการโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นบนสื่อสังคม (Social Media) เกี่ยวกับละครจีนที่เคยชม	3.15	1.27	ปานกลาง
5. ท่านไม่ต้องการความรู้สึกอึดอัดหลังจากบุคคลอื่นเมื่อไม่ได้ชมละครจีน	3.09	1.34	ปานกลาง
รวม	3.24	0.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคม ด้านบทบาททางสังคม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณา รายชื่อของแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านต้องการทันกระแสละครจีนในสื่อสังคม (Social Media) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 1.16) อันดับสอง ท่านต้องการนำเนื้อหาละครจีนมาเป็นบทสนทนากับบุคคลอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 1.03) อันดับสาม ท่านต้องการโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นบนสื่อสังคม (Social Media) เกี่ยวกับละครจีนที่เคยชม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 1.27) อันดับสี่ ท่านต้องการได้รับความสนใจจากบุคคลรอบข้างเมื่อพูดเกี่ยวกับเนื้อหาละครจีน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 1.18) และ อันดับสุดท้าย ท่านไม่ต้องการความรู้สึกอึดอัดหลังจากบุคคลอื่นเมื่อไม่ได้ชมละครจีน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 1.34)

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางสังคม ด้านสถานภาพ

ด้านสถานภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านคิดว่าการชมละครเงินสามารถบ่งบอกถึงสถานภาพทางสังคมโดยกำเนิดด้านเชื้อชาติได้	3.15	1.23	ปานกลาง
2. ท่านคิดว่าความสามารถในการวิเคราะห์เนื้อหาละครเงินขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคมด้านวัฒนธรรม	3.63	0.90	มาก
3. ท่านคิดว่าการชมละครเงินสามารถเรียนรู้สถานภาพทางสังคมด้านอาชีพได้ เช่น หมอ ทนาย	3.60	0.84	มาก
4. ท่านคิดว่าการชมละครเงินแสดงให้เห็นหน้าที่หรือพฤติกรรมของตัวละครที่ปฏิบัติตามสถานภาพทางสังคมได้	3.81	0.91	มาก
5. ผู้ชมละครเงินสามารถนำเรื่องราวไปปรับใช้ได้ตรงกับความสามารถของตนเองได้	3.46	1.00	ปานกลาง
รวม	3.52	0.74	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคมด้านสถานภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณารายข้อของแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านคิดว่าการชมละครเงินแสดงให้เห็นหน้าที่หรือพฤติกรรมของตัวละครที่ปฏิบัติตามสถานภาพทางสังคมได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.91) อันดับสอง ท่านคิดว่าความสามารถในการวิเคราะห์เนื้อหาละครเงินขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคมด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.90) อันดับสาม ท่านคิดว่าการชมละครเงินสามารถเรียนรู้สถานภาพทางสังคมด้านอาชีพได้ เช่น หมอ ทนาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.84) อันดับสี่ ผู้ชมละครเงินสามารถนำเรื่องราวไปปรับใช้ได้ตรงกับความสามารถของตนเองได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 1.00) และอันดับสุดท้าย ท่านคิดว่าการชมละครเงิน

สามารถบ่งบอกถึงสถานภาพทางสังคมโดยกำเนิดด้านเชื้อชาติได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 1.23)

ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจชมละครจีน ประกอบด้วย การตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจชม และพฤติกรรมหลังการชม โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอผลวิจัยแจกแจงเป็น ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ตามตารางที่ 7-ตารางที่ 11 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจชมละครจีน โดยภาพรวม

การตัดสินใจชมละครจีน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการตระหนักถึงความต้องการ	3.87	0.78	มาก
ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสาร	3.76	0.79	มาก
ด้านการประเมินทางเลือก	3.72	0.97	มาก
ด้านการตัดสินใจชม	3.89	0.65	มาก
ด้านพฤติกรรมหลังการชม	3.96	0.70	มาก
รวม	3.84	0.77	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า โดยภาพรวมของการตัดสินใจชมละครจีน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมหลังการชม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.70) อันดับสอง ด้านการตัดสินใจชม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.65) อันดับสาม ด้านการตระหนักถึงความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.78) อันดับสี่ ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.79) และอันดับสุดท้าย ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.97)

**ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจชมละครเงิน
ด้านการตระหนักถึงความต้องการ**

ด้านการตระหนักถึงความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านต้องการชมละครเงินเพื่อคลายเครียดจากการเรียนหรือการทำงาน	4.30	0.84	มาก
2. ท่านต้องการชมละครเงินเพื่อติดตามผลงานนักแสดงที่ชื่นชอบ	3.79	1.17	มาก
3. ท่านต้องการชมละครเงินเพื่อตอบสนองความรู้สึกของตนเอง	3.95	0.95	มาก
4. ท่านต้องการชมละครเงินเพราะเป็นกระแสในสื่อสังคม (Social Media)	3.44	1.13	ปานกลาง
รวม	3.87	0.78	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคมต่อการชมละครเงิน ด้านการตระหนักถึงความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณารายข้อของแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านต้องการชมละครเงินเพื่อคลายเครียดจากการเรียนหรือการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.84) อันดับสอง ท่านต้องการชมละครเงินเพื่อตอบสนองความรู้สึกของตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.95) อันดับสาม ท่านต้องการชมละครเงินเพื่อติดตามผลงานนักแสดงที่ชื่นชอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 1.17) และอันดับสุดท้าย ท่านต้องการชมละครเงินเพราะเป็นกระแสในสื่อสังคม (Social Media) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 1.13)

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจชมละครจีน ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสาร

ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสาร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านอ่านเรื่องย่อของละครจีนที่ต้องการชม เพื่อประกอบการตัดสินใจ	3.65	1.16	มาก
2. ท่านดู Teaser ของละครจีนที่ต้องการชม เพื่อประกอบการตัดสินใจ	3.95	1.07	มาก
3. ท่านหาวิธีจากบุคคลอื่นที่เคยชมละครจีน ที่เพื่อต้องการชมประกอบการตัดสินใจ	3.84	0.99	มาก
4. ท่านหาข้อมูลของนักแสดงในละครจีนที่ต้องการชม เพื่อประกอบการตัดสินใจ	3.38	1.22	ปานกลาง
5. ท่านหาช่องทางในการชมละครจีน เช่น WeTV, iQIYI Netflix เป็นต้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.02	1.03	มาก
รวม	3.76	0.79	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคมต่อการชมละครจีน ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76, S.D. = 0.79$) เมื่อพิจารณารายข้อของแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านหาช่องทางในการชมละครจีน เช่น WeTV iQIYI และ Netflix เป็นต้น เพื่อประกอบการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02, S.D. = 1.03$) อันดับสอง ท่านดู Teaser ของละครจีนที่ต้องการชมเพื่อประกอบการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95, S.D. = 1.07$) อันดับสาม ท่านหาวิธีจากบุคคลอื่นที่เคยชมละครจีนที่เพื่อต้องการชมประกอบการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84, S.D. = 0.99$) อันดับสี่ ท่านอ่านเรื่องย่อของละครจีนที่ต้องการชมเพื่อประกอบการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65, S.D. = 1.16$) และอันดับสุดท้าย ท่านหาข้อมูลของนักแสดงในละครจีนที่ต้องการชมเพื่อประกอบการตัดสินใจ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.38, S.D. = 1.12$)

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจชมละครจีนด้านการประเมินทางเลือก

ด้านการประเมินทางเลือก	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ละครจีนที่ท่านต้องการชมเป็นกระแสในสื่อสังคม (Social Media) หรือได้รับการเชิญชวนจากคนใกล้ชิด	3.76	1.05	มาก
2. ตัวละครที่แสดงในละครจีนที่ท่านต้องการชม เป็นนักแสดงที่ชื่นชอบ	3.70	1.18	มาก
รวม	3.72	0.97	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคมต่อการชมละครจีน ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.97) เมื่อพิจารณารายข้อของแบบสอบถาม จะเห็นว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ละครจีนที่ท่านต้องการชมเป็นกระแสในสื่อสังคม (Social Media) หรือได้รับการเชิญชวนจากคนใกล้ชิด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 1.05) และอันดับสุดท้าย ตัวละครที่แสดงในละครจีนที่ท่านต้องการชมเป็นนักแสดงที่ชื่นชอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.18)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจชมละครจีน ด้านการตัดสินใจชม

ด้านการตัดสินใจชม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การดำเนินเรื่องราวของละครจีนที่ท่านต้องการชม ในแต่ละตอนมีความน่าสนใจ	4.24	0.78	มาก
2. การแสดงของนักแสดงในละครจีนที่ท่านต้องการชม เข้าถึงบทบาทและมีความเป็นธรรมชาติ	4.26	0.81	มาก
3. องค์ประกอบของละครจีนที่ท่านต้องการชม เช่น ฉาก เสื้อผ้า เป็นต้น มีความสวยงาม	4.07	0.89	มาก
4. บทละครจีนที่ท่านต้องการชมสามารถเข้าใจได้ง่าย และไม่ซับซ้อน	4.10	0.79	มาก
5. ละครจีนที่ท่านต้องการชมสามารถตอบสนอง ความต้องการ หรือความรู้สึกของตนเองได้	4.16	0.84	มาก
รวม	3.89	0.65	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคมต่อการชมละครจีน ด้านการตัดสินใจชม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89, S.D.=0.65$) เมื่อพิจารณารายข้อของแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การแสดงของนักแสดงในละครจีนที่ท่านต้องการชมเข้าถึงบทบาทและมีความเป็นธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.26, S.D.=0.81$) อันดับสอง การดำเนินเรื่องราวของละครจีนที่ท่านต้องการชมในแต่ละตอนมีความน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.24, S.D.=0.78$) อันดับสาม ละครจีนที่ท่านต้องการชมสามารถตอบสนองความต้องการ หรือความรู้สึกของตนเองได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16, S.D.=0.84$) อันดับสี่ บทละครจีนที่ท่านต้องการชมสามารถเข้าใจได้ง่าย และไม่ซับซ้อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10, S.D.=0.79$) และอันดับสุดท้าย องค์ประกอบของละครจีนที่ท่านต้องการชม เช่น ฉาก เสื้อผ้า เป็นต้น มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07, S.D.=0.89$)

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจชมละครจีน ด้านพฤติกรรมหลังการชม

ด้านพฤติกรรมหลังการชม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านได้รับความรู้และข้อคิดที่สามารถนำไปปรับใช้ ในชีวิตประจำวันหลังจากชมละครจีน	3.68	0.89	มาก
2. ท่านสามารถแสวงหาข้อมูลที่ต้องการหลังจากชมละครจีน	3.64	0.92	มาก
3. ท่านได้รับความสนุกสนาน และความผ่อนคลาย หลังจากชมละครจีน	4.34	0.77	มาก
4. ท่านเกิดความสนใจนึกแสดงหลังจากชมละครจีน	4.09	1.04	มาก
5. ท่านเกิดความรู้สึกชอบและอยากติดตามชมละครจีน ต่อไป	4.06	0.90	มาก
รวม	3.06	0.70	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคมต่อการชมละครจีน ด้านพฤติกรรมหลังการชม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณารายข้อของแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านได้รับความสนุกสนาน และความผ่อนคลายหลังจากชมละครจีน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.77) อันดับสอง ท่านเกิดความสนใจนึกแสดงหลังจากชมละครจีน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 1.04) อันดับสาม ท่านเกิดความรู้สึกชอบและอยากติดตามชมละครจีนต่อไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.90) อันดับสี่ ท่านได้รับความรู้และข้อคิดที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันหลังจากชมละครจีน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.89) และอันดับสุดท้าย ท่านสามารถแสวงหาข้อมูลที่ต้องการหลังจากชมละครจีน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.92)

การทดสอบสมมติฐาน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร นำเสนอผลการวิจัยโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน คือ ปัจจัยทางสังคม ประกอบไปด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม สถานภาพ และการตัดสินใจชมละครจีน ประกอบไปด้วย การตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจชม พฤติกรรมหลังการชม จึงได้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตระหนักถึงความต้องการ

ตัวแปร	ตระหนักถึงความต้องการ	เสาะแสวงหาข่าวสาร	ประเมินทางเลือก	ตัดสินใจชม	พฤติกรรมหลังการชม	การตัดสินใจชมละครจีน
ปัจจัยทางสังคม	.652**	.628**	.673**	.728**	.606**	.746**
กลุ่มอ้างอิง	.595**	.638**	.607**	.679**	.533**	.693**
ครอบครัว	.439**	.421**	.469**	.482**	.382**	.499**
บทบาททางสังคม	.652**	.570**	.600**	.663**	.564**	.686**
สถานภาพ	.514**	.474**	.574**	.618**	.558**	.621**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตัวแปรทางสังคม และการตัดสินใจชมละครจีน คือ ตัวแปรในภาพรวม

ตัวแปรที่เหลือทั้งหมด คือ ตัวแปรในภาพย่อย

ตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมละครจีนในระดับมาก ($r = .746^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ด้านกลุ่มอ้างอิง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมนครจีน ในระดับมาก ($r = .693^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ด้านครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมนครจีน ในระดับมาก ($r = .499^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ด้านบทบาททางสังคม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมนครจีน ในระดับมาก ($r = .686^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมนครจีน ในระดับมาก ($r = .621^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมนครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาผลการวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยทางสังคมของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม และสถานภาพ กรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาถึงในแต่ละด้าน พบว่า ด้านกลุ่มอ้างอิง แรงจูงใจที่สำคัญต่อการตัดสินใจชมนครจีนของผู้ชม Generation Z คือ การรับรู้ละครจีนจากสื่อสังคม (Social Media) เช่น Twitter Facebook มากกว่าการแนะนำจากเพื่อนหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น Influencer สอดคล้องกับงานวิจัยของ Marriner (2013 อ้างถึงใน สหภาพพ่อค้าทอง, 2556, น. 11) กล่าวว่า ปัจจุบันโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อกลุ่มวัยรุ่นมากกว่าสื่อกระแสหลักอย่างวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ อีกทั้งหากละครจีนเรื่องนั้นมีนักแสดงที่ชื่นชอบนำแสดงจะช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการชมนครจีนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล และพนม คลี่ฉายา (2561) กล่าวว่า วัยรุ่นชาวเมียนมาร์บางกลุ่มเริ่มติดตามชมละครโทรทัศน์ไทยมากขึ้นเนื่องจากคลังโคล้ดดารานักแสดง

ด้านครอบครัว พบว่า สมาชิกในครอบครัวไม่ได้ขัดแย้งหากผู้ชม Generation Z ต้องการชมนครจีน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอ้างอิงอื่น ครอบครัวเป็นกลุ่มที่

สร้างแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจชมละครจีนน้อยที่สุด ถึงแม้ว่าสมาชิกในครอบครัวชอบชมละครจีนก็ตาม จึงไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Walters (1978 อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ อินทรสาร, 2558, น. 6) ที่กล่าวว่า สมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงชั้นปฐมภูมิที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ด้านบทบาททางสังคม พบว่า ผู้ชม Generation Z ต้องการนำเนื้อหาละครจีนมาเป็นบทสนทนากับบุคคลอื่น อีกทั้งยังมีการโพสต์และแสดงความคิดเห็นบนสื่อสังคม (Social Media) เกี่ยวกับละครจีนที่เคยชม แสดงให้เห็นว่าละครจีนสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ingram และ Luckett (2019 อ้างถึงใน ปัญญา เรืองเรืองกุลฤทธิ และวิกานดา พรสกุลวานิช, 2564, น. 78) กล่าวว่า การรับชมเพื่อผลบางประการ เช่น รับชมเพื่อใช้เป็นหัวข้อสนทนา จะทำให้ประสบการณ์ปฏิสัมพันธ์กึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ชม Generation Z ต้องการทันกระแสละครจีนในสื่อสังคม (Social Media) เพื่อใช้เป็นบทสนทนาและกลายเป็นที่ยอมรับในสังคม เพราะไม่ต้องการถูกมองว่าล้าหลังเมื่อไม่ได้ชมละครจีน สอดคล้องกับแนวคิด Wellner (2000 อ้างถึงใน ไพรยา อรรถนิตย, 2561, น. 26) พุดถึงพฤติกรรมของ Generation Z ว่า ใช้เวลาไปกับการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงสังคม ต้องการการยอมรับจากกลุ่มสังคมของตนเอง

ด้านสถานภาพ พบว่า การชมละครจีนทำให้ผู้ชม Generation Z เกิดการเรียนรู้พฤติกรรมของตัวละครที่ปฏิบัติตามสถานภาพทางสังคมได้ เนื่องจากละครจีนเป็นละครต่างประเทศ อาจมีสถานภาพทางสังคมปฏิบัติแตกต่างจากประเทศไทยในหลายด้าน ให้เรียนรู้เช่น อาชีพ ทั้งนี้การวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้รับจากการชมละครขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคมด้านวัฒนธรรมของผู้ชม สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร จิรัฐติกร (2562) กล่าวว่า บริบททางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ผู้ชมมองหาสิ่งแปลกใหม่หรือสิ่งที่ยืดหยุ่นไปในสังคมจากละคร

ผลการศึกษาการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจชม และพฤติกรรมหลังการชม เมื่อพิจารณาในแต่ละขั้นตอน พบว่า ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ผู้ชม Generation Z

มีความต้องการชมละครจีนเพื่อคลายเครียดจากการเรียนหรือการทำงานมากที่สุด และจะเลือกละครที่สามารถตอบสนองกับความรู้สึกของตนเองได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs and Becker (1979 อ้างถึงใน ศิริส ปั่นแก้ว, 2559, น. 24) กล่าวว่า คนเรามีเหตุผลให้เปิดรับสื่อแตกต่างกันไปตามสิ่งที่สามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจของตนเองได้ นอกจากนี้ยังมีความต้องการชมละครจีนเพื่อติดตามผลงานนักแสดงที่ชื่นชอบ เนื่องจากผู้ชมต้องการสนับสนุนผลงานนักแสดงที่ชื่นชอบ สอดคล้องกับงานวิจัยของอิติรัตน์ อรรถยวงศกร (2544 อ้างถึงใน กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล และพนม คลีฉายา, 2561, น. 18) กล่าวว่า ปัจจัยด้านดารานักแสดงที่ชื่นชอบมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกเปิดรับชมละครโทรทัศน์

ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสาร ก่อนการเลือกชมละครจีนในแต่ละเรื่อง ผู้ชม Generation Z ให้ความสำคัญกับช่องทางในการชมละครจีน เช่น WeTV iQIYI และ Netflix เพื่อประกอบการตัดสินใจมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉริยา ทุงแจ่ม (2560) กล่าวว่า ผู้ชมมีแรงจูงใจด้านความรวดเร็วและความสะดวกเป็นตัวหลักต้นในการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ในส่วนของเนื้อหาละครจะให้ความสำคัญกับการดู Teaser ของละครจีนที่ต้องการชมเพื่อประกอบการตัดสินใจ มากกว่าการอ่านเรื่องย่อของละครจีนที่ต้องการชมเพื่อประกอบการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนรรษภรณ์ อัทธศาสตร์ศรี (2561) กล่าวว่า ผู้ชมละครย้อนหลังผ่านเว็บไซต์ Mello.me ให้เหตุผลว่าการเห็นที่เซอร์ก่อนให้ความรู้สึกล่าสนใจและนำไปสู่การตัดสินใจเลือกชม นอกจากนี้ยังหาวิธีจากบุคคลอื่นที่เคยชมละครจีนที่เพื่อต้องการชม สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร จิรัฐติกร (2562) กล่าวว่า กลุ่มผู้ชมวัยรุ่นจะอ่านความเห็นของละครเรื่องนั้น ๆ จากอินเทอร์เน็ต หากเรื่องใดได้รับความเห็นเชิงบวกก็จะจูงใจให้ดูมากกว่าความเห็นทางลบ

หลังจากที่ได้ข้อมูลเบื้องต้นของละครจีนแล้วจะนำไปสู่ด้านการประเมินทางเลือก พบว่า ผู้ชม Generation Z จะตัดสินใจจากละครจีนที่ต้องการชมเป็นกระแสในสื่อสังคม (Social Media) หรือได้รับการเชิญชวนจากคนใกล้ชิด สอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉริยา ทุงแจ่ม (2560) กล่าวว่า บุคคลใกล้ชิดทำให้อยากชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการชมละครจีนเพิ่มมากขึ้น

รวมถึงตัวละครที่แสดงในละครจีนที่ต้องการชมเป็นนักแสดงที่ชื่นชอบ ทางด้านการตัดสินใจชม พบว่า ในขณะที่กำลังชมละครจีน ผู้ชม Generation Z จะตัดสินใจชมต่อจนจบเมื่อการดำเนินเรื่องราวในแต่ละตอนมีความน่าสนใจ การแสดงของนักแสดงในละครเรื่องนั้นเข้าถึงบทบาทได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงองค์ประกอบของละคร เช่น ฉาก เสื้อผ้า เป็นต้น มีความสวยงาม สอดคล้องกับงานวิจัยของธนรรษภรณ์ อัทศาสตร์ศรี (2561) กล่าวว่า นักแสดงที่ผู้ชมชื่นชอบ โดยเฉพาะนักแสดงคนนั้น ๆ สวยหรือหล่อ มีความสามารถในการแสดง รวมถึงผู้กำกับการแสดงของละคร ส่งผลต่อการเลือกชมละครย้อนหลัง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล และพนม คลี่ฉายา (2561) กล่าวว่า ผู้ชมอาจชอบชมละครโทรทัศน์ที่สนุกเข้มข้นเพราะมีนักแสดงฝีมือเยี่ยม หรือชื่นชอบละครโทรทัศน์ที่มีนักแสดงรูปร่างหน้าตาสวยหล่อไปพร้อม ๆ กับฝีมือการแสดงที่สมบทบาท

ด้านพฤติกรรมการหลังการชม พบว่า หลังจากที่ได้ชมละครจีนแล้วได้รับความสนุกสนาน ความผ่อนคลายมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของปรารถนา พานานาค และณัฐชุตา วิจิตรจามร (2562) กล่าวว่า กลุ่มผู้ชมที่รับชมรายการของเกาหลีผ่าน Viu การรับชมที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในการรับชม เกิดความสนใจนักแสดงและความรู้ยากติดตามชมละครจีนต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของปัฐยา เรื่องเริงกุลฤทธิ และวิกานดา พรสกุลวานิช (2564) กล่าวว่า แฟนซีรีส์จีนมีความรู้สึกต่อนักแสดงที่ปรากฏในซีรีส์ว่ามีความน่าสนใจที่จะติดตามผลงานในด้านต่าง ๆ และอยากพบกับตัวจริงของนักแสดง นอกจากนี้ยังได้รับความรู้และข้อคิดที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และได้แสวงหาข้อมูลที่ต้องการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอัมพร จิรัฐติกร (2559) อังนุ กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล และพนม คลี่ฉายา, 2561, น. 30) กล่าวว่า ชาวไทใหญ่ชื่นชอบการรับชมละครโทรทัศน์ไทย เนื่องจากรู้สึกว่าได้ได้เห็นโลกภายนอก ได้เห็นบ้านเมือง การแต่งกาย และการใช้ชีวิตที่ดูทันสมัย

จากการศึกษาการตัดสินใจชมละครจีนทั้ง 5 ขั้นตอน พบว่า ผู้ชมมีลักษณะการตัดสินใจชมละครจีนไม่แตกต่างจากการตัดสินใจชมละครประเทศอื่น ๆ กล่าวคือละครเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่สะท้อนหรือจำลองสถานการณ์ที่แตกต่างกันแบ่งเป็น

ประเภทต่าง ๆ เช่น ละครดราม่า ละครประวัติศาสตร์ ละครแฟนตาซี และละครของขวัญ เป็นต้น ผู้ชมจึงตระหนักถึงความต้องการชมละครแต่ละเรื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง และท้ายที่สุดในการชมละครจีนหรือละครประเทศอื่น ๆ สิ่งที่มาภายหลังจากดูละครเรื่องนั้น ๆ จบ คือ พฤติกรรมหลังการชม ในงานวิจัยนี้ผู้ชมละครจีนได้รับความสนุกสนาน ความผ่อนคลาย เกิดความสนใจนักแสดง อยากติดตามชมละครจีนต่อไป ได้รับความรู้และข้อคิดที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งงานวิจัยของ ซูเกียรติ ตีบุรี (2552) ได้ทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมการชมละครไทยและละครเกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ชมละครไทยและผู้ชมละครเกาหลีมีค่านิยมทางสุนทรียภาพในระดับมาก เพราะละครทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน สนุกสนาน คล้ายคลึงกับพฤติกรรมหลังการชมของผู้ชมละครจีนที่กล่าวไปข้างต้น และมีการอธิบายเพิ่มเติมว่า ค่านิยมทางสุนทรียภาพมีผลต่อพฤติกรรมการชมละครไทยด้านรูปแบบการนำเสนอและประเภทของเนื้อหา ผู้ชมส่วนใหญ่ชอบในความกลมกลืนของเนื้อหาบทละครและสถานที่ถ่ายทำ ซึ่งในขั้นตอนการตัดสินใจชม ผู้ชมละครจีนก็ให้ความสำคัญกับบทละครที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และไม่ซับซ้อน ในส่วนของค่านิยมทางสุนทรียภาพมีผลต่อพฤติกรรมการชมละครเกาหลีด้านรูปแบบการนำเสนอ จากรูปแบบของละครเกาหลีส่วนใหญ่เป็นหลายตอนจบทำให้ผู้ชมอยากติดตามตอนต่อไป ซึ่งละครจีนมีรูปแบบการนำเสนอคล้ายคลึงกับละครเกาหลีโดยความยาวของละครจีนขั้นต่ำจะอยู่ที่ 24 ตอน ถ้าการดำเนินเรื่องราวของละครจีนในแต่ละตอนมีความน่าสนใจ ในขั้นตอนการตัดสินใจผู้ชมก็จะติดตามละครเรื่องนั้น ๆ ต่อจนจบ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความสัมพันธ์กันโดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบของปัจจัยทางสังคม ทั้ง 4 ด้าน คือ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม และสถานภาพ ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับมากกับการตัดสินใจชมละครจีน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคม ด้านกลุ่มอ้างอิง ส่งผลต่อการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก กล่าวคือ กลุ่มอ้างอิงถือเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจซื้อสินค้า การตัดสินใจใช้บริการ หรือ

แม้แต่การตัดสินใจชมละคร จะเห็นได้ว่าทุกขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ชมมีกลุ่มอ้างอิงเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเปิดรับชมละครจีน ดังนั้น ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ผู้ชมต้องการชมละครจีนเพื่อติดตามผลงานนักแสดงที่ชื่นชอบและต้องการชมละครจีน เพราะเป็นกระแสในสื่อสังคม (Social media) ด้านการเสาะแสวงหาข่าวสาร หารีวิว จากบุคคลอื่นที่เคยชมละครจีนและหาข้อมูลของนักแสดงในละครจีนที่ต้องการชม เพื่อประกอบการตัดสินใจ ด้านการประเมินทางเลือก ละครจีนที่ต้องการชมเป็นกระแสในสื่อสังคม (Social Media) หรือได้รับการเชิญชวนจากคนใกล้ชิด และตัวละครที่แสดงในละครจีนที่ต้องการชมเป็นนักแสดงที่ชื่นชอบ ด้านการตัดสินใจชม การแสดงของนักแสดงในละครจีนเข้าถึงบทบาทและมีความเป็นธรรมชาติ ขั้นตอนสุดท้าย ด้านพฤติกรรมหลังการชม ผู้ชมยังเกิดความสนใจในนักแสดงและนำไปสู่ความรู้สึกอยากติดตามชมละครจีนต่อไป ที่กล่าวไปข้างต้นนั้นมีทั้งกลุ่มอ้างอิงทางตรง ที่มีความใกล้ชิดกับผู้ชมจนเกิดการบอกต่อได้ง่าย และกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม ที่ไม่ได้รู้จักเป็นการส่วนตัวแต่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากติดตาม สอดคล้องกับแนวคิดของ Walters (1978 อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ อินทรสาร, 2558, น. 6) กล่าวว่า กลุ่มอ้างอิง เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคล 3 ทาง กลุ่มอ้างอิงทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ ๆ กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวความคิดของตนเอง และกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์และตราสินค้า และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูชัย สมธิโก (2562) กล่าวว่า กลุ่มอ้างอิงอาจไม่ได้มีเพียงบุคคลเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงสื่อทางสังคม (Social media) ซึ่งแต่ละคนจะมีการนำเสนอและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับสมาชิกในกลุ่มนั้น ๆ

ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคม ด้านครอบครัว ส่งผลต่อการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก กล่าวคือ ครอบครัว ถือเป็นกลุ่มอ้างอิงแบบทางตรง มีความใกล้ชิดและความผูกพันมากกว่ากลุ่มอ้างอิงอื่น ๆ ด้วยช่วงอายุของผู้ชม Generation Z ส่วนใหญ่ยังอาศัยอยู่กับครอบครัว หากสมาชิกในครอบครัวชอบชมละครจีนย่อมส่งผลต่อการชมละครจีนของผู้ชมกลุ่มนี้ด้วยเช่นกัน อีกทั้งในการชมละครจีนมักเกิดปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน กล่าวคือ สมาชิกในครอบครัวคอยให้คำแนะนำระหว่างที่ชมละครจีน และมักพูดเกี่ยวกับเนื้อหาละครจีน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำ

วันได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ซูชัย สมธิกร (2562) กล่าวว่า ครอบครัวยุคนี้เป็นแหล่งที่ทำให้การอบรมขัดเกลาสมาชิกในครอบครัว เพื่อให้มีพฤติกรรมตามแนวทางที่สังคมต้องการ และเพื่อให้มีความรู้และทักษะการบริโภคที่เหมาะสม

ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคม ด้านบทบาททางสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก กล่าวคือ จากการที่ได้ชมละครจีนทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคมในรูปแบบของการนำเนื้อหาละครจีนไปเป็นบทสนทนากับบุคคลอื่น การโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นบนสื่อสังคม (Social Media) เกี่ยวกับละครจีนที่เคยชม โดยการกระทำเหล่านี้ทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และถูกยอมรับจากคนในสังคมว่าเป็นคนที่ทันกระแสอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉริยา พุ่งแจ้ง (2560) กล่าวว่า การรับชมรายการผ่านสื่อออนไลน์ทำให้ดูเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสสังคม และนำเรื่องราวไปสนทนากับผู้อื่น จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจ และท้ายที่สุดตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์

ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคม ด้านสถานภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก กล่าวคือ Generation Z เป็นช่วงวัยแห่งการเรียนรู้มองหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้การชมละครจีนจึงเกิดวิเคราะห์เนื้อหาและเรียนรู้หน้าที่หรือพฤติกรรมของตัวละครที่ปฏิบัติตามสถานภาพทางสังคม เช่น ตัวละครเอกมีอาชีพเป็นหมอ การดำเนินเรื่องราวของละครจะแสดงให้เห็นถึงวงการแพทย์ อาจมีการนำเสนอข้อคิดสอดแทรกเอาไว้ให้ผู้ชมนำไปปรับใช้ให้ตรงกับความสามารถของตนเองได้ หรือการได้เรียนรู้วัฒนธรรม ภาษาที่แตกต่างไปจากสังคมไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhong (2015 อ้างถึง ใน ปัสุยา เรืองเริงกุลฤทธิ์ และวิกานดา พรสกุลวานิช, 2564, น. 79) กล่าวว่า เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์ถึงการมีส่วนร่วมทางสังคมที่ต่างกัน เนื่องจากผ่านประสบการณ์สำคัญมาต่างกัน ทำให้ทัศนคติ และการมองโลกต่างกัน ซึ่งทัศนคติ และการมองโลกที่เกิดขึ้นจะคงอยู่ แม้ว่าสถานภาพของบุคคลจะเปลี่ยนไป ทั้งนี้การวิเคราะห์เนื้อละครจีนทั้งหมดขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคมของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไป

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัย จะเห็นได้ว่า นักแสดงเป็นแรงจูงใจที่สำคัญมากที่สุดต่อการชมละครจีนของผู้ชม Generation Z ผู้นำเข้าละครต่างประเทศควรเลือกละครที่นำแสดงโดยนักแสดงที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยขณะนั้นมาฉาย รวมถึงควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ละครโดยนักแสดง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจและการตัดสินใจของผู้ชมมากยิ่งขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า เนื้อหา และองค์ประกอบละครเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นผู้นำเข้าละครต่างประเทศควรศึกษาและคัดเลือกละครให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ชม Generation Z และจะต้องได้รับข้อคิด และข้อเสนอที่สามารถนำไปใช้กับชีวิตประจำวันได้ เนื่องจากผู้ชมกลุ่มนี้ยังอยู่ในช่วงมัธยมศึกษาไปจนถึงอุดมศึกษา ซึ่งเป็นวัยแห่งการเรียนรู้ที่จะสร้างค่านิยมใหม่ ๆ ในสังคมได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้ สามารถขยายผลต่อไปอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาองค์ความรู้ในอนาคต ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. งานวิจัยนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีนของ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ในขณะที่เดียวกันยังมีผู้ชม Generation Y ที่ชมละครจีนเป็นจำนวนมาก หากวิจัยในอนาคตทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง Generation Y และไม่จำกัดพื้นที่ จะทำให้ข้อมูลมีความครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

2. งานวิจัยนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจชมละครจีน สามารถนำไปเป็นแนวทางการทำวิจัยละครโทรทัศน์ประเทศอื่น ๆ ได้ เช่น ละครญี่ปุ่น ละครไทย และละครเกาหลี

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล และพนม คลี่ฉายา. (2561). การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมา ในนครย่างกุ้ง. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 36(2). สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/151689>.
- กมัยพร รั้วพันกุล. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Netflix ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2563). รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). เจาะลึก! ซีรีส์จีน วัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-จีนด้วยแนวโน้ม Cultural Soft Power. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/1000497>.
- กิตติศักดิ์ อินทรสาร. (2557). ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความคาดหวังในการบริการของธุรกิจจัดหาคู่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จำนง รังสิกุล. (2533) การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉกาชาติ สุขโพธิ์เพ็ชร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ออล สตาร์ กอล์ฟ คอมเพล็กซ์. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชูเกียรติ ดีบุรี. (2552). การเปรียบเทียบพฤติกรรมการชมละครไทยและละครเกาหลีของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูชัย สมितिไกร. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค (2562). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. แخذในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ตลาดสตรีมมิ่งเดือด เมื่อ “เทนเซ็นต์” ส่ง “WeTV” ซิงอีโคซิสเต็ม ธุรกิจอินเทอร์เน็ต
เทนเมนต์ไทย. (2562). สืบค้นจาก <https://marketeeronline.coarchives/110019>

ธนรรษภรณ์ อัทศาสตร์ศรี. (2561). ปัจจัยในการเลือกชมละครย้อนหลังของ GEN Y
ผ่านเว็บไซต์ของ Mellow.me. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปรมาจารย์ลัทธิมาร กับกระแสครั้งยิ่งใหญ่ของซีรีส์จีน. (2562). สืบค้นจาก <https://workpointtoday.com/the-untamed/>.

ปรารธนา พานนาค และณัฐชุตา วิจิตรจามรี. (2562). แรงจูงใจ พฤติกรรมการชม และ
ความพึงพอใจต่อรายการของเกาหลีทางวิดีโอออนไลน์ Viu (Thailand).
วารสารวิชาการ, 23(2). สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/246043>.

ปัฐยา เรื่องเริงกุลฤทธิ์ และวิกานดา พรสกุลวานิช. (2564). อิทธิพลของปฏิสัมพันธ์
กึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ต่อความผูกพันในชุมชนเสมือนของกลุ่มแฟนซีรีส์จีน.
วารสารวิชาการ, 41(2). สืบค้นจาก ฐานข้อมูลวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.

ไปรยา อรรคนิตย์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งต่อ (Share) วิดีโอคอนเทนต์ออนไลน์
ผ่านทางสื่อ Social Media (โซเชียลมีเดีย) ของวัยรุ่น Gen Z. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิทยา ชิวไฉนทัย. (2555). รักและผูกพัน เจเนอเรชัน แซด. กรุงเทพฯ : ฐานการพิมพ์.

ศิริส ปั่นเก่า. (2559). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับ
อาหารของกลุ่มพ่อบ้านและกลุ่มแม่บ้านบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมิทธิ์ บุญชุตินา. (2561). การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
(การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระจายภาพและเสียง สื่อเว็บไซต์ และสื่อกิจกรรม
พิเศษ). นนทบุรี : 21 เซ็นจูรี่.

- สหภาพ พ่อค้าทอง. (2556). SOCIAL MEDIA: การสื่อสารทุกที่ ทุกเวลาในสังคม ข้อมูลข่าวสารและพื้นที่ส่วนตัว. *วารสารวิชาการ, 10(2)*. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลวารสารวิชาการตรีปทุม ชลบุรี.
- อัจฉริยา ทุงแจ่ม. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัญมณี ภักดีมวชน และคมสัน รัตนะสิมากุล. (2561). การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องภาพความรักของวัยรุ่นที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ เรื่อง I Hate You, I Love You. *วารสารการสื่อสาร, 1(2)*. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CRRUJC/article/view/176982>.
- อัมพร จิรัฐติกร. (2563). *รสนิยม และแฟนคลับละครไทยในอาเซียนและจีน: การตลาดและการเมืองเรื่องอารมณ์ในโลกออนไลน์*. เชียงใหม่ : วนิตการพิมพ์.

ความเป็นมาและการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อน

นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์

ภูติก ศิริวัฒนกุล¹ และ จินตนา สายทองคำ²

¹นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

²อาจารย์ที่ปรึกษาประจำสาขาวิชาศิลปวัฒนธรรม

^{1,2}สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

บทคัดย่อ

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นมาของการสืบทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ และเพื่อศึกษาการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ การดำเนินการวิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่เพื่อรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การฝึกปฏิบัติทำฟ้อน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นมาฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ มีความเป็นมาจากองค์ความรู้จากสายตระกูลและองค์ความรู้จากสายอุฎม์ภักดิ์ ในส่วนลักษณะการถ่ายทอดพบว่า มีหลักเกณฑ์ในการถ่ายทอดจำนวน 5 ประการ คือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอด 2) โอกาสในการถ่ายทอดองค์ความรู้ 3) การถ่ายทอดความรู้เฉพาะบุคคล 4) การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่ม และ 5) การประเมินผลการถ่ายทอด โดยลักษณะผู้รับการถ่ายทอดสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การถ่ายทอดความรู้เฉพาะบุคคล ซึ่งมุ่งเน้นการฝึกหัดให้ผู้รับการถ่ายทอดสามารถฟ้อนได้ถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และการถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่ม ซึ่งจะประเมินจากข้อจำกัดของผู้รับการถ่ายทอดในแต่ละกลุ่ม ซึ่งพบว่า มีผู้รับการถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่ม สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเยาวชน ซึ่งมีข้อจำกัดด้านสมาธิ กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีข้อจำกัดด้านร่างกาย และกลุ่มสถาบันการศึกษามีข้อจำกัดตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรของสถาบันการศึกษานั้น

คำสำคัญ ; การถ่ายทอด, ฟ้อนสาวไหม, นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์

History and Techniques for Conveying Saomai Dance in Lineage of Mrs. Buariao Rattanamaneeporn

Bhudit Siriwattanakula¹ and Jintana Saithongkum²

¹Students in Master of Arts in Thai Dramatic Arts

²Advisor in Thai Dramatic Arts

^{1,2}Bunditpatanasilapa Institute, Thailand

Abstract

The objective of this article was to study the history and techniques for conveying Saomai dance by Mrs. Buariao Rattanamaneeporn. The study was qualitative research using relevant document studies and on-site data collection from interviews, observations, and dance practice. The data were then analyzed using descriptive research.

The results showed that the history of Saomai dance in the lineage of Mrs. Buariao Rattanamaneeporn originated from family knowledge and patronage knowledge. There were five principles for conveying dance techniques: 1) relationship between instructor and recipient, 2) opportunity to pass on knowledge, 3) individual knowledge transfer, 4) group knowledge transfer and, 5) evaluation of knowledge transfer. The characteristics of inherited recipients could be divided into two types: single and individual. In this regard, the aim was to enable the recipient to perform the proper dance according to the set standards. Importantly, knowledge transfer in groups was assessed based on the limitations of the recipients in each group. Group recipients could be classified into three groups: concentration-restricted youth, physically-restricted seniors, and educational institutions with restrictions as defined in their curriculum.

Keywords ; conveying, Saomai dance, Mrs. Buariao Rattanamaneeporn

บทนำ

ฟ้อนสาวไหมเป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านภาคเหนือ มีลักษณะเด่นคือลีลาท่าทางที่ถูกดัดแปลงมาจากกรรมวิธีการทอผ้า ซึ่งสะท้อนถึงภูมิปัญญาของชาวล้านนา (เพียงแพน สรรพศรี และยุทธนา ฉัพพรรณรัตน์, 2563, น. 110) ประกอบด้วย การเก็บฝ้าย การสาวไหม และการทอผ้า พัฒนาการของการแสดงฟ้อนสาวไหม มีรากฐานมาจาก “ฟ้อนเจิง” ซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้แบบล้านนาที่เน้นการอดชั้นเชิงและการฟ้อนเดี่ยว ซึ่งมีท่าทางลีลาอันดุดันเหมาะสมต่อผู้แสดงที่เป็นชาย (อนุกุล โรจนสุขสมบูรณ์, 2549, น. 3) ในอดีตปรากฏ “ลายเจิงสาวไหม” ขึ้นหลายฉบับ ต่อมามีการปรับท่าทางการฟ้อนเจิงสาวไหมให้เหมาะสมต่อผู้แสดงที่เป็นหญิง อีกทั้งได้รับอิทธิพลจาก “รำไทย” (ประภัสสร วรปรางกุล, 2561, น. 95) ซึ่งเป็นนาฏศิลป์ที่มีการแพร่ขยายไปจากภาคกลาง โดยมีส่วนในการปรับปรุงท่าทางการฟ้อนสาวไหมให้อ่อนช้อยเหมาะต่อผู้แสดงที่เป็นหญิงยิ่งขึ้น

จุดเริ่มต้นของการปรับท่าทาง “ลายเจิงสาวไหม” ซึ่งเป็นการแสดงที่เหมาะสมต่อผู้แสดงที่เป็นผู้ชายให้กลายเป็น “ฟ้อนสาวไหม” ที่เหมาะสมต่อผู้แสดงที่เป็นผู้หญิง เกิดจากนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ นามสกุลเดิมคือ สุภาวสิทธิ์ ได้รับการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมจากบิดา ซึ่งได้ปรับท่าทางเพื่อให้เหมาะสมกับนางบัวเรียวที่เป็นผู้หญิง นางบัวเรียวได้นำฟ้อนสาวไหมออกแสดงในโอกาสต่าง ๆ เรื่อยมา (รุจน์จรุง มีเหล็ก, 2548, น. 20-23) จนกระทั่งได้มีโอกาสร่วมงานกับศิลปินและผู้รู้ด้านนาฏศิลป์ จึงส่งผลให้การแสดงฟ้อนสาวไหมที่นางบัวเรียวได้รับถ่ายทอดจากบิดาได้ถูกปรับปรุงให้ประณีตและเหมาะสมต่อสตรีระผู้แสดงที่เป็นผู้หญิงยิ่งขึ้น ในที่สุดจึงเกิดเป็นฟ้อนสาวไหมฉบับนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์โดยมีการกำหนดเป็นมาตรฐานไว้ 13 กระบวนท่า ประกอบด้วย ท่าไหว้ (เทพพนม) ท่าบิดบัวบาน ท่าพญาครุฑบิน ท่าสาวไหมช่วงยาว ท่าม้วนไหมซ้าย-ขวา ท่าตากฝ้าย ท่าม้วนไหมใต้เข้าซ้าย-ขวา ท่าม้วนไหมใต้ศอกซ้าย-ขวา ท่าพุ่งหลอดไหม ท่าสาวไหมรอบตัวซ้าย-ขวา ท่าคลี่ปมไหม ท่าปูเป็นผืนผ้า และท่าพับผ้า (วัลยา ไชยพรม และรัตนา ณ ลำพูน, 2559, น. 30) บทบาทการเผยแพร่ฟ้อนสาวไหมของนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ที่ส่งผลให้การแสดงนี้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย นอกจากสถานะของผู้แสดงที่สามารถถ่ายทอดความงามของลีลาท่าทางในการฟ้อน

ซึ่งสร้างความประทับใจให้ผู้ที่ได้รับชมแล้ว นางบัวเรียวยังมีสถานะเป็น “แม่ครู” ผู้ถ่ายทอดลีลาท่าทางการฟ้อนสาวไหมให้บรรดาลูกศิษย์ได้นำการแสดงนี้ออกทำการแสดงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นการเผยแพร่ให้การแสดงนี้กลายเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้าง ด้วยการอุทิศตนในการถ่ายทอดองค์ความรู้การฟ้อนสาวไหมอย่างต่อเนื่องของนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ จึงได้รับการพิจารณาจากกระทรวงวัฒนธรรม ยกย่องเชิดชูเกียรติให้เป็นศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (การแสดงพื้นบ้าน-ช่างฟ้อน) ประจำปี พ.ศ. 2559

ฟ้อนสาวไหมของนางบัวเรียวเป็นการแสดงพื้นบ้าน ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตกรรมวิธีการทอผ้าอันงดงามของชาวบ้านภาคเหนือ ผ่านกระบวนการท่าทางการฟ้อนรำ ถือเป็นมรดกทางภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่สร้างชื่อเสียงให้แก่นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ และเป็นที่ยอมรับในฐานะศิลปินต้นแบบของการแสดงฟ้อนสาวไหม จึงมีผู้สนใจเข้ารับการถ่ายทอดกระบวนการทำฟ้อนสาวไหมจากนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ หลากหลายกลุ่ม ได้แก่ เยาวชน ผู้สูงอายุ และสถาบันการศึกษา ถือเป็น การส่งต่อองค์ความรู้ในการอนุรักษ์สืบสานและเผยแพร่มรดกทางภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้สืบไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น ปรากฏประเด็นความเป็นมาของการสืบทอดฟ้อนสาวไหม จนเกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้การฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ซึ่งมีคุณค่าหลากหลายมิติ ดังที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน ถือเป็นแนวทางการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ผลงานศิลปะการแสดงจากศิลปินแห่งชาติที่มีรากฐานจากการแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้าน และบันทึกให้เป็นข้อมูลเชิงวิชาการเพื่อใช้ในการสืบค้นและเป็นประโยชน์ทางด้านวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของการสืบทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์
2. เพื่อศึกษาการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์

ทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ฟ้อนสาวไหมถูกประดิษฐ์ขึ้นจากลายเจิงสาวไหมซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้พื้นบ้านภาคเหนือ และสร้างสรรค์กระบวนท่ามาจากการทอผ้าฝ้ายอันเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในท้องถิ่นจังหวัดเชียงราย โดย นายกุย สุภาวสิทธิ์ ให้มีลีลาที่อ่อนช้อยนุ่มนวลเหมาะสมสตรีในท้องถิ่นภาคเหนือ ต่อมานางพลอยสี สรรพศรี อดีตช่างฟ้อนในคุ้มพระราชชายาเจ้าดารารัศมีได้นำฟ้อนสาวไหม มาปรับปรุงโดยนำกระบวนท่าของนาฏศิลป์ไทยมาผสมผสานเข้ากับการฟ้อนสาวไหมฉบับพื้นบ้านภาคเหนือ จำนวน 22 กระบวนท่า โดยใช้วงสล้อซอซึงบรรเลงเพลงฤๅษีหลังถ้าประกอบการแสดง ในระยะต่อมาวิทยาลัยนาฏศิลป์เชียงใหม่ ได้มีการปรับปรุงกระบวนท่าฟ้อนสาวไหมอีกครั้ง (เพียงแพน สรรพศรี และยุทธนา ฉัพพรรณรัตน์, 2563, น. 110) โดยรูปแบบการฟ้อนสาวไหมแบบดั้งเดิมของนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ มีจำนวนทั้งหมด 13 กระบวนท่า ได้แก่ ท่าไหว้ (เทพพนม) ท่าบิดบัวบาน ท่าพญาครุฑบิน ท่าสาวไหมช่วงยาว ท่าม้วนไหมซ้าย-ขวา ท่าตากฝ้าย ท่าม้วนไหมใต้เข้า ท่าม้วนไหมใต้คอก ท่าพุ่งหลอดไหม ท่าสาวไหมรอบตัว ท่าคลี่ปมไหม ท่าปูเป็นผืนผ้า และท่าพับผ้า สำหรับกระบวนท่าฟ้อนสาวไหมเป็นการเรียบเรียงท่าฟ้อนทั้ง 13 กระบวนท่าเข้าด้วยกัน โดยมีลักษณะการเชื่อมโยงทั้งท่าเดิน ท่านั่ง และท่ายืนที่มีความอ่อนช้อยงดงาม ตามแบบฉบับการฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ทำให้ผู้ชมจินตนาการเห็นถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของการเก็บฝ้าย การปั่นฝ้าย การดึงด้ายแต่ละเส้น จนกระทั่งการทอผ้าสำเร็จเป็นผืน (วิไลา ไชยพรม และรัตนานา ฤ ลำพูน, 2559, น. 30)

ทฤษฎีเลียน รับ ปรับ แต่ง เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยปรากฏการณ์ธรรมชาติของชีวิตที่เกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องของมนุษย์ที่มีการเรียนรู้ รับเอาวัฒนธรรมอื่น ปรับตัวให้สอดคล้องเพื่อดำรงอยู่ให้เข้ากับตนเอง สู่การพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีว่าด้วยการเลียนแบบ จากนั้นรับหรือยอมรับเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตซึ่งไม่ได้รับมาทั้งหมด แต่รับมาเพียงบางส่วนที่เข้าใจและสามารถดำเนินการได้ สู่การปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมบ้าน ครอบครัว ท้องถิ่น จากนั้นจึงเป็นการแต่งให้งดงามสอดคล้องกับความเป็นตัวตน สังคม ในบริบทรอบข้าง (พูนพิศ อมาตยกุล, 2545-2550, น. 1-3)

การถ่ายทอดความรู้ นับเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการอนุรักษ์องค์ความรู้ให้คงอยู่ โดยเฉพาะองค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทย ซึ่งจะต้องใช้ทักษะการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความชำนาญ องค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ไทย มีการสืบทอดกันมาแต่ครั้งโบราณจากรุ่นหนึ่ง ไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง นางเจलय ศุขะวณิช (ศิลปินแห่งชาติ) ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ ไว้ให้แก่ศิษย์ของท่านมากมาย ตลอดระยะเวลาอันยาวนาน 40 กว่าปี ท่านอุทิศร่างกายและแรงใจถ่ายทอดความรู้ให้กับศิษย์ เพื่อให้ศิษย์ดำเนินรอยตาม จนสามารถสืบทอดมรดกของชาติไว้ได้ส่วนหนึ่ง โดยมีหลักเกณฑ์และกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้จำนวน 5 ประการ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถ่ายทอดกับผู้รับการถ่ายทอด โอกาสในการถ่ายทอดความรู้ การถ่ายทอดความรู้เฉพาะบุคคล การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่ม และการประเมินผล การถ่ายทอด (ไพโรจน์ ทองคำสุก, 2544, น. 207-213)

วิธีดำเนินการวิจัย

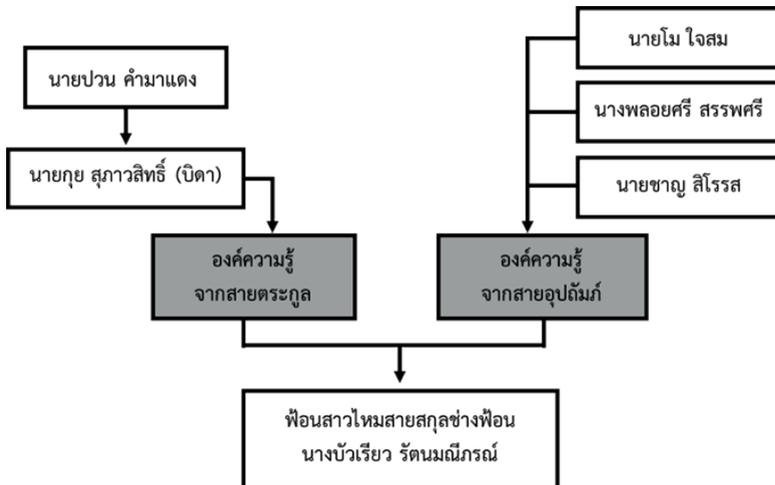
บทความวิจัยเรื่อง “ความเป็นมาและการถ่ายทอดฟอนสาวไหมสายสกุลช่างฟอนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาเอกสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ประกอบด้วย หอสมุดแห่งชาติ สถาบันวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย วัฒนธรรมจังหวัดพะเยา ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา และเว็บไซต์ผ่านสื่อออนไลน์ อีกทั้งมีการเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ด้วยการสังเกตการณ์ แบบไม่มีส่วนร่วม ในพิธีไหว้ครูพื้นเมืองที่นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ได้จัดขึ้นและเข้าร่วมในพิธี ประกอบด้วย พิธีไหว้ครูชมรมพื้นเมืองล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พิธีไหว้ครูพื้นเมืองล้านนา สาขาวิชาศิลปะการแสดง มหาวิทยาลัยพะเยา พิธีไหว้ครูพื้นเมืองล้านนา บ้านสาวไหมของนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ และพิธีไหว้ครูพื้นเมืองล้านนาของผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนะ ตาแปง ซึ่งได้รับมอบหมายจากนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ให้เป็นผู้จัดงานและประกอบพิธี และดำเนินการสัมภาษณ์นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ซึ่งถือว่าเป็นข้อมูลชั้นปฐมภูมิ และผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ นายสนั่น ธรรมธิ นักวิชาการศึกษาด้านส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนะ ตาแปง อาจารย์ประจำสาขาวิชาดนตรีนาฏศิลป์ มหาวิทยาลัยพะเยา ผู้เชี่ยวชาญการฟอนสาวไหม

และนายบุญชม วงศ์แก้ว หัวหน้าคณะสายทิพย์เชียงราย ดนตรีพื้นบ้านภาคเหนือ ซึ่งถือเป็นบุคคลกลุ่มแรกที่มีความเกี่ยวข้องและผลักดันให้ฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ เป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยกำหนดขอบเขตของเนื้อหาให้มุ่งเน้นศึกษา ความเป็นมาและการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ผู้บุคคลกลุ่มต่างๆ

ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย ความเป็นมา การสืบทอดและการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ โดยผลการศึกษามีปรากฏดังนี้

1. ความเป็นมาของการสืบทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงความเป็นมาการสืบทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์
ที่มา : ผู้วิจัย

จากภาพที่ปรากฏคือ แผนภูมิแสดงความเป็นมาพอนสาวไหมสายสกุลช่างพอนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ โดยแบ่งองค์ความรู้ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ องค์ความรู้จากสายตระกูล โดยเริ่มจากนายปวน คำมาแดง ได้ถ่ายทอดความรู้ด้านการพอนใจให้แก่นายกุย สุภาวสิทธิ์ ซึ่งเป็นบิดาของนางบัวเรียว ต่อมานายกุยจึงถ่ายทอดความรู้ด้านการพอนต่าง ๆ ให้แก่นางบัวเรียวในฐานะทายาทผู้สืบทอดการพอนอีกชั้นหนึ่ง และองค์ความรู้จากสายอุปถัมภ์ ซึ่งเกิดจากการที่นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ได้ร่วมงานกับศิลปินและผู้รู้ด้านนาฏศิลป์ ประกอบด้วย นายโม ใจสม นางพลอยศรี สรรพศรี และ นายชาญ ลิโรรส โดยองค์ความรู้แต่ละส่วนมี ดังนี้

1.1 องค์ความรู้จากสายตระกูล

นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ (นามสกุลเดิมคือ สุภาวสิทธิ์) ได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านการพอนต่าง ๆ จาก นายกุย สุภาวสิทธิ์ ผู้เป็นบิดา แต่เดิมนายกุยมีภูมิลำเนาอยู่ที่บ้านแม่กะ ตำบลแม่คือ อำเภอต๋อยสะแกต จังหวัดเชียงใหม่ ต่อมาได้ย้ายไปตั้งถิ่นฐานละแวกวัดศรีทรายมูล ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และนายกุย สุภาวสิทธิ์ หรือ “พ่อครูกุย” ได้มีต้นสายของการพอนมาจากการเรียนวิชาเจิ้งต่อสู้นจากนายปวน คำมาแดง นายกุยให้ความสนใจในการศึกษาเจิ้งต่อสู้นเป็นอย่างมาก ทั้งยังใฝ่รู้ความรู้ในทางธรรมควบคู่กันไปด้วย และยังได้รับการถ่ายทอดวิชาแพทย์แผนโบราณจากนายปวน นอกจากนั้นยังมีความสามารถด้านการขับร้อง รวมถึงมีความสามารถทางด้านวรรณศิลป์ (สนั่น ธรรมิ, 2564, 20 กรกฎาคม, สัมภาษณ์) อย่างไรก็ตามความสามารถอันโดดเด่นของนายกุย คือ การพอนใจ ซึ่งภายหลังถูกนำมาประดิษฐ์เป็นท่าพอนสาวไหมเพื่อถ่ายทอดให้กับบุตรสาว คือ นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ตั้งแต่อายุ 8 ปี ภายหลังจากนางบัวเรียวได้รับการถ่ายทอดพอนสาวไหมจากนายกุยผู้เป็นบิดา นางบัวเรียวได้นำ พอนสาวไหมออกแสดงในโอกาสต่าง ๆ ที่ชุมชนวัดศรีทรายมูล แม้การพอนสาวไหมนี้จะได้รับการปรับปรุง ให้เหมาะสมต่อนางบัวเรียวซึ่งเป็นเด็กหญิงในขณะนั้น แต่ยังคงมีรายละเอียดของท่าทางบางประการที่สะท้อนถึงต้นฉบับการพอนที่เหมาะสมสำหรับผู้ชาย อีกทั้งเป็นการพอนประกอบวงดนตรี “สะล้อ ซอ ซึง” ซึ่งเป็นวงดนตรีพื้นบ้านภาคเหนือที่ใช้บรรเลงประกอบการพอนโดยทั่วไป (บัวเรียว รัตนมณีภรณ์, 2564, 28 มิถุนายน, สัมภาษณ์)

1.2 องค์ความรู้จากสายอุปถัมภ์

เมื่อนางบัวเรียวอายุ 9 ปี ได้นำเพื่อนสาวใหม่ออกแสดงในโอกาสต่าง ๆ ละแวกชุมชนวัดศรีทรายมูล มาเป็นระยะเวลาประมาณ 1 ปี เมื่อ พ.ศ. 2496 นางบัวเรียวได้พบกับนายโม ใจสม ชาวมอญพระประแดงซึ่งเป็นนักดนตรีและมีประสบการณ์ด้านนาฏศิลป์ไทย ได้อพยพไปอยู่ในละแวกวัดศรีทรายมูล ซึ่งนายโมได้ช่วยฟื้นฟูวงกลองเต่งถึงของวัดศรีทรายมูล รวมถึงสอนนาฏศิลป์และดนตรีไทย จนมีนักดนตรีฝีมือดีหลายคนในช่วงเวลานั้น (บุญชม วงศ์แก้ว, 2564, 16 มิถุนายน, สัมภาษณ์) นางบัวเรียวมีความชื่นชอบการแสดงเพื่อนรำไทยประยุกต์ของนายโม ซึ่งมีความอ่อนช้อยงดงาม จึงเข้ารับการศึกษาหัดการแสดงเพื่อนรำกับนายโมที่วัดศรีทรายมูล เมื่อมีงานฉลองหรืองานบุญที่มีการแสดงของวัดศรีทรายมูล นายโมและคณะศรัทธามักได้รับมอบหมายจากท่านเจ้าอาวาสวัดศรีทรายมูล ให้นำนักดนตรีและช่างพ่อนทำการแสดงในโอกาสต่าง ๆ ซึ่งนางบัวเรียวได้เข้าร่วมแสดงด้วย นางบัวเรียวมักจะแสดงเพื่อนสาวใหม่เป็นส่วนใหญ่ แต่เดิมการพ่อนสาวใหม่ใช้ดนตรีพื้นบ้านภาคเหนือประเภทใดก็ได้ ต่อมานายโม ใจสม เป็นผู้ริเริ่มใช้วงเต่งถึงบรรเลงเพลงพื้นบ้านภาคเหนือ เช่น ปราสาทไหว และฤๅษีหลงถ้ำ ซึ่งต่อมานายโมเห็นว่าดนตรีไม่กระชับ จึงเลือกใช้เพลง “ลาวสมเด็จ” เพื่อใช้ประกอบกับการพ่อนสาวใหม่ และได้ถ่ายทอดพ่อนไทยประยุกต์ เช่น สร้อยแสงแดง สีวันล ญวนรำพัด และมอญแปลง ให้แก่นางบัวเรียว

พ.ศ. 2500 นางพลอยศรี สรรพศรี ครูโรงเรียนเชียงรายวิทยาคม จังหวัดเชียงราย ซึ่งเคยเป็นช่างพ่อนอยู่ในคุ้มเจ้าแก้วนารัฐ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ องค์สุดท้าย ได้มารับชมการแสดงพ่อนสาวใหม่ของนางบัวเรียว ช่างพ่อนของวัดศรีทรายมูล จังหวัดเชียงรายในขณะนั้น จึงเกิดความประทับใจ ต่อมาในพ.ศ. 2507 นางพลอยศรี และนายอินหล่อ สรรพศรี จึงได้เชิญชวนให้นางบัวเรียวมาร่วมพ่อนสาวใหม่ ร่วมกับคณะดนตรีช่างพ่อนของตน และตระเวนออกแสดงตามโอกาสสำคัญต่าง ๆ และนางพลอยศรี ได้ถ่ายทอดการแสดงพ่อนและนาฏศิลป์ไทยชุดต่าง ๆ ให้แก่นางบัวเรียว

พ.ศ. 2509 นายชาญ สิโรรส เป็นบุตรของ เจ้าชื่น สิโรรส และเจ้าสุริยฉาย สิโรรส (นามสกุลเดิม อิศรางกูร ณ อยุธยา) ซึ่งถือเป็นบุคคลสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นผู้ส่งเสริมและสนับสนุนทางด้านศิลปวัฒนธรรมและพระพุทธศาสนา

เป็นผู้จัดกิจกรรมและการแสดงในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ได้เป็นผู้แนะนำให้นางบัวเรียวมาฟ้อนที่จังหวัดเชียงใหม่ในโอกาสสำคัญ ๆ และเป็นผู้ให้คำแนะนำในการปรับปรุงท่าฟ้อนและวิธีแสดงของนางบัวเรียว เพื่อให้เหมาะสมกับโอกาสและสถานที่ที่ใช้แสดงมากขึ้น เช่น การตัดท่าฟ้อนที่มีการนั่งเหยียดขาไปทางผู้ชมออก เนื่องจากท่าลักษณะดังกล่าวเป็นท่าทางที่ไม่สุภาพและไม่เหมาะสมกับผู้รับชมการแสดง เป็นต้น จนกระทั่งนางบัวเรียวเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เป็นที่เลื่องลือว่านางบัวเรียวช่างฟ้อนจากจังหวัดเชียงรายสามารถฟ้อนสาวไหมได้อย่างงดงาม ทั้งลีลาท่าทางรวมถึงการสอดแทรกอารมณ์ ในขณะที่แสดงด้วย ในเวลานั้นจึงมีผู้ที่สนใจติดต่อขอรับการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมจากนางบัวเรียว เพื่อนำไปแสดงอย่างแพร่หลาย

ฟ้อนสาวไหมถูกประดิษฐ์ขึ้นจากลายเจิงสาวไหมซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ และสร้างสรรค์กระบวนท่ามาจากการทอผ้าฝ้ายอันเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในท้องถิ่นจังหวัดเชียงรายโดยนายกุย สุภาวสิทธิ์ มีลีลาที่อ่อนช้อยนุ่มนวลเหมาะสำหรับผู้หญิง และนางบัวเรียวได้รับประสบการณ์ทางการแสดง และแนวคิด กล่าวคือ ด้านดนตรี รับเอาวงดนตรีปี่พาทย์ล้านนา (ปี่ดม้อง) และวงกลองลี้หม้อง ประกอบการฟ้อนจากนางโม ใจสม ด้านการจัดระเบียบร่างกายและท่าทางของมือ รับเอาแบบอย่างนาฏศิลป์ไทย จากนายโม ใจสม และนางพลอยศรี สรรพศรี อีกทั้งด้านความเหมาะสมสำหรับการแสดงในโอกาสต่าง ๆ รับคำแนะนำจากนายชาญ สิโรรส เมื่อประมวลสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาเบื้องต้นจึงเกิด ฟ้อนสาวไหมที่มีความประณีตและสมบูรณ์แบบ เป็นท่าฟ้อนที่มีความเหมาะสมกับผู้หญิงยิ่งขึ้น

2. การถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์

นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ได้สั่งสมองค์ความรู้จากสายตระกูลและสายอุปถัมภ์เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงการฟ้อนสาวไหมให้กลายเป็นแบบฉบับของตนเองโดยมีการกำหนดไว้เป็นมาตรฐาน 13 กระบวนท่า ประกอบด้วย ท่าไหว้ (เทพพนม) ท่าบิดบัวบาน ท่าพญาครุฑบิน ท่าสาวไหมช่วงยาว ท่าม้วนไหมซ้าย-ขวา ท่าตากฝ้าย ท่าม้วนไหมใต้เข้าซ้าย-ขวา ท่าม้วนไหมใต้ศอกซ้าย-ขวา ท่าพุ่งหลอดไหม ท่าสาวไหมรอบตัวซ้าย-ขวา ท่าคลี่ปมไหม ท่าปูเป็นผืนผ้า และท่าพับผ้า (วิไลยา ไชยพรหม และรัตนานันท์ ลำพูน, 2559, น. 30)



ภาพที่ 2 ฟ้อนสาวไหม 13 กระบวนท่า
ที่มา : รัตนะ ตาแปง

จากภาพที่ปรากฏ คือ กระบวนท่าฟ้อนสาวไหมฉบับที่เป็นมาตรฐานของสายสกุลช่างฟ้อน นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ส่วนที่ 1 ของภาพคือภาพนิ่งท่าฟ้อนทั้ง 13 กระบวนท่า และส่วนที่ 2 ของภาพคือ “คิวอาร์โค้ด” (QR Code) ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่เชื่อมโยงไปยังลิงก์วิดีโอภาพเคลื่อนไหว การฟ้อนสาวไหมตั้งแต่กระบวนท่าที่ 1 ถึงกระบวนท่าที่ 13 ทำการสาธิตท่าฟ้อนโดยนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ในการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมนั้น นางบัวเรียวได้พิจารณาตามความเหมาะสมของกลุ่มบุคคลและโอกาสที่นำออกแสดง ซึ่งบางกรณีจะมีการตัดกระบวนท่าให้เหลือน้อยลง เช่น ในกลุ่มเด็กและเยาวชนอาจปรับให้เหลือท่าฟ้อนเพียง 8 ท่า โดยพิจารณาตามความสามารถของผู้รับการถ่ายทอด เป็นต้น

การถ่ายทอดองค์ความรู้ นับเป็นความสำคัญต่อการอนุรักษ์องค์ความรู้ให้คงอยู่ โดยเฉพาะองค์ความรู้ที่เกิดจากการสืบทอดการแสดงพื้นบ้าน จากศิลปินท้องถิ่น ซึ่งมีการสั่งสมประสบการณ์ เกิดการปรับปรุงความรู้ให้มีพัฒนาการเป็นองค์ความรู้ นางบัวเรียว ได้อุทิศตนถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ลูกศิษย์จำนวนมาก มาตลอดระยะเวลากว่า 50 ปี เพื่อให้ลูกศิษย์ได้ดำเนินรอยตาม ช่วยรักษาสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป

จากการวิจัยการถ่ายถอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ใช้หลักเกณฑ์และกระบวนการถ่ายถอดความรู้ของนางเฉลย ศุขะวนิช (ศิลปินแห่งชาติ) ตามแนวทางของ(ไพโรจน์ ทองคำสุก, 2544, น. 207-213) เพื่อวิเคราะห์วิธีการถ่ายถอดฟ้อนสาวไหม นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ไว้ดังนี้

1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถ่ายถอดและผู้รับการถ่ายถอด

การถ่ายถอดฟ้อนสาวไหมเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ และเป็น ความรู้เฉพาะตนของนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ จึงมักคำนึงถึงปัจจัยของผู้รับการถ่ายถอด ดังนี้

(1) ผู้รับการถ่ายถอดมีความกตัญญูต่อผู้ถ่ายถอดการให้ความสำคัญ ในการแสดงความเคารพแสดงความห่วงใย มีน้ำใจคอยช่วยเหลือปรนนิบัติผู้ถ่ายถอด เมื่อมีโอกาสทุกครั้ง ทำให้ตัวผู้ถ่ายถอดเกิดความเมตตา และปรารถนาที่จะให้ความรู้ แก่ผู้รับการถ่ายถอดให้ได้รับความรู้อย่างสุดความสามารถ ขั้นตอนแรกของการเข้าขอรับ การถ่ายถอด ผู้เรียนจะต้องขึ้นชั้นครู ซึ่งถือเป็นธรรมเนียมที่เคร่งครัด เพราะมีความเชื่อว่า หากเกิดความผิดพลาดขึ้น ครูบาอาจารย์จะมาเอาผิดและลงโทษกับผู้สอนมิใช่ตัวผู้เรียน และเป็น การแสดงความเคารพฝากเนื้อฝากตัว ขอเป็นลูกศิษย์ของผู้ที่เข้ามาขอวิชา ความรู้จากนางบัวเรียว ซึ่งลูกศิษย์เรียกท่านว่า “แม่ครู” เปรียบเสมือนนางบัวเรียว เป็นแม่ที่มีความรักความเมตตา คอยอบรมสั่งสอนให้วิชาความรู้แก่ลูกศิษย์

(2) ผู้รับการถ่ายถอดมีพรสวรรค์สามารถปฏิบัติได้ตามที่นางบัว เรียวอบรมสั่งสอน ผู้รับการถ่ายถอดสามารถเรียนรู้และจดจำท่าทางการถ่ายถอดความรู้ ได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว รวมถึงมีท่วงท่าลีลาที่อ่อนช้อยงดงาม ซึ่งส่งผลให้นางบัวเรียว สามารถถ่ายถอดรายละเอียดกลวิธีในการแสดง

(3) ผู้รับการถ่ายถอดมีความอดทนอดกลั้นและไม่ย่อท้อต่อ การฝึกฝน ความสำคัญของการฝึกหัดคือการปฏิบัติตามผู้สอนอย่างถูกต้องเคร่งครัด ซึ่งเน้นการฝึกฝน ปฏิบัติแบบซ้ำ ๆ จนเกิดความชำนาญ หากผู้เรียนไม่มีความอดทน จะทำให้ผู้นั้นขาดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง ขาดทักษะความชำนาญของการฟ้อน นางบัวเรียว จะถ่ายถอดท่าฟ้อนแบบไม่มีดนตรี ฝึกฝนทบทวนกระบวนการท่าทีละท่าตามลำดับ แบบซ้ำไปซ้ำมา จนกว่าผู้เรียนจะเกิดความชำนาญ จึงจะให้ฟ้อนกับดนตรี

(4) ผู้รับการถ่ายทอดมีความกระตือรือร้น และใส่ใจในการฟ้อนอย่างจริงจัง การเอาใจใส่ต่อข้อแนะนำท่าฟ้อน รวมถึงกลวิธีของผู้ถ่ายทอด จำเป็นต้องนำไปฝึกฝนเพิ่มเติมด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดทักษะและความชำนาญ และการฝึกฝนร่างกายให้เกิดความเคยชินเมื่อต้องแสดงจริงไม่เกิดความเหน็ดเหนื่อย ไม่เกิดความประหม่าหรือไม่มั่นใจ ความกระตือรือร้นฝึกฝนด้วยตนเองนี้ จึงถือเป็นการฝึกฝนที่จะทำให้การฟ้อนเกิดความสมบูรณ์แบบสวยงาม

2) โอกาสในการถ่ายทอดองค์ความรู้

ฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ เกิดจากประสบการณ์จากการแสดงที่ยาวนานจนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ฟ้อนสาวไหมเป็นการสะท้อนเอกลักษณ์และวัฒนธรรมพื้นบ้านภาคเหนือได้อย่างงดงาม จึงมีผู้สนใจเข้ารับการถ่ายทอดจำนวนมากและหลากหลายโอกาสดังนี้

(1) การถ่ายทอดความรู้โดยผู้อุปถัมภ์หรือหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ตั้งแต่ในอดีตวัดถือเป็นสถานที่รวบรวมองค์ความรู้ทางด้านศิลปวิทยาทุกแขนงไว้ รวมถึงดนตรีและการขับร้องฟ้อนรำ วัดจึงเปรียบเสมือนโรงเรียนฝึกฝนช่างฝีมือของชาวบ้านในท้องถิ่น การอุปถัมภ์ดูแลพระสงฆ์จะเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย โดยมีช่าง (สล่า) เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชาวบ้าน นางบัวเรียวได้เล่าเรียนวิชาการฟ้อนรำอยู่กับวัดศรีทรายมูล วัดและพระสงฆ์จึงถือเป็นผู้อุปถัมภ์ให้การสนับสนุนนางบัวเรียวมาตั้งแต่ครั้งในอดีต ปัจจุบันนี้มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนนางบัวเรียวมากขึ้น เช่น กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่ให้การสนับสนุนดูแลค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการเผยแพร่องค์ความรู้ของนางบัวเรียว เพื่อสืบสานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านภาคเหนือหรือในงานพิธีการที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย

(2) การถ่ายทอดความรู้กำหนดโดยหลักสูตรของสถานศึกษา การถ่ายทอดเพื่อสืบสานศิลปะการแสดงพื้นบ้าน สถาบันการศึกษามีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งที่รวบรวมองค์ความรู้และถ่ายทอดให้แก่ผู้เรียนอย่างเป็นระบบ จึงจำเป็นต้องได้รับการถ่ายทอดความรู้จากตัวศิลปินโดยตรง เพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกัน เป็นฐานข้อมูลที่ใช้บันทึกได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

(3) การถ่ายทอดความรู้กำหนดโดยผู้ถ่ายทอดเอง จากความรู้ และประสบการณ์ด้านการแสดง ทำให้นางบัวเรียวสามารถเป็นผู้กำหนดวิธีการสอน เพื่อให้เหมาะสมกับผู้เรียน ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องของด้วยระยะเวลา ช่วงวัย ทักษะ ความสามารถ สรีระร่างกาย และโอกาสที่ใช้แสดงของผู้เรียน จึงจำเป็นต้องได้รับการพิจารณาและกำหนดเองโดยนางบัวเรียว

(4) การถ่ายทอดความรู้กำหนดโดยผู้รับการถ่ายทอด ผู้รับการถ่ายทอดความรู้มีความศรัทธาและเชื่อถือในความสามารถของนางบัวเรียว เมื่อมีความต้องการได้รับความรู้ที่ถูกต้องสวยงามและกลวิธีที่ใช้แสดง ผู้เรียนมักจะกำหนดชุดการแสดงเพื่อขอเข้ารับการถ่ายทอดจากนางบัวเรียว ซึ่งมีปัจจัยคือ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อใช้แสดงในโอกาสพิเศษ เช่น นำการแสดงไปเผยแพร่ยังต่างประเทศ ใช้แสดงเพื่อสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา หรือนำไปแสดงความสามารถพิเศษในการประกวดแข่งขัน เพื่อนำไปถ่ายทอดให้กับลูกศิษย์ ในสถานศึกษาของตน เพื่อนำไปถ่ายทอดให้กับชุมชน ชมรมหรือหน่วยงานของตน และเพื่อต้องการอนุรักษ์สืบสาน นางบัวเรียวจะฝึกหัดเคร่งครัดเป็นกรณีพิเศษ แนะนำกลวิธีการแสดงทุกขั้นตอนโดยละเอียด รวมถึงให้ผู้เรียนได้บันทึกทำเป็นภาพนิ่ง วิดีทัศน์ และบันทึกทำรางวัลสมุดบันทึกทำ เพื่อไม่ให้เกิดความคลาดเคลื่อนของผู้รับการถ่ายทอด

3) การถ่ายทอดความรู้เดี่ยวเฉพาะบุคคล

การสืบทอดกระบวนท่าฟ้อนรวมถึงกลวิธีในการแสดงที่มีลักษณะเฉพาะตัวของนางบัวเรียว จำเป็นต้องใช้ความพิถีพิถันโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกศิษย์คนสนิท นางบัวเรียวจึงต้องใช้วิธีการถ่ายทอดความรู้เดี่ยวเฉพาะบุคคล การแก้ไขข้อบกพร่องของท่าจับท่า จัดท่าทางสรีระให้เกิดความสวยงาม ซึ่งเน้นฝึกปฏิบัติซ้ำ ๆ จนเกิดทักษะความชำนาญ การถ่ายทอดเฉพาะบุคคลหรือแบบตัวต่อตัว จะทำให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติได้ดีกว่าแบบกลุ่ม ซึ่งนางบัวเรียวจะคัดเลือกจากลูกศิษย์คนสนิทถ่ายทอดความรู้แบบตัวต่อตัวเพื่อให้เป็นผู้ช่วยในการสอน หรือศิษย์ที่ไวใจสามารถมอบหมายให้ไปถ่ายทอดความรู้กับผู้ขอรับการถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างเพื่อนนางบัวเรียวรัตนมนิกรณี รวมถึงครูและอาจารย์ที่จะนำความรู้ไปถ่ายทอดให้กับลูกศิษย์ในสถานศึกษาของตน และบุคคลที่ต้องการนำการแสดงฟ้อนสาวไหมไปแสดงในโอกาสพิเศษก็มักจะได้รับการถ่ายทอดแบบตัวต่อตัวด้วยเช่นกัน

4) การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่ม

การถ่ายทอดความรู้ ถือเป็นการอนุรักษ์และสืบสานศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น การที่มีผู้เข้ารับการถ่ายทอดจำนวนมากย่อมส่งผลดีต่อการสืบทอดการแสดงฟ้อนสาวไหมเพื่อให้คงอยู่สืบต่อไป การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่มสามารถจำแนกประเภทกลุ่มผู้เข้ารับการถ่ายทอดได้ดังนี้

(1) การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่มในกลุ่มเยาวชน ได้แก่ ชมรมในชุมชนวัดศรีทรายมูล เยาวชนจากหน่วยงานจากภาครัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงราย และพื้นที่ภาคเหนือ การถ่ายทอดความรู้ให้แก่เยาวชนถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเยาวชนคือกำลังสำคัญในการสืบสานศิลปวัฒนธรรมของชาติให้คงอยู่สืบไป การถ่ายทอดให้กับกลุ่มเยาวชนที่เป็นเด็กเล็ก นั้นเพียงสามารถปฏิบัติท่าฟ้อนพอได้ จะไม่เน้นย้ำให้เกิดความน่าเบื่อหน่าย ซึ่งเด็กเล็กยังมีสมาธิหรือความจดจ่อน้อยกว่าผู้ใหญ่ช่วงอายุไม่เกิน 12 ปี ส่วนเยาวชนที่เป็นเด็กโตสามารถจดจำท่าฟ้อนได้ดีช่วงอายุ 12 ปีขึ้นไป จึงจะเน้นให้ฝึกปฏิบัติจนกว่าจะสามารถฟ้อนได้อย่างสวยงาม

(2) การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่มในกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้เข้ารับการถ่ายทอดในกลุ่มนี้ ได้แก่ ชมรมผู้สูงอายุ ชมรมแม่บ้าน ชาวบ้านในชุมชนวัดศรีทรายมูล หน่วยงานจากภาครัฐและเอกชน ทั้งในจังหวัดเชียงรายและต่างพื้นที่ การถ่ายทอดท่าฟ้อนให้กลุ่มผู้สูงอายุจะถูกปรับปรุงให้ง่ายต่อการปฏิบัติตามของผู้สูงอายุ เช่น ปรับท่าหนึ่งฟ้อนให้เป็นท่ายืนฟ้อนแทนแต่มีที่ใช้ฟ้อนยังคงเดิม ตัดทอนท่าย่อเข้าหรือโน้มตัวที่เยอะมากจนเกินไปออก เพราะจะทำให้ผู้สูงอายุปฏิบัติท่าฟ้อนได้ลำบาก ไม่ท่าทำซ้ำหลายครั้ง หรือท่าฟ้อนที่ต้องทำซ้ำข้างซ้ายและข้างขวาจะเลือกทำเพียงข้างเดียวเท่านั้น

(3) การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่มในสถาบันการศึกษา ได้แก่ ระดับประถมศึกษาอายุระหว่าง 6-12 ปี ระดับมัธยมศึกษาอายุระหว่าง 12-18 ปี และระดับอุดมศึกษาอายุระหว่าง 18-22 ปี การกำหนดหลักสูตรของสถาบันการศึกษาให้มีการเรียนการสอนการฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อน นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ทำให้มีการสืบทอดองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง การบันทึกข้อมูลอย่างเป็นระบบ และองค์ความรู้สามารถถูกส่งต่อไปยังตัวผู้เรียนได้อีกเป็นจำนวนมาก นางบัวเรียวจึงให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้ให้แก่กลุ่มในสถาบันการศึกษาเป็นอย่างมาก การเรียนการสอนจะดำเนินตามขั้นตอนตั้งแต่พื้นฐาน ไปจนถึงผู้เรียนสามารถปฏิบัติท่าฟ้อนได้ตามที่

จากการสัมภาษณ์พบว่าวิธีการประเมินของนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ความถูกต้องของท่าฟ้อนและความสัมพันธ์แต่อย่างไรก็ตามจะคำนึงถึงช่วงวัยให้เหมาะสมกับผู้รับการถ่ายทอดเป็นสำคัญ

สรุปผล

นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ได้ส่งสมองค์ความรู้เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงการฟ้อนสาวไหมให้กลายเป็นแบบฉบับของตนเอง โดยแบ่งองค์ความรู้ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ องค์ความรู้จากสายตระกูล โดยเริ่มจากนายปวน คำมาแดง ได้ถ่ายทอดความรู้ด้านการฟ้อนเงี้ยวให้แก่นายกุย สุภาวสิทธิ์ ซึ่งเป็นบิดาของนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ต่อมานายกุยจึงถ่ายทอดความรู้ด้านการฟ้อนเงี้ยว และปรับปรุงท่าฟ้อนสาวไหมให้แก่ นางบัวเรียวในฐานะทายาทผู้สืบทอดการฟ้อนอีกชั้นหนึ่ง และองค์ความรู้จากสายอุบลัมภ์ ซึ่งเกิดจากการได้ร่วมงานกับศิลปินและผู้รู้ด้านนาฏศิลป์ ประกอบด้วย นายโม ใจสม นางพลอยศรี สรรพศรี และนายชาวลู ลีโรรส ซึ่งนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ มีการกำหนดท่าฟ้อนไว้เป็นมาตรฐาน 13 กระบวนท่า ประกอบด้วย ท่าไหว้ (เทพพนม) ท่าบิดบัวบาน ท่าพญาครุฑบิน ท่าสาวไหมช่วงยาว ท่าม้วนไหมซ้าย-ขวา ท่าตากฝ้าย ท่าม้วนไหมใต้ เขาซ้าย-ขวา ท่าม้วนไหมใต้ตอกซ้าย-ขวา ท่าฟุ้งหลอดไหม ท่าสาวไหมรอบตัวซ้าย-ขวา ท่าคลี่ปมไหม ท่าปูเป็นผืนผ้า และท่าพับผ้า การถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์มีหลักเกณฑ์ในการถ่ายทอด 5 ประการ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอด โอกาสในการถ่ายทอดองค์ความรู้ การถ่ายทอดความรู้เดี่ยวเฉพาะบุคคล การถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่ม และการประเมินผลการถ่ายทอด

อภิปรายผล

ฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อน นางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ได้รับการสืบทอด กระบวนท่าฟ้อนต้นแบบจากบิดาสอดคล้องกับ (เพียงแพน สรรพศรี และยุทธนา ฉัยพรรณรัตน์, 2563, น. 110) กล่าวว่า ฟ้อนสาวไหมถูกประดิษฐ์ขึ้นจากลายเงี้ยวสาวไหม ซึ่งเป็นศิลปะการต่อล้อ และสร้างสรรค์กระบวนท่ามาจากการทอผ้าฝ้ายอันเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในท้องถิ่นจังหวัดเชียงรายโดยพ่อครูกุย สุภาวสิทธิ์ มีลีลาที่อ่อนช้อยนุ่มนวล

เหมาะสำหรับผู้หญิง และสอดคล้องกับ (วัลยา ไชยพรหม และรัตนา ณ ลำพูน, 2559, น. 30) กล่าวถึงการกำหนดมาตรฐานกระบวนท่าไว้ 13 กระบวนท่าประกอบด้วย ท่าไหว้ (เทพพนม) ท่าบิดบัวบาน ท่าพญาครุฑบิน ท่าสาวไหมช่วงยาว ท่าม้วนไหมซ้าย-ขวา ท่าตากฝ้าย ท่าม้วนไหมใต้ซ้าย-ขวา ท่าม้วนไหมใต้ตอกซ้าย-ขวา ท่าพุ่งหลอดไหม ท่าสาวไหมรอบตัวซ้าย-ขวา ท่าคลี่ปมไหม ท่าปูเป็นผืนผ้า และท่าพับผ้า

ฟ้อนสาวไหมสายสกุลช่างฟ้อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์อยู่ในลักษณะการปรับปรุงจากอิทธิพลที่ได้รับมาจากภายนอกสอดคล้องกับ (พูนพิศ อมาตยกุล, 2545-2550, น. 1-3) เมื่อนำทฤษฎี “เสียน รับ ปรับ แต่ง” ซึ่งกล่าวถึง “ปรากฏการณ์ธรรมชาติของชีวิตอันต่อเนื่องของมนุษย์” มีการเรียนรู้และรับเอาวัฒนธรรมอื่นมาปรับตัวเข้ากับตนเอง ที่ปรากฏองค์ความรู้ที่ได้รับจากสายอุปถัมภ์เมื่อพิจารณาข้อมูลส่วนนี้จะพบว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับฟ้อนสาวไหมของนางบัวเรียว เป็นองค์ความรู้ที่เกิดจาก “การรับ” และ “การปรับ” โดยนางบัวเรียวได้มี “การรับ” ประสบการณ์แบบอย่างและแนวคิด กล่าวคือด้านดนตรี รับเอาวงดนตรีปี่พาทย์ล้านนา (ปาดซ้อง) และวงกลองลี้หม่อง ประกอบการฟ้อนจากนางโม ใจสม ด้านการจัดระเบียบร่างกาย และท่าทางของมือ รับเอาแบบอย่างนาฏศิลป์ไทย จากนายโม ใจสม และนางพลอยศรี สรรพศรี อีกทั้งด้านความเหมาะสม สำหรับการแสดงในโอกาสต่าง ๆ รับคำแนะนำจากนายชาญ สิโรรส เมื่อประมวลสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาเบื้องต้นจึงเกิด “การปรับ” ฟ้อนสาวไหมให้มีความประณีตและสมบูรณ์แบบ เป็นท่าฟ้อนที่มีความเหมาะสมสำหรับผู้หญิงยิ่งขึ้น

การถ่ายทอดฟ้อนสาวไหมของนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์มีส่วนสำคัญที่ทำให้การแสดงฟ้อนสาวไหมเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย สอดคล้องกับหลักเกณฑ์และกระบวนการถ่ายทอดความรู้ของนางเฉลย ศุชะวิช (ศิลปินแห่งชาติ) ตามแนวทางของ (ไพโรจน์ ทองคำสุก, 2544, น. 207-213) ความสัมพันธ์ที่ระหว่งผู้ถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอด เมื่อลูกศิษย์มีความกตัญญูยอมส่งผลให้ได้รับความเมตตาและความทุ่มเทในการถ่ายทอดความรู้จากผู้เป็นครู ลักษณะผู้รับการถ่ายทอดแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้เดี่ยวเฉพาะบุคคลมุ่งเน้นการฝึกหัดให้ผู้รับการถ่ายทอดสามารถฟ้อนได้สวยงามตามมาตรฐานซึ่งนางบัวเรียวกำหนดไว้ และการถ่ายทอดความรู้เป็นกลุ่ม

ซึ่งจะต้องประเมินตามข้อจำกัดของผู้รับการถ่ายทอดในแต่ละกลุ่ม แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เยาวชน มีข้อจำกัดด้านสมาธิ หากเป็นเด็กเล็กสามารถปฏิบัติท่าพ็อนพอได้ จะไม่เนิ่นย้าให้เกิดความน่าเบื่อหน่าย ซึ่งเด็กเล็กมีสมาธิหรือความจดจ่อน้อยกว่าผู้ใหญ่ ส่วนเด็กโตที่สามารถพ็อนได้ดี จะให้ฝึกปฏิบัติจนกว่าจะสามารถจดจำท่าพ็อนได้อย่างแม่นยำและพ็อนได้อย่างสวยงาม กลุ่มที่ 2 ผู้สูงอายุ มีข้อจำกัดด้านร่างกาย จึงมีการปรับท่าพ็อนให้เป็นท่ายืนพ็อนแทนแต่มีที่ใช้พ็อนยังคงเดิม ตัดทอนท่าย่อเข้าหรือโน้มตัวที่มากจนเกินไปออก เพราะจะทำให้ผู้สูงอายุปฏิบัติท่าพ็อนได้ลำบาก ไม่ทำท่าซ้ำหลายครั้ง ท่าพ็อนที่ต้องทำซ้ำข้างซ้ายและข้างขวาจะเลือกทำเพียงข้างใดข้างหนึ่งเท่านั้น และกลุ่มที่ 3 สถาบันการศึกษา มีข้อจำกัดตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ เน้นความถูกต้องของกระบวนการท่าพ็อน และเนิ่นย้าลีลาของท่าพ็อนให้เกิดความสวยงาม ตามมาตรฐานการพ็อนสาวไหม สายสกุลช่างพ็อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์

ด้วยการอุทิศตนในการแสดงและการถ่ายทอดการแสดง รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดมาตรฐานสำหรับการแสดงและการถ่ายทอดการแสดงไว้ และใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินผู้รับการถ่ายทอดเพื่อให้วิธีที่ใช้ถ่ายทอดมีความเหมาะสม จึงทำให้การแสดงพ็อนสาวไหมสายสกุลช่างพ็อนนางบัวเรียว รัตนมณีภรณ์ ได้รับความนิยมเป็นที่แพร่หลายจวบจนถึงปัจจุบัน จึงได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติให้เป็นศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (การแสดงพื้นบ้าน - ช่างพ็อน) ประจำปี พ.ศ. 2559

เอกสารอ้างอิง

- บัวเรียว รัตนมณีภรณ์. (2564, 28 มิถุนายน). ศิลปินแห่งชาติ [บทสัมภาษณ์].
บุญชม วงศ์แก้ว. (2564, 16 มิถุนายน). หัวหน้าคณะสายทิพย์เชียงใหม่ ดนตรีพื้นบ้าน
ภาคเหนือ [บทสัมภาษณ์].
ประภัสสร วรปรางกุล. (2561). *นาฏยลักษณ์พ็อนสาวไหม. วารสารศิลปปริทัศน์ คณะ
ศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 6(2), 95. สืบค้นจาก
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/APJ/article/view/159744>
พูนพิศ อมาตยกุล. (2545-2550). *อาศรมดนตรีวิทยา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

- เพียงแพน สรรพศรี และยุทธนา ฉัฬพรรณรัตน์. (2563). การศึกษากระสวนทางการบรรเลงระนาดของครูพรหมเมศวร์สรรพศรี (ครูภูมิปัญญาไทย). *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(1), 110. สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/download/218251/164414/>
- ไพโรจน์ ทองคำสุก. (2544). วิเคราะห์รูปแบบความเป็นครูสู่กระบวนการถ่ายทอดความรู้ของผู้เชี่ยวชาญนาฏศิลป์ไทย ครูเฉลย ศุขะวณิช (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: สถาบันนาฏดุริยางคศิลป์ กรมศิลปากร
- รจนจรุง มีเหล็ก. (2548). *ฟอนสาวไหม : กรณีศึกษาบัวเรียว รัตนมนิกรณีและคำ กาไวย์*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- วัลยา ไชยพรม และรัตนา ณ ลำพูน. (2559). การจัดการความรู้นาฏศิลป์พื้นบ้านล้านนา เรื่อง การฟอนสาวไหม. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 34(4), 30. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jiskku/article/download/81038/74936/>
- สนั่น ธรรมิ. (2564, 20 กรกฎาคม). นักวิชาการศึกษาด้านส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ [บทสัมภาษณ์].
- อนุกุล ไรจนสุขสมบูรณ์. (2549). *แนวคิดทฤษฎีการฟอนล้านนาแบบใหม่*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.

ชีวประวัติและคุณูปการของพระธรรมรัตน์ในคัมภีร์เกาเชิงจ้วนแปล* พระภิกษุชาวต่างชาติยุคราชวงศ์ฮั่น

วิไลพร สุจริตธรรมกุล และ ประภากร พันธ์สินธุ์

¹ภาควิชาปรัชญาและศาสนา คณะมนุษยศาสตร์

¹มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

²ศูนย์พุทธศาสตร์ศึกษา DCI

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) นำเสนอบทถอดความชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ในคัมภีร์เกาเชิงจ้วน 2) วิเคราะห์รายละเอียดของเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ คัมภีร์และภาพวาดพระพุทธรูปในชีวิตประวัติของพระธรรมรัตน์ 3) วิเคราะห์คุณูปการของพระธรรมรัตน์ที่มีต่อพระพุทธศาสนาจีน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การถอดความ และการวิเคราะห์ข้อมูลจากหลักฐานบันทึกโบราณของจีน เช่น คัมภีร์เกาเชิงจ้วน บันทึกประวัติศาสตร์ราชวงศ์ฮั่นตะวันออก คัมภีร์โซวเสินจี้ คัมภีร์เว่ยซู เป็นต้น รวมถึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาจีนและต่างประเทศ

ผลการศึกษาพบว่า รายละเอียดเนื้อหาชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ที่หลงเหลือในปัจจุบัน มีปรากฏอยู่ในคัมภีร์เกาเชิงจ้วนเท่านั้น ไม่มีอยู่ในบันทึกร่วมสมัยฉบับอื่น ๆ ชีวประวัติของพระธรรมรัตน์มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์จลาจล การขูดทะเลสาบ

*บทความนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปีงบประมาณ 2564-2565 เรื่อง “การถอดความและวิเคราะห์ชีวประวัติพระสมณะบนเส้นทางสายไหม: กรณีศึกษา คัมภีร์เกาเชิงจ้วน ในหมวดพระผู้แปลคัมภีร์พระพุทธศาสนาตั้งแต่ยุคราชวงศ์ฮั่นถึงราชวงศ์เว่ย”

¹ผู้ประพันธ์อันดับแรก (First Author) หัวหน้าโครงการวิจัยฯ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาปรัชญาและศาสนา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail: wilaiporn.su@ku.th

²ผู้ประพันธ์ร่วม (Co-author) นักวิจัย ศูนย์พุทธศาสตร์ศึกษา DCI E-mail: fema_bhanussa@hotmail.com

คุณหมิงในยุคราชวงศ์ฮั่น และจากการบันทึกของท่านฮุยเจี๋ย ผู้รจนาคัมภีร์เกาเซิงจ้วน ทำให้ทราบว่าคัมภีร์แปลสำคัญซึ่งถือเป็นคัมภีร์พระพุทธศาสนายุคแรกและภาพวาดพระพุทธรูปที่ถูกนำกลับมา พร้อมคณะทูตของจักรพรรดิฮั่นหมิง ได้สูญหายไปตั้งแต่ก่อนยุคฉินตะวันออกแล้ว นอกจากนี้ จากการศึกษาผลงานการแปลคัมภีร์ และการทำงานเผยแผ่ของพระธรรมรัตน์ ทำให้เห็นถึงคุณธรรมของท่าน ในด้านของความมุ่งมั่น อดทน การยอมละทิ้งเกียรติยศ เพื่ออุทิศให้กับงานการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในจีนอย่างเต็มที่ โดยผลงานที่โดดเด่นที่สุดของท่าน อาจกล่าวได้ว่าเป็นการวางรากฐานการแปลคัมภีร์พระพุทธศาสนาเป็นภาษาจีน ที่มีความสำคัญต่อการปกป้องพระพุทธศาสนาให้มั่นคงในแผ่นดินจีนสืบมาอีกนานนับพันปี

คำสำคัญ ; เกาเซิงจ้วน, พระธรรมรัตน์, พระภิกษุชาวต่างชาติ, ยุคราชวงศ์ฮั่น

The Biography and Dedication of Dharmaratna in the *Gaoseng zhuan*: the Foreign Monk in the Han Dynasty

Wilaijorn Sucharitthammakul¹ and Prapakorn Bhanussadit²

Department of Philosophy and Religion Faculty of Humanities

¹ Kasetsart University, Thailand

²DCI Center for Buddhist Studies, Thailand

Abstract

This article aims to 1) present the Thai translation of the biography of Dharma-ratna (竺法蘭) in the *Gaoseng zhuan* Scripture (高僧傳); 2) examine the historical events, the five translated Buddhist scriptures, and a Buddha image related to the biography of Dharmaratna; 3) analyze the contributions Dharmaratna made to Chinese Buddhism. Qualitative methods, hermeneutics and content analysis are the three methods used for this research. Scope of the Research based on Chinese historical-biographical works such as the *Gaoseng zhuan*, the *Hou Han Shu* (Book of the Later Han), the *Shou Shen Ji*, the *Wei Shu* (Book of Wei). The various related pieces of research would be used to examine the text.

The results showed that the *Gaoseng zhuan* is the only text that recorded the life of Dharmaratna in detail. Dharmaratna's biography is related to the two crucial historical events in the Han dynasty: the Rebellion and the moving of the capital into Chang'an; and the construction of Kunming Lake. According to the records of Hui Jiao, the author of the *Gaoseng zhuan* Scriptures, it is known that important translation scriptures, which are considered early Buddhist scriptures and paintings of Buddha images that have been brought back with the emissaries of Emperor Han Ming, had been lost since before the Eastern dynasty (316-439 AD.). Moreover, Dharmaratna

devoted himself to propagate Buddhism in China, especially in the mission of Chinese translation of Buddhist texts, which was important to the establishment of Buddhism in China for thousands of years.

Keywords: Gao sengzhuan, Dharmaratna, foreign monk, Han Dynasty

บทนำ

คัมภีร์เกาเซิงจ้วน (高僧傳) หรือ“บันทึกชีวประวัติพระผู้มีคุณูปการอันสูงส่งต่อพระพุทธศาสนาจีน” เป็นคัมภีร์สำคัญที่บันทึกประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาผ่านชีวประวัติพระภิกษุผู้มีคุณูปการต่อพระพุทธศาสนาในด้านต่าง ๆ ที่ยังไม่เคยถูกแปลเป็นภาษาไทยมาก่อน คัมภีร์นี้ระบุว่าพระธรรมรัตน์ (竺法蘭) เป็น 1 ในพระภิกษุชาวต่างชาติ 2 รูปแรก (คู่กับพระกาศยปะ-มาตังคะ) ที่เดินทางเข้ามาเผยแผ่พระพุทธศาสนาในจีน พร้อมกับคณะทูตที่จักรพรรดิฮั่นหมิง (漢明帝 ค.ศ. 58-75) ส่งให้เดินทางไปยังอินเดียเพื่อพระพุทธศาสนาจากประเทศอินเดีย ทำให้พระภิกษุทั้ง 2 รูปมีความสำคัญในฐานะเป็น “นักบวชผู้เผยแผ่” ผู้ได้รับการอุปถัมภ์จากจักรพรรดิในการวางรากฐานพระพุทธศาสนาของจีน จนถึงกับพระราชทานพื้นที่ส่วนหนึ่งให้ใช้เป็นที่พำนัก เทศน์สอน และทำงานแปลคัมภีร์ ภายหลังวัดแห่งนี้รู้จักกันดีในชื่อของ “วัดม้าขาว” (白馬寺) ซึ่งเชื่อว่าเป็นวัดแห่งแรกในพระพุทธศาสนาของจีน

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่หลงเหลืออยู่ในปัจจุบัน ปรากฏชัดเจนหลังจากกลางศตวรรษที่ 2 ไปแล้ว³ บันทึกเรื่องราวที่เกี่ยวกับชีวประวัติของพระธรรมรัตน์และพระกาศยปะ-มาตังคะ ที่มีช่วงชีวิตอยู่ราวศตวรรษที่ 1 จึงเป็นไปในรูปแบบของตำนานเรื่องเล่า ที่ไม่สามารถหาหลักฐานอ้างอิงทางประวัติศาสตร์ได้อย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้ นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาจีนอย่าง Henri Maspero (1910), Tang Yongtong (1938), Erik Zürcher (1959) เป็นต้น จึงมีทัศนะคติไปในทางที่ไม่ให้ความเชื่อถือในเรื่องราวชีวประวัติของท่านทั้ง 2 เทาใดนัก

ชีวประวัติของพระธรรมรัตน์และพระกาศยปะ-มาตังคะในหลายคัมภีร์ มีจุดเริ่มต้นจากตำนานความฝันของจักรพรรดิฮั่นหมิง ที่ทรงพระสุบินถึงบุรุษผู้มีผิวกายเป็นทองคำ เมื่อทรงรับทราบถึงเรื่องราวของพระพุทธเจ้าที่มีลักษณะคล้ายกับบุรุษที่พระองค์สุบินถึง จึงมีพระราชโองการให้ส่งคณะทูตไปยังอินเดียเพื่อพระพุทธศาสนาจากอินเดีย

³นักวิชาการสันนิษฐานว่าพระพุทธศาสนาเริ่มเผยแผ่เข้ามาในจีนราวศตวรรษที่ 1 แต่ช่วงเวลาที่ยังไม่ปรากฏหลักฐานเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาชัดเจนเริ่มตั้งแต่ราวช่วงครึ่งหลังศตวรรษที่ 2 จนถึงปลายศตวรรษที่ 3 ศึกษาเพิ่มเติมได้ใน Zürcher, 1959 (2007), pp. 18-43; Tsukamoto, 1985, pp. 3-7.

เมื่อมาถึงจุดนี้ บางบันทึกบอกว่าคณะทูตได้พบกับพระธรรมรัตน์และพระกาศยปะ-มาตังคะระหว่างทาง จึงได้ทำการเชื่อเชิญท่านทั้ง 2 ให้เดินทางกลับมาพร้อมกัน เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาในจีน แต่ในบทนำคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร (四十二章經序) และคัมภีร์โหมวจื่อหลี่ฮั่วลุ่น (牟子理惑論) ที่มีอายุค่อนข้างเก่าแก่⁴ กลับไม่ปรากฏบันทึกว่าคณะเดินทางนี้ได้พบหรือเชื่อเชิญพระกาศยปะ-มาตังคะและพระธรรมรัตน์ให้เดินทางมาที่จีนแต่ประการใด (T784 17.722a14-20; T2102 52.4c26-5a4)⁵ นอกจากนี้ Tang Yongtong ยังได้ชี้ให้เห็นว่าบันทึกหมิงเสียงจี้ (冥祥記)⁶ เป็นคัมภีร์แรกที่บันทึกว่าพระกาศยปะ-มาตังคะร่วมเดินทางมากับคณะของท่านชายอิน แต่กลับไม่มีชื่อของพระธรรมรัตน์บันทึกไว้ (Tang, 2008, p. 15)

ในด้านของงานการศึกษาวิจัยชีวประวัติพระธรรมรัตน์ ไม่พบผลงานที่วิเคราะห์ลงลึกถึงรายละเอียดชีวประวัติของท่านโดยตรง มีเพียงงานเขียนทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวอ้างอิงถึงท่านเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เช่น งานวิจัยเรื่องตำนานความฝันและการส่งคณะทูตไปอัญเชิญพระพุทธศาสนาของจักรพรรดิอันหมิงของ Henri Maspero (1910, pp. 95-130) และหนังสือประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาจีนของ Tang Yongtong (2008, pp. 13-22) งานวิจัยเกี่ยวกับวัดม้าขาวของ Wang Guixiang (2017, pp. 49-82) และ

⁴คัมภีร์โหมวจื่อหลี่ฮั่วลุ่น (牟子理惑論) หรือคัมภีร์หลี่ฮั่วลุ่นของท่านโหมวจื่อ (牟子 ค.ศ. 170-?) ถูกสร้างขึ้นในรัชสมัยของจักรพรรดิอันเซียน (漢獻帝 ค.ศ. 190-220) ส่วนบทนำคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร (四十二章經序) ไม่ทราบเวลาที่แน่นอน นักวิชาการมีทั้งที่สันนิษฐานว่าเกิดก่อนและหลังคัมภีร์โหมวจื่อหลี่ฮั่วลุ่น แต่บันทึกทั้ง 2 นี้ น่าจะเกิดขึ้นตั้งแต่ราชวงศ์ฮั่นตอนปลายจนถึงยุคต้นของสมัยสามก๊ก (Maspero, 1910, pp. 129-130; Tang, 2008, pp. 23-32)

⁵เนื้อหาของคัมภีร์จินโบราณที่ถูกอ้างอิงในบทความนี้โดยหลักมาจากพระมหาปิฎกโทโซ ซึ่งมีรูปแบบการใช้รหัสอ้างอิงดังนี้ T784 17.722a14-20 หมายถึง T จาก โทโซชินชูโตโซเคียว (Taishō Shinshū Daizōkyō) ตามด้วยหมายเลขคัมภีร์ (784) ตามด้วยลำดับผูก (17) เลขหน้า (722) และบรรทัด (a14-20) หลังจากนั้นจะใช้หลักการเดียวกันนี้ทั้งบทความ และหากมีการอ้างอิงจากแหล่งอื่น จะใช้รูปแบบการอ้างอิงตามที่ทางวารสารกำหนด

⁶บันทึกหมิงเสียงจี้ (冥祥記) เป็นบันทึกที่รวบรวมตำนานและเรื่องราวอิทธิปาฏิหาริย์ต่าง ๆ ในพระพุทธศาสนาโดยหวางเหยียน (王琰) ในยุคราชวงศ์ใต้ (南齊 ค.ศ. 479-502) ปัจจุบันสูญหายไปแล้ว แต่เนื้อหาบางส่วนหลงเหลือบันทึกอยู่ในฝ่าเยวียนจูหลิน (法苑珠林) และไท่ผิงกวางจี้ (太平廣記)

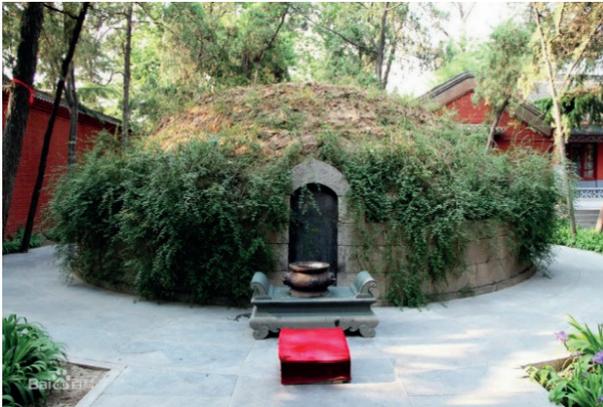
Zhen Zhong (2001, pp. 62–63) หรืองานวิจัยเรื่องคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรของ Yang Weizhong (2016, pp. 83–89) และ Fu Huisheng (2014, pp. 73–151) เป็นต้นต่างกล่าวถึงพระธรรมรัตน์ในทำนองที่ว่า มีบันทึกทางประวัติศาสตร์จีนบางฉบับระบุว่าท่านเดินทางมาที่จีนพร้อมกับคณะทูตของจักรพรรดิฮั่นหมิง ได้อยู่พำนักที่วัดม้าขาว หรือเป็นผู้แปลคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร โดยอ้างอิงเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ศึกษาเพียงเท่านั้น ไม่ได้วิเคราะห์ถึงเรื่องราวชีวิตประวัติของท่าน

แม้ไม่มีหลักฐานแน่ชัดเกี่ยวกับความมีอยู่จริงของพระธรรมรัตน์และพระกาศยปะ-มาตังคะ แต่ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า ตำนานเรื่องเล่าของพระสมณทูต 2 รูปแรกนี้มีอิทธิพลต่อศรัทธาและความเชื่อของชาวพุทธจีนเป็นอย่างมาก จนทำให้เกิดสลักหินที่บอกเล่าเรื่องราวการเดินทางพร้อมม้าขาวมายังแผ่นดินจีนของพระธรรมรัตน์และพระกาศยปะ-มาตังคะ (ภาพที่ 1) ซึ่งพบหลักฐานภาพสลักอยู่ที่เจดีย์ยุคราชวงศ์ซ่งใต้ (南宋 ค.ศ. 1127–1276)⁷ นอกจากนี้ ด้วยศรัทธาของชาวพุทธที่เชื่อมั่นในความมีอยู่จริงของท่านทั้ง 2 จึงปรากฏศาสนสถาน que เชื่อว่าเป็นหลุมฝังศพของพระธรรมรัตน์และพระกาศยปะ-มาตังคะ ตั้งอยู่ที่ทั้ง 2 ฝั่งของประตูวัดม้าขาวในปัจจุบัน (ภาพที่ 2) แม้จะไม่มีหลักฐานยืนยันแน่ชัดว่าหลุมศพนี้สร้างขึ้นในสมัยใด

⁷“ม้าขาว” ในที่นี้ เกี่ยวข้องกับตำนานคณะทูตของท่านชายอินที่กลับมายังจีนพร้อมกับพระกาศยปะ-มาตังคะและพระธรรมรัตน์ โดยใช้ม้าขาวเป็นพาหนะในการอัญเชิญคัมภีร์พระพุทโศศาสนาและพระพุทธรูป (“Wei Shu/114,” n.d.) ซึ่งในตำนานเรื่องเล่าอีกรูปแบบหนึ่งยังนำไปเชื่อมโยงกับที่มาของชื่อวัดม้าขาวอีกด้วย (T2060 50.435a14–17)



ภาพที่ 1 ภาพสลักหินบนเจดีย์แห่งชาติ (镇国塔) ที่วัดเฉวียนโจวโคเหฺยหยวน (泉州开元寺) มณฑลฝูเจี้ยน สมัยราชวงศ์ซ่งใต้ระหว่าง ค.ศ. 1238-1250
ที่มา : diglweb (2022, Sep 23)



ภาพที่ 2 หลุมศพของพระธรรมรัตน์ที่วัดม้าขาว
ที่มา : baidubaike (2022, Sep 23)

คัมภีร์ที่บันทึกเรื่องราวชีวิตของพระธรรมรัตน์ที่มีความเก่าแก่ที่สุด มีความน่าเชื่อถือ และยังคงหลงเหลือมาจนถึงปัจจุบัน มีเพียงคัมภีร์เกาเซิงจ้วน ระบุว่าโดยท่านฮู่ยี่เจียว (慧皎 ค.ศ. 497-554) เท่านั้น บทความนี้ในเบื้องต้นจึงจะได้นำเสนอบทแปลชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ตามที่บันทึกในคัมภีร์เกาเซิงจ้วนก่อน จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ตำนานและข้อเท็จจริงที่เป็นไปได้ตามหลักฐาน เกี่ยวกับเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง คัมภีร์แปลของพระธรรมรัตน์ และภาพวาดพระพุทธรูปที่ท่านและคณะทูตของจักรพรรดิฮั่นหมิงนำกลับมาที่จีน และสุดท้ายจึงจะทำการวิเคราะห์คุณูปการของพระธรรมรัตน์ที่มีต่อพระพุทธศาสนาในประเทศจีน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อนำเสนอบทถอดความชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ในคัมภีร์เกาเซิงจ้วน
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์รายละเอียดของเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ คัมภีร์ และภาพวาดพระพุทธรูปในชีวประวัติของพระธรรมรัตน์
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์คุณูปการของพระธรรมรัตน์ที่มีต่อพระพุทธศาสนาจีน

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตงานวิจัยศึกษาเฉพาะคัมภีร์เกาเซิงจ้วน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ การแปลและถอดความ และการศึกษาวิเคราะห์หลักฐานจากบันทึกโบราณของจีนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คัมภีร์เกาเซิงจ้วน บันทึกประวัติศาสตร์ราชวงศ์ฮั่นตะวันออก (後漢書) คัมภีร์โชนินจี้ (搜神記) คัมภีร์เว่ยซู่ (魏書) เป็นต้น พร้อมทั้งศึกษา งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาจีนและต่างประเทศ

ผลการวิจัย

1. ชีวประวัติพระธรรมรัตน์ในคัมภีร์เกาเซิงจ้วน (บทแปล T2059 50. 323a8-23)

คัมภีร์เกาเซิงจ้วน เป็นคัมภีร์สำคัญฉบับหนึ่งในการศึกษาประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาจีน ที่บันทึกชีวประวัติของพระภิกษุตั้งแต่ยุคราชวงศ์ฮั่นตะวันออก (東漢ค.ศ. 25-220) จนถึงยุคราชวงศ์เหลียงใต้ (南梁ค.ศ. 502-557) ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญต่อการศึกษาการเข้ามาของพระพุทธศาสนาในแผ่นดินจีนยุคแรก ทำให้ทราบถึงพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของพระพุทธศาสนา รวมไปถึงคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนาที่ถูกนำเข้ามาและแปลเป็นภาษาจีน เหล่านี้ต่างเป็นข้อมูลสำคัญที่ทำให้เข้าใจถึงพัฒนาการการเจริญเติบโตของพระพุทธศาสนาในประเทศจีนได้เป็นอย่างดี โดยชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ (竺法蘭傳) ถูกบันทึกไว้เป็นลำดับที่ 2 ต่อจากชีวประวัติของพระกาศยปะ-มาตังคะ⁶ ในหมวดของ “พระสมณผู้มีคุณูปการในการแปลพระสูตร” (譯經) ดังรายละเอียดด้านล่าง

พระธรรมรัตน์ก็เป็นชาวอินเดีย มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลางของอินเดียโบราณ เช่นเดียวกับ[กับพระกาศยปะ-มาตังคะ] ท่านกล่าวว่าตัวท่านเอง[เป็นพหูสูตร]ท่องจำคัมภีร์พระพุทธศาสนามากมายหลายหมื่นบท นับเป็นครูบาอาจารย์ของนักปราชญ์ผู้รู้ในอินเดีย[ทั้งหลาย]

ในเวลานั้น ท่านช่วยอิน[และคณะที่ได้รับราชโองการจากจักรพรรดิฮั่นหมิงของจีน]เดินทางไปจนถึงประเทศนั้นแล้ว พระกาศยปะ-มาตังคะและพระธรรมรัตน์นั้น มีมิโนปนิธานอุดมการณ์เดียวกันในการจาริกเผยแผ่ [พระพุทธศาสนา] จึง [ตกลงใจที่จะ] ตาม [คณะของท่านช่วยอิน] มา [จีน] ด้วยกัน แต่ในตอนนั้นคณะลูกศิษย์ของพระธรรมรัตน์คัดค้านเรื่องการเดินทาง [ไปจีนของอาจารย์ในครั้งนั้น] ทำให้พระธรรมรัตน์ต้องเดินทางไปอย่างลับ ๆ

⁶สามารถศึกษาบทแปลชีวประวัติของพระกาศยปะ-มาตังคะได้ในบทความเรื่อง “พระกาศยปะ-มาตังคะ: คำแปลและอรรถาธิบายชีวประวัติในคัมภีร์เกาเซิงจ้วน” ของเมธี พิทักษ์ธีระธรรม, วิไลพร สุจริตธรรมกุล, และ ปรมภักท พนัสติษฐ์ ที่กำลังจะเผยแพร่ทางวารสารธรรมธราฯ ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (จะเผยแพร่ในปี 2566)

เมื่อเดินทางมาถึงลั่วหยางแล้ว จึงได้ไปพักอาศัยที่เดียวกับพระกาศยปะ-
มาตังคะ [ต่อมา] ท่านใช้เวลาไม่นานก็มีความสามารถในการใช้ภาษาจีนได้ดี [พระธรรม
รัตนะ] ได้แปลคัมภีร์ 5 ฉบับ ที่ท่านช่วยอินได้มาจากอาณาจักรทางทิศตะวันตกเป็นภาษาจีน
ได้แก่ คัมภีร์สี่ตี่ถ้วนเจี๋ย คัมภีร์ฝัว-เป็นเซิง คัมภีร์ผาไห้จั้ง คัมภีร์ฝัวเป็นสิง คัมภีร์
สี่สิบสองบทสูตร ด้วยเหตุการณ์วุ่นวายและการย้ายเมือง [ซึ่งเหตุการณ์สงครามกลางเมือง
อันโกลาหลครั้งนี้ได้สร้างความเสียหายอย่างมากต่อพระนคร ลั่วหยาง] ทำให้พระคัมภีร์
ทั้ง 4 ฉบับสูญหายไป และไม่ได้รับการสืบทอดมายังดินแดนเจียงหนาน [ซึ่งเป็นเขตแดน
ในยุคราชวงศ์จิ้นตะวันออก] เหลือเพียงคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรเท่านั้น ซึ่งคัมภีร์ดังกล่าว
ในปัจจุบันมี[ความยาว]ประมาณ 2,000 กว่าตัวอักษร นับเป็นพระสูตรที่เก่าแก่ที่สุดใน
ในบรรดาคัมภีร์[ทางพระพุทธศาสนา]ทั้งหลายที่ถูกเก็บรักษาไว้ในแผ่นดินจีน

[นอกจากนี้] ท่านช่วยอิน[ยัง]ได้ภาพวาดพระพุทธรูปปางประทับนั่งมา
จากอาณาจักรทางทิศตะวันตก⁹ ซึ่งภาพวาดพระพุทธรูปนั้นเป็นผลงานชิ้นที่ 4 ของช่าง
สลักไม้จันทน์ ในรัชสมัยของพระเจ้าอู่เทน เมื่อ [ท่านช่วยอิน] ได้เดินทางกลับถึง
พระนครลั่วหยางแล้ว จักรพรรดิฮั่นหมิงจึงได้มีพระราชโองการให้ช่างภาพ [คัดลอก]
ภาพพระพุทธรูปนั้น [เพื่อนำไป] ประดิษฐานไว้ใน [ตำหนัก] ชิงเหลียงไถ [วัดม้าขาว
ปัจจุบัน] และบนสุสานเสียนเจี๋ย [ของจักรพรรดิฮั่นหมิง]¹⁰ แต่ภาพดั้งเดิมนั้นในปัจจุบัน
ไม่มีอยู่แล้ว

ยังไปกว่านั้น ในรัชสมัยของจักรพรรดิฮั่นอู่¹¹ ได้รับสั่งให้ขุดทะเลสาบ
คุนหมิง เมื่อขุดลึกไปจนพบกับเจ้าสีดำ [จักรพรรดิฮั่นอู่]จึงได้ถามตงฟางซั่ว [เกี่ยวกับ

ในที่นี้คำว่า “อาณาจักรทางทิศตะวันตก” (西域) ไม่ได้หมายถึง “ประเทศตะวันตก” อย่างที่เข้าใจ
ในปัจจุบัน แต่หมายถึง ประเทศทางทิศตะวันตกของประเทศจีนโบราณ ที่มีอาณาเขตรอบคลุมทั้งเขต
มณฑลซินเจียงในปัจจุบัน และประเทศต่าง ๆ ที่พื้นที่ขอบเขตที่ระบุ อาทิเช่น เตอร์กิสถานตะวันตก อินเดีย
โบราณ อัฟกานิสถาน อิหร่าน ด้วยเช่นกัน

⁹สุสานเสียนเจี๋ย (顯節陵) เป็นสุสานของจักรพรรดิฮั่นหมิง (漢明帝 ค.ศ.57-75) ณ มณฑลเหอหนาน
มีลักษณะเป็นทรงกลม มีความสูง 12.5 เมตร เส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 95 เมตร

¹¹จักรพรรดิฮั่นอู่ (漢武帝) ผู้มีพระนามเดิมว่า หลิวเซ่อ (劉徹) ทรงครองราชย์ระหว่าง 157-187 ปี
ก่อนคริสตกาล โดยขณะที่ขึ้นครองราชย์นั้นมีพระชนมายุได้เพียง 16 พรรษา ถือเป็นกษัตริย์ที่ครอง
ราชย์ได้ยาวนานที่สุดถึง 54 ปี

เจ้าสีदानั้น] ตงฟางชั่วตอบว่า “[ข้าพระบาท]ไม่ทราบ [แต่]สามารถถามชาวอาณาจักรทางทิศตะวันตกได้” ต่อมาภายหลังเมื่อพระธรรมรัตน์มาถึง[ประเทศจีน]แล้ว ผู้คนจึงได้มาถาม[ปัญหา]กับพระธรรมรัตน์ [ท่านจึง]ตอบว่า “ในยุคโลกดับสนิท ก็ที่ไฟเผาไหม้เจ้าदानั้นมาจากกาลนั้น” คำพูดของตงฟางชั่วได้รับการพิสูจน์ว่าจริง [กล่าวคือ ตงฟางชั่วเคยอ้างถึงพระต่างชาติจากอาณาจักรทางทิศตะวันตกที่สามารถตอบเรื่องเจ้าदानั้นได้] [จึงทำให้]มีผู้เชื่อถือ(คำตอบนั้น)เป็นจำนวนมาก [และในช่วงบั้นปลาย] พระธรรมรัตน์ก็ได้มรณภาพ ณ พระนครลั่วหยาง [เมื่อ]ผ่านฤดูกาลมากกว่า 60 ปี

กล่าวโดยสรุป ชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ที่ถูกบันทึกในคัมภีร์เกาเซ็งจ้วนนั้น ได้บอกเล่าว่าท่านเกิดที่ภาคกลางของอินเดียโบราณ เป็นพระภิกษุผู้มีปัญญามีชื่อเสียง และมีลูกศิษย์ที่มีความรู้ความสามารถมากมาย แต่เมื่อได้พบกับคณะทูตของจักรพรรดิฮั่นหมิง ท่านก็ตัดสินใจแน่วแน่ที่จะจาริกมาเผยแผ่ที่จีน แม้จะถูกขัดขวางจากบรรดาลูกศิษย์ จนเมื่อเดินทางมาถึงเมืองลั่วหยาง ก็ได้ปักหลักทำงานเผยแผ่กับพระกาศยปะ-มาตังคะ (ที่วัดม้าขาว) ผลงานการแปลคัมภีร์เป็นภาษาจีนของท่าน ได้แก่ คัมภีร์สี่ตี่ตัวนเจีย คัมภีร์ฝูเวินเซิง คัมภีร์ฟาไ่จั้ง คัมภีร์ฝูเวินสิง และคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงภาพวาดพระพุทธรูปปางประทับนั่งที่ถูกนำกลับมาพร้อมกับคณะของท่านชายฮั่นด้วย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเหตุการณ์ความวุ่นวายต่าง ๆ ช่วงปลายราชวงศ์ฮั่นตะวันออก ทำให้คัมภีร์แปล 4 ฉบับของท่าน และภาพพระพุทธรูปต้นฉบับพร้อมฉบับคัดลอกสูญหายไปทั้งหมด คงเหลือเพียงคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรเท่านั้น เกาเซ็งจ้วนยังได้กล่าวถึงตำนานเจ้าदानั้นได้ละเอียดสาบคนหมิง ระบุว่าผู้ที่สามารถไขข้อสงสัยถึงที่มาที่ไปของเจ้าदानั้นเหล่านั้น คือพระธรรมรัตน์นั่นเอง สุดท้ายพระธรรมรัตน์ก็ได้มรณภาพที่เมืองลั่วหยาง เมื่อมีอายุได้ 60 ปี

2. เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

ชีวประวัติพระธรรมรัตน์ในคัมภีร์เกาเซ็งจ้วนกล่าวถึงเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในยุคสมัยนั้น ได้แก่ เหตุการณ์จลาจลวุ่นวายและการย้ายเมืองในสมัยปลายราชวงศ์ฮั่นตะวันออก และตำนานที่เกี่ยวข้องกับการขุดทะเลสาบคุนหมิงในสมัยของจักรพรรดิฮั่นอู่

2.1 เหตุการณ์จลาจลจุ่นวายและการย้ายเมืองหลวง

เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์เหตุการณ์หนึ่งที่มีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจเนื้อหาในชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ คือเรื่องราวของเหตุการณ์จลาจลจุ่นวาย (寇亂) และการย้ายเมืองหลวง (移都) ที่เกิดขึ้นในช่วงปลายของยุคราชวงศ์ฮั่นตะวันออก (東漢 ค.ศ. 25-220) อันเป็นเหตุให้คัมภีร์ทางพระพุทธศาสนาต่าง ๆ ที่พระธรรมรัตน์แปลเป็นภาษาจีนถูกทำลายสูญหายไป คงเหลือเพียงคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรที่ยังคงถูกคัดลอกสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน

ช่วงปลายราชวงศ์ฮั่น ชั้นที่ในพระราชวังก่อการฉ้อราษฎร์บังหลวง เพื่อให้ตนเองร่ำรวยขึ้น ประชาชนได้รับความเดือดร้อนจากปัญหาข้าวยากหมากแพง และความล้มเหลวในการปกครองของจักรพรรดิฮั่นหลัง (漢靈帝 หรือ เลนเต้ ค.ศ. 168-189) ทำให้ราชวงศ์ฮั่นเริ่มเสื่อมอำนาจลงจากภายใน จนเป็นที่มาของกบฏโพกผ้าเหลือง (黃巾之亂) ในปี ค.ศ. 184 (Crespigny, 2017, p. 419)

เหตุการณ์จลาจลจุ่นวาย (寇亂) เกิดขึ้นเมื่อจักรพรรดิฮั่นหลังสิ้นพระชนม์ในปี ค.ศ. 189 ช่วงระหว่างภาวะสุญญากาศทางการเมือง ต่งจิว (董卓 หรือ ตังโตะ) ผู้เป็นทั้งขุนศึกและขุนนางผู้มีอำนาจถือโอกาสตั้งตนเป็นใหญ่ ได้ร่วมมือกับขุนพลเหอจิ้น (何進 หรือ โฮจิ้น) ยกทัพเข้ามาที่พระนครลั่วหยางเพื่อปราบกลุ่มชนชั้นที่ในพระราชวัง บังคับให้จักรพรรดิหนุ่มฮั่นเส้า (漢少帝 ค.ศ. 189) สละราชสมบัติแล้วแต่งตั้งจักรพรรดิฮั่นเสี้ยน (漢獻帝 ค.ศ. 189-220) ที่ยังทรงพระเยาว์ขึ้นเป็นจักรพรรดิแทน เพื่อใช้เป็นหุ่นเชิดในการปกครองของต่งจิว ที่ปกครองประเทศอย่างโหดร้ายและทารุณ (Crespigny, 2007, pp. 555-556)

เหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลาที่ต่งจิวเข้าควบคุมจักรพรรดิฮั่นเสี้ยน คือการย้ายเมืองหลวง (移都) จากนครลั่วหยางไปที่นครฉางอัน (長安 หรือ ชอัน ในปัจจุบัน) โดยในปี ค.ศ. 190 ซุนเจียน (孫堅) ได้นำกลุ่มขุนนางที่ไม่พอใจการกระทำของต่งจิวลุกขึ้นมาร่วมกันต่อต้านและล้มล้างการปกครอง เป็นเหตุให้ต่งจิวตัดสินใจหลบหนีไปตั้งเมืองหลวงใหม่ที่ฉางอัน แต่ก่อนที่จะหลบหนีก็ได้สั่งให้ทหารไปขูดทรัพย์จากสุสานราชวงศ์ฮั่น ปล้นเศรษฐกิจหอบดี และเผาบ้านเรือนในพระนครลั่วหยางจนวอดวายทั้งหมด เพื่อไม่ให้หลงเหลือสิ่งใดที่เป็นประโยชน์ต่อกองทัพของฝ่ายซุนเจียนอีก (Tong, 1992,

p. 185) สุตท้ายในปี ค.ศ. 192 ต่งจ้วก็ถูกลอบสังหารโดยลูหู่ปู้ (呂布 หรือลิโป้) บุตรบุญธรรมของตัวเอง ภายใต้แผนการของหวังหยูหั่น (王允 หรืออ้อฮงอัน) (“Hou Han Shu/64,” n.d.)

เหตุการณ์เหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ที่ทำให้เข้าใจถึงสภาพทางสังคมและการเมืองการปกครองในยุคปลายราชวงศ์ฮั่น ที่ถูกอ้างอิงถึงในชีวประวัติพระธรรมรัตน์ ท่านฮุยเจี๋ยวระบุว่าเหตุการณ์กบฏ การจลาจลวุ่นวาย และการย้ายเมืองเหล่านี้ เป็นสาเหตุสำคัญทำให้คัมภีร์แปลของพระธรรมรัตน์ทั้ง 4 ฉบับ ไม่หลงเหลือมาถึงแม้ในยุคของท่านสมัยราชวงศ์เหลียงใต้ (南梁 ค.ศ. 502-557)

2.2 การขุดทะเลสาบคุนหมิง

คัมภีร์เกาเซ่งจ้วนกล่าวถึงตำนานเรื่องการขุดทะเลสาบคุนหมิง (昆明池) ว่าจักรพรรดิฮั่นอู่ (漢武帝 ก่อนคริสตศักราช 157-87 ปี) มีรับสั่งให้ขุดทะเลสาบคุนหมิง เมื่อขุดลึกไปจนพบกับถ้ำถ้ำน้ำใต้ จึงไปถามตงฟางซ้ว (東方朔)¹² เกี่ยวกับที่มาของถ้ำใต้นั้น ตงฟางซ้วตอบว่า “ข้าพระบาทไม่ทราบ แต่สามารถถามชาวอาณาจักรทางทิศตะวันตกได้” ต่อมาผู้คนจึงได้นำคำถามนี้มาถามกับพระธรรมรัตน์ ท่านได้ตอบว่าถ้ำถ้ำนั้นมาจากกัปที่ไฟเผาไหม้ (T2059 50.323a19-23)

การขุดทะเลสาบคุนหมิงเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในประวัติศาสตร์ เมื่อ 120 ปีก่อนคริสตศักราช โดยจักรพรรดิฮั่นอู่ได้รับสั่งให้ขุดทะเลสาบคุนหมิง ณ เมืองฉางอัน เพื่อใช้ในการฝึกการรบทางน้ำมีอาณาบริเวณโดยรอบ 40 ลี้ (20 กม.) และมีความกว้าง 332 ฉิง (ประมาณ 5,470 เอเคอร์) (“Han Shu/6.15a,” n.d.) แต่เรื่องของถ้ำถ้ำน้ำใต้ทะเลสาบคุนหมิงนั้น ถูกบันทึกสืบต่อกันมาในหลายคัมภีร์ในรูปแบบของตำนาน Tang Yongtong ได้ชี้ให้เห็นตำนานถ้ำถ้ำน้ำใต้ทะเลสาบคุนหมิงในรูปแบบที่แตกต่างจากของคัมภีร์เกาเซ่งจ้วนที่บอกว่าผู้ที่ไขปริศนานี้ได้คือพระ

¹²ตงฟางซ้ว (東方朔 ก่อนคริสตศักราช 154-93 ปี) เป็นขุนนางในรัชสมัยฮั่นตะวันตก (西漢 ก่อนคริสตศักราช 154-93 ปี) พื้นเพเดิมอยู่ที่มณฑลชานตง เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทั้งด้านภาษาวรรณกรรมและการรบการทหาร จึงได้รับราชการเป็นผู้ดูแลใกล้ชิดพระเจ้าจักรพรรดิ (“Hou Han Shu/65,” n.d.)

ธรรมรัตน์ แต่คัมภีร์หมิงฝัวลุ่น (明佛論) ซึ่งถูกประพันธ์ขึ้นราวศตวรรษที่ 5 ระบุว่า ผู้ที่ตอบคำถามของจักรพรรดิฮั่นอู่ นั้นคือตงฟางตัวเอง (Tang, 1938, p. 55)

นอกจากการบันทึก 2 รูปแบบข้างต้นแล้ว ในยุคราชวงศ์จิ้นตะวันออก (束 晉 ค.ศ. 317- 420) กั้นเป่า (幹寶) ผู้มีอาชีพรับราชการบันทึกประวัติศาสตร์ เหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ทำการบันทึกตำนานนี้ในบันทึกโชวเสิน (搜神記) ผู้ที่ 13 บอกว่า ผู้มีปัญญาที่ให้คำตอบเรื่องเง้าถ่านสีดำคือนักบวช หรือ “道人” จากอาณาจักรทางทิศ ตะวันตก แต่ไม่ได้รับบุชต์เจนว่าเป็นใคร

“จักรพรรดิฮั่นอู่ได้รับสั่งให้ชุดทะเลสาบคุณหมิง เมื่อชุดไปถึงส่วนที่ ลึกที่สุด ได้พบเง้าถ่านสีดำ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีใครอธิบายได้ จึงได้สอบถาม กับตงฟางซั่ว [ตงฟาง] ซั่วตอบว่า ข้าพระองค์ไม่มีความฉลาดมากพอ จึงไม่ทราบ แต่อาจจะลองถามคนจากอาณาจักรทางทิศตะวันตกดูได้ ด้วย [ตงฟาง] ซั่วไม่ทราบ จักรพรรดิจึงไม่อาจถามอะไรเพิ่มได้ ต่อมาในยุคจักร พรรดิฮั่นหมิง นักบวช (道人) จากอาณาจักรทางทิศตะวันตกได้มาถึง ลั่วหยาง ในตอนนั้นมีผู้ที่นึกถึงคำของ [ตงฟาง]ซั่วที่กล่าวกับจักรพรรดิ ฮั่นอู่ได้ จึงลองถามนักบวชท่านนั้น นักบวชตอบว่า คัมภีร์กล่าวไว้ว่า ‘ฟ้าดินในยุคมหากัปดับ ถูกทำลายไหม้จนสิ้น’ นี่คือนี่ที่หลงเหลือ จากการเผาไหม้ในกัปนั้น ทำให้ทราบว่าคำของ[ตงฟาง]ซั่วเชื่อถือได้” (แปลจาก “Shou Shen Ji/13,” n.d.)¹³

Henri Maspero ได้ทำการรวบรวมและวิเคราะห์บันทึกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วสรุปว่าบันทึกแรกสุดเกี่ยวกับตำนานนี้พบในบันทึกตำนานจิวโก่ว (志怪) ของเฉาผี (曹毗ราว ค.ศ. 250-300) ที่เป็นบันทึกในยุคใกล้เคียง และมีเนื้อหาบอกว่าผู้ตอบ

¹³ เนื้อความต้นฉบับ 漢武帝鑿昆明池，極深，悉是灰墨，無複土。舉朝不解。以問東方朔。朔曰：“臣愚不足以知之。”曰：“試問西域人。”帝以朔不知，難以移問。至後漢明帝時，西域道人入來洛陽，時有憶方朔言者，乃試以武帝時灰墨問之。道人雲：“經雲：‘天地大劫將盡，則劫燒。’此劫燒之餘也。”乃知朔言有旨。

คำถามคือนักบวชเหมือนกับในบันทึกโซวเสิน (Maspero, 1910, pp. 629–636) Erik Zürcher ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ตำนานเล่าถ่านสีดำนี้มีความเกี่ยวข้องกับตำนานความฝันของจักรพรรดิอันหมิง ที่กล่าวถึงการเดินทางของพระภิกษุชาวอาณาจักรดินแดนตะวันตกที่เข้ามาয়เมืองลั่วหยาง ดังนั้น จึงไม่น่าที่จะมีอายุเก่าแก่กว่าศตวรรษที่ 3 (Zürcher, 1959 (2007), pp. 19–21)

จะเห็นได้ว่าตำนานเรื่องเล่าถ่านสีดำได้ทะเลสาบคุณหมิงนี้มีความเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในประวัติศาสตร์ แต่บันทึกในคัมภีร์ที่แตกต่างกันให้ข้อมูลที่ต่างกันออกไป “บันทึกตำนานจ้อโก่ว” และ “บันทึกโซวเสิน” ให้ข้อมูลว่าผู้ที่ตอบคำถามเรื่องนี้ คือนักบวชจากอาณาจักรทางทิศตะวันตก “คัมภีร์เกาเซิงจ้วน” บอกว่าพระธรรมรัตน์เป็นผู้ตอบคำถาม ส่วน “คัมภีร์หมิงฝูลุ่น” บอกว่าคำถามนี้ถูกตอบโดยตงฟางซัวเอง ไม่ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในประวัติศาสตร์จะเป็นเช่นไร หลักฐานที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถให้ข้อสรุปว่าใครเป็นผู้ตอบปริศนาของเรื่องนี้ได้อย่างชัดเจน

3. คัมภีร์พระพุทธศาสนาและภาพวาดพระพุทธเจ้าจากอินเดีย

บันทึกเกี่ยวกับคณะทูตของจักรพรรดิอันหมิงในบทนำคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรและคัมภีร์โหมว-จ้อหลี่ฮั่วลุ่น ระบุว่าสิ่งที่คณะทูตนำกลับมาที่จีนมีเพียง “คัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร” เท่านั้น (T784 17.722a19–20; T2102 52.5a1–3)¹⁴ ในขณะที่คัมภีร์เกาเซิงจ้วน ภาคชีวประวัติพระธรรมรัตน์บอกว่า นอกจากท่านชายอินจะนำคัมภีร์ต่าง ๆ กลับมาแล้ว ยังได้นำภาพวาดพระพุทธรูปปางประทับนั่งแบบของพระเจ้าอุเทนกลับมาด้วย (T2059 50.323a12–14)

สำหรับประเด็นเรื่องนี้ Tamami Hamada มองว่าการเพิ่มภาพวาดพระพุทธรูปเข้ามานอกเหนือจากคัมภีร์ อาจเป็นผลเชื่อมโยงมาจากความต้องการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับพระพุทธศาสนา ในการแข่งขันเพื่อสร้างศรัทธาในหมู่ชนระหว่างพระพุทธศาสนากับลัทธิเต๋าในช่วงเวลานั้น (Hamada, 2014, p. 2) ในทางกลับกัน Fu Huiheng (傅惠生) ให้ความเห็นว่า ภารกิจของคณะทูตจักรพรรดิอันหมิง คือการเดินทางในระยะทางที่ยาวไกล

¹⁴ เนื้อความต้นฉบับ “即遣使者張騫、羽林中郎將秦景、博士弟子王遵等十二人，至大月支國，寫取佛經四十二章。”

และมีความยากลำบากมากเพื่อไปให้ถึงดินแดนอันเป็นถิ่นกำเนิดของพระพุทธศาสนาคือ ประเทศอินเดีย แทนที่จะเลือกเดินทางในระยทางที่สั้นกว่า ไปถึงเพียงแคว้นใดแคว้นหนึ่ง บนเส้นทางสายไหม ที่มีการนับถือพระพุทธศาสนาก็น่าจะเพียงพอแล้ว ก็เพื่อที่จะนำ ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธเจ้า หรือ “บุรุษร่างทอง” ที่จักรพรรดิฮั่นหมิงทรง พระสุบินถึงกลับมาด้วย (T2059 50.322c20-28)¹⁵ การที่ท่านช่วยอินนำคัมภีร์ต่าง ๆ อย่างน้อย 5 ฉบับ พร้อมกับภพาวตพระพุทธเจ้ากลับมาถวายจักรพรรดิฮั่นหมิง น่าจะมีความสมเหตุสมผลมากกว่าการนำเพียงคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรกลับมา เพียงอย่างเดียว (Fu, 2014, pp. 74-76) ดังนั้น สิ่งที่คณะทูตของจักรพรรดิฮั่นหมิง นำกลับมาจากอินเดียด้วยอาจไม่ได้มีเพียงคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร แต่มีทั้งคัมภีร์ ทางพระพุทธศาสนาต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า และภพาวต พระพุทธรูปที่เป็นตัวแทนของพระพุทธเจ้า กลับมาถวายจักรพรรดิฮั่นหมิง ดังจะได้อธิบาย ในรายละเอียดต่อไป

3.1 คัมภีร์พระพุทธศาสนา

เกาเซิงจวินบันทึกว่า พระธรรมรัตนะเป็นผู้แปลคัมภีร์ 5 ฉบับที่ ท่านช่วยอินนำมาจากอินเดีย ได้แก่ คัมภีร์สี่ตี่ตันเจีย คัมภีร์ฝัวเป็นเซิง คัมภีร์ผาโง้วจั้ง คัมภีร์ฝัวเป็นลิง และคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร แต่ในภายหลังคัมภีร์ทั้ง 4 สูญหายไปจาก เหตุการณ์จลาจลลุ่นวายและการย้ายเมือง คงเหลือเพียงคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรเท่านั้น (T2059 50.323a12-17) Fu Huisheng สันนิษฐานว่าคัมภีร์พระพุทธศาสนาที่ท่าน ช่วยอินนำกลับมาด้วย ไม่น่าจะมีเพียง 5 ฉบับเท่านั้น แต่อาจเนื่องด้วยข้อจำกัดของเวลา ทำให้พระธรรมรัตนะแปลคัมภีร์ออกมาได้เพียงเท่านี้ (Fu, 2014, pp. 75-76)

เนื้อหาของคัมภีร์ 5 ฉบับที่พระธรรมรัตนะแปลออกมานั้น มีเพียง คัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรที่เราสามารถทราบเนื้อหาได้จากฉบับคัดลอกที่หลงเหลือสืบทอด มาถึงปัจจุบัน แต่คัมภีร์อีก 4 ฉบับถูกระบุว่าสูญหายไปนานแล้ว ดังนั้น การที่จะทราบ

¹⁵ เนื้อหาเกี่ยวกับพระพุทธเจ้าที่จักรพรรดิฮั่นหมิงทรงพระสุบินถึง และการส่งคณะทูตไปอินเดีย มีเนื้อ ความต้นฉบับดังนี้ “漢永平中，明皇帝夜夢金人，飛空而至。乃大集群臣，以占所夢。通人傅 毅奉答：‘臣聞西域有神，其名曰佛。陛下所夢，將必是乎。’帝以為然，即遣郎中蔡愔、 博士弟子秦景等，使往天竺尋訪佛法。”

เนื้อหาของคัมภีร์เหล่านี้ทำได้เพียงคาดเดาจากชื่อของพระสูตรเท่านั้น โดยคัมภีร์ทั้ง 5 มีเนื้อหาสาระที่เป็นไปได้ดังนี้

สี่สิบสองบทสูตร (四十二章經)¹⁶ เป็นพุทธพจน์ที่แสดงหลักธรรมสำคัญต่าง ๆ ในพระพุทธศาสนา เช่น การบำเพ็ญเพียรเพื่อออกห่างจากกามการทำทวนรักษาศีล เจริญภาวนา โดยแต่ละหัวข้อหลักธรรมมีเนื้อหาสั้น ๆ เพียง 1 บททั้งหมด มี 42 หลักธรรมต่อกันรวมเป็น 42 บท

สี่ดินตัดต้นเจีย (十地斷結)

“十地” แปลว่า “ทศภูมิ” “斷” เป็นกริยาแปลว่า “ตัด” “ละทิ้ง” ส่วน “結” เป็นคำที่มักใช้ในการแปลศัพท์บาลีหรือสันสกฤตว่า “saṃyojana” (สังโยชน์) ดังนั้น คัมภีร์นี้อาจกล่าวถึงการบำเพ็ญเพียร 10 ระดับเพื่อเป้าหมายในการกำจัดกิเลส คือสังโยชน์

¹⁶ คัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรที่ถูกรวบรวมไว้ในพระมหาปิฎกโทโฮ เป็นฉบับที่ปริวรรตมาจากพระปิฎกฉบับเกาสี (高麗藏本) ที่สันนิษฐานว่ามีเนื้อหาใกล้เคียงกับฉบับแปลดั้งเดิมมากที่สุด อยู่ใน T784 สำหรับบทแปลภาษาไทยของคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร สามารถศึกษาได้จากงานแปลของ พระมหาอาณนที อาณนโท (2564) และศึกษาประเด็นข้อโต้แย้งเรื่องคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรได้ในบทความเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร” ของวิไลวรรณ สุจริตธรรมกุล และ ประภากร พูนพัฒนสุข ที่กำลังจะเผยแพร่ทางวารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 (จะเผยแพร่ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565).

ฝว่เป็นเซิง (佛本生)

ศัพท์ว่า “本生” ในภาษาจีน โดยทั่วไปถูกแปลมาจาก “jataka” (ชาตก) และ “佛” หมายถึง “พระพุทธเจ้า” ดังนั้น คัมภีร์นี้สันนิษฐานว่า อาจมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราว ในชาตกของฝว่บาสิ ที่ พระพุทธเจ้าตรัสเล่าถึงภพชาติ ในอดีตของพระองค์ และของ พระสาวกทั้งหลาย

ฝ่าไห้จั้ง (法海藏)

“法” หมายถึง “ธรรมะ” “海” หมายถึง “มหาสมุทร” “藏” หมายถึง “คลังสมบัติ” หรือ “คลังคัมภีร์” พบพระสูตร ที่ชื่อว่าฝ่าไห้สูตร (法海經) ที่มีเนื้อความเกี่ยวกับพระพุทธเจ้า และการกล่าวถึงคุณค่าของ ธรรมะอุปมากับมหาสมุทร อันกว้างใหญ่ (T341.818a8-c27) จึงสันนิษฐานได้ว่า คัมภีร์นี้น่าจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับ หลักธรรมคำสอนสำคัญใน พระพุทธศาสนา

ฝว่เป็นสิง (佛本行)

พบพระสูตรที่มีชื่อคล้ายคลึงกัน คือ “ฝว่เป็นสิงสูตร” (佛本行經, T192 4.1a3-54c8) และ “ฝว่เป็นสิงจีสูตร” (佛本

行集經, T193 4.54c12-115b12) บันทึกเนื้อหาที่เป็นประวัติของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ตั้งแต่การจุติจากสวรรค์ชั้นดุสิต ลงมาบังเกิดบนโลกมนุษย์ ตรัสรู้เป็นพระสัมมาสัมพุทธเจ้า จนกระทั่งเผยแผ่พระศาสนา เหมือนกับ “มหานิทานสูตร” ของฝ่ายบาลี ดังนั้น คัมภีร์ฝูเป็นสิ่งที่จึงน่าจะมีเนื้อหา กล่าวถึงเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติของพระพุทธรเจ้าในพระชาติปัจจุบัน

หากลองวิเคราะห์ลึกลงไปถึงวัตถุประสงค์ของการแปล อาจมองได้ว่าเป็นวิสัยทัศน์ของพระธรรมรัตน์ ในการวางรากฐานพระพุทธศาสนาให้กับชาวจีนผู้ที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในตำนานมาก่อน จึงตั้งใจแปลคัมภีร์ที่มีเนื้อหาของหลักธรรมคำสอนพื้นฐานในพระพุทธศาสนา โดย “คัมภีร์ฝู-เป็นเชิง” และ “ฝูเป็นสิง” บอกเล่าเรื่องราวของพระพุทธรเจ้าผู้เป็นศาสดาของพระพุทธศาสนา “ผา-ไท้จิ้ง” และ “คัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร” แนะนำหลักธรรมเบื้องต้นและวิถีปฏิบัติในพระพุทธศาสนา และ “คัมภีร์สี่ตี่ต่วนเจี๋ย” บอกถึงวิธีการกำจัดสังโยชน์หรือกิเลสทั้งปวงเพื่อบรรลุอรหัตต์ ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของพระพุทธศาสนา

หรืออีกนัยหนึ่ง อาจมองว่าเป็นการพินิจพิจารณาวางแผนร่วมกันระหว่างพระภิกษุชาวอินเดียและคณะทูตผู้เป็นตัวแทนอัญเชิญคัมภีร์พระพุทธศาสนา ว่าควรนำคัมภีร์ที่มีหัวข้อและเนื้อหาเช่นใดกลับไปแปล จึงจะสามารถสนองพระทัยและคลายความสงสัยของจักรพรรดิอันหมิงในการกิจการเดินทางครั้งนี้ได้ ดังนั้น คัมภีร์ที่พระธรรมรัตน์และคณะทูตนำกลับมาแปลและถวายแด่จักรพรรดิอันหมิง จึงน่าจะเป็นคัมภีร์ที่มี

สาระที่เป็นใจความสำคัญของหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา (สี่สิบสองบทสูตร สือต้ตัวนเจี้ย ผาไห่จั้ง) รวมไปถึงคัมภีร์ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับพระพุทธเจ้า (ฝัวเป็นเซิง ฝัวเป็น-สิง) เพื่อให้การเดินทางครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุด

3.2 ภาพวาดพระพุทธเจ้า

คัมภีร์เกาเซิงจ้วนบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับภาพวาดพระพุทธรูปที่เข้ามาในจีนพร้อมคณะทูตว่า “ท่านชายอิน[ยัง]ได้ภาพวาดพระพุทธรูปปางประทับนั่งมาจากอาณาจักรทางทิศตะวันตก ซึ่งภาพวาดพระพุทธรูปนั้นเป็นผลงานชิ้นที่ 4 ของช่างสลักไม้จันทน์ ในรัชสมัยของพระเจ้าอูเทิน” (T2059 50.323a16-17)¹⁷ โดยศัพท์ว่า “ภาพวาดพระพุทธรูปปางประทับนั่ง” คัมภีร์เกาเซิงจ้วนใช้ว่า “(畫) 釋迦 倚像” โดย 釋迦 มาจาก śākyamuni (ศากยมุณี) ที่แปลด้วยเสียงเป็นภาษาจีนว่า 釋迦牟尼 (shìjiā móu ní) แล้วย่อเหลือเพียง 釋迦 หมายถึง “พระพุทธเจ้า” ผู้มาจากศากยวงศ์ ส่วน “倚像” ประกอบด้วยลักษณะนาม 倚 และค่านาม 像 โดยอักษร 像 (xiàng) นั้นหมายถึงภาพเหมือน (畫像) ส่วนอักษร 倚 (yǐ) เป็นลักษณะนามขยายภาพเหมือนแสดงถึงการพึ่งพิง อาศัย ยืน แต่เนื่องจากคำนี้มีกรเขียนและออกเสียงคล้ายกับอักษร 椅 (yǐ) ที่หมายถึงเก้าอี้ จึงเป็นไปได้ว่าอาจหมายถึงภาพวาดพระพุทธรูปปางประทับนั่งหรือ “椅座” (yǐ zuò) ซึ่งเมื่อเชื่อมโยงกับพระพุทธรูปแบบ “พระเจ้าอูเทิน” (優田王; Udena หรือ Udayana) ที่ถูกพบในบันทึกประวัติศาสตร์หลายฉบับ ว่าเป็นรูปแบบของพระพุทธรูปที่ถูกนำเข้ามาเผยแพร่ในจีน ทั้งในสมัยของจักรพรรดิอันหมิงและในสมัยของพระเสวียนจั้ง (Gao, 2012, pp. 28-29; Hamada, 2014, pp. 1-2) โดยระบุลักษณะเฉพาะของพระพุทธรูปแบบของพระเจ้าอูเทินนี้ว่าเป็นแบบที่ “ประทับนั่งบนอาสน์ทรงสี่เหลี่ยม มีพระบาทห้อยลงมาทั้ง 2 ข้าง” (Li, 1985, pp. 105-106) ซึ่งพระพุทธรูปแบบพระเจ้าอูเทินที่เก่าแก่ที่สุดในปัจจุบันพบที่ถ้ำหลงเหมิน (龍門石窟) มณฑลเหอหนาน (ภาพที่ 3)

¹⁷เนื้อความต้นฉบับ “惜又於西域得畫釋迦倚像，是優田王栴檀像師第四作也。”



ภาพที่ 3 ภาพสลักหิน “แบบพระเจ้าอูเทน” (ค.ศ. 655)

ที่มา : Hamada, 2014, p. 1.

ด้วยเหตุที่ภาพวาดพระพุทธรูปมีความสำคัญและศักดิ์สิทธิ์จักรพรรดิฮั่นหมิงจึงได้มีรับสั่งให้จิตรกรเอกทำการคัดลอกภาพวาดนี้ แล้วนำไปประดิษฐานไว้ที่ต่าหนักซิงเหลียงไถ (清涼台) ซึ่งภายหลังท่านได้มอบให้พระธรรมรัตน์และพระกาศยปะ-มาตังคะใช้เป็นสถานที่ทำงานแปลและเทศน์สอนประชาชน ส่วนอีกภาพนั้นก็รับสั่งให้นำไปไว้ที่สุสานเสี้ยนเจี๋ย (顯節陵) ของท่านเอง (T2059 50.323a16-19) แต่ภาพเหล่านี้ไม่หลงเหลือมาจนถึงปัจจุบัน สูญหายกลายเป็นเพียงตำนานตั้งแต่สมัยที่ท่านฮู่เจี๋ยวบันทิกคัมภีร์เกาเซ็งจ้วนแล้ว

โดยสรุป ชีวิตประวัติพระธรรมรัตน์ในคัมภีร์เกาเซ่งจ้วนได้กล่าวถึง ศาสนวัตถุ 2 กลุ่ม ที่มีความสำคัญกับการวางรากฐานพระพุทธศาสนาจีนในยุคต้น คือ คัมภีร์พระพุทธศาสนาและภาวาทพระพุทธเจ้า โดยศาสนวัตถุทั้ง 2 กลุ่มนี้ถูกนำมาจาก อินเดียพร้อมกับคณะทูตของท่านชายอิน แม้ว่าหลักฐานส่วนใหญ่จะถูกทำลายสูญหายไป แล้ว แต่ยังคงมีคัมภีร์สี่สิบสองบทสูตรฉบับแปลหลงเหลือมาจนถึงปัจจุบัน และกลายเป็น หลักฐานสำคัญที่นักวิชาการให้ความสนใจศึกษาในฐานะเป็น “คัมภีร์แปลฉบับแรกใน พระพุทธศาสนา” ทำให้เห็นว่าภารกิจของคณะทูต พระธรรมรัตน์ และพระกาศยปะ-มา ตังคะในครั้งนั้น ส่งผลต่อความเจริญของพระพุทธศาสนามายาวนานกว่า 2,000 ปีวบ จนถึงปัจจุบัน

4. คุณูปการของพระธรรมรัตน์

4.1 การอุทิศตนเพื่อพระพุทธศาสนา

ก่อนที่พระพุทธศาสนาจะปักหลักมั่นคงและเฟื่องฟูจนถึงขีดสุด ในสมัยราชวงศ์ถัง ในช่วงต้นที่พระพุทธศาสนาเพิ่งเริ่มเข้ามาในจีน ก็พบกับความยาก ลำบากในการเผยแผ่ เนื่องจากพระพุทธศาสนาถือเป็นศาสนาของชาวต่างชาติ ยากที่จะ ได้รับการยอมรับจากชาวจีนที่มีวัฒนธรรมเป็นของตัวเองอยู่แล้ว เห็นได้ชัดเจน จากสถานการณ์ความขัดแย้ง และการปะทะกับข้อขัดแย้งเดิมของวัฒนธรรมจีน เช่น ลัทธิขงจื้อและลัทธิเต๋า พบในงานประพันธ์ที่แต่งขึ้นเพื่อแก้ต่างข้อพิพาทของฝ่าย ตรงข้ามให้กับฝ่ายพระพุทธศาสนาในคัมภีร์โหมวจื่อหลี่ฮั่วลุ่น

พระธรรมรัตน์และพระกาศยปะ-มาตังคะถือเป็นผู้ที่มีปณิธาน แน่วแน่ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา แม้จะต้องเดินทางมายังแผ่นดินจีนที่อยู่ห่างไกล จากบ้านเกิดเมืองนอนของท่านมาก ซึ่งหากจะพิจารณาถึงการเสียสละอุทิศตนของท่าน ทั้ง 2 ก็อาจจะสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1) อดทนต่อความยากลำบากการเดินทางจากอินเดียมาประเทศจีน ในยุคแรกนั้น ยังมีการสัญจรที่ไม่สะดวกสบายมากนัก อีกทั้งยังมีอันตรายต่าง ๆ จากกองโจร และจากความยากลำบากบนเส้นทางที่ยาวไกล แต่เนื่องจาก “พระกาศยปะ-มาตังคะและพระธรรมรัตน์นั้นมีปณิธานอุดมการณ์เดียวกันในการจาริกเผยแผ่ [พระพุทธศาสนา]” (T2059 50.323a9-10) ท่านจึงยินยอมเดินทางมาอยู่ในดินแดน

ที่ไม่คุ้นเคยทั้งสภาพแวดล้อม อาหาร อากาศ นอกจากนี้ในกรณีของพระธรรมรัตน์นะ ท่านยังต้องพบกับกบฏขัดขวางของลูกศิษย์ที่ไม่อยากให้ท่านเดินทางจากมา จนจำต้องเดินทางมาที่จีนอย่างลับ ๆ (T2059 50.323a11) อีกด้วย

2) ละทิ้งเกียรติยศ พระธรรมรัตน์นะเดิมมีลูกศิษย์มากมาย “เป็นครูบาอาจารย์ของนักปราชญ์ผู้รู้ในอินเดีย[ทั้งหลาย]” (T2059 50.323a8-9) แต่ต้องละทิ้งเกียรติยศเหล่านั้นมาอยู่ในที่ใหม่ที่ไม่มีใครรู้จัก อีกทั้งด้วยความที่พระพุทธศาสนายังเป็นแนวคิดใหม่ที่ “ยังไม่มี [สาธุชน] ผู้นับถือศรัทธา” ทำให้ต้อง “เก็บงำความรู้ที่ลึกซึ้งของตน และไม่ได้ประกาศ[พระศาสนา]” (T2059 50.323a8-9) แม้จะมีความปรารถนาในการเทศน์สอนเพื่อเผยแผ่แต่ยังไม่สามารถทำได้เต็มที่ ซึ่งอาจเป็นเหตุผลให้พระธรรมรัตน์นะหันมาทุ่มเทแรงกายแรงใจให้กับงานแปลคัมภีร์พระพุทธศาสนาแทน

3) มุ่งมั่นจริงจัง แม้ว่าพระธรรมรัตน์นะจะยังไม่มีความสามารถในภาษาจีนเพียงพอ แต่เล็งเห็นถึงประโยชน์ในงานการแปลคัมภีร์เป็นภาษาจีน ที่จะช่วยวางรากฐานให้กับพระพุทธศาสนาเจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต ดังนั้นจึงริเริ่มทำงานเบ็ดเตล็ด เป็นต้นแบบให้กับการแปลในยุคหลังอีกยาวนานนับพันปี

4.2 การแปลคัมภีร์พระพุทธศาสนาเป็นภาษาจีนในยุคต้น

การศึกษาเกี่ยวกับคัมภีร์พระพุทธศาสนาในยุคราชวงศ์ฮั่นตะวันออก ที่ถูกเรียบเรียงและแปลเป็นภาษาจีนนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เนื่องจากเป็นยุคสมัยที่มีความเก่าแก่มากกว่า 2,000 ปี อีกทั้งในยุคแรกที่พระพุทธศาสนาเพิ่งเผยแผ่เข้ามาในประเทศจีนนั้น คนจีนไม่นิยมศึกษาภาษาอินเดีย สันสกฤต หรือภาษาของอาณาจักรทางทิศตะวันตก¹⁸ เนื่องจากภาษาเหล่านั้นเป็นภาษาสายอินโดอารยันที่มีความแตกต่างจาก

¹⁸นักวิชาการสันนิษฐานว่าพระพุทธศาสนาน่าจะถูกเผยแผ่เข้ามาในจีนอย่างไม่เป็นทางการ ผ่านกลุ่มพ่อค้าและผู้อพยพชาวต่างชาติที่เข้ามาอาศัยในจีน ตั้งแต่ก่อนที่จะมีการบันทึกอย่างเป็นทางการในเอกสารราชการต่าง ๆ อย่างบันทึกประวัติศาสตร์โฮ่วฮั่นชู (後漢書 บันทึกประวัติศาสตร์ราชวงศ์ฮั่นหลัง) แล้ว แต่เนื่องจากคัมภีร์ที่เข้ามาเป็นภาษาอินเดีย สันสกฤต หรือภาษาต่างชาติ ที่ไม่ได้ถูกแปลเป็นภาษาจีน ทำให้คำสอนของพระพุทธศาสนาไม่สามารถเผยแผ่ออกไปถึงหมู่ชนชาวจีนได้ (Zürcher, 2007, pp. 23-24)

ภาษาจีนอย่างมาก การที่จะทำให้พระพุทธศาสนาแพร่หลายเข้าถึงหมู่ชนชาวจีนจำนวนมากได้ จึงจำเป็นต้องแปลคัมภีร์ให้เป็นภาษาจีนเสียก่อน งานการแปลคัมภีร์จึงถือเป็นภารกิจหลักของพระภิกษุในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในแผ่นดินจีน ตั้งแต่ราวปลายศตวรรษที่ 2 เรื่อยมาเป็นเวลายาวนานกว่าพันปี (Tsukamoto, 1985, pp. 5-7)

คัมภีร์เกาเซิงจ้วนระบุว่า เมื่อพระธรรมรัตนะเดินทางมาพำนักอยู่กับพระกาศยปะ-มาตังคะที่นครลั่วหยางแล้ว ใช้เวลาไม่นานท่านก็มีความสามารถในภาษาจีน และได้ทำการแปลคัมภีร์ 5 ฉบับออกมาเป็นภาษาจีน ได้แก่ คัมภีร์สี่อัฐันเจีย คัมภีร์ฝูเป็นเซิง คัมภีร์ฝ่าไห้จั้ง คัมภีร์ฝูเป็นสิง และ คัมภีร์สี่สิบสองบทสูตร (T2059 50.323a11-14) หากอ้างอิงตามคัมภีร์เกาเซิงจ้วน พระกาศยปะ-มาตังคะและพระธรรมรัตนะถือเป็นพระภิกษุคู่แรกที่มาเยือนแผ่นดินจีน ในยุคราชวงศ์ฮั่นตะวันออก รัชสมัยของจักรพรรดิฮั่นหมิง (T2059 50.322c28; T2059 50.323a11)¹⁹ คัมภีร์ที่พระธรรมรัตนะได้ทำการแปลออกมาในสมัยนั้น จึงอาจถือได้ว่าเป็นคัมภีร์พระพุทธศาสนาแปลจีนชุดแรกในประวัติศาสตร์จีนด้วยเช่นกัน

อีกประการหนึ่ง เนื่องจากการเข้ามาของพระพุทธศาสนาในจีนนั้นแตกต่างจากการเข้ามาในศรีลังกาและดินแดนแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่พระไตรปิฎกบาลีและอรรถกถาหลัก ๆ ถูกนำเข้ามายังเกาะลังกาโดยคณะของพระมหินทเถระเพียงกลุ่มเดียวผ่านการท่องจำ แล้วจึงนำเนื้อหาในคัมภีร์เหล่านั้นมาเผยแผ่และแปลเป็นภาษาสิงหลผ่านการเทศน์สอนให้กับประชาชนบนเกาะลังกา (ที.สี. อ. 1/60 (ไทย มมร.)) แต่การเข้ามาของคัมภีร์พระพุทธศาสนาในแผ่นดินจีนนั้น กลับเป็นไปในรูปแบบที่ค่อยเป็นค่อยไป ไม่จำกัดเฉพาะนิกายใดนิกายหนึ่ง พ้อคำ ทูต หรือพระภิกษุรูปใดทรงจำพระสูตรใดมาได้ก็นำเฉพาะพระสูตรที่ตนท่องจำได้นั้นมาเผยแผ่และแปลเป็นภาษาจีน จนกระทั่งหลายศตวรรษต่อมา กว่าจะมีการเดินทางไปอินเดียของ

¹⁹ คัมภีร์เกาเซิงจ้วนระบุในส่วนตัวประวัติของพระกาศยปะ-มาตังคะว่า การเข้ามาของท่านถือว่า “เป็นครั้งแรกที่แผ่นดินจีนมีพระสมณะ” (漢地有沙門之始也) และต่อจากนั้นในส่วนตัวประวัติของพระธรรมรัตนะ จึงได้กล่าวถึงการเดินทางของพระธรรมรัตนะที่มาสวมทับกับพระกาศยปะ-มาตังคะในภายหลังที่เมืองลั่วหยาง (既達雒陽與騰同止)

พระภิกษุชาวจีนเพื่อนำคัมภีร์ต้นฉบับกลับมาแปลจนมีพระสูตรและคัมภีร์แปลในภาษาจีนมากขึ้น²⁰ ดังนั้น คัมภีร์ทั้ง 5 ฉบับที่พระธรรมรัตน์จะได้แปลและเรียบเรียงจึงมีความสำคัญต่อการศึกษาพระพุทธศาสนายุคแรกของจีนเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม งานการแปลคัมภีร์พระพุทธศาสนาไม่ใช่เรื่องง่าย โดยเฉพาะการแปลโดยพระภิกษุชาวต่างชาติที่ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญในภาษาจีนเนื่องจากมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น

1) ตระกูลภาษาจีนกับภาษาสันสกฤต หรือภาษาในดินแดนตะวันตกมีความแตกต่างกันอย่างมาก แม้ว่าอาจจะมีสำนวนที่สามารถแปลภาษาระหว่างกันได้ ในขณะนั้น ก็ไม่น่าจะมีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในภาษาทั้ง 2 ตระกูล ทำได้เพียงการสื่อสารทั่วไปเท่านั้น

2) ไม่มีงานแปลคัมภีร์ก่อนหน้าเป็นตัวอย่าง อีกทั้งไม่มีพจนานุกรมหรือเครื่องมือการแปลใด ๆ ช่วย เพราะเป็นการทำงานที่ยังไม่เคยมีผู้ใดทำมาก่อน

3) การจะถ่ายทอดเนื้อหาที่ละเอียดลึกซึ้งในพระพุทธศาสนาออกมาได้อย่างครบถ้วนไม่ใช่เรื่องง่าย อีกทั้งการที่จะสื่อสารแนวคิดใหม่ให้ชาวจีนที่ไม่เคยมีความรู้ความเข้าใจใด ๆ เกี่ยวกับพระพุทธศาสนามาก่อนก็ไม่ใช่เรื่องง่ายเช่นกัน

พระธรรมรัตน์เป็นพระภิกษุชาวต่างชาติ การทำงานแปลคัมภีร์เป็นภาษาจีนโดยลำพังทำได้ยาก หรือเนื้อหาที่แปลออกมาได้อาจยังไม่สามารถสื่อความหมายที่ลึกซึ้งเพียงพอ Fu Huisheng สันนิษฐานว่าการแปลของพระธรรมรัตน์ น่าจะเป็นการทำงานภายใต้การสนับสนุนจากราชสำนัก เพราะหนึ่งในคณะทูตที่เดินทางไปอินเดียก็ปรากฏว่ามีชื่อของนักศึกษาหลวง (博士弟子) ที่มีความสามารถทางภาษาและการประพันธ์ ที่อาจจะมีส่วนช่วยในการทำงานแปลนี้ด้วย (Fu, 2014, p. 75) ถ้าข้อสันนิษฐานของ Fu Huisheng ถูกต้อง ทีมงานแปลคัมภีร์ของพระธรรมรัตน์

²⁰ดังปรากฏในหลักฐานบันทึกการเดินทางของท่านฝ่าเสียน (法顯ค.ศ. 399-416 หรือที่คุ้นเคยกว่าในชื่อ “ฟาเหียน”) พระถังเสียนจั้ง (唐玄奘 ค.ศ. 602-664 หรือ “พระถังซัมจั๋ง”) และพระภิกษุฮุ่ยจั้ง (義淨ค.ศ. 635-713)

ก็น่าจะเป็นต้นแบบของการทำงานแปลระหว่างพระภิกษุชาวต่างชาติที่มีความเข้าใจในหลักธรรมเป็นอย่างดี กับฝ่ายผู้ช่วยชาวจีน ที่ช่วยในการแปลเนื้อหาออกมาเป็นภาษาจีน แล้วจดบันทึกคำแปลรวบรวมไว้ ทำให้เกิดธรรมเนียมของการแปลให้เป็นภาษาจีนที่สามารถเข้าถึงประชาชนส่วนใหญ่ได้ และบันทึกลงเป็นตัวอักษรในคัมภีร์เลย แทนที่จะใช้การท่องจำเป็นภาษาอินเดียดั้งเดิม (สันสกฤต หรือปรากฤต) แบบมุขปาฐะอย่างที่ได้รับความนิยมในอินเดีย

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ในคัมภีร์เกาเซ่งจ้วนและคัมภีร์อื่น ๆ รวมไปถึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่า ชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ที่มีเนื้อหาระบุลงลึกในรายละเอียดถึงที่มาและการทำงานเผยแผ่ของท่าน พบปรากฏอยู่ในคัมภีร์เกาเซ่งจ้วนเท่านั้น ไม่ปรากฏในบันทึกร่วมสมัยอื่น ๆ ที่หลงเหลืออยู่ในปัจจุบัน ส่วนเนื้อหาชีวประวัติของท่านที่พบในบันทึกชิ้นหลังนั้น โดยมากทำการเรียบเรียง และปรับปรุงมาจากเนื้อหาในคัมภีร์เกาเซ่งจ้วน

การวิเคราะห์รายละเอียดของเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ คัมภีร์และภาพวาดพระพุทธรูปในชีวประวัติของพระธรรมรัตน์ พบว่า 1) เหตุการณ์จลาจลขุนนายและการย้ายเมืองหลวงในยุคราชวงศ์ฮั่นตะวันออกตอนปลาย เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้คัมภีร์แปลจีนของพระธรรมรัตน์ และภาพวาดพระพุทธรูปที่น่ากลับมาพร้อมกับคณะทูตสูญหายไปเกือบทั้งหมด หลงเหลือเพียงคัมภีร์สี่ลิสองบทสูตรเท่านั้น 2) ตำนานการขุดทะเลสาบคุนหมิง ถูกนำมาเชื่อมโยงกับพระธรรมรัตน์ โดยระบุว่าท่านเป็นผู้ที่อธิษฐานที่มาจากเจ้าถิ่นที่ถูกรบกวนในขณะที่ยกทัพไปตีทะเลสาบคุนหมิง ในขณะที่หลักฐานจากบันทึกอื่น ๆ ไม่ได้ระบุว่ามีความเกี่ยวข้องกับท่านชัดเจน 3) การแปลคัมภีร์และการนำภาพวาดพระพุทธรูปเข้ามาในจีนพร้อมกับคณะทูต ถือเป็นสิ่งสำคัญในการวางรากฐานพระพุทธศาสนาในจีน โดยมีความเป็นไปได้ว่าพระธรรมรัตน์จะมีส่วนในการคัดเลือกคัมภีร์พระพุทธศาสนาที่จะนำเข้ามาแปลเป็นภาษาจีน โดยคัมภีร์ที่ท่านแปลออกมานั้นมีเนื้อหาของหลักธรรมคำสอนพื้นฐานในพระพุทธศาสนา ที่จะเป็นประโยชน์ให้กับชาวจีนผู้ที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในด้านนี้มาก่อน โดย “คัมภีร์ฝิวเป็นเซิง” และ “ฝิว-เป็นสิง” เล่าเรื่องราวความเป็นมา

ในอดีตชาติและในภพชาติปัจจุบันของพระพุทธเจ้า “ผาไห้จั้ง” และ “คัมภีร์สี่ลีสองบทสูตร” แนะนำหลักธรรมสำคัญรวมถึงวิธีปฏิบัติเพื่อฝึกฝนอบรมตนเอง และ “คัมภีร์สี่อัฐต้นเจีย” บอกถึงวิธีการละกิเลสที่ผูกมัดสัตว์ทั้งหลายไว้ในภพ 3 หรือสังโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมายสูงสุดในพระพุทธศาสนา คือการเป็นพระอรหันต์ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากคัมภีร์เหล่านี้สูญหายไปเกือบทั้งหมด มีเพียงคัมภีร์สี่ลีสองบทสูตรที่ยังหลงเหลือมาจนถึงปัจจุบัน นักวิชาการจึงให้ความสนใจกับคัมภีร์นี้เป็นพิเศษ ในฐานะที่เป็น “คัมภีร์แปลฉบับแรกในพระพุทธศาสนา”

พระธรรมรัตน์ะมีคุณูปการต่อพระพุทธศาสนาจีนอย่างมาก ทั้งในด้านการอุทิศตนเพื่อพระพุทธศาสนาและด้านการวางรากฐานการเผยแผ่ในจีน พระธรรมรัตน์ะยอมอดทนต่อความยากลำบากในการเดินทางมายังแผ่นดินจีน อดทนกับการใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากถิ่นฐานเดิม ทั้งยังต้องยอมละทิ้งเกียรติยศมาอยู่ในดินแดนที่ไม่มีใครรู้จัก แต่ท่านก็ยังคงมุ่งมั่นที่จะทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนาในจีน ตราบจนวาระสุดท้าย นอกจากนี้ เนื่องจากการทำงานแปลพระพุทธศาสนาเป็นภาษาจีน อาจยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนช่วงเวลาของพระธรรมรัตน์ะ ท่านจึงน่าจะถือได้ว่าเป็นผู้บุกเบิกและวางรากฐานการทำงานแปลคัมภีร์เป็นภาษาจีนให้กับพระภิกษุในยุคต่อ ๆ มา ยิ่งไปกว่านั้น ตระกูลภาษาสายอินโดอารยันกับภาษาจีนก็มีความแตกต่างกันมาก การริเริ่มงานแปลคัมภีร์ของพระธรรมรัตน์ะ จึงทำให้เห็นได้ถึงความเสียสละและความมุ่งมั่นอุทิศตนให้กับงานพระพุทธศาสนาของท่าน แม้ว่าจะต้องฟันฝ่ากับอุปสรรคนานัปการก็ตาม

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยชีวประวัติพระธรรมรัตน์ะอ้างอิงข้อมูลจากคัมภีร์เกาเซ็งจ้วนเป็นหลัก เนื่องจากเป็นคัมภีร์สำคัญ ที่มีความเก่าแก่ มีความน่าเชื่อถือ และเป็นคัมภีร์เดียวที่บันทึกเรื่องราวชีวิตของพระธรรมรัตน์ะแบบละเอียด ที่ยังหลงเหลืออยู่และปรากฏในปัจจุบัน หากในอนาคตมีการค้นพบหลักฐานที่น่าเชื่อถือมากกว่า และสามารถบอกเล่าเรื่องราวชีวิตของท่านได้ถูกต้องมากกว่า ก็อาจทำให้ได้ข้อสรุปที่แตกต่างออกไปจากงานวิจัยเรื่องนี้

เอกสารอ้างอิง

พระมหาอานนท์ อานนุโท. (2564). *คัมภีร์ 42 บท ปฐมคัมภีร์พระพุทธศาสนาพากย์จีน*.

กรุงเทพฯ : ศูนย์การแปลคัมภีร์พระพุทธศาสตร์ ไทย-จีน มูลนิธิพุทธรังษี.

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. (2552). *พระไตรปิฎกและอรรถกถาแปล เล่ม 1*.

นครปฐม: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.

เมธี พิทักษ์ธีระธรรม, ปิยาภรณ์ ว่องวรางกูร, พรพิมล ศรีหมอก. (2563). *ชีวประวัติพระ*

คังเซียงฮุย ในคัมภีร์เกาเซียงจ้วนแปล (1): การอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุของ

พระคังเซียงฮุย ในรัชสมัยพระเจ้าซุนกวน ยุคสามก๊ก. *วารสารพุทธศาสนศึกษา*

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 27(2), 104-138.

วิไลพร สุจริตธรรมกุล และคณะ. (2565) รายงานการวิจัยเรื่อง “การถอดความและการ

ศึกษาวิเคราะห์ชีวประวัติพระสมณะบนเส้นทางสายไหม: กรณีศึกษาคัมภีร์

เกาเซียงจ้วนในหมวดพระผู้แปลคัมภีร์พระพุทธศาสนาตั้งแต่ยุคราชวงศ์ฮั่นถึง

ราชวงศ์เว่ย.”

Baidubaike. (2022, Sep 23). Retrieved from <https://baike.baidu.com/item/%E7%A>

[B%BA%E6%B3%95%E5%85%B0%E5%A2%93/16854169](https://baike.baidu.com/item/%E7%BA%E6%B3%95%E5%85%B0%E5%A2%93/16854169)

de Crespigny, R. (2007). *A Biographical Dictionary of Later Han to the Three*

Kingdoms (23-220 AD). Leiden: Brill.

_____. (2017). *Fire over Luoyang: A History of the Later Han Dynasty (23-220*

AD). Leiden: Brill.

Dig1web. (2022, Sep 23). *Zhongguo simiao ciguan zaixiang shujuku* [Database of

China Temple Statue.] Retrieved from [http://dig1web.eb.zjlib.cn:8081/](http://dig1web.eb.zjlib.cn:8081/zjtszg/zgsmcgzx/cypicgl.jsp?channelid=91743&searchword=%CF%F1)

[zjtszg/zgsmcgzx/cypicgl.jsp?channelid=91743&searchword=%CF%F1](http://dig1web.eb.zjlib.cn:8081/zjtszg/zgsmcgzx/cypicgl.jsp?channelid=91743&searchword=%CF%F1)

[%D6%F7%B1%E0%BA%C5=756](http://dig1web.eb.zjlib.cn:8081/zjtszg/zgsmcgzx/cypicgl.jsp?channelid=91743&searchword=%CF%F1)

Gao, J.P. (2012). *Shilun longmen shiku Youtianwang zaixiang* [On the Udayana

King Images of the Longmen Grottoes]. *Sichou zhi lu*, 227, 10, 28-40.

- Gao, Q. (2021). Donghan zhi Tangdai chuan fojiao sengren minghao de yanbian [The Evolution of the Names of Han Buddhist Monks from the Eastern Han Dynasty to the Tang Dynasty]. *Foxue yanjiu*, 146, 1, 45–53.
- Fang, L. (2001). *Zhongguo fojiao jian shi* [A Brief History of Chinese Buddhism]. Beijing: Zongjiao wenhua chubanshe.
- Fu, H.S. (2014). On the historical classicality of the translated version of the Sutra in Forty-two Sections. *Huadong shifan daxue xuebao (zhexue shehui kexue ban)*, 6, 73–151.
- Hamada, T. (2006). On the Udayana King Images in the Vicinity of Early Tang Luoyang. *Ars Buddhica*, 287, 1–5.
- _____. (2014). Buddha Image described as “King Udayana Image”. Object Narrative. In *Conversations: An Online Journal of the Center for the Study of Material and Visual Cultures of Religion*.
- Han Shu/6.15a. (n.d.). Retrieved from <http://www.guoxue.com/shibu/24shi/hansu/hsuml.htm>
- Hou Han Shu/64, 65. (n.d.). Retrieved from [https://zh.wikisource.org/wiki/%E5%BE%8C%E6%BC%A2%E6%9B%B8_\(%E5%9B%9B%E5%BA%AB%E5%85%A8%E6%9B%B8%E6%9C%AC\)/%E5%8D%B7060%E4%B8%8B\)](https://zh.wikisource.org/wiki/%E5%BE%8C%E6%BC%A2%E6%9B%B8_(%E5%9B%9B%E5%BA%AB%E5%85%A8%E6%9B%B8%E6%9C%AC)/%E5%8D%B7060%E4%B8%8B))
- Li, W.S. (1985). Woguo shiku Zhong de Youtianwang zaoxiang—longmen shiku de Youtianwang zaoxiang zhi zao zhiduo wei quanguo zhi zui [On the Udayana King Images in China’s Grottoes: the earliest Udayana King Images at the most well-known cave in China]. *Zhongyuan wenwu*, 4, 102–106.
- Li, Y.Z. (1996). Hanmingdi wu fo dao jueji shi—Fo Dao jiaoshe shi lun yao [The misapprehension on the debates between Buddhist and Taoism in the Emperor Ming of Han in the Fo Dao jiaoshe shi lun yao]. *Daojiao huatan*, 8–12.

- Maspero, H. (1910). Le songe et l'ambassade de l'empereur Ming: Étude critique des sources. *Bulletin de l'École française d'Extrême-Orient*, vol.10, no.1, 95–130.
- San Guo Zhi/30. (n.d.). Retrieved from <https://zh.wikisource.org/wiki/%E4%B8%89%E5%9C%8B%E5%BF%97/%E5%8D%B730>
- Shou Shen Ji/13. (n.d.). Retrieved from http://guoxue.httpcn.com/html/book/MEP_WMEIL/CQTB RN XVKOUY.shtml
- Taisho Tripitaka Publication Association. (1962). *Taisho shinshu daizokyo* [Taisho Revised Tripiṭaka]. Tokyo: Taisho Issaikyo kankokai.
- Tang, Y.T. (1938). *Han Wei liang Jin Nan Beichao fojiao shi* [History of Buddhism in the Han, Wei, two Jins dynasties, Northern and Southern dynasties] Beijing: Zhonghua shuju.
- _____. (2008). *Han Wei liang Jin Nan Beichao fojiao shi* [History of Buddhism in the Han, Wei, two Jins dynasties, Northern and Southern dynasties]. Wuhan: Wuhan daxue chubanshe.
- Tong, C. (1992). “Dongzhuo” *Zhongguo lishi* [Dongzhuo in the Chinese history]. Beijing/ Shanghai: Zhongguo dabaikequanshu chubanshe.
- Tsukamoto, Z.R. (1985). *A History of Early Chinese Buddhism: From Its Introduction to the Death of Hui-yuan*. Leon Hurvitz, L. (Trans.). Tokyo: Kodansha International.
- Wang, G.X. (2017). Luoyang Baimasi xiujian shi zha [The history of the construction of the White Horse Temple in Luoyang]. *Zhongguo jianzhu shi lun huikan*, 2, 49–82.
- Wei Shu/114. (n.d.). Retrieved from [https://zh.wikisource.org/wiki/%E9%AD%8F%E6%9B%B8_\(%E5%9B%9B%E5%BA%AB%E5%85%A8%E6%9B%B8%E6%9C%AC\)/%E5%8D%B7114](https://zh.wikisource.org/wiki/%E9%AD%8F%E6%9B%B8_(%E5%9B%9B%E5%BA%AB%E5%85%A8%E6%9B%B8%E6%9C%AC)/%E5%8D%B7114)

- Yang, W.Z. (2016). A New Study on the Sutra in Forty-two Sections. *Fojiao yanjiu*, 2, 83–89.
- Zhao, S.S. (2019). *Protection of the Dharma in “Daoxuan’s Continued Biographies of Eminent Monks”*. McMaster University.
- Zhen, Z. (2001). Zhongguo di yi gucha—Luoyang Baimasi [On the first ancient temple in China, the Luoyang White Horse Temple]. *Baike zhishi*, 6, 62–63.
- Zürcher, E. (1959). *The Buddhist Conquest of China*. Reprint (2007). Leiden: E.J. Brill.

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ
วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม
ประจำปี 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2565)

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.นภาศรี ทิมแย้ม | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วไล เทียรบุญเลิศรัตน์ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.พุทธรักษ์ ปราบนอก | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.วรีสิริ สิงห์สิริ | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญญาทิพย์ ศุภะกะลิน | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพร ปุณณะศิริกุล | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วสันต์ วัชรทวีศิลป | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 8. รองศาสตราจารย์มาณฑพ มานะแซม | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 9. อาจารย์ ดร.แบร์ พิตต์พันธุ์ | มหาวิทยาลัยทักษิณ |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศราวุธ จันทระขำ | มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทรา โยธินศิริกุล | มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 12. พระมหาพงศ์ทราทิตย์ ก้องเสียง, ดร. | มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนทร ชัยปายาง | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี |
| 14. รองศาสตราจารย์ ดร.บุลย์จิรา ชิวเวทย์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยวดี มากพา | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโร |
| 16. อาจารย์ ดร.ปรีลักษณ์ กลิ่นช้าง | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จอมขวัญ สุทธินนท์ | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรสิริ เกษมสินธุ์ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชราภรณ์ กิจพูนผล | มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี |
| 20. อาจารย์ ดร.ณัฐพัชร เตชะรุ่งไพศาล | มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กำพล แสงบุญสถิต | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |

หลักเกณฑ์การส่งบทความเพื่อตีพิมพ์

วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม

1. ขอบเขตวารสาร

วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นวารสารวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่การศึกษาค้นคว้าและวิจัย ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม และเพื่อเป็นสื่อกลาง ในการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ และนักศึกษาในระดับ บัณฑิตศึกษาทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

เนื้อหาของบทความต้องเกี่ยวข้องกับด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในด้านปรัชญาและศาสนา ภาษา ภาษาศาสตร์ และวรรณกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี อาณาบริเวณศึกษา และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเปิดรับบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. ประเภทบทความที่ตีพิมพ์

ประเภทบทความที่รับพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ในวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม มีรายละเอียดดังนี้

2.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นผลงานที่ได้จากการค้นคว้าและวิจัย ด้วยตนเอง ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ การทบทวนวรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย สรุปและอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

2.2 บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นผลงานที่ได้จากการทบทวน วรรณกรรมทางวิชาการ มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้ใหม่ ในเชิงวิชาการและเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย บทนำ การทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (เนื้อหาต้องชี้ถึงประเด็นของสิ่งที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน) บทวิจารณ์ หรือสรุป และเอกสารอ้างอิง

3. หลักเกณฑ์การรับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์

3.1 บทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม จะต้องอยู่ในรูปแบบของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ

3.2 บทความต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน รวมถึงไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น

3.3 รูปแบบการพิมพ์บทความเป็น File Word

3.4 ระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่วารสารกำหนด

3.5 บทความต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียนทุกคน

3.6 บทความต้องไม่ได้คัดลอกผลงานผู้อื่น (plagiarism) หรือไม่ซ้ำซ้อน

3.7 กองบรรณาธิการจะเริ่มนับวันรับบทความ เมื่อได้รับเอกสารบทความประกอบการพิจารณาตีพิมพ์ครบถ้วนและรูปแบบบทความถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่วารสารกำหนด

4. หลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพบทความ

4.1 ประเภทบทความที่รับพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ในวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1) บทความวิจัย (Research Article) 2) บทความวิชาการ (Academic Article)

4.2 บทความทุกบทความที่จะได้รับการตีพิมพ์จะต้องได้รับการพิจารณากลับกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความ อย่างน้อย 2 ท่าน โดยผู้ประเมินจะไม่ทราบว่าผู้นิพนธ์บทความเป็นผู้ใดเช่นเดียวกับผู้นิพนธ์บทความไม่ทราบว่าผู้ประเมินเป็นผู้ใด (Double-blind Peer Review)

4.3 กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ พร้อมขอพิจารณาในการแก้ไข (ถ้ามี) ภายในระยะเวลาประมาณ 4-8 สัปดาห์

4.4 บทความที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จะได้รับการพิจารณาความถูกต้องตามหลักวิชาการในขั้นตอนสุดท้ายจากกองบรรณาธิการ

4.5 ผู้นิพนธ์จะได้รับหนังสือตอบรับการตีพิมพ์บทความในวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม เมื่อการตัดสินใจถูกต้องตามหลักวิชาการจากกองบรรณาธิการเป็นที่สิ้นสุด

5. อัตราค่าดำเนินการจัดพิมพ์บทความ

อัตราค่าดำเนินการจัดพิมพ์บทความให้เป็นตามประกาศคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ฉบับที่ 63/2560) เรื่อง กำหนดอัตราค่าดำเนินการจัดพิมพ์บทความในวารสารของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้กำหนดอัตราค่าดำเนินการจัดพิมพ์ในวารสารของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้รับการอนุมัติตีพิมพ์ ไว้ดังนี้

1. ผู้เขียนชื่อแรกที่เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น ให้กำหนดอัตราค่าดำเนินการจัดพิมพ์ บทความละ 2,000 บาท
2. ผู้เขียนชื่อแรกที่เป็นคณาจารย์และบุคลากรภายในคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ไม่มีการจัดเก็บค่าดำเนินการ

6. การละเมิดลิขสิทธิ์

ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารภาษา ศาสนา และ วัฒนธรรม และ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

7. กำหนดออกวารสาร

วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม กำหนดออกวารสารปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน) ดังนี้

- ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน ของทุกปี
- ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม ของทุกปี

8. การส่งต้นฉบับ

ผู้นิพนธ์สามารถส่งบทความผ่านระบบการจัดการวารสารออนไลน์ Thai Journals Online (ThaiJO) ได้ที่เว็บไซต์ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/gshskku> โดยสามารถส่งบทความได้ตลอดทั้งปี

9. การเตรียมต้นฉบับ

9.1 เนื้อหาของบทความต้องเกี่ยวข้องกับด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในด้านปรัชญาและศาสนา ภาษา ภาษาศาสตร์ และวรรณกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี อาณาบริเวณศึกษา และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

9.2 เป็นบทความภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ในกรณีเป็นบทความภาษาอังกฤษ ต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องด้านภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญก่อนส่งกองบรรณาธิการ

9.3 ต้นฉบับบทความต้องมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า กระดาษ A4

9.4 บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 200 คำ และคำสำคัญ (Keywords) ไม่เกิน 5 คำ

9.5 การตั้งค่าน้ำกระดาษ

1) ขนาดกระดาษ A4

2) ระยะบรรทัด 1 เท่า (Single space)

3) ระยะขอบกระดาษบนล่าง 2 ซม. และซ้ายขวา 2.5 ซม.

9.6 รูปแบบตัวอักษรใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังนี้

ส่วนประกอบบทความ	ลักษณะตัวอักษร	รูปแบบการพิมพ์	ขนาดตัวอักษร (อังกฤษ-ไทย)
ชื่อบทความ	เน้น (ตัวหนา)	กลางหน้ากระดาษ	18
ชื่อผู้แต่ง	ปกติ	กลางหน้ากระดาษ	14
สังกัด หน่วยงาน	ปกติ	กลางหน้ากระดาษ	12
บทคัดย่อ/ Abstract	เน้น (ตัวหนา)	กลางหน้ากระดาษ	18
คำสำคัญ/ Keywords	เน้น (ตัวหนา)	ชิดซ้าย	16
หัวข้อแบ่งตอน	เน้น (ตัวหนา)	ชิดซ้าย	18
หัวข้อย่อย	เน้น (ตัวหนา)	ใส่หมายเลข	16
เนื้อหาบทความ	ปกติ	-	16
ข้อความในตาราง	ปกติ	-	16
เอกสารอ้างอิง	เน้น (ตัวหนา)	ชิดซ้าย	18

9.7 ชื่อผู้เขียน (Authors) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1) ชื่อผู้เขียนทุกคน (ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุลโดยไม่ต้องมีคำนำหน้าชื่อตำแหน่งทางวิชาการ)

2) หน่วยงานที่สังกัด (สาขาวิชา ภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย/หน่วยงานที่สังกัด)

9.8 หากเป็นงานแปลหรือเรียบเรียงจากภาษาต่างประเทศ ต้องมีหลักฐานการอนุญาตให้ตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์

9.9 บทความที่ไม่ผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบ

9.10 ส่วนเนื้อหา (Body of the Context) ประกอบด้วย

1) บทความวิจัย (Research Article) ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ การทบทวนวรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย สรุปและอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

2) บทความวิชาการ (Academic Article) ประกอบด้วย บทนำ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (เนื้อหาต้องชี้ถึงประเด็นของสิ่งที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน) บทวิจารณ์ หรือสรุป และเอกสารอ้างอิง

10. รูปแบบเอกสารอ้างอิง (References)

ให้ใช้ตามแบบที่กำหนด คือ

10.1 การอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา (Citing References in Text)

1) (ผู้แต่ง, ปีพิมพ์, เลขหน้า) การอ้างอิงแบบนี้จะเขียนไว้ท้ายข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น (รัตนา จันทรเทาว์, 2562, น. 67-69)

ในกรณีไม่ปรากฏเลขหน้าให้ใส่เพียงชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์
(รัตนา จันทรเทาว์, 2562)

2) ผู้แต่ง (ปีพิมพ์, เลขหน้า) ในกรณีที่ระบุชื่อผู้แต่งไว้ในเนื้อหาแล้วไม่ต้องระบุไว้ใน วงเล็บอีกครั้งหนึ่ง เช่น

รัตนา จันทรเทาว์ (2562, น. 67) ได้กล่าวถึง

ในกรณีไม่ปรากฏเลขหน้าให้ใส่เพียงชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์

รัตนา จันทรเทาว์ (2562) ได้กล่าวถึง

10.2 การอ้างอิงท้ายบทความ

ใช้แบบ APA (American Psychological Association) และเรียงตามลำดับตัวอักษร โดยบทความภาษาไทยใช้คำว่า “เอกสารอ้างอิง” บทความภาษาอังกฤษใช้คำว่า “References”

- ถ้าบทความที่อ้างอิงถึงเป็นฉบับดั้งเดิมที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ ให้ใช้ชื่อเรื่องของบทความฉบับดั้งเดิม และให้กำกับด้วยชื่อเรื่องที่แปลเป็นภาษาอังกฤษไว้ในวงเล็บเหลี่ยม
- ถ้าบทความที่อ้างอิงถึงเป็นฉบับที่แปลเป็นภาษาอังกฤษ ให้ใช้ชื่อเรื่องของบทความฉบับภาษาอังกฤษ โดยไม่ต้องใส่ไว้ในวงเล็บเหลี่ยม

การอ้างอิงจากบทความในวารสาร (Journal Articles)

- รูปแบบ (Format)
 - Author. (date). Romanized Title [translated Title]. *Journal*, Vol.(No), page.
- ตัวอย่าง (Example)
 - Hua, L.F. (1999). Qingdai yilai Sanxia diqu shuihan zaihai de chubu yanjiu [A preliminary study of floods and droughts in the Three Gorges region since the Qing dynasty]. *Zhongguo shehui kexue*, 1, 168-79.
 - สุทัศน์ ยกส้าน. (2553). ประวัติความสำคัญของเกลือต่อมนุษย์. *สารคดี*, 26(303), 129-132.
 - มาริสา กาญจนะ, และเรื่องเดช ศรีวรรธนะ. (2548). การประเมินค่าประโยชน์ด้านการลดมลภาวะทางกลิ่นของโรงควบคุมคุณภาพน้ำชองนนทรี. *วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 12(1), 1-11.
 - จารึก หนูเนียม, วิยะดา คงเพชร, และโรนา รัตนาพฤกษ์ขจร. (2548). การใช้กระบวนการกลุ่มในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้ป่วยเบาหวาน ศูนย์สุขภาพชุมชน เครือข่ายโรงพยาบาลมหาราชนครศรีธรรมราช. *วารสารสุขศึกษา*, 28(101), 60-68.
 - พระธรรมวโรดม (บุญมา คุณสมปนโน). (2550). ระเบียบปฏิบัติของชาวพุทธ ระเบียบปฏิบัติในชีวิตประจำวัน. *สารสำนักพุทธ*, 2(4), 61-79.

การอ้างอิงจากหนังสือ (Books)

◦ รูปแบบ (Format)

◦ Author. (Year). *Romanized Title* [Translated Title]. Place: Publisher

◦ ตัวอย่าง (Example)

◦ Hao, C. (1998). *Tang houqi wudai Songchu Dunhuang sengni de shehui shenghuo* [The social existence of monks and nuns in Dunhuang during the late Tang, Five Dynasties and early Song]. Beijing: Zhongguo shehui kexue chubanshe.

◦ เปรมใจ อารีจิตรานุสรณ์. (2548). *ตำราชีวกเคมี* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ขอนแก่น: ภาควิชาชีวกเคมี มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

◦ ตำราพระราชานุญาต, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยา. (2555). *ประชุมพระนิพนธ์สรรพความรู้*. กรุงเทพฯ: ศยาม.

◦ สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช (เจริญ สุวฑฺฒโน). (2556). *ญาณสังวรเทศนา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.

การอ้างอิงจากบทในหนังสือ (Book Chapters)

◦ รูปแบบ (Format)

- Author. (Year). Romanized Title of chapter [Translated Title of chapter].
In Editor (Ed.), *Romanized Title of book* [Translated Title of book] (Page). Place: Publisher.

◦ ตัวอย่าง (Example)

- Yoshimi, S. (2012). Mōhitotsu no media to shite no hakurankai: Genshiryoku Heiwa Riyōhaku no juyō [Expo as another media: reception of Atoms for Peace]. In Yoshimi S. & Tsuchiya Y. (Eds.), *Senryō suru me senryō suru koe : CIE/USIS eia to VOA rajio* [Occupying Eyes, Occupying Voices: CIE/USIS Films and VOA Radio in Asia during the Cold War] (pp. 291–315). Tokyo: TokyoDaigaku Shuppan.

◦ หนังสือแปล

- ฮอว์คิง, เอส ดับบลิว. (2552). *ประวัติย่อของกาลเวลา ฉบับภาพประกอบ* [The illustrated: A brief history of time] (พิมพ์ครั้งที่ 17) (ปิยนุตร บุรีคำ และอรรถกฤต นัตรภูมิ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: มติชน.
- ออร์เรลล์, ดี. (2556). *หัวใจเศรษฐศาสตร์* [Introducing economics] (ณัฐฐาภรณ์ เสียมจรัสกุล, ผู้แปล). นครปฐม: มุลนิธิเด็ก.

การอ้างอิงจากวิทยานิพนธ์ (Thesis/Dissertation)

◦ รูปแบบ (Format)

- Author. (Year). *Romanized Title of dissertation* [Translated Title of dissertation] (master's/phd thesis). Name of Institution, Place

◦ ตัวอย่าง (Example)

- Sirinoot Teanrunroj. (2005). *The Development of an innovative integrated approach to ICT–Mediated Learning in Science*. (Doctoral dissertation). Srinakharinwirot University, Bangkok.
- McNiell, D. S. (2006). *Meaning through narrative: A personal narrative discussing growing up with an alcoholic mother* (Master's thesis). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 1434728)
- Adams, R. J. (1973). *Building a foundation for evaluation of instruction in higher Education and continuing education* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://www.ohiolink.edu/etd/>
- อุกกฤษฎ์ ทรงชัยสงวน. (2543). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการ โครงการพัฒนาสถานีตำรวจเพื่อประชาชนของ สถานีตำรวจภูธรอำเภอ (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทฉบับที่ 101) ไม้ได้ตีพิมพ์*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- กฤษณาธาร จันทะโก. (2556). *การส่งเสริมและการอนุรักษ์ดนตรีไทย และนาฏศิลป์ไทย: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 101) ไม้ได้ตีพิมพ์*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.

การอ้างอิงจากเว็บไซต์ (Websites)

◦ รูปแบบ (Format)

- Romanized Author Author's in original language. (Year, Month date).
Romanized Title [Translated Title]. Retrieved from URL.

◦ ตัวอย่าง (Example)

- State Council 国务院. (2006, March 15). *Quanmian zhengque lijie shehuizhuyi xinnongcun jianshe* [Fully and correctly understand the building of a new socialist countryside]. Retrieved from http://www.gov.cn/node_11140/2006-03/15/content_227640.htm.

การอ้างอิงจากการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการ (Conference papers/proceedings)

◦ รูปแบบ (Format)

- Author. (Year). Romanized Title of paper [Translated Title of paper].
In Editor (Ed.), *Romanized Title of conference* [Translated Title of conference] (Pages). Place: publisher.

◦ ตัวอย่าง (Example)

- Du, W. (2007). Dunhuang yishu yongzhi gaikuang ji qianxi [An analysis and description of the use of paper in Duanhuang manuscripts]. In Lin S. & A. Morrison (Eds.), *Rongshe yu chuangxin: guoji Dunhuang xiangmu diliuci huiyi lunwenji* [Tradition and innovation: Proceedings of the 6th International Dunhuang Project conservation conference] (pp. 67-84). Beijing: Beijing tushuguan chubanshe.

บทสัมภาษณ์

นงนารล ชัยรัตน์. (2553, 10 กรกฎาคม). ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดกลาง [บทสัมภาษณ์].
Smith, M. B. (1989, August 12). Interview by C. A. Kiesler [Tape recording].
President's Oral History Project, American Psychological Association.
APA Archives, Washington, DC.
Sparkman, C. F. (1973). *An oral history with Dr. Colley F. Sparkman/*
Interviewer: Orley B.Caudill. Mississippi Oral History Program (Vol.
289), University of Southern Mississippi, Hattiesburg.

ตัวอย่างการอ้างอิงจาก: มาตรฐานและหลักเกณฑ์การ ลงรายการอ้างอิงสำหรับ
Foreign Language โดย สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สืบค้น <https://bit.ly/2Ov8FuW> และ การอ้างอิงและการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง ตามแบบ APA
ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 6 สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

11. การเขียนอ้างอิง ตาราง และรูปภาพ

1) ตาราง องค์ประกอบพื้นฐานของตารางที่นำมาประกอบในเนื้อหาของงาน
ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ (1) เลขที่ของตาราง (2) ชื่อตาราง (อยู่ส่วนบนของตาราง)
(3) ตัวตาราง และ (4) หมายเหตุท้ายตาราง

ข้อกำหนดในการเขียนระบุงค์ประกอบต่าง ๆ ในตาราง

(1) เลขที่ของตาราง (table number) กำหนดใช้ตัวเลขอารบิกตามหลังคำว่า
“Table” หรือ “ตารางที่” เช่น Table 5.1 หรือ ตารางที่ 5.1

(2) ชื่อตาราง (table title) ชื่อตารางปรากฏอยู่ที่ส่วนบนของตาราง ทำชื่อตาราง
เป็น ตัวเอน ชื่อตาราง ควรสั้น กระชับ ชัดเจน ชื่อในภาษาอังกฤษ ใช้ตัวนำตัวตามทุกคำ
ยกเว้น คำบุพบท คำ เชื่อม

(3) ตัวตาราง (table body) ระบุเนื้อหาเป็นข้อความและ/หรือตัวเลขในตาราง
ในรูปของ คอลัมน์และแถว มีหัวตารางและข้อความหรือตัวเลขภายใต้หัวข้อ

(4) ข้อความหมายเหตุท้ายตาราง (table note) ส่วนหมายเหตุท้ายตาราง มีลักษณะคล้าย เซิงอรรถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภาพรวมในตาราง ข้อมูลเฉพาะคอลัมน์ เฉพาะแถว เฉพาะตำแหน่งในตาราง และข้อมูลระบุค่า p values และค่าผลลัพธ์การทดสอบ ค่าสมมติฐานทางสถิติ

2) รูปภาพ (Figures) รูปภาพที่ใช้ประกอบในงานเขียน โดยทั่วไป มี 5 ประเภท คือ กราฟ (Graphs) แผนผัง/แผนภูมิ (Charts) แผนที่ (Maps) ภาพวาด (Drawings) และภาพถ่าย (Photographs) ข้อมูลการ อ้างอิงรูปภาพประเภทต่าง ๆ จะปรากฏ อยู่ด้านล่างของภาพ เริ่มจาก ภาพที่ 1 ของบท ใช้หมายเลขของบทเป็น เลขนำ ตามด้วย เครื่องหมายมหัพภาค (.) และเลขลำดับที่ของภาพ เช่น ภาพที่ 4.1 หรือ Figure 4.1 หมายถึง ภาพที่ 1 ของบทที่ 4 การเตรียมภาพ ภาพต้องชัดเจน ตัวอักษรพิมพ์ด้วยแบบธรรมดา ใช้ขนาดเดียวตลอดภาพ กำหนดสัดส่วนให้เหมาะสม

ชื่อเรื่องภาษาไทย (ขนาด 18 ตัวหนา)

ชื่อผู้แต่ง¹, ชื่อผู้แต่ง², ชื่อผู้แต่ง³ (ขนาด 14)

^{1,2,3} สาขาวิชา..... คณะ..... (ขนาด 12)

^{1,2,3} มหาวิทยาลัย (ขนาด 12)

บทคัดย่อ

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาไทย.....

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาไทย.....

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาไทย.....

.....

คำสำคัญ ; คำสำคัญ1, คำสำคัญ2, คำสำคัญ3

English Title (Font size 18 bold)

Author¹, Author², Author³ (Font size 14)

^{1,2,3} Program, Faculty of (Font size 12)

^{1,2,3} University (Font size 12)

Abstract

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....

เนื้อหาบทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....

Keywords ; Keywords1, Keywords2, Keywords3

***หมายเหตุ: ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทคัดย่อ และ Abstract ต้องแยกกันคนละหน้า

ส่วนเนื้อหา (Body of the Context)

เนื้อหาบทความ.....

เนื้อหาบทความ.....

เนื้อหาบทความ.....

เอกสารอ้างอิง (References, Bibliography)

การอ้างอิงทำบทความ ใช้แบบ APA (American Psychological Association)
และเรียงตามลำดับตัวอักษร

ใบสมัครขอส่งบทความลงตีพิมพ์ วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม

เรียน บรรณาธิการวารสารภาษา ศาสนา และ วัฒนธรรม

ข้าพเจ้า / นาย / นาง / นางสาว / อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ชื่อ-สกุล.....

ตำแหน่ง / ศาสตราจารย์ / รองศาสตราจารย์ / ผู้ช่วยศาสตราจารย์ / อาจารย์

/ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท/ปริญญาเอก) หลักสูตร.....

สาขา.....มหาวิทยาลัย.....

อื่น ๆ ระบุ.....

สถานที่ทำงาน

.....

ที่อยู่.....

โทรศัพท์ที่ทำงาน.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร.....E-mail.....

มีความประสงค์ขอส่งบทความ เรื่อง :

ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ).....

บรรณาธิการสามารถติดต่อข้าพเจ้าได้ที่ / สถานที่ทำงานที่ระบุข้างต้น / ที่อยู่ดังต่อไปนี้

.....

โทรศัพท์ที่ทำงาน.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร.....E-mail.....

กรณีที่ไม่สามารถติดต่อข้าพเจ้าได้ บรรณาธิการสามารถติดต่อบุคคลดังต่อไปนี้

ชื่อ-สกุล.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-mail.....

มีความเกี่ยวข้องเป็น.....

ข้าพเจ้า ขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อนและไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารฉบับอื่น

ลงชื่อ.....เจ้าของบทความ

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้ายินยอมให้นำผลงานวิจัย/บทความนี้ลงพิมพ์วารสารภาษา ศาสนา และ วัฒนธรรม โดยมีชื่อข้าพเจ้าเป็นผู้ร่วมวิจัย

ลงชื่อ.....ผู้ยินยอม

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....





ใบสมัครสมาชิก

สมาชิกใหม่

ต่ออายุ

“วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม”

ชื่อ - สกุล.....

ที่อยู่.....

รหัสไปรษณีย์.....หมายเลขสมาชิก.....

ตั้งแต่ฉบับที่.....ปีที่.....ถึงฉบับที่.....ปีที่.....รวม.....

พร้อมนี้ได้ส่งเงินจำนวน..... บาท มาทาง

ธนาณัติสั่งจ่าย ป.ท.มช.

เช็คไปรษณีย์

เงินสด

อัตราค่าบำรุง

ปีละ 200 บาท

ลงชื่อผู้สมัคร.....

(.....)





พิมพ์ที่ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น 123 ถ.มิตรภาพ อ.เมืองขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40002
โทรศัพท์ 0-4320-2100 มือถือ 09-9465-5115 ภายใน 44770

E-mail: kkuprinting@hotmail.com Website: <http://home.kku.ac.th/printingkku/>