

THE LIBERAL ARTS JOURNAL, MAHIDOL UNIVERSITY



Vol.6 No.1
January – June 2023
ISSN: 2630-0915 (online)

Table of Contents

	Page
About the Journal	i
Editorial	v
Book Review	vii
The Characteristics of Thainess reflected in Thai Cockfighting Chomnard Setisarn and Saroj Jiarakongman	1
The Chinese translation of Thai brand names and the selection of Chinese characters to represent product features Jiraporn Netsombutphol	41
The Composition Structure of the Phra Mongkol Wisetkatha Sermons in the Reign of King Rama V: A Study of Background and Art of Composition in the Royal Ceremony Sermons Wasawat Sabaiwan and Sumalee Limprasert	104
Kho:wid Kathā: Language Strategies for Persuasion in the Discourse of Buddhist Sermons on the Situation of the Communicable Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Wiriawis Mongkolyos and Wipada Rattanadilok Na Phuket	151
The promotion of Creative Tourism in a Secondary City by Connecting Small Local Communities to the Main Local Community Through Digital Media in Samut Songkhram Province Nitinan Srisuwan, Phonkanok Sringam, and Jenjira B. P. Sungneon	190
The Restoration Process of Pha Lau Weaving Culture of Ban Wang Arb Chang Community Enterprise Group, Chiang Khan District, Loei Province Thairoj Phoungmanee, Marisa Phiomtan De Bels Charuwan Rakmanee and Kotchasi Charoensuk	223

About the Journal

The Liberal Arts Journal, a publication of the Faculty of Liberal Arts, Mahidol University, was first published in 2018. Two semi-annual issues are scheduled for January - June and July-December each year.

The Liberal Arts Journal publishes articles in Thai, English, and also other languages. The editor welcomes submissions of previously unpublished manuscripts in four categories: academic, research, review articles, and book reviews. Submitted manuscripts will be screened through double-blind review and read by at least three readers from relevant academic disciplines.

Submitted manuscripts must not currently be reviewed for other journals. Complete versions of articles appearing in conference proceedings may be considered, provided that the author(s) has extended the original contents by 60% at the least. In this case, an explicit acknowledgment of the first publishing is required in the extended manuscript.

Scope of the Liberal Arts Journal, Mahidol University

Covers Liberal Arts content, including Linguistics, Humanities, Social Sciences, and Education

Faculty of Liberal Arts is launching the Liberal Arts Journal as a forum for the publication of research and academic endeavors by Mahidol staff and its reader members. Academicians, researchers, and students are now invited to submit manuscripts. Any further inquiry can be directed to mulajournal@gmail.com

The Liberal Arts Journal

Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

Editor in Chief

Assistant Professor Dr. Aphilak Kasempholkoon Mahidol University

Editor (No. 1: 2023)

Dr. Khemruthai Boonwan Mahidol University

Editorial Boards

Professor Dr. Pathom Hongsuwan Mahasarakham University

Associate Professor Dr. Natthanai Prasannam Kasetsart University

Associate Professor Dr. Premvit Vivattanaseth University of Phayao

Associate Professor Dr. Piyatida Changpueng King Mongkut's
University of Technology
North Bangkok

Associate Professor Dr. Natha Angsuwiriya Prince of Songkla
University

Associate Professor Dr. Thaneerat Jatuthasri Chulalongkorn University

Associate Professor Dr. Pollavat Praphattong Mae Fah Luang University

Associate Professor Dr. Pisit Kobbun Ubun Ratchathani
University

Associate Professor Dr. Phatchalin Jeennoon Thaksin University

Associate Professor Dr. Wasin Panyarwuttakul Naresuan University

The Liberal Arts Journal

Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

Associate Professor Dr. Suwichai Kosaiyawat	Burapha University
Associate Professor Dr. Supong Tangkiengsirisin	Thammasat University
Associate Professor Buaphan Suphanyot	University of the Thai Chamber of Commerce
Assistant Professor Dr. Keerati Dhanachai	Maharakham University
Assistant Professor Dr. Catthaleeya Aung	Naresuan University
Assistant Professor Dr. Chirasiri Kasemsin Vivekmetakorn	Sukhothai Thammathirat Open University
Assistant Professor Dr. Prapaipan Phingchim	Chulalongkorn University
Assistant Professor Dr. Warisara Anantato	Srinakharinwirot University
Assistant Professor Dr. Saharot Kittimahacharoen	Ramkhamhaeng University
Assistant Professor Dr. Rungpat Roengpitya	Mahidol University
Assistant Professor Dr. Suthathip Thirakunkovit	Mahidol University
Assistant Professor Dr. Sasa Watanapokakul	Mahidol University
Assistant Professor Dr. Natthakarn Naknuan	Mahidol University
Dr. Jirathorn Chartsiri	Khon Kaen University
Dr. Preeyarat Chaowalit	Thaksin University

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

Dr. Kornsiri Boonyaparakob

Mahidol University

Dr. Benjamaporn Rungsang

Mahidol University

Journal Manager

Prapasri Dumsa-ard

Mahidol University

Nutthida Dachmit

Mahidol University

Ratchaneekorn Nantikanjana

Mahidol University

Web Administrator

Panida Nootawee

Mahidol University

Graphic Designer

Sutipong Tapaonthong

Mahidol University

Schedule of Journal

Issue 1 January – June

Issue 2 July – December

Contact us

The Editorial Board

The Liberal Arts Journal

Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhon Pathom 73170

Tel. (66) 2-441-4401 ext. 1201

E-mail: mulajournal@gmail.com

URL: <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/lajournal>

บทบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์

วารสารศิลปศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จัดทำขึ้นเป็นปีที่ 6 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน 2566 โดยมีบทความที่ผ่านการพิจารณาจำนวน 6 เรื่อง ที่ผ่านการคัดสรร โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันต่าง ๆ จำนวน 3 ท่านต่อเรื่อง บทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นบทความที่มีเนื้อหาหลากหลาย อยู่ในขอบเขตทางวิชาการของวารสารฯ ทั้งยังเป็นประโยชน์ในเชิงทฤษฎีเพื่อให้นักวิชาการ นักวิจัยนำไปพัฒนาความรู้ ต่อยอดการวิจัย หรือสร้างองค์ความรู้ใหม่อื่นๆ วารสารฉบับนี้ร่วมบทวิจารณ์หนังสือโคลงกลิตสุภาพที่น่าสนใจอีกด้วย

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้เขียนบทความที่สนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์กับทางวารสารฯ และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาอ่าน ประเมินบทความ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ และที่สำคัญขอขอบคุณคณะทำงาน ที่ปรึกษาทุกท่านที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินการจัดทำวารสารศิลปศาสตร์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วง

ทั้งนี้ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารศิลปศาสตร์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการสำหรับผู้อ่านทุกท่าน หากท่านใดสนใจประสงค์ส่งบทความเพื่อเผยแพร่ กองบรรณาธิการยินดีรับบทความ และนำไปสู่กระบวนการพิจารณากลับกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอก และหากท่านมีข้อเสนอแนะประการใด กองบรรณาธิการยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อจะนำไปปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพวารสารศิลปศาสตร์ให้มีมาตรฐานดียิ่งขึ้นต่อไป

อาจารย์ ดร.เชมฤทัย บุญวรรณ

บรรณาธิการประจำฉบับ

Editorial

This issue of the Liberal Arts Journal, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University, marks the fifth year of this journal: Volume 6 Number 1 (January – June 2023).

In this issue, six articles with diverse contents in social sciences, languages, and education were vigorously reviewed by three reviewers who are experts in the fields. Together with the six academic and research articles, this issue also includes a review of the latest Thai grammar book from the view of linguistics and typology.

The contribution of all authors is greatly appreciated. We also feel so grateful for the dedication of all reviewers who have provided valuable comments and suggestions to the authors. Last but not least, the success of getting this issue published in a timely manner was from all kinds of assistance from our working staff and consultants.

Our editorial board will consistently run this journal with the hope to make a great contribution to national and international academia. We welcome interested individuals who wish to have their manuscripts published and/or who wish to give us any comments or suggestions.

Dr. Khemruthai Boonwan

Editor

BOOK REVIEW

Cognitive Linguistics: A Complete Guide.

Rungpat Roengpitya
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

Title Name: Cognitive Linguistics: A Complete Guide.

Author: Evans, Vyvyan

Edition: 2nd edition

Publication Date: 2019

Publisher: Edinburgh University Press (GB)

Pages: 858

ISBN: 9781474405225

Cognitive linguistics is a contemporary field in linguistics, targeted at (cognitive) linguists, researchers, advanced university students, and educated individuals. This book, “*Cognitive Linguistics. A Complete Guide*” by Vyvyan Evans (2019), was developed from the previous book, titled “*Cognitive Linguistics: An Introduction*” by Vyvyan Evans and Melany Green (2006). This current book gives readers a thorough overview of cognitive linguistics, not only in the theoretical key commitments: the Generalisation Commitment and the Cognitive Commitment, but also in the links of cognitive linguistics to other theoretical fields such as semantics and grammar, as well as in the applications and extensions of cognitive linguistics to other areas of studies e.g., language and society, discourse, literature, and gesture and sign language.

This current book (Evans, 2019) has 858 pages and is divided into five major parts (Parts 1-5). Each major part has its own chapters. Each chapter begins with its vigorous contents, illustrated by explicit and interesting examples, figures, and tables, and ends with a chapter summary, recommended reading materials, and discussion questions. Altogether, there are a total of 30 chapters in this book.

In detail, **Part 1 The cognitive linguistics enterprise** covers background knowledge of cognitive linguistics in seven chapters: **Chapter 1** What do cognitive linguists study?; **Chapter 2** Key commitments and research methods; **Chapter 3** Foundations of experience I: space; **Chapter 4** Foundations of experience II: time; **Chapter 5** Language in use I: knowledge of language; **Chapter 6** Language in use II: language change, and acquisition; and **Chapter 7** Key topics in language science: formal versus cognitive linguistics.

In **Part 2 Conceptual Structure**, there are six chapters (Chapters 8-13): **Chapter 8** What is a cognitive linguistics approach to conceptual structure?; **Chapter 9** Image schemas and the origin of concepts; **Chapter 10** Cognitive semantics; **Chapter 11** Categorisation and idealized cognitive models; **Chapter 12** Conceptual metaphor theory; and **Chapter 13** Primary metaphors and conceptual metonymy.

Part 3 Semantic Structure includes another seven chapters (Chapters 14-20): **Chapter 14** What is a cognitive linguistics approach to semantic structure?; **Chapter 15** The encyclopaedic approach to semantic structure I: overview; **Chapter 16** The encyclopaedic approach to semantic structure II: two theories; **Chapter 17** Network approaches to semantic structure; **Chapter 18** Access semantics and meaning construction; **Chapter 19** Mental spaces and discourse meaning; and **Chapter 20** Conceptual blending and semantic creativity.

In **Part 4 Grammar**, its seven chapters (Chapters 21-27) are, as follows: **Chapter 21** What is cognitive approach to grammar?; **Chapter 22** Cognitive Grammar I: lexical classes; **Chapter 23** Cognitive Grammar II: constructions; **Chapter 24** Cognitive Grammar III: the verb string; **Chapter 25** Construction Grammar I: accounting for irregularity in grammar; **Chapter 26** Construction

Grammar II: accounting for generalisations in grammar; and *Chapter 27* The evolution of grammar.

The final part, **Part 5 Applications and Extensions of Cognitive Linguistics**, leads readers to the end of the book with the last three chapters (Chapters 28-30): *Chapter 28* Language, society and discourse; *Chapter 29* Text, narrative and literature; and *Chapter 30* Gesture and sign language.

As cognitive linguistics has been of great interest for linguists, researchers, advanced students, and individuals, this book will definitely benefit readers so as to advance their cognitive linguistics knowledge and research in the future.

Reference

- Evans, V. (2019). Cognitive linguistics: A complete guide, (2nd ed.). Edinburgh University Press.
- Evans, V., & Green, M. (2006). Cognitive linguistics: An introduction. Edinburgh University Press.

Author

Assistant Professor Dr. Rungpat Roengpitya

Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

Email: rungpat@gmail.com, rungpat.roe@mahidol.edu

The Characteristics of Thainess reflected in Thai Cockfighting

Chomnard Setisarn¹ and Saroj Jiarakongman²

*Faculty of Arts, Chulalongkorn University¹ and The Indigenous
Chicken Conservation and Development Association²*

Received: September 2, 2022

Revised: January 31, 2023

Accepted: February 7, 2023

Abstract

The aim of this study is to investigate the overall perception of cockfighting in Thai society and the characteristics of Thainess as reflected in Thai cockfighting and fighting cocks using a qualitative research approach. The main informants consisted of 8 cockfighters residing in the Thai provinces of Chonburi and Nakhon Ratchasima. The data were collected through semi-structured interviews and integrated with secondary data such as information about fighting cocks in each region of Thailand, rules for different types of cockfighting. It was found that Thai cockfighting has evolved from play in the form of a sport with clear rules and both professional and amateur matches. Thai cockfighting also provides a reflection of the wisdom of the people in each Thai region as seen in the development of different breeds of fighting cocks. The characteristics of Thainess that have been clearly found are: 1) ‘being *nakleng*’ (gangsterness)—having a character that prioritises integrity, big-heartedness, venturesomeness, dignity, a lack of stinginess;; 2) ‘cockfight wagering as *play*’ that is based on fun and enjoyment, but also exhibits greater compulsive tendencies than other types of play in general because of the expected benefits involved; and 3) ‘folk wisdom and beliefs’ as reflected in chicken naming, chicken rearing, and development of cockfighting equipment, as well as beliefs resulting from combined beliefs in ghosts and Buddhism.

Keywords

cockfighting, fighting cocks, Thainess, gangsterness, play, folk wisdom and belief

ลักษณะความเป็นไทยที่สะท้อนในการชนไก่ของชาวไทย¹

ชมนาด คีตีสาร¹ และ สาโรจน์ เจียรคงมั่น²

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย¹

และ สมาคมอนุรักษ์และพัฒนาไก่พื้นเมืองไทย²

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับภาพรวมของการชนไก่ในสังคมไทย และลักษณะความเป็นไทยที่สะท้อนในการชนไก่และไก่ชนของไทย โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือนักชนไก่ในจังหวัดชลบุรีและนครราชสีมาจำนวนรวม 8 คน ข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและมีการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับไก่ชนในแต่ละภูมิภาคของไทย กติกาการชนไก่ประเภทต่าง ๆ ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า การชนไก่ของไทยมีการพัฒนารูปแบบจากการละเล่นเป็นเกมที่มีกติกาชัดเจนคือมีทั้งแบบอาชีพและแบบสมัครเล่น และมีการสะท้อนภูมิปัญญาของผู้คนในแต่ละภูมิภาคเห็นได้จากการพัฒนาไก่ชนสายพันธุ์ต่าง ๆ ส่วนลักษณะความเป็นไทยที่พบเห็นได้ชัดเจนคือ 1. “ความเป็นนกเลง” ที่ให้ความสำคัญต่อความซื่อสัตย์ ใจใหญ่ กล้าได้กล้าเสีย มีศักดิ์ศรี ไม่ตระหนี่ 2. “การพนันไก่ชนในฐานะ ‘การเล่น’” ที่มีพื้นฐานอยู่บนความสนุกสนาน เพลิดเพลิน แต่ก็มีความลุ่มหลงมากกว่า

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยพหุสัมพันธ์คนกับไก่ (HCMR: Human-Chicken Multi-Relationships Research Project) ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2555-2560) โครงการวิจัย HCMR เป็นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในเจ้าชายอาภิชโนโณมัยะ ภูมิธิตะ แห่งประเทศญี่ปุ่น ภายใต้พระราชูปถัมภ์ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

การเล่นทั่วไปเพราะมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง และ 3. “ภูมิปัญญาชาวบ้านและความเชื่อ” ที่เห็นได้จากการตั้งชื่อ การเลี้ยงดู การพัฒนาอุปกรณ์การแข่งขัน ตลอดจนความเชื่อที่ผสมผสานทั้งความเชื่อเรื่องผีและความเชื่อแบบพุทธศาสนา

คำสำคัญ

การชนไก่, ไก่ชน, ความเป็นไทย, ความเป็นนักรเลง, การเล่น, ภูมิปัญญาชาวบ้าน และความเชื่อ

บทนำ

การชนไก่เป็นการละเล่นที่พบได้ในแทบทุกประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งในพม่า มาเลเซีย กัมพูชา และไทย การชนไก่ในอินโดนีเซียโดยเฉพาะในบาหลีเป็นที่รู้จักกันดี เนื่องจากผู้คนที่นั่นมองว่าการชนไก่ไม่ได้เป็นเพียงเกมการละเล่น แต่เป็นสัญลักษณ์ของการต่อสู้ระหว่างกลุ่มชน และเป็นการเน้นย้ำความแตกต่างระหว่างคนกับสัตว์ การชนไก่ในบาหลีจึงเป็นสิ่งที่รุนแรง มีการเสริมเขาเลียงผาหรือเขาปูราอาบายาพิชที่เดือย ทำให้มีไก่ตายในการแข่งขัน แต่ชาวบาหลีก็ไม่ได้สะเทือนใจต่อความตายของไก่ชนของตนมากไปกว่าที่ต้องรู้จักอภัย เสียหน้า โกรธแค้นที่เป็นฝ่ายพ่ายแพ้ (Geertz, 1994, pp. 102-105)

ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังมีตัวอย่างของการให้ความสำคัญของการชนไก่ในเชิงสัญลักษณ์อีก เช่น การที่ชาวฟิลิปปินส์มองว่าการชนไก่เป็นการแสดงออกของผู้ชาย สนามชนไก่เป็นสถานที่ที่จะทำให้ผู้ชายมารวมตัวกัน และชายชาวฟิลิปปินส์กระหายที่จะได้ชนไก่ เพราะเมื่อชนะก็จะได้กลับบ้านพร้อมกับความร่ำรวย (Guggenheim, 1994, p. 168) นอกจากนี้ การที่ไก่ถูกนำไปเป็นสัญลักษณ์เชื่อมโยงกับผู้ชายยังพบได้ในการชนไก่บนเกาะมาร์การิตาของเวเนซุเอลา กรณีดังกล่าวส่งผลให้นักวิจัยเข้าถึงข้อมูลได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากการชนไก่เป็นเกมกีฬาที่สงวนไว้เฉพาะผู้ชายเท่านั้น (Cook, 1994, p. 234)

ถึงแม้งานวิจัยตลอดจนหนังสือเกี่ยวกับการชนไก่และไก่ชนของไทยมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่งานวิจัยส่วนมากมุ่งศึกษาไก่ชนในด้านสายพันธุ์ ตลอดจนมิติทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะในฐานะเป็นธุรกิจการพนัน ซึ่งมักนำไปสู่ความเห็นที่ขัดแย้งกันระหว่างกลุ่มคนที่ไม่สนับสนุนการชนไก่เพราะเป็นเรื่องไร้ศีลธรรม เป็นการทารุณสัตว์และมอมเมาผู้เล่นพนัน กับกลุ่มคนที่สนับสนุน

การชนไก่ด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นสันถนาการที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน ช่วยให้ผู้เล่นเพลิดเพลิน ตลอดจนสร้างอาชีพและรายได้แก่ผู้เลี้ยงไก่ชน ทั้งยังมีหนังสือประเภทลักษณะของ “ไก่เก่ง” ตลอดจนคู่มือการรักษาดูแลไก่ชน ประเภทต่าง ๆ ซึ่งอาจไม่ใช่งานวิชาการแต่ก็เป็นการศึกษาผ่านประสบการณ์ที่มีการตีพิมพ์ออกมามาก งานวิจัยที่ศึกษาไก่ชนในมิติทางวัฒนธรรมยังมีค่อนข้างน้อย มีการกล่าวถึงไก่ชนในมิติทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจหลายตัวอย่างในรายงานวิจัยชื่อ “วิถีชีวิต ไก่ชนสู่การพนันชนไก่” อาทิ การกล่าวถึงความหมายของการชนไก่ในเชิงวัฒนธรรมโดยมองผ่านสำนวนไทย เช่น “ชนกินตัว” ซึ่งหมายถึงการชนไก่ที่ไม่เน้นการพนันแต่เป็นการละเล่นในหมู่เพื่อนฝูงที่นำไปมาชนกันและจะนำไปตีไก่กับแขกบ้านแขกเมือง หรือการชนไก่เพื่อระดมทุนไปเลี้ยง “ผี” ซึ่งดลบันดาลความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในเขตลุ่มน้ำภาคเหนือ การชนไก่แก้บนในจังหวัดสุพรรณบุรีเมื่อสิ่งที่ได้บนบานไว้กับอนุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวร อนุสรณ์สถานดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์สมหวัง (Kunjara Na Ayuttaya, 2012, pp. 13-15) อย่างไรก็ตาม กรณีที่ยกมาเหล่านี้นี้ยังเป็นเพียงการแนะนำตัวอย่างพิธีกรรมหรือธรรมเนียมปฏิบัติ ยังไม่มีการเชื่อมโยงการชนไก่เข้ากับสังคมไทยและชาวไทยในเชิงสัญลักษณ์ ดังเช่นงานวิจัยที่ได้กล่าวไปในตอนต้น หรือกล่าวอีกอย่างได้ว่า งานวิจัยเพื่ออธิบาย “ความเป็นไทย” ยังมีค่อนข้างน้อย บทความนี้จึงต้องการนำเสนอแง่มุมต่าง ๆ ของการชนไก่โดยนำไปเชื่อมโยงกับลักษณะความเป็นไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาพรวมของการชนไก่ในสังคมไทยปัจจุบันทั้งรูปแบบการแข่งขันและความเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบการแข่งขันในแต่ละภูมิภาคกับสายพันธุ์ของไก่ชน
2. เพื่อศึกษาลักษณะนิสัยของชาวไทยที่สะท้อนในการชนไก่

ทบทวนวรรณกรรม

ชาวไทยรู้จักและคุ้นเคยกับการชนไก่มานาน มีหลักฐานลายลักษณ์ที่บันทึกเรื่องราวการชนไก่ของไทยปรากฏอยู่ในจดหมายเหตุ ลา ลูแบร์ ผู้ได้เข้ามาในราชอาณาจักรสยาม เมื่อ ค.ศ.1687 ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ส่วนในหลักฐานทางวรรณคดีไทย ปรากฏการกล่าวถึงการละเล่นชนไก่ไว้ในนิทานเรื่องพระรถเมรี และวรรณคดีเรื่องอิเหนา รวมทั้งตำนานการชนไก่ระหว่างไก่ของสมเด็จพระนเรศวร ฯ กับไก่ของพระมหาอุปราชแห่งกรุงหงสาวดี ข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความนิยมในการชนไก่ของชาวไทยที่มีมาแต่โบราณอันนำไปสู่การวิจัยการชนไก่ในมิติทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ อาทิ วิทยานิพนธ์เรื่อง “คน ไก่ชน และการชนไก่ กระบวนการกลายเป็นสินค้าในบริบทสังคมไทย” ของขวัญหทัย เจริญไมตรีมิตร ซึ่งพยายามอธิบายถึงกระบวนการกลายเป็นสินค้าของการชนไก่ว่าเป็นกระบวนการของการสร้างคุณค่าผ่านการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม (เช่น การคัดเลือกสายพันธุ์ การเลี้ยง การซ้อม การชน) และประสบการณ์การเลี้ยงไก่ชนในสังคมไทยนำมาสร้าง “ภาพ” ใหม่ ๆ ให้แก่การชนไก่ในฐานะสินค้าเพื่อทำให้สังคมยอมรับว่าไก่ชนเป็นสัตว์เศรษฐกิจและเป็นการละเล่นพื้นบ้านที่สมควรอนุรักษ์และพัฒนา (Charoenmaitrimit, 2000, p. 1)

รายงานวิจัย “การชนไก่ : การพนัน สังคมและวัฒนธรรมในวงการไก่ชน” ของรัตน์ะ บัวสนธ์และคณะ เป็นการเก็บข้อมูลจากบ่อนไก่ชนในจังหวัดพิษณุโลกเพื่อศึกษาในประเด็นการพนันและการบริหารจัดการในบ่อนไก่ชน ตลอดจนสภาพสังคมและวัฒนธรรมในวงการไก่ชน รายงานนี้ทำให้เห็นวิถีชีวิตของนักพนันและคนทำบ่อนไก่ชนว่าต้องสนใจและมีความรู้ในเรื่องใดบ้าง ได้รู้ถึงภาษาที่ใช้ในการชนไก่ ความเชื่อและภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงไก่และการชนไก่ (Buosont, et al., 2004, pp. 152-155) ส่วนวิทยานิพนธ์ “ไก่ชนกับวิถีชีวิตไทย : ศึกษากรณีอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น” ของธเนศร์ บุญตาแสง เป็นการศึกษาภาพรวมของการเลี้ยงไก่ชน สภาพเศรษฐกิจ ตลอดจนสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงไก่ชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น และได้ข้อสรุปว่าการเลี้ยงไก่ชนนั้นต้องอาศัยภูมิปัญญาที่สั่งสมมาเป็นเวลายาวนาน อย่างไรก็ตามการเลี้ยงไก่ชนมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี อีกทั้งวัตถุประสงค์ในการเลี้ยงไก่ชนก็เปลี่ยนจากการสันทนาการในหมู่ชาวบ้านไปเป็นการแข่งขันที่หวังผลแพ้ชนะมากขึ้น (Buntasaeng, 2005, pp. 194-195) วิทยานิพนธ์ “การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในการเลี้ยงไก่ชนเชิงพาณิชย์ จังหวัดมุกดาหาร” ของเฉลียว มงคลเกตุ ชี้ให้เห็นว่า การนำภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นเก่า เช่น การคัดเลือกพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์ การดูแลลักษณะไก่ตามตำราไก่ชนที่เรียกว่า “อุดมทัศน์” มาผสมผสานกับความรู้สมัยใหม่ เช่น การสุขุขภิบาลที่ดี การใช้วัคซีนและยาปฏิชีวนะ จะทำให้ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงไก่ชนในเชิงพาณิชย์และสอดคล้องกับความต้องการของการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Mongkolket, 2010, pp. 288-292) “รายงานภาพรวมวิถีชีวิตไก่ชนสู่การพนันไก่ชน” ที่แมนวาด ญูชรรณ อยุธยาเป็นบรรณาธิการ

มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการพนันชนไก่ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ภาคเหนือตอนล่าง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง และมีบทสรุปที่ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของบ่อนพนันไก่ชนที่แม้มีกฎหมายควบคุมก็มีช่องโหว่ให้เจ้าหน้าที่รัฐเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ หรือให้การเมืองใช้อิทธิพลเข้าแทรกแซงเนื่องจากมีผลประโยชน์ทับซ้อนในฐานะผู้ออกนโยบายว่าด้วยการพนันแต่ตัวเองมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพนัน ขณะที่เจ้าของบ่อนพนันไก่ใช้สายสัมพันธ์กับอำนาจเป็นเครื่องมือในการประกอบธุรกิจ การจะแก้ปัญหาการพนันไก่ชนในสังคมไทยควรเริ่มจากการยอมรับว่าการพนันไก่ชนนั้นทำกันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นแทนที่จะห้ามปรามก็ควรสนับสนุนให้มีการบริหารจัดการให้เป็นระบบและมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ถูกต้องเพื่อให้วิถีไก่ชนอยู่คู่กับท้องถิ่นไทยได้อย่างเหมาะสม (Kunjara Na Ayuttaya, 2012, pp. 83-91)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยเหล่านี้แม้จะให้ภาพที่ละเอียดและชัดเจนของการชนไก่ การเลี้ยงไก่ชน ตลอดจนสังคมและวัฒนธรรมของผู้เกี่ยวข้องกับการชนไก่ หากแต่ในส่วนของการอธิบายความหมายของการชนไก่ในสังคมไทย ความเชื่อมโยงกับลักษณะความเป็นไทยยังพบไม่มากนัก ผู้วิจัยจึงต้องการนำข้อมูลจากการลงพื้นที่มาอภิปรายในประเด็นนี้ต่อไป

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) มีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลการวิจัย ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย นักชนไก่ 8 คน เป็นชาย 7 คน หญิง 1 คน ในจำนวนนี้เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการชนไก่ในจังหวัดชลบุรี 6 คน และนักชนไก่ในจังหวัดนครราชสีมาที่นำไก่มาชนที่สนามกีฬาชนไก่มหาสารคามจำนวน 2 คน นอกจากทุกคนจะมีประสบการณ์ในการนำไก่ไปชนแล้ว แต่ละคนยังมีความเกี่ยวข้องในแง่มุมอื่นด้วย ได้แก่ เป็นผู้เพาะไก่ขาย (1คน) เป็น “มือน้ำ”² (1คน) และเป็นกรรมการการชนไก่ (1 คน) การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลใช้วิธีในลักษณะการบอกต่อแบบลูกโซ่ (snow ball technique) จากประชากรในพื้นที่วิจัย

2. เครื่องมือในการวิจัย บทความนี้เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม (field survey) ในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2556 ถึงเดือนมิถุนายน 2558 โดยเน้นประเด็นเกี่ยวกับประเพณีของไก่ชนที่เลี้ยงวิธีเลี้ยง ความเชื่อ และการสร้างรายได้จากไก่ชน นอกจากนี้ ยังได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิประกอบ การสำรวจภาคสนามมีการใช้เครื่องมือ คือ การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แนวคำถามปลายเปิดและการสัมภาษณ์เจาะลึก ทั้งนี้ ประเด็นคำถามสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์

² มือน้ำ เป็นศัพท์เฉพาะในวงการไก่ชน หมายถึง ผู้ทำหน้าที่ให้น้ำไก่เวลาชนกัน ผู้จะทำหน้าที่มือน้ำได้ต้องมีประสบการณ์สูงและเชี่ยวชาญในการดูแลไก่ชน เพราะนอกจากจะให้น้ำเพื่อให้ไก่หายเหนื่อยและร่างกายไม่ร้อนจนเกินไปแล้ว ยังต้องรู้วิธีทำแผลให้ไก่เมื่อไก่บาดเจ็บด้วย ในความหมายนี้จึงกล่าวได้ว่า มือน้ำเปรียบเสมือนพี่เลี้ยงไก่ชนเวลาชนกันในสนามชนไก่

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม การเก็บข้อมูลได้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์วิจัยและพัฒนาพันธุ์ไก่พื้นเมือง (ฟาร์มบ้านบึง) ในการแนะนำผู้ให้ข้อมูลการวิจัยบางส่วน มีการนัดหมายเพื่อสนทนา การสนทนามีขึ้นที่สนามชนไก่ศูนย์วิชาการและสาธิตพันธุ์ไก่พื้นเมือง หรือสนามชนไก่ศูนย์วิชาการ (อำเภอเกาะจันทร์) บ้านพักของผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นสถานที่เพาะเลี้ยงไก่ ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลเพื่อบันทึกเสียงด้วยเครื่องบันทึกเสียงประกอบการจดบันทึกทุกครั้งและได้รับความยินยอม จากนั้นได้สรุปประเด็นการสนทนาโดยยึดการจดบันทึกเป็นหลัก

ขอบเขตการวิจัย

พื้นที่หลักในการเก็บข้อมูลภาคสนามของบทความนี้ได้แก่ จังหวัดชลบุรีซึ่งเป็นเมืองท่าสำคัญในภาคตะวันออกของไทยมาแต่โบราณ จังหวัดชลบุรีมีชุมชนโบราณเมืองพระรถตั้งอยู่ในอำเภอพุนสมิคม เมืองพระรถแห่งนี้สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นเมืองในยุคทวารวดีจนถึงสมัยลพบุรี เป็นเมืองที่เชื่อกันว่า มีความสัมพันธ์กับเรื่องพระรถเสนางเมรีในนิทานพื้นบ้านเรื่อง นางสิบสอง ซึ่งกล่าวถึงมเหสี 12 องค์ของพระราชาองค์หนึ่งที่ถูกนางยักษ์กลืนกลืน ทำให้ถูกนำไปขังไว้ในถ้ำ พระรถเสนผู้เป็นลูกชายของหนึ่งในมเหสี 12 องค์ออกไปชนไก่หาเลี้ยงมารดา และในที่สุดก็ใช้ความสามารถในการชนไก่นั้นทำให้แม่และปากกลับไปใช้ชีวิตในวังตามเดิมได้ มีสถานที่หลายแห่งในอำเภอพุนสมิคมและอำเภอเกาะจันทร์ในจังหวัดชลบุรีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนางสิบสอง เช่น ถ้ำนางสิบสอง หมอนนางสิบสอง ศาลพระรถและสระน้ำพระรถ

ในส่วนที่เกี่ยวกับการชนไถ่นั้น อำเภอพวนสนิมเป็นแหล่งไถมีชื่อที่เรียกกันว่า ไถพระรุด อีกทั้งยังมีไถดั้งเดิมของอำเภอพวนสนิมที่เรียกว่า “ไถพวนสา” ซึ่งเป็นไถรอยใหญ่ เจิงชนไม้แพรวพราวแต่ดูตัน เครื่องร่อนเข้าใจสู้และแพ้ยาก (Macklong, 2006, p. 21) การชนไถในอำเภอพวนสนิมและอำเภอกะจันท์นิยมมี 2 แบบ คือ แบบอาชีพหรือทางยาว ซึ่งมีสนามชนไถที่สำคัญ เช่น สนามชนไถหนองตำลึง (อำเภอพวนสนิม) สนามกีฬาชนไถเมืองพระรุด (อำเภอพวนสนิม) ส่วนแบบสมัครเล่นนั้นจัดที่สนามชนไถศูนย์วิชาการ (อำเภอกะจันท์) นอกจากนี้ ในจังหวัดชลบุรียังมีสนามชนไถที่สำคัญ เช่น สนามชนไถเรือสหพัฒน์ (อำเภอศรีราชา) ซึ่งเป็นการชนไถแบบอาชีพเช่นกัน ทั้งหมดนี้เป็นสนามชนไถที่ถูกกฎหมายซึ่งมีจำนวนน้อยตรงข้ามกับสนามชนไถที่ไม่ถูกกฎหมายที่เรียกกันว่า “บ่อนป่า” ที่กระจายอยู่ในทุกพื้นที่ บ่อนป่ายังมีบทบาทในฐานะเป็นสถานที่ฝึกซ้อมไถก่อนนำไปแข่งในสนามใหญ่ จึงเป็นแหล่งที่ผู้มองหาไถชนแววดีไปพัฒนาต่อยอดนิยมไปดูแลและการซื้อขายไถรองไถในราคาที่ย่อมเยากว่าการซื้อผ่านคนกลางหรือในสนามขนาดใหญ่ที่ถูกกฎหมาย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้เก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เล่นชนไถที่สนามกีฬาชนไถมหาลาภด้วย สนามชนไถดังกล่าวตั้งอยู่ที่อำเภอบางช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นสนามขนาดใหญ่แบบอาชีพที่มีชื่อเสียง เปิดวันเสาร์วันเสาร์ ในแต่ละสัปดาห์จะมีไถมาชนเฉลี่ยประมาณ 30 คู่ เป็นที่รู้จักในฐานะสนามที่การเดิมพันสูงโดยเฉพาะคู่เอก ที่อาจเป็นหลักแสนถึงหลักล้านเป็นสนามอีกหนึ่งแห่งที่นักเล่นไถชนทั้งในภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมนำไถไปชน

ผลการวิจัย

1. การชนไก่ในสังคมไทยปัจจุบัน

การชนไก่ในสังคมไทยมีหลายรูปแบบ หากมองในแง่ของประเภท การแข่งขันก็สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ แบบอาชีพ (ทางยาว) และแบบสมัครเล่น (Boxing)

การแข่งแบบอาชีพเป็นการแข่งเฉพาะในวันเสาร์และอาทิตย์และหยุดทุกวันพระหรือวันนักขัตฤกษ์ หรือไม่เช่นนั้นก็ต้องมีการกำหนดวันไว้ อย่างชัดเจน มีการแบ่งเป็นยกซึ่งเรียกว่า “อัน”³ การเปรียบไก่หาคู่แข่งดูจาก น้ำหนักและความสูง แต่ก็เป็นไปตามความพึงพอใจของเจ้าของไก่ทั้งสองฝ่าย ด้วย เมื่อเปรียบได้แล้วจะนำไก่ลงสนาม การแข่งขันทำได้ไม่เกิน 12 อัน สุดแล้วแต่จะตกลงกัน อันละประมาณ 20 นาทีและพักอีกประมาณ 20 นาที กติกาการแข่งขันโดยทั่วไปคือ เมื่อไก่วิ่งหนี 3 ครั้งหรือไม่ลุกขึ้นสู้ให้ถือว่าแพ้ นอกจากนี้ หากไก่บาดเจ็บมากเจ้าของก็สามารถบอกยอมแพ้ได้

ในการแข่งแบบอาชีพของไทยในภาคกลาง ภาคตะวันออก และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะต้องใช้พลาสติกเทปพันปิดเดือของไก่เอาไว้ เพื่อไม่ให้เดือโผล่ออกมาแทงคู่ต่อสู้ แต่ผลที่ตามมาคือการตัดสินใจแพ้ชนะ จะใช้เวลานาน คือ 8-12 อัน เพราะไก่จะไม่บอบช้ำจนถึงตายหรือแข่งต่อไป ไม่ได้ ส่วนไก่ชนที่ไม่พันเดือนั้น ได้แก่ ไก่ชนในภาคเหนือและภาคใต้ ลักษณะเด่นของไก่ชนที่ไม่พันเดือจะคล้ายกันตรงที่ไก่ที่ใช้เป็นไก่ขนาดเล็ก

³ ชื่อเรียกระยะเวลาชนไก่ ในอดีตอุปกรณ์จับเวลาใช้กะลามะพร้าวเจาะรูนำมาวางไว้ในโหลเพื่อให้น้ำไหลเข้าจนเต็มกะลา เมื่อเต็มแล้วกะลาจะจม เรียกว่า อันจม ถือเป็นหนึ่งยก ใช้เวลาประมาณ 20-25 นาที

ตีไว ตีแมน สาดแข้งไว เพราะถูกฝึกมาให้ใช้เดือยจูโจมคู่ต่อสู้ การต่อสู้จึงมักใช้เวลาสั้น เนื่องจากเดือยที่แหลมคมทำให้คู่ต่อสู้เกิดบาดเจ็บอย่างสาหัสจนสู้ต่อไปไม่ได้หรือตายไป

การชนไก่แบบสมัครเล่นเป็นการชนไก่ที่ได้รับการพัฒนาติกาและรูปแบบโดยสมาคมอนุรักษ์และพัฒนาไก่พื้นเมืองไทยเพื่อให้มีความเป็นกีฬาสากลมากขึ้น สามารถแข่งได้สัปดาห์ละ 1-2 วันตามแต่เจ้าของสนามจะตกลงกับเจ้าพนักงาน ส่วนใหญ่แล้วเป็นวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ การเปรียบไก่ทำโดยใช้น้ำหนักและความสูงเป็นเกณฑ์ เพื่อไม่ให้ไก่บอบช้ำมากจะมีการสวมนวมที่เดือยไก่ การแข่งขันเพียง 5 ยก ยกละ 15 นาที พัก 3 นาที และจะไม่มีการไขหัว ถ่างตา⁴ และเย็บแผลระหว่างพักยก รวมถึงห้ามใช้น้ำมันหม่อง สารเคมีและยาใดบอย่างเด็ดขาด ส่วนการตัดสินแพ้ชนะมี 3 รูปแบบ คือ

1. เทคนิคน็อกเอาต์ (Technical Knockout: TKO) ถ้าไก่ตัวใดถูกตีร้องหรือวิ่งหนีหลังไม่สู้ 3 ครั้ง นอนหรือหมอบให้ลุกขึ้นสู้ไม่สู้ ให้ถือว่าไก่ตัวนั้นแพ้เทคนิคน็อกเอาต์

2. อาร์เอสซี (Referee Stopped Contest: RSC) ถ้าไก่ตัวใดโดนตีจนปากหลุด หรือตาบอด หรือมีบาดแผล ในดุลยพินิจของกรรมการเห็นว่าไม่ควรแข่งขันต่อไป กรรมการจะยุติการแข่งขัน ให้ถือว่าไก่ตัวนั้นแพ้อาร์เอสซี

3. คะแนน (Score) ถ้าแข่งขันกันครบ 3 ยกแล้วยังไม่รู้ผลแพ้ชนะในยกที่ 4 และ 5 จะมีกรรมการ 3 คน เป็นผู้ตัดสินด้วยการกดคะแนน ซึ่งถ้า

⁴ วิธีทำแผลเมื่อไก่ชนบาดเจ็บขณะแข่งขัน การไขหัวทำเมื่อหัวไก่เกิดการฟองลมหรือมีเลือดคั่ง ผู้ไขหัวจะใช้อุปกรณ์คือเข็ม มีดและด้ายเพื่อเปิดหัวไก่และรีดเอาเลือดที่คั่งจากการบาดเจ็บออกจากหัวไก่ ส่วนการถ่างตาทำเมื่อไก่โดนตีจนตาปิด จะมีการใช้เข็มและด้ายสอยเพื่อเปิดหนังเปลือกตา ทำให้ไก่กลับมามองเห็นได้ชัดจะได้ไม่เสียเปรียบ

ไก่ตัวโตที่ถูกคู่แข่งขันชัดเจน 1 ครั้ง กรรมการ 2 ใน 3 คนเห็นแล้วกดให้คะแนนพร้อมกัน ไก่ตัวนั้นจะได้ 1 คะแนนแสดงขึ้นที่สกอร์บอร์ด เมื่อแข่งขันครบ 5 ยก ผลรวมคะแนนตัวใดมากกว่าจะเป็นผู้ชนะ

หากมองในด้านสายพันธุ์ ไก่ชนภาคเหนือเป็นไก่พื้นเมืองที่มีขนาดเล็ก มีส่วนคล้ายกับไก่พม่าทั้งในเรื่องรูปร่างและน้ำหนัก ลักษณะที่โดดเด่นของไก่พม่า คือ ตัวเล็ก คล่องแคล่ว ตีไม่หยุด ตีแม่น นักเล่นไก่ชนจึงหันมาให้ความสนใจ รวมถึงมีการนำมาผสมกับไก่เหนือ จนยากที่จะแยกไก่ชนในภาคเหนือที่เป็นไก่พื้นเมืองของไทยออกจากไก่พม่า อีกทั้งในระยะหลังมายังมีการนำสายพันธุ์จากภาคกลางเข้าไปผสม ทำให้ไก่ชนของภาคเหนือมีรูปร่างที่ใหญ่ขึ้น แต่มีเชิงชนคล่องแคล่วเช่นเดิม ส่วนไก่ชนในภาคใต้มีกำเนิดจากไก่ป่าโดยตรง จึงตัวเล็ก มีนิสัยดุร้าย ปราดเปรียว มีเชิงชนที่หลากหลาย ได้รับการพัฒนาให้มีเชิงชนในรูปแบบใช้เดียวเป็นหลัก (Maeklong, 2006, pp. 22-25) อย่างไรก็ตาม ไก่ชนในภาคใต้ในปัจจุบันก็ได้รับการพัฒนาให้มีขนาดใหญ่ขึ้น อีกทั้งยังมีความพยายามที่จะนำไก่ชนภาคกลางไปผสมพันธุ์กับไก่ชนภาคใต้เพื่อให้เป็นไก่ที่ตีลำตัวเป็นหลักด้วย

ไก่ชนในภาคเหนือนิยมเล่นกันในห้องถ้ำ ไม่ค่อยมีการนำไปตีกันข้ามถิ่น ขณะที่ไก่ชนในภาคใต้มีการชนแบบเสรีในพื้นที่ย่อยๆ ในทุกจังหวัด ตั้งแต่ชุมพรขึ้นไป ไก่ชนทั้งในภาคเหนือและภาคใต้มีความเป็นไก่ที่เลี้ยงเฉพาะในพื้นที่สืบเนื่องจากสไตร์การแข่งขัน โดยเฉพาะในภาคใต้ซึ่งมีการแข่งขันแบบปล่อยเดียวอันได้รับอิทธิพลมาจากไก่ชนของชาวมลายู ทำให้ไก่ที่นำไปชนในแต่ละครั้งมีความเสี่ยงสูงที่จะตายไป ผู้เลี้ยงจึงต้องคัดเลือกจากสายพันธุ์อย่างเคร่งครัด และให้ไก่หนุ่มที่ยังไม่เคยลงแข่งแต่แสดงหน่วยก้านที่ดีในการซ้อมผสมพันธุ์ แล้วจึงนำไปชน หรือไม่เช่นนั้นก็นำไก่ที่ชนะผ่านสังเวียนมาอย่างไม่บอบช้ำมาเป็นพ่อพันธุ์ก่อนนำไปแข่ง

การผสมพันธุ์จึงทำได้ในช่วงเวลาจำกัด ทำให้ชาวใต้ไม่นิยมซื้อขายไก่เหมือนภาคกลาง

เมื่อมองในภาพรวม การชนไก่ในสังคมไทยทุกภูมิภาคแสดงให้เห็นภูมิปัญญาผู้เล่น เพราะมีการพัฒนาไก่ชนหลายสายพันธุ์ ทั้งยังมีการพัฒนาจากกิจกรรมยามว่างไปสู่การเป็นกีฬาที่มีกติกาชัดเจน (Sujachaya, 2017, p. 17) แต่หากพิจารณาในแง่เอกลักษณ์ของท้องถิ่น จะเห็นได้ว่า การชนไก่แบบเสริมเตื่อยในภาคใต้และการปล่อยเตื่อยในภาคเหนือมีความเฉพาะตัวค่อนข้างสูง และอาจมีประวัติความเป็นมาที่ไม่เชื่อมโยงกับภาพรวมของไก่ชนของชาวไทยนัก

ในส่วนของพื้นที่จังหวัดชลบุรีและจังหวัดนครราชสีมาที่ได้เก็บข้อมูลนั้นมีการแข่งขันไก่ทั้งแบบอาชีพหรือแบบทางยาวและแบบสมัครเล่นในการชนแบบอาชีพเป็นไปตามลักษณะการชนแบบดั้งเดิม คือ มีการเปรี๊ยไก่เพื่อหาคู่ชนให้ไก่ การชนไก่เป็นแบบพักยก ยกละ 25 นาที ส่วนจำนวนยกนั้นขึ้นอยู่กับกติกาตกลงกันระหว่างเจ้าของไก่ แต่ส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 5-6 ยกขึ้นไปและไม่เกิน 12 ยก การแพ้ชนะกันเป็นไปตามกติกาในการแข่งแบบอาชีพของไทยในภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จะต้องใช้พลาสติกหรือเทปพันปิดเตื่อยของไก่เอาไว้ เพื่อไม่ให้เตื่อยโผล่ออกมาแทงคู่ต่อสู้ นอกจากนี้ จังหวัดชลบุรียังเป็นที่ตั้งของสนามชนไก่ศูนย์วิชาการซึ่งใช้ชนไก่ในแบบสมัครเล่นที่มีกติกาตั้งได้กล่าวไปแล้ว มีการสมมนวมให้ไก่เพื่อไม่ให้ไก่บาดเจ็บและดูเป็นกีฬามากขึ้น แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการพัฒนาการชนไก่ให้เป็นสิ่งที่ผู้ไม่เห็นด้วยกับการทารุณไก่สามารถยอมรับได้

2. ลักษณะนิสัยของชาวไทยที่สะท้อนในการชนไก่: จากกรณีศึกษานักเล่นชนไก่ในจังหวัดชลบุรีและนครราชสีมา

เพื่อทำความเข้าใจว่าลักษณะนิสัยของชาวไทยนั้นสะท้อนในการชนไก่ในแง่มุมใดบ้าง ในที่นี้จึงขอสรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการอภิปรายต่อไป

กรณีศึกษา 1: คุณ M และคุณ D สามีมักรยานักตีไก่

คุณ M และคุณ D เป็นสามีมักรยานักตีไก่ทั้งคู่ คุณ D นับว่าเป็นหนึ่งในผู้หญิงจำนวนน้อยที่เข้าออกสนามชนไก่ ทั้งคู่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี คุณ M เล่นชนไก่มาก่อนคือตั้งแต่ พ.ศ.2528 ขณะที่คุณ D มาเริ่มเล่นอย่างจริงจังใน พ.ศ.2541 ทั้งคู่เลี้ยงไก่ชนซึ่งเป็นไก่ตัวผู้ไว้ประมาณ 25-30 ตัว อย่างไรก็ตาม หากรวมไก่ตัวเมียและลูกไก่ด้วย ทั้งสองคนจะมีไก่ในครอบครองนับร้อยตัว แต่การเลี้ยงไก่จำนวนขนาดนี้ไม่ใช่เรื่องยาก เพราะสามีมักรยานักตีไก่ได้มีพื้นที่นาของตัวเองซึ่งมีอยู่ 10 ไร่ จึงมีข้าวเปลือกพอที่จะเอาไว้เลี้ยงไก่ได้ อย่างไรก็ตาม ในการเลี้ยงไก่ก็ยังมีต้นทุนอื่น ๆ เช่น ยาบำรุง อาหารเสริม จึงยังมีค่าใช้จ่ายรวมทั้งสิ้นเดือนละประมาณ 2,000 กว่าบาท

เมื่อพูดถึงราคาของไก่ชนที่เลี้ยงไว้ คุณ M บอกว่า ไก่ของเขานั้นถ้าอายุ 7-10 เดือนขึ้นไป ก็ตกตัวละ 5,000-10,000 บาท แต่บรรดาไก่ชนที่เลี้ยงไว้นั้น เขาไม่ได้เน้นการเลี้ยงไว้เพื่อขายทำกำไร แต่หากในเดือนไหนสามารถขายไก่ชนที่ “เก่ง” ได้ ก็อาจมีรายได้เข้ามาเดือนละ 10,000-20,000 บาท และนอกจากนี้ยังมีบ้างที่เขาแบ่งลูกไก่ให้เพื่อนเพื่อไปทำสายพันธุ์ในราคาตัวละ 200-300 บาท

คำว่า “เพื่อน” ที่คุณ M ใช้ในส่วนหนึ่งหมายถึงเพื่อนที่สังกัด “ซุ่ม” เดียวกัน “ซุ่ม” เป็นการรวมกลุ่มกันหลวม ๆ ระหว่างคนที่นิยมชมชอบ ไก่ชน มีการนำไก่ที่ตัวเองเลี้ยงไว้มาข้อมตีกัน ช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการเลี้ยงไก่ชนกัน แบ่งไก่ให้กันและกัน และที่สำคัญคือมีการรวมตัวกันไปเพื่อเดินทางไปแข่งด้วยกัน คุณ M และคุณ D เป็นสมาชิกของซุ่มที่ชื่อว่า “หั่วกุกญแจ” ซุ่มนี้มีสมาชิก 4-5 คน มีการเดินทางไปแข่งในสนามใกล้บ้าน เช่น สนามที่บางเลน จังหวัดนครปฐม สนามมหาลาก ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในการไปแข่งซุ่มจะเลือกตัวที่พร้อมบางตัวไปแข่งในฐานะไก่ของซุ่ม หมายความว่า ไก่ยังเป็นสมบัติส่วนตัวของสมาชิกซุ่มที่เลี้ยง แต่จะมีการลงขันเงินเติมพันทัน หากชนะได้เงินเติมพันทันมา ก็จะมีการแบ่งสรรปันส่วนไปตามสัดส่วนที่แต่ละคนได้ข้อมมีเติมพันทันเอาไว้ และในกรณีที่แพ้ต้องช่วยกันจ่ายเงินเติมพันทันเช่นกัน ซุ่มหั่วกุกญแจนั้น ส่วนมากตัวที่เอาไปแข่งจะวางเติมพันทันตัวละประมาณ 20,000-50,000 บาท เมื่อมองจากการเติมพันทันในสนามไก่ชนระดับใหญ่เช่นสนามมหาลากซึ่งคู่เอกอาจมีเติมพันทันเป็นหลักแสนหรือหลักล้าน เงินเติมพันทันจำนวนนี้ก็ไม่ได้นับว่าสูงเลย อีกทั้งคุณ M และพวกไม่พยายามดันราคาเติมพันทันของไก่ในซุ่มให้ขึ้นไปสูงกว่านี้ แต่เลือกจะใช้วิธีส่งไก่ที่มีใบตีให้ได้ทุกตัว ไม่ใช่ทุ่มไปที่ไก่เก่งที่โดดเด่นเพียงตัวเดียวนั้นเพราะคุณ M ถือคติว่า “ได้น้อยดีกว่าไม่ได้” และ “ห้ามโลภ” การไม่ทำอะไรเกินตัวจึงจะเป็นเคล็ดลับในการทำให้เขามีรายได้จากการพนันไก่ชนที่ค่อนข้างสม่ำเสมอ คือมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 16,000-20,000 บาท หรือเคยได้มากที่สุดถึงประมาณ 40,000 -50,000 บาท

ผู้วิจัยขออธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบของการพนันไก่ชนของไทยแต่พอสังเขป รูปแบบการพนันแบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ การ “เล่นใน” และ “เล่นนอก” “การเล่นใน” หมายถึง การพนันไก่ที่มีเติมพันทัน ส่วนใหญ่

ผู้เล่นจะจับกลุ่มกันลงขันในเงินเดิมพันก้อนหนึ่ง จึงเป็นการเล่นแบบ “กลุ่มต่อกลุ่ม” และวางเดิมพันไว้กับนายสนามตั้งแต่เริ่มต้น การ “เล่นนอก” หมายถึงการไปเล่นพนันส่วนตัวกับใครก็ได้ในระหว่างการแข่งขัน ส่วนการเล่นเสมอ เป็นการเล่นแบบหนึ่งในหลายแบบของการเล่นนอก เช่น การเล่นแพ้หรือชนะในยกที่เท่าใด หรือเล่นแบบไม่มีการแพ้ชนะเลย เมื่อชนกันครบยก

รายได้จากการเล่นพนันไม่ได้มาจากเฉพาะการเล่นใน เพราะหากทำเช่นนั้นจะเปรียบเสมือนการลงทุนที่ไม่มีการประกันความเสี่ยง ยกตัวอย่างกรณีของคุณ M ที่เดิมพันด้วยเงินเพียงหลักหมื่น ซ้ำยังต้องแบ่งกับเพื่อน ๆ อีก หากเขาหวังเพียงเงินพนันก้อนนี้ อาจไม่คุ้มและมีความเสี่ยงสูงที่จะเสียเงิน ดังนั้น นักเล่นไก่ชนชาวไทยแทบทุกคนจึงเล่นพนันทุกแบบทั้ง “เล่นใน” “เล่นนอก” และ “เล่นเสมอ” เหตุที่ทำให้เช่นนี้ได้เพราะในสนามชนไก่ของชาวนาไทยนั้น ผู้เล่นคนหนึ่งสามารถที่จะพนันกับใครก็ได้ (รวมถึงพนันไก่ที่เป็นคู่ต่อสู้ของตัวเองก็ได้) โดยไม่จำกัดจำนวน ด้วยราคาเงินและอัตราเดิมพันตามความสมัครใจของแต่ละคนหรืออัตราของแต่ละสนาม อัตราเดิมพันนั้นไม่เหมือนการแข่งขันม้าที่กำหนดไว้ตายตัวตั้งแต่ออกนอกวิ่ง แต่กรณีของไก่ชนถึงแม้จะมีการกำหนดอัตราเดิมพันไว้จากสายพันธุ์ ขนาดและรูปร่าง ฝีมือของเจ้าของ สถิติแพ้ชนะของไก่แต่ละตัว ฯลฯ ตั้งแต่ออกการแข่งขัน แต่เมื่อการแข่งขันเริ่มต้นขึ้น อัตราเดิมพันนั้นเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามจังหวะของการแข่งขัน ไก่ที่เคยถูกมองว่าเป็นไก่ต่อ หากเมื่อเริ่มแข่งแล้วเพลี่ยงพล้ำก็อาจจะกลายมาเป็นไกรรองไปได้ อัตราการเล่นนอกจะบอกให้รู้ว่าในสายตาของผู้พนัน ไก่ชนสองตัวนั้นมีความสามารถเป็นอย่างไร กล่าวคือหากอัตราการแข่งขันแตกต่างกันมาก เช่น 10 : 1 (ไกรรอง : ไก่ต่อ) หมายความว่าไก่ต่อเก่งกว่าไกรรองมาก แต่หากอัตราสูสีกัน เช่น 10 : 9 หรือ 5 : 4

หมายความว่าไก่ทั้งสองตัวเก่งพอ ๆ กัน แต่ส่วนใหญ่แล้ว นักเล่นไก่ชนมักเล่นไก่ไว้ทั้งสองฝั่งด้วยเงินเดิมพันและอัตราที่ต่างกัน ทว่าต้องพยายามปรับตัวเลขให้ท้ายที่สุดแล้ว ไม่ว่าไก่ต่อจะชนะ แพ้ หรือเสมอ ตัวเองก็จะไม่ขาดทุน

ด้วยเหตุนี้ นักเล่นไก่ชนจึงต้องมีการคิดคำนวณตัวเลขในสมองตลอดเวลา และผู้มีประสบการณ์ก็จะพยายามมองหาคู่พนันที่ต่อรองกันลงตัว รวมถึงรู้จักมารยาทในการเล่นพนัน เช่น ไม่พนันด้วยอัตราแปลก ๆ (ให้ข้างรองสูงกว่าข้างต่อ เช่น 8 : 9) หรือพนันด้วยอัตรารองที่สูงมาก (เช่น 100,000 : 1) เพื่อจะถูกไถรอง หรือปล่อยให้คนที่พนันสูงพ่ายแพ้โดยไม่ยื่นมือเข้ามาช่วย (เช่น ช่วยพนันในทิศทางตรงกันข้ามกับผู้ที่กำลังจะแพ้พนันเพื่อคืนเงินส่วนหนึ่งกลับไปบ้าง) หากพนันอย่างมีหลักการและมารยาทเช่นนี้ เมื่อการแข่งขันจบลง และจัดการชำระเงินเดิมพันกับคู่พนันทุกคนเรียบร้อยแล้ว ผู้ที่เล่น “เป็น” และไม่โลภมากก็มักมีเงินติดกระเป๋ากลับบ้านแทบทุกครั้ง

กรณีศึกษาที่ 2: คุณ J นักเล่นและเพาะไ้ชนผู้คร่ำหวอดในวงการ

คุณ J เกิดเมื่อ พ.ศ.2487 เป็นเจ้าของซุ้มของตัวเอง คุณ J คลุกคลีกับไ้ชนมาตั้งแต่อายุ 7-8 ปี แต่มาเริ่มเล่นอย่างจริงจังเมื่อ พ.ศ.2500 เหตุผลที่ชอบเล่นไ้ชนเพราะแต่ก่อนชอบมวย พอเห็นไ้ชนกันเหมือนนักมวยก็เลยชอบ ตอนแรก ๆ ช่วยคนที่นับถือเป็นอาจารย์เลี้ยงไ้ ดูเขาเช็ดตัวทำความสะอาดไ้ อาจารย์จะใช้ให้ไปหาสมุนไพร เช่น ใบมะขาม ใบส้มป่อย มาให้ไ้กิน เพราะจะทำให้ชนเป็นมัน นอกจากนี้ ยังเรียนรู้ว่า หากเอาบระเพ็ด ตะไคร้ หัวไ้พล ฟ้าทะลายโจร กระชาย หล้าแห้วหมู มาตำรวมกันแล้วปั่นเป็นลูกกลอนให้ไ้ชนกินสด ๆ ทุกวันจะช่วยบำรุงเลือด ทำให้ไ้ไม่ร้อนใน

คุณ J เป็นคนมีพรสวรรค์ในการเป็นพีเลี้ยงไ้ ได้ชื่อว่าเป็น “อาจารย์” เสียเองตั้งแต่อายุ 15 ปีเพราะเป็น “มือน้ำ” หรือพีเลี้ยงไ้ที่มีฝีมือ คอยดูแลไ้ในระหว่างการแข่งขันได้เก่งมาก หมายความว่า เมื่อคุณ J “จับ” (ดูแล) ไ้ตัวไหนแล้วไ้จะมีแรง ถ้าไ้บาดเจ็บระหว่างชน เช่น จงอยปากหักหรือหลุด ก็สามารถต่อกลับเข้าไปได้ด้วยการใช้ยาชา เช่น เอาใบพลูมาทาปากไ้ จากนั้นใช้ด้ายมัด ซึ่งปากที่หลุดไปนี้จะสามารถต่อกลับไปได้ นอกจากนี้ หากไ้มีเสลดติดคอ ก็ยังมีการใช้ปากของตัวเองเป่าจุมูกไ้แล้วใช้ชนไ้ยอนคอ อีกทั้งยังมีการไขหัวและถ่างตาไ้ด้วย เทคนิคเหล่านี้เป็น “ฝีมือ” ที่ไม่ว่าทุกคนจะทำได้ดี มือน้ำเป็นหน้าที่ที่สำคัญมาก เพราะเวลานักเล่นไ้ชนจะดูว่าไ้ตัวไหนเก่งหรือไม่เก่ง นอกจากจะดูจากประวัติของซุ้มที่สังกัดยังดูที่มือน้ำด้วย หากไ้ชนมีหน่วยก้านพอกัน บางครั้งการแพ้ชนะก็อยู่ที่ผลงานของมือน้ำว่าจะช่วยให้ไ้พ้นตัวได้เร็วเพียงใด การเป็นมือน้ำที่ดียังต้องมีคุณสมบัติคือเป็นคนมีมงคล เป็นคนดี แต่คุณ J ก็เสริมด้วยว่า พระบางรูปบอกว่าจะไปตีไ้ก็จะมีพรมน้ำมนต์ให้

คุณ ๖ อาศัยประสบการณ์จากการเป็นมือน้ำผันตัวมาเป็นนักเพาะ
ไก่อายุด้วย ปัจจุบันตลาดต้องการไก่ลูกผสม หมายถึง ไก่ที่เกิดจากผสมหลาย
สายพันธุ์ และได้นำเอาข้อดีของแต่ละสายพันธุ์มาไว้ในตัวเดียว ไก่ชน
พื้นเมืองสายพันธุ์ไทยจะมีขนาดกลาง ๆ เวลาตีจะไม่บิน แต่จะใช้วิธีลือคอคุ
ต่อสู้ ในภาพรวมถือว่าเป็นไก่เทคนิคดี แต่ช่วงประมาณ พ.ศ.2540 มีคนเริ่ม
เอาไก่จากพม่าเข้ามา ไก่พม่านั้นมีขนาดเล็กกว่าไก่ไทย แต่บินดี ตีแม่น ว่องไว
เมื่อผสมกับไก่ไทยก็จะได้ลูกครั้งที่ดี นอกจากนี้ ยังมีไก่เวียดนามที่มีโครงสร้าง
ใหญ่กว่าไก่ไทยและไก่พม่า มีความแข็งแรง หนักหนา และตีหนักหน่วง เมื่อมี
หลายสายพันธุ์ที่มีลักษณะเด่นที่แตกต่างกันเช่นนี้ ไก่ในปัจจุบันจึงกลายเป็น
‘ไก่ผสมไปเกือบหมด การผสมข้ามสายพันธุ์เหล่านี้ยังทำให้เกิดแหล่งผลิตไก่ที่
ได้ชื่อชนิดของไก่ตามชื่อจังหวัดหรือเมือง เช่น “ไก่ตราด” อันเป็นไก่เชิงล่าง
หรือไก่ที่ถนัดการตีบริเวณลำตัวด้านล่างของคู่ต่อสู้ “ไก่พนัสนา” อันเป็นไก่ที่
คุณ ๖ ได้พัฒนาขึ้นมา และยังมี “ไก่มินบุรี” “ไก่หนองจอก” เป็นต้น แนวโน้ม
ของการพัฒนาไก่ชนในความคิดของคุณ ๖ คือ ทำให้เป็น “ไก่คุมบน
ชนวงใน” หมายความว่า เป็นไก่ที่พยายามที่จะเอาตัวขึ้นด้านบนของคู่ต่อสู้
แล้วเลือกจิกตี ส่วนชนวงในคือไก่ที่ถูกพัฒนาให้ขาไว ปากไว เข้าถึงตัวคู่ต่อสู้
ได้เร็ว โดยสรุปคือ ในความคิดของคุณ ๖ ไก่เก่งคือไก่ที่ไม่ยอมให้ใครมาตี
เปรียบเหมือนนักมวยที่ไม่ยอมให้อีกฝ่ายชกเอาได้นั่นเอง

คุณ ๖ ยังมีความเชื่อบางอย่างในการตีไก่ เช่นเวลาปล่อยไก่ออกไป
ชนต้องดูทิศด้วย จะต้องไม่ปล่อยไก่ในทิศย้อนแสงตะวัน นอกจากนี้ เขายัง
บูชากระดูกของไก่ที่ชื่อ “ปลิง” อันเป็นไก่ชนตัวที่เขารักมาก เนื่องจากเคย
เป็นไก่ชนที่เก่ง สามารถสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้เขามาก เมื่อมันตายไป
คุณ ๖ ได้เผาและเก็บกระดูกของมันมาใส่ไว้ในโกศ เวลาก่อนออกไปตีไก่จะมา
ไหว้โกศของ “ปลิง” เสมอ

กรณีศึกษาที่ 3: คุณ MK นักเล่นไก่ชนและกรรมการ

คุณ MK รับหน้าที่เป็นกรรมการที่สนามของศูนย์วิชาการและสาธิตไก่พื้นเมือง ที่นอกจากต้องคอยดูแลการแข่งขันให้เป็นไปตามกรอบกติกา ยังต้องจับตาดูผู้เล่นไก่ชน ต้องเป็นกลาง คอยห้ามไม่ให้คนตีกัน บางครั้งอาจต้องโกหกบ้าง แกล้งไม่ตัดสินใจบ้าง เพื่อคนเล่นจะได้ไม่มีเรื่องกัน เหตุผลที่มาเป็นกรรมการเพราะเป็นคนคล่อง ความคิดไว ที่สำคัญคือรู้จักไก่ รู้เชิงและวิธีการแก้ไขสถานการณ์ และเป็นคนยุติธรรม ไม่ชอบความไม่ตรงไปตรงมา ไม่ชอบคนที่เล่นตลกตึงเช่นชวนให้ “ลั้มไก่” หรือการวางยาไก่คู่ต่อสู้ ซึ่งคุณ MK บอกว่า ทำแบบนั้นผีสงเทวดารู้ ต่อไปทำอะไรก็ไม่เจริญ

ในฐานะเป็นคนเล่นไก่ชนด้วย คุณ MK เล่าให้ฟังเกี่ยวกับ “บ่อนป่า” หรือนัยหนึ่งสนามไก่ชนที่ไม่ถูกกฎหมายว่า บ่อนป่านั้นแม้ไม่ถูกกฎหมายแต่ก็เปิดเกือบทุกวันและมีชาวบ้านไปเล่นกันมาก เฉลี่ยแล้วมีชนไก่กันวันละ 15-25 คู่ เหตุที่คนไปบ่อนป่าเพราะคิดว่าเล่นในราคาถูกได้ เนื่องจากคนคิดว่าเล่นสนามศูนย์วิชาการฯ ต้องวางเดิมพันราคาสูงคือ 5,000 - 10,000 บาทซึ่งแพงเกินไป เมื่อเทียบกับบ่อนป่าที่เพียงราคา 500 บาท ก็ตีไถ่ได้แล้ว อย่างไรก็ตาม คนมีฐานะก็ไปบ่อนป่าเหมือนกัน เพราะจะไปหาไก่ที่มีแววและราคาถูก ส่วนคนฐานะไม่ค่อยดีก็มีบ้างที่มาสนามศูนย์วิชาการฯ เพราะหวังจะมาขายไก่

ในการจะนำไก่มาชนกันต้องมีการ “เปรียบเทียบ” หรือการหาคู่ต่อสู้ให้ไก่ การเปรียบเทียบจะต้องดูทั้งสี ตา ปาก ความแน่นของเนื้อ หงอน นิ้ว ปล้องคอ กระดูก เดือย มีการชั่งน้ำหนัก และแลกกันจับไก่ของอีกฝ่าย ในการแข่งขันแบบอาชีพจะไม่มีมีการชั่งน้ำหนัก แต่ผู้เล่นจะจับตัวไก่แล้วกะเนสภาพเอาเท่านั้น คนมีอายุจะเปรียบไก่ออย่างละเอียดรอบคอบกว่าคนหนุ่มสาว นอกจากนี้ ไก่เก่งหรือไม่เก่งยังดูที่ขุมและมือน้ำด้วย เหตุผลที่ดูขุมเพราะสไตล์การตีของไก่ที่เรียกกันว่า “เชิงไก่” นั้นขึ้นอยู่กับกรฝึกซ้อมและการเลือกไก่ของขุม อย่างไรก็ตาม บางคนก็อาจจะเลือกตีกับไก่ของคนที่ไม่รู้จักและไม่รู้เชิงกันเลย เพราะมีความคิดว่าควรให้ไก่ตัดสิน (ตี) กันเองมากกว่า

คุณ MK มองว่า ในบรรดาสายพันธุ์ไก่ชนที่ตั้งด้วยชื่อประเทศไทย ไก่ไทยจัดว่าฉลาดที่สุด โดยเฉพาะไก่เหลืองหางขาว แต่สมัยนี้ดูไม่ออกแล้วว่าเป็นไก่อะไร เพราะมีการผสมระหว่างสายพันธุ์กันจนเป็นเรื่องปกติ บางครั้งกลายเป็นไก่พม่า แต่เชิงชนเป็นไก่ไทยก็มี

ในการชนไก่ ความซื่อสัตย์เป็นสิ่งสำคัญ ในความหมายดังกล่าว สนามชนไก่ที่ราบบุรีถือเป็นสนามที่ดีเพราะนายบ่อนแข่งมาก ใครโกงไม่จ่ายเงินพนันจะถูกตัดสินแพ้ทันที ในภาพรวมแล้วยังมีคนโกงจำนวนมากในสนามชนไก่ทั่วไป ผู้เล่นจึงต้องช่างสังเกตและจำลักษณะของคู่พนัน เช่น ดูรองเท้า ดูแหวน บางครั้งถึงกับแอบทำตาหนี เช่น เอาบุหรี่ยัดเสื้อผ้า การจะเป็นนักเลงไก่ชนต้องซื่อสัตย์ ใจใหญ่ ใจถึง เช่น เมื่อหิวข้าวก็ควรซื้อกิน ไม่ใช่ห่อมากินจากบ้าน ซึ่งดูแล้วไม่มีศักดิ์ศรี

กรณีศึกษาที่ 4: คุณ W พนักงานบริษัทผู้เลี้ยงไก่ชนเป็นงานอดิเรก

คุณ W เป็นพนักงานบริษัทแห่งหนึ่งในอำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี เลี้ยงไก่ชนไว้ 6 ตัวแต่ยังไม่มีชื่อ อายุประมาณ 10-12 เดือน ก่อนหน้านี้เคยมีเกือบ 20 ตัว แต่เนื่องจากน้ำท่วมเลยจำหน่ายออกไป ไก่ชนที่เลี้ยงมี 1 ตัวที่เลี้ยงไว้ในสุม เรียกว่า “ไก่นวม” เอาไว้สำหรับเป็นคู่สุมเพื่อซ่อมให้แก่ไก่ชนตัวอื่น วิธีซ่อมไก่ชนที่สำคัญมี 3 วิธี ได้แก่ (1) วังสุม หรือการให้ไก่วิ่งรอบสุม (2) ล้อบิน หรือการอุ้มไก่ชนตัวผู้ไว้ แล้วล่อให้ไก่อีกตัววิ่งตามมา และ (3) ลงนวม หรือการให้ซ่อมตีกันเพื่อสร้างกำลัง คู่ซ่อมลงนวมเป็นไก่ของเพื่อนซุ่มอื่น ซ่อมกันทุกวันอาทิตย์ เวลาซ่อมจะมีการเอาผ้าเย็นส่มมาพันแข้งไว้ และใส่ปลอกปากเพื่อป้องกันการบาดเจ็บ แต่ก็มีย่างที่ตีกันจนเป็นแผล ก็ต้องรักษาให้หายโดยใช้เวลาราว 2-3 สัปดาห์

ผู้วิจัยเคยตามคุณ W ไปดูการ “ซ่อม” ชนไก่กับเพื่อน ในวันดังกล่าวคุณ W เอาไก่มา 1 ตัวชน 2 ยก ๆ ละ 25 นาที ถ้าชนแพ้คุณ W ก็จะ “ทิ้ง” ด้วยการขายแบบชั่งกิโล กิโลกรัมละประมาณ 90 บาท ส่วนใหญ่ไก่จะถูกรื้อเอามาซ่อมเมื่ออายุประมาณ 8-9 เดือน ถ้าซ่อมแล้วหน่วยก้านดีก็อาจขายได้ราคาถึง 8,000 บาทแม้จะยังไม่เคยลงสนามใหญ่เลย

อนึ่ง สนามใหญ่ที่คุณ W หมายถึงสนามเทิดไท้ในกรุงเทพฯ สนามเครือข่ายและสนามศูนย์วิชาการและสาธิตพันธุ์ไก่พื้นเมือง ในจังหวัดชลบุรี หากมองในเชิงกติกา สนามเทิดไทยและสนามเครือข่ายเป็นสนามแบบ “ทางยาว” หรือสนามสำหรับชนไก่แบบอาชีพ ขณะที่สนามศูนย์วิชาการ ฯ เป็นสนามชนไก่แบบสมัครเล่น

นอกจากไก่ที่เลี้ยงไว้ชนแล้ว คุณ W ยังเลี้ยงไก่ตัวเมียไว้ 10 กว่าตัว โดยมีพ่อพันธุ์ไก่อายุ 3 ปีประคบ 1 ตัว ชื่อว่า “บางเลน” เหตุที่ชื่อนี้เพราะเคยชนะที่อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พอมีลูกออกมาเมื่ออายุ 1 เดือนจะรู้เพศ ถ้าเป็นตัวผู้ก็จะให้อยู่ร่วมกับพ่อไก่จนอายุ 10 กว่าเดือนก็ต้องแยกออก ไก่ชนที่เพาะได้นั้น ถ้าเป็นตัวเมื่อก็จะขายออกไปตัวละประมาณ 400 - 500 บาท โดยนำไปขายที่ตลาดจตุจักร ตัวผู้ก็ขายเหมือนกันถ้ามีคนขอซื้อไปเลี้ยง แต่ไก่ตัวที่เอาไปชนจะไม่ขาย เก็บไว้ทำพันธุ์ และไม่กินด้วย ปลอ่ยให้ตายไปเองตามธรรมชาติ เมื่อ 15 ปีก่อนคุณ W เคยเลี้ยงไก่บ้านหลายร้อยตัวแต่ราคาไม่ค่อยดี ต่อมาเลยหันมาเลี้ยงไก่ชนซึ่งได้ราคาดีกว่า เคยขายได้ราคาดีที่สุดคือตัวละ 50,000 บาท เนื่องจากเอาไปชนแล้วชนะ อย่างไรก็ตามไก่ชนเพื่อเอาไปชนโดยเฉพาะนั้นจะเพาะก็ต่อเมื่อมีคนสั่งเข้ามาเท่านั้น

ในบริเวณบ้านของคุณ W มีโรงเรือนที่ปลูกไว้เพื่อเลี้ยงไก่ ในโรงเรือนมีหิ้งสำหรับบูชา ซึ่งคุณ W ได้ไปซื้อตุ๊กตาไก่สีทองมาวางไว้ 1 คู่ และถวายน้ำและดอกไม้ในทุกวันพระ

กรณีศึกษาที่ 5: คุณ B คนงานก่อสร้างในจังหวัดชลบุรี

คุณ B เป็นชาวจังหวัดสกลนครที่มาทำงานในจังหวัดชลบุรี มีไก่ชนในครอบครอง 6 ตัว แต่ฝากเพื่อนเลี้ยงไว้ เพราะตอนนี้คุณ B ทำงานสัปดาห์ละ 6 วัน ไม่มีเวลาเลี้ยงเอง ไก่ชนที่ซื้อมาราคาประมาณตัวละ 5,000-6,000 บาท ในบรรดาไก่ชนที่เคยเลี้ยง ตัวที่แพง ๆ บางตัวก็ซื้อมาเป็นหมื่นบาท

เวลาไปชนไก่ในสนาม มักจะวางเดิมพันคราวละ 5,000-10,000 บาท โดยลงขันกับเพื่อน ๆ 4-5 คน มีการเล่นทั้งไก่ตัวเองและไก่คนอื่น การเล่นแบบนี้ทำให้โอกาสขาดทุนน้อยลง สมมติว่าไปแข่ง 3 เทียวจะได้กำไรประมาณ 3 เทียว นอกจากนี้ เวลาตีชนะมีคนเข้ามาขอซื้อก็จะขายไป ก็จะได้

กำไร เมื่อवलบลคคุณหารกับค่าอาหารและยาบำรุงไ้แล้วจะทำให้มีรายรับจากไ้ชนเฉลี่ย 20,000 บาทต่อ 2-3 สัปดาห์ บางครั้งถ้าเปื้อ ะ ก็จะไปรับจ้างเป็นพี่เลี้ยงไ้หรือ “มือน้ำ” โดยจะได้ค่าจ้างครั้งละ 200 บาท ไม่ว่าไ้จะแพ้หรือชนะ แม้จะดูเหมือนน้อย แต่คุณ B ถือว่าเป็นการคลายความเครียด

คุณ B ชอบไปสนามแบบอาชีพมากกว่า เพราะไม่ชอบการให้คะแนนด้วยวิธีกคะแนนแบบมือสมัครเล่น

กรณีศึกษาที่ 6: คุณ S เจ้าของไ้ชนจากจังหวัดสุรินทร์ ผู้นำไ้มาชนที่สนามมหาลาก

คุณ S มีอาชีพรับเหมาก่อสร้างอยู่ที่จังหวัดสุรินทร์ แต่ชนไ้เป็นงานอดิเรก ไ้ที่นำมาชนที่สนามมหาลากเป็นไ้พันธุ์เหล่าปาก้อยชื่อเขียวอายุ 14 เดือน เป็นไ้ที่แข่งที่สุรินทร์แล้วชนะมาทั้งหมด 4 ครั้งจนหาคู่แข่งในจังหวัดไม่ได้แล้ว จึงนำมาชนต่างจังหวัด ในการแข่งครั้งนี้มีเพื่อน ะ มาจากจังหวัดสุรินทร์ด้วย 10 คน ไ้ที่นำมาชนมีเงินเดิมพันสูงพอสมควร แต่เนื่องจากต้องแบ่งสัดส่วนให้เพื่อนบ้านทั้งหมู่บ้านที่ฝากมาแทงด้วย คุณ N ก็เลยเหลือส่วนของตัวเองเพียง 10,000 กว่าบาท แต่ก็ต้องยอม เพราะในหมู่บ้านของคุณ N ถือกันว่า ถ้าใครมีไ้เก่งห้ามแอบเอาไปตีโดยไม่บอกกล่าวเพื่อนบ้าน ไม่เช่นนั้นจะกลายเป็นคนเห็นแก่ตัว กรณีที่ทุกคนมีส่วนร่วมในเงินเดิมพัน เวลาชนะทุกคนก็จะได้ส่วนแบ่งของเงินพนันตามสัดส่วนที่ได้ลงขันมา แต่ถ้าแพ้ก็ช่วยกันแบกรับความสูญเสียร่วมกัน

คุณ S มองว่า คนเล่นไก่ชนต้องมีความซื่อสัตย์ จึงจะเล่นได้ยาวนานและไม่เสียเพื่อน เวลาพาไก่ไปชนที่ไหนนั้นก็ทำทั้งเล่นในและเล่นนอก ครั้งล่าสุดสามารถเล่นได้กำไร 40,000 บาท และเคยทำเงินได้มากที่สุดถึง 100,000 บาท

กรณีศึกษาที่ 7: คุณ SR เจ้าของฟาร์มไก่จากจังหวัดนครราชสีมา ผู้นำไก่มาชนที่สนามมหาลาภ

คุณ SR เป็นเจ้าของไก่ชื่อ “ฮาโตริ” อายุ 18 เดือน เป็นไก่พม่าเคยชนะมาแล้ว 3 ครั้ง คุณ SR วางเงินเดิมพันไก่ตัวนี้ไว้ที่ 2 แสน ถ้าชนะก็จะได้ 5-6 แสน ปกติจะเดินสายพาไก่ในฟาร์มของตัวเองไปแข่งทุกอาทิตย์ โดยตระเวนไปทั่วภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คุณ SR จะผสมพันธุ์ไก่เพื่อพัฒนาสายพันธุ์ด้วยตัวเองและหว่านสายพันธุ์ไก่อีกมาก ไก่จากฟาร์มคุณ SR มีชื่อเสียงมีคนรู้จักมาก และมีเพจใน Facebook ในการชนไก่นั้น คุณ SR มองว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือความซื่อสัตย์ไม่หลอกลวงกัน

สรุป

จากผลการศึกษาผ่านกรณีศึกษาทั้ง 7 หรือผู้ให้ข้อมูล 8 คนข้างต้น เราสามารถสรุปลักษณะความเป็นไทยที่สะท้อนในการเล่นชนไก่ได้ใน 3 ประเด็น คือ “ความเป็นนักเลง” “การพนันในฐานะการ ‘เล่น’” และ “ภูมิปัญญาชาวบ้านและความเชื่อ” ที่สะท้อนในการชนไก่

1. ความเป็น “นักเลง”

ธรรมเนียมการชนไก่ของชาวไทยเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ผู้ชาย เฉกเช่นเดียวกับชาติอื่น ๆ ที่มีการชนไก่ แม้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยมีโอกาสดำเนินสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้หญิงซึ่งผู้เล่นชนไก่ในฐานะผู้เล่นพนันด้วยเพียง 1 คนเท่านั้น ในความหมายดังกล่าวจึงอาจกล่าวได้ว่า การชนไก่นั้นเป็นเรื่องของผู้ชายมากกว่าผู้หญิง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ผู้หญิงหรือเพศหญิงเป็นสิ่งต้องห้ามสำหรับการชนไก่ในไทย ยกตัวอย่างเช่น ในการตั้งชื่อไก่ชน มีการนำคำประเภทต่าง ๆ มาใช้เป็นชื่อ รวมถึงคำที่เป็นชื่อของผู้หญิง เช่น กาก้า (นักร้องหญิง) ชื่อเล่นที่มักตั้งให้ผู้หญิง เช่น กีบ จีบจับ คำที่สื่อถึงเพศหญิง เช่น งามเลิศ ทองสุข มาใช้เป็นชื่อไก่ จึงค่อนข้างยากที่จะสรุปได้ว่า ไก่ชนของชาวไทยเป็นตัวแทนของ “ผู้ชาย” ในเชิงสัญลักษณ์โดยตรงเช่นเดียวกับไก่ชนในบาห์ลีหรือฟิลิปปินส์

ในส่วนของลักษณะนิสัยของผู้เล่นไก่นั้น ผู้วิจัยพบว่ามีลักษณะบางประการที่ผู้เล่นไก่ชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ลำดับแรกคือนักเล่นไก่ชนต้องเป็นคน “ซื่อสัตย์” อาจกล่าวได้ว่า ความซื่อสัตย์ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในสังคมของการชนไก่ นั้นเพราะการพนันขึ้นต่อในสนามชนไก่สามารถทำได้กับคนหลายคน และทั้งหมดเป็นเรื่องระหว่างบุคคลกับบุคคลที่ทางสนามไม่ได้เข้าไปรับผิดชอบ ทำให้การมีสัจจะเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เมื่อการแข่งขันแต่ละคู่จบลง รู้ผลแพ้ชนะแล้ว ก็จะต้องชำระเงินพนันให้แก่กันและกันตามที่ตกลงกันไว้ ซึ่งถือเป็นสัญญา ใครที่มีประวัติเรื่องการโกงจะถูกกันให้ออกไปนอกกลุ่มไม่เป็นที่คบหาสมาคม ในสนามชนไก่ทุกแห่งจะมีแผ่นป้ายขนาดใหญ่ที่ปรากฏข้อความว่า “สะพานบริสุทธ์” ติดไว้ หมายความว่า ผู้จะเดินออกจากสนามไก่นั้นก่อนจะหมดเวลาการแข่งขันจะต้องได้รับการตรวจสอบที่บริเวณ

นี้ว่า ไม่ได้ติดค้างเงินพนันกับใคร หรือนัยหนึ่งเป็นการแสดงตัวว่า เป็นผู้ที่
ซื่อสัตย์ ไม่คดโกง

นอกจากนี้ จากผลการศึกษายังพบว่าการให้ความสำคัญกับ
“ความซื่อสัตย์” ในแง่ของการคบหาสมาคมในหมู่คนเล่นไก่ชนด้วยกัน เช่น
เมื่อมีไก่เก่งและไปชนไก่ที่ใดก็ต้องบอกกล่าวเพื่อนบ้าน ให้ทุกคนได้รับรู้และมี
ส่วนร่วมในการเดิมพัน การเป็นคนซื่อสัตย์ทำให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนซึ่ง
จะเป็นประโยชน์ต่อความน่าเชื่อถือและสถานภาพในสังคมต่อไป

ลำดับต่อมาได้แก่ ความเป็นคน “ไม่ตระหนี่” ดังเช่นที่ผู้ให้ข้อมูล
คนหนึ่งได้กล่าวไว้ว่า นักเล่นไก่ชนต้อง “ใจใหญ่ ใจถึง เช่น เมื่อหิวข้าวก็ควร
ซื้อกิน ไม่ใช่ห่อมากินจากบ้าน ซึ่งดูแล้วไม่มีศักดิ์ศรี” อีกทั้งยังต้องใจกว้าง
ไม่เห็นแก่ตัว เช่น ยอมให้เพื่อน ๆ มามีส่วนร่วมในการเดิมพันไก่เก่งของ
ตัวเอง ถึงแม้ว่าสัดส่วนในเงินเดิมพันของตนอาจลดลงก็ตาม นอกจากนี้
เวลายกขบวนพาไก่ของกลุ่มไปสนามแข่ง นักเล่นไก่ชนที่เป็นเจ้าของไก่ควร
จะใจกว้างให้เพื่อนในกลุ่มไปเล่นนอก เพราะเป็นเรื่องส่วนบุคคลและเป็น
เสน่ห์ของเดิมพันในไก่ชน หรือในกรณีเป็นหัวหน้าซุ่ม ต้องยอมเสียสละพื้นที่
ในบริเวณบ้านเพื่อสร้างสนามซุ่ม รวมถึงต้องออกเงินเข้ากองกลางมากกว่า
คนอื่น

ผู้ให้ข้อมูลคนเดียวกันนี้ยังได้ใช้คำว่า “ไม่มีศักดิ์ศรี” ในกรณีที่
นักเล่นไก่ชนแสดงความตระหนี่ด้วยการห่อข้าวมากินในสนาม แสดงให้เห็น
ว่า ชาวไทยมองว่า “ศักดิ์ศรี” เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นในการเล่นไก่ชน
คำว่า “ศักดิ์ศรี” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง
“เกียรติศักดิ์” (Royal Institute, 2003, p. 1094) และในพจนานุกรมฉบับ
เดียวกัน (p. 147) ให้ความหมายของ “เกียรติศักดิ์” ว่า “เกียรติ, เกียรติตาม
ฐานะของแต่ละบุคคล” ส่วน “เกียรติ” นั้นหมายถึง “ชื่อเสียง, ความยกย่อง

นับถือ, ความมีหน้ามีตา” (p. 147) ศักดิ์ศรีของนักเล่นไก่ชนจึงน่าจะหมายถึง การเป็นผู้เป็นที่ยอมรับและยกย่องในเรื่องการชนไก่เก่งและมีฐานะดี นอกจากนี้ การเป็นผู้ตรงไปตรงมา ไม่โกง ไม่เล่นตลกตึง เช่น “ลั้มไก่” หรือ การวางยาไก่ต่อสู้ น่าจะเป็นอีกแง่มุมที่สำคัญของศักดิ์ศรี เพราะหากทำเป็น นิจสิน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง ย่อมไม่เป็นที่ยกย่องนับถือ ไม่ได้รับการยอมรับ และไม่มีใครอยากนำไก่มาชนด้วย

ธีรยุทธ บุญมี กล่าวถึงศักดิ์ศรีว่า เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในสังคม ขนาดเล็ก หรือชุมชนที่กระชับแน่น ศักดิ์ศรีถูกกำหนดด้วยปริมาณของวัตถุ ปัญหาเรื่องศักดิ์ศรีในสังคมไทยควรมีมากในสังคมยุคศักดินาหรือสังคม หมู่บ้าน และคลี่คลายลงในสังคมที่พัฒนาทางเศรษฐกิจมากขึ้น (Boonmee, 1999, pp. 271-272) อย่างไรก็ตาม ถึงแม้สังคมไทยปัจจุบันจะพัฒนาในเชิง เศรษฐกิจไปมาก แต่วงการไก่ชนก็ยังคงสะท้อนความเป็นสังคมขนาดเล็ก เพราะผู้เล่นมีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นด้วยการจับกลุ่มที่เรียกว่า “ซุ่ม” เพื่อฝึกซ้อมและแบ่งปันส่วนรายได้รวมถึงการสูญเสีย อีกทั้งเมื่อไปสนาม ชนไก่ คนส่วนใหญ่จะคุ้นหน้ากัน หรือแม้ไม่รู้จักกันก็มารวมตัวกันด้วย วัตถุประสงค์เดียวกัน ยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติและมารยาทแบบเดียวกัน สนามไก่ชนจึงมีสภาพเป็นสังคมที่มีขอบเขตจำกัด เรื่องของศักดิ์ศรีจึง กลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักเล่นไก่ชน วัตถุที่กำหนดศักดิ์ศรีในการชนไก่ ส่วนใหญ่ คือ “เงิน” ซึ่งอาจแสดงออกในลักษณะของการใช้จ่ายเงินแบบไม่ ตระหนักถี่เหนียว เช่น ซื้อหาอาหารในสนาม (ที่มักราคาแพงกว่าข้างนอก) กินแทนที่จะนำมาเอง รวมถึงการยอมสละสัดส่วนในเงินเดิมพันให้แก่เพื่อน ร่วมหมู่บ้านหรือซุ่ม เพื่อแบ่งปันโอกาสการได้กำไรแก่ผู้อื่น การยอมสูญเสีย วัตถุที่มากกว่าผู้อื่นชนนี้ก็ถือได้ว่า เป็นการแสดงถึงศักดิ์ศรีอย่างหนึ่ง

การชนไก่ในสังคมไทยถือเป็นการพนันมาแต่โบราณ ผู้เล่นไก่ชนจึงถือเป็น “นักเลงการพนัน” อัจฉราพร กมุทพิสัยกล่าวว่า คำว่า “นักเลง” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ผู้ฝึกฝนในสิ่งนั้น ๆ และหากเป็นคำอธิบายลักษณะบุคคล หมายถึง ผู้ที่มีใจกว้าง กล้าได้กล้าเสีย และยังกล่าวว่า “บุคคลที่จะเป็นนักเลงได้นั้น จะต้องมีความสมบัติที่สำคัญคือ ต้องเป็นผู้มีจิตใจกล้าหาญอดทน นิยมการต่อสู้แบบเผชิญหน้าและตัดสินใจด้วยกำลัง ชอบทำอะไรทำหาย และรักษาสัจจะ” (Kamutphisai, 1999, p. 229) อาจกล่าวได้ว่า คุณลักษณะของผู้เล่นไก่ชนที่รวบรวมได้เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ อันได้แก่ ความซื่อสัตย์ ใจถึง ใจกว้าง หรือไม่ตระหนี่ มีศักดิ์ศรี ไม่โกง เป็นคุณลักษณะที่สอดคล้องกับการแสดงออกของ “นักเลง” ในสังคมไทยที่ถึงแม้จะไม่มีข้อกำหนดชัดชัดว่าเป็นเพศใด แต่แทบทั้งหมดเป็นผู้ชาย จึงกล่าวได้ว่า ลักษณะสำคัญของนักเล่นไก่ชนในสายตาของชาวไทย เชื่อมโยงกับผู้ชายมากกว่าผู้หญิง หรือหากพูดให้ถูกต้อง ควรกล่าวว่า การชนไก่ของชาวไทยสะท้อนถึง “ความเป็นชาย” มากกว่า “ความเป็นหญิง” ดังนั้นถึงแม้สนามชนไก่ของไทยไม่ได้ปิดตายแก่ผู้หญิง แต่ผู้หญิงที่จะเข้าไปอยู่ในโลกที่ห้อมล้อมด้วยผู้ชายได้อย่างกลมกลืนอาจต้องมีบุคลิกแบบคุณ D คือ หัวหาญ เด็ดขาด ดุทะมัดทะแมงคล้ายผู้ชายก็ว่าได้

2. การพนันไก่ชนในฐานะการ “เล่น”

ถึงแม้การชนไก่ของชาวไทยถือเป็นการพนัน แต่การชนไก่ก็ยังเป็นการ “เล่น” ของผู้ใหญ่ด้วย ดังเห็นได้จากคำกริยาที่ใช้แก่การชนไก่คือคำว่า “เล่นชนไก่” ปรีดดา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุลชี้ว่า คำว่า “เล่น” ในภาษาไทยมีแง่มุมที่ทำความเข้าใจความพักผ่อนหย่อนใจ สนุกสนาน เพลิดเพลิน แต่ขณะเดียวกันเมื่อเป็นการเล่นการพนัน นอกจากสนุกแล้วยังต้องมึนงงของความตึงเครียด ความลุ่มหลงอย่างรุนแรงมากกว่าการเล่นของเด็ก ส่วนหนึ่งก็เพราะการเล่นของผู้ใหญ่ทำโดยหวังผลตอบแทน การพนันแม้มีความเสี่ยง แต่ก็สามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อฐานะ ทรัพย์สินสมบัติ หน้าตาศักดิ์ศรีของผู้เล่นเป็นอย่างมาก (Chaloemphao, 1999, pp. 360-361) ความมุ่งมั่นจริงจังของนักเล่นไก่ชนเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยสัมผัสได้จากผู้ให้ข้อมูลทุกคน ในฐานะเจ้าของไก่ชน พวกเขาหมกมุ่นอยู่กับไก่ทุกวันในการแสวงหาและคัดเลือกไก่มาเลี้ยง ฝึกพัฒนากับอาหาร บำรุงไก่ให้แข็งแรง ดูแลไม่ให้เจ็บป่วย ฝึกซ้อมให้มีเทคนิคที่ดี โดยเฉพาะในช่วงก่อนแข่งขัน ยิ่งต้องทุ่มเวลาให้แก่การเตรียมไก่เป็นพิเศษ ยามเมื่อไก่ลงแข่ง ก็ต้องคอยใส่ใจกับการบาดเจ็บ ต้องรู้วิธีพยาบาลไคระหว่างการแข่งขัน เช่น ต้องจอยปาก ล้างเลือด ไขหัว ถ่างตา เทคนิคเหล่านี้หากตัวเองทำไม่ได้ ก็ต้องจ้าง “มือน้ำ” มาเพื่อให้มันใจได้ว่าไก่ของตัวเองจะอยู่ในสภาพพร้อมสำหรับการต่อสู้อยู่เสมอ

ส่วนการ “เล่น” โดยหวังผลตอบแทนในการชนไก่นั้นสะท้อนออกมาในรูปแบบการเดิมพันที่พัฒนาขึ้นมาอย่างซับซ้อนและเป็นเอกลักษณ์ กล่าวคือ มีการ “เล่นใน” และ “เล่นนอก” ทั้งหมดล้วนมีไว้เพื่อทำให้บุคคลสามารถออกแบบการเล่นที่ทำให้ตนเสียเงินน้อยที่สุดและมีผลประโยชน์เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ การชนไก่จึงเป็นการพนันที่หาก “เล่น” เป็น หรือมีไหวพริบ

ในการเดิมพันที่ดี ไม่โลภมาก รู้จักมารยาทในการพนัน ไม่พนันเกินฐานะของตนและไม่เข้าเดิมผู้เล่นคนอื่นที่มีแนวโน้มว่าจะสูญเสียเงินเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าจะไม่ชนะมากนัก แต่หากเล่นเสียก็จะได้ไม่สร้างความเสียหายใหญ่หลวง ตรงกันข้าม หากเล่นเป็นก็จะกลับสร้างรายได้ด้วยซ้ำไป

เมื่อชาวไทยมองการชนไก่ว่าเป็นการ “เล่น” แน่แน่นอนว่าย่อมต้องมีแง่มุมของความสนุกสนานเพลิดเพลิน จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การพนันไก่ชนของชาวไทยทำอยู่ในกรอบกติกาและมารยาทที่หวังให้ผู้เล่นสามารถมีส่วนร่วมไปกับการต่อสู้ของไก่ชนได้โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ เช่น หนี้สิน ตามมามากนัก เมื่อผู้เล่นมีความมั่นใจไม่ต้องกังวลในประเด็นนี้ได้ก็สามารถที่จะสนุก เพลิดเพลิน ตื่นเต้นเร้าใจไปกับการแข่งขันได้สมดังความหมายของคำว่า “เล่น” นั่นเอง

นอกจากนี้ รายได้จากไก่ชนไม่ได้เกิดแต่จากการชนไก่ แต่ยังรวมถึงการเพาะเลี้ยงและการขายไก่ชน การรับจ้างเป็นมือน้ำ เป็นกรรมการ การทำอาชีพธุรกิจและบริการ เช่น การขายอาหารไก่ การขายอุปกรณ์การชนไก่ การขายยาและวัคซีน จึงอาจกล่าวได้ว่า ไกชนั้นเป็นสัตว์เศรษฐกิจ รัตนะบัวสนธ์และคณะมองว่า การเล่นพนันไก่ชนเป็นวิถีของสังคมไทยที่ไม่สามารถแยกจากไก่ชนได้ เพราะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ไก่ชน หากไม่มีการพนันเศรษฐกิจของชาวบ้านก็จะสูญเสียไปส่วนหนึ่งด้วย (Buasonte, et al., 2004, p.157)

3. ภูมิปัญญาชาวบ้านและความเชื่อ

ในสังคมไทย การชนไก่ก่อให้เกิดภูมิปัญญาชาวบ้านต่าง ๆ มากมาย ภูมิปัญญาเหล่านี้สะท้อนออกมาในวิถีเลี้ยงไก่ การตั้งชื่อไก่ชน การนำสมุนไพรมาใช้บำรุงและรักษาไก่ ต่อมาเมื่อเกิดการชนไก่แบบสมัครเล่น ก็ส่งผลให้มีการสร้างสรรค์และพัฒนาอุปกรณ์การแข่งขัน เช่น นวมสำหรับครอบเดียว ให้สอดคล้องกับกติกาสมัครเล่น อีกทั้งยังมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ เช่น ใช้นาฬิกาอิเล็กทรอนิกส์ในการจับเวลาแทนกะลามะพร้าวแบบเดิม ภูมิปัญญาที่สร้างสรรค์ หลากหลาย มีการปรับเปลี่ยนไปกับยุคสมัย แสดงให้เห็นถึงความเป็นคนช่างคิดและยืดหยุ่นของชาวไทยได้ดี

ส่วนของความเชื่อ ชาวไทยมีประเพณีนับถือ “ผี” มาก่อนหน้าที่ศาสนาพราหมณ์และพุทธศาสนาจะเข้ามา ในปัจจุบัน “ผี” อาจมีภาพลักษณ์ว่าเป็นสิ่งชั่วร้าย แต่ความจริงแล้วผีในทัศนะของคนไทยไม่ได้เลวร้ายเสียทั้งหมด ผีในธรรมชาติ เช่น ผีฟ้า เทพารักษ์ รุกขเทวดา ผีบรรพบุรุษ ผีวีรบุรุษ ต่างก็ได้รับความเคารพนับถือจากผู้คน ในกรณีของผู้ให้ข้อมูลคนหนึ่งที่ยืนยันว่า เขาเก็บกระดูกไก่ชนตัวเก่งของตัวเองเอาไว้เพื่อบูชา แสดงให้เห็นถึงความนับถือผีที่ผสมผสานระหว่างผีในธรรมชาติ (ในกรณีนี้ได้แก่ไก่ซึ่งเป็นสัตว์) กับผีวีรบุรุษ หรือผีของผู้ที่เคยเก่งกาจจนเป็นที่ยอมรับก่อนตายและยังเป็นที่น่าเชื่อถือหรือถูกมองว่าจะนำโชคลาภมาให้แม้ตายไปแล้ว และนอกจากจะหวังพึ่งพา “ผี” แล้ว ขณะเดียวกัน นักเล่นไก่ชนชาวไทยยัง “ยำเกรงต่อผี” คือมองผีว่ามีอำนาจที่จะให้คุณให้โทษแก่มนุษย์ได้ เช่น เชื่อว่าการเล่นไก่ชนแม้คนด้วยกันจะไม่รู้ แต่ผีสังเทวดารู้ จึงไม่ควรโกง เพราะจะถูกผีสังลงโทษเอาได้

นอกจากความเชื่อเรื่องผีแล้ว ในฐานะที่เป็นการพนัน นักเล่นไก่ชนส่วนมากยังเชื่อในโชคกลางเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจตัวเองก่อนเข้าสู่สังเวียน การแข่งขันที่เอาแน่เอานอนไม่ได้ ตัวอย่างความเชื่อก็เช่น ความเชื่อเรื่องการดูทิศทางก่อนปล่อยไก่ลงแข่งขัน เช่น ให้ไก่หันไปทางทิศที่ไม่อันตรายและเชื่อว่าจะได้รับชัยชนะ การไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เจ้าที่เจ้าทางก่อนเดินทางนำไปชนแต่ละครั้ง การเลือกใส่ผ้าสีมงคลในวันแข่ง การปล่อยไก่ลงสนามด้วยฤกษ์ที่แตกต่างกันไปตามวันข้างขึ้นในปฏิทินจันทรคติ เช่น วัน 1 คำให้นำไก่ลงสนามหลังคู่ต่อสู้ (Chirakhongman, 2011)

แต่ในขณะเดียวกัน ปฏิเสธไม่ได้ว่า การชนไก่ยังสะท้อนการนับถือพุทธศาสนาของชาวไทยด้วย พุทธศาสนามองว่าการชนไก่เป็นการกระทำที่ผิดศีล ชั่วร้าย และเป็นบาป เพราะนำไปสู่การฆ่าสัตว์ตัดชีวิตอันเป็นข้อห้ามพื้นฐานของพุทธศาสนา ผู้เล่นชนไก่เมื่อตายไปจึงต้องตกนรกเพื่อไปชดใช้กรรม ขณะที่ผู้เกี่ยวข้องกับการชนไก่พยายามให้ความสำคัญต่อการมีคุณธรรม ทว่าพวกเขาก็คงรู้สึก ๆ ว่าการชนไก่เป็นสิ่งที่พุทธศาสนาไม่ยอมรับ เช่นที่ผู้ให้ข้อมูลคนหนึ่งกล่าวว่า “พระบางรูปบอกว่าจะไปตีไก่ก็จะไม่พรมน้ำมนต์ให้” แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ให้ข้อมูลคนหนึ่งบอกว่าเขาบูชาตุ๊กตาไก่สีทองด้วยการถวายน้ำและดอกไม้ทุกวันพระ การบูชาตุ๊กตาไก่สีทองนับเป็นการนับถือผีตามความเชื่อแบบดั้งเดิมของไทย แต่การถวายน้ำและดอกไม้ทุกวันพระกลับเป็นการปฏิบัติตามแนวทางของพุทธศาสนา จึงกล่าวได้ว่า การผสมผสานความเชื่อทั้งผีและพุทธไว้ในเวลาเดียวกันเช่นนี้นับเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของความเชื่อของชาวไทยในการชนไก่

อภิปรายผลการวิจัย

ไก่ชนและการชนไก่มักถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย และมีความเชื่อมโยงอย่างแน่นแฟ้นกับวิถีชีวิตของชาวไทยโดยเฉพาะผู้ชาย บทความนี้ได้พยายามอธิบายความสัมพันธ์ดังกล่าวผ่านลักษณะนิสัยของชาวไทยที่สะท้อนในการเล่นชนไก่ และสรุปประเด็นหลักออกเป็น 3 ประเด็น จากการสัมภาษณ์ได้แก่ “ความเป็นนักเลง” “การเล่นพนันไก่ชนในฐานะ การ ‘เล่น’” และ “ภูมิปัญญาชาวบ้านและความเชื่อ” แบบไทย ซึ่งผสมผสาน ระหว่างประเพณีการนับถือผีกับความเชื่อทางพุทธศาสนา ผู้วิจัยมองว่า ความพยายามที่จะอธิบายอย่างเป็นรูปธรรมเช่นนี้น่าจะช่วยให้เข้าใจ ลักษณะเด่นของการชนไก่ในแบบสังคมไทยได้ว่ามีความแตกต่างจาก การชนไก่ในสังคมอื่นหรือมีเอกลักษณ์อย่างไร

นอกเหนือจากประเด็นต่าง ๆ ข้างต้น สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่ง ของการชนไก่ในสังคมไทยคือความพยายามอย่างแรงกล้าของผู้อยู่ในวงการ ในการ “ผลิต” ไก่แบบต่าง ๆ ที่เชื่อว่าชนเก่งอย่างไม่หยุดยั้ง ด้วยการผสม พันธุ์ไก่พื้นเมืองประเภทต่าง ๆ ทั้งสายพันธุ์ในประเทศไทย และสายพันธุ์ของ ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า เวียดนาม เพื่อให้ได้ไก่ที่มีคุณลักษณะ เหมาะแก่การชน จนแนวโน้มในปัจจุบันของวงการไก่ชนไทยนั้น นิยมไก่ลูกผสมมากกว่าไก่ที่ไม่ได้ผสมข้ามสายพันธุ์เสียด้วยซ้ำ

ในฐานะที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับการชนไก่ในฐานะเป็นส่วน หนึ่งของโครงการวิจัยพหุสัมพันธ์คนกับไก่ (HCMR: Human-Chicken Multi-Relationships Research Project) ซึ่งมีโจทย์วิจัยหลักคือการศึกษา เกี่ยวกับ domestication ของไก่ หรือนัยหนึ่ง การศึกษาว่าด้วยการค้นหา จุดเริ่มต้นและกระบวนการที่ไก่ป่าได้วิวัฒนาการมาเป็นไก่บ้าน ผู้วิจัยมองว่า

การชนไก่ในสังคมไทยนั้นได้พัฒนามาไกลกว่าที่จะเห็นจุดเริ่มต้นของ domestication เนื่องจากชาวไทยมักตั้งถิ่นฐานอยู่ในที่ราบ ไม่ใช่บนภูเขาอันเป็นถิ่นที่อยู่ตามธรรมชาติของไก่ป่า อีกทั้งไก่ชนของชาวไทยไม่ใช่ไก่ป่า อาจมีบ้างที่มีการใช้ไก่ที่มีรูปร่างลักษณะคล้ายไก่ป่า เช่น ไก่พม่า แต่นั่นก็เป็นไก่ที่เป็นผลพวงของการพัฒนาสายพันธุ์แล้ว นอกจากนี้ สุภิญญา สุขฉายา ผู้ศึกษาการชนไก่ในตำนานและพิธีกรรมของชนชาติไทยยังชี้ให้เห็นว่า “ร่องรอยการนำไก่มาชนอยู่ในข้อมูลประเพณีพิธีกรรมเข้าทรงผีบรรพบุรุษ (ritual) ของบางกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความเจริญเป็นระดับเมือง มีอารยธรรม มิใช่ระดับชนเผ่า เพราะไก่ชนเป็นภูมิปัญญาของมนุษย์ที่ต้องใช้ความรู้ ทักษะ แสวงหา คัดสรรสายพันธุ์ ฝึกฝนจนเกิดเป็นไก่บ้านสายพันธุ์ใหม่ที่แข็งแกร่ง” (Sujachaya, 2017, p.13) ความคิดดังกล่าวยิ่งสนับสนุนว่า การศึกษาไก่ชนของกลุ่มชาติพันธุ์ไทย รวมถึงไก่ชนของผู้คนในสังคมไทยปัจจุบัน ไม่น่านำไปสู่การได้ข้อสรุปว่า การพัฒนาจากไก่ป่าเป็นไก่บ้าน (domestication) นั้นเกิดขึ้นเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์ไทย โดยเฉพาะชาวไทยในประเทศไทยได้ตั้งชุมชนและพัฒนาเป็นสังคมเมืองที่เจริญมาแต่โบราณ ภูมิปัญญาในการเลี้ยงไก่ชนและการชนไก่ของชาวไทยก็มีการสั่งสม และถ่ายทอดสืบต่อกันมาอย่างต่อเนื่อง ในสังคมที่มีประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับการชนไก่เป็นเวลานานเช่นนี้ จึงยากจะมองย้อนกลับไปยังจุดตั้งต้นของ domestication

อย่างไรก็ตาม หากมองในแง่ที่ว่า domestication คือ “กระบวนการ” ที่ครอบคลุมตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการกลายเป็นไก่บ้านและแตกออกเป็นไก่บ้านในลักษณะต่าง ๆ อาจกล่าวได้ว่า ไก่ชนของไทยอยู่ในช่วงท้ายของกระบวนการ สิ่งที่น่าสนใจคือ จุดสิ้นสุดของ domestication ในสังคมไทย ไม่ได้นำไปสู่เพียงการสร้างหลากหลาย แต่บางครั้งก็นำไปสู่ความ

ต้นตัวในการอนุรักษ์โกพื้นเมืองสายพันธุ์แท้หรือสายพันธุ์ที่ได้พัฒนาขึ้นมา
เห็นจากความพยายามในกรณีศึกษาที่ 2 ที่ผู้ให้ข้อมูลจากจังหวัดชลบุรี
กล่าวถึงการสร้างโกชนที่เก่งโดยนำโกชนไทยไปผสมกับโกชนจากต่างประเทศ
เช่น โกพม่า โกเวียดนาม เกิดเป็นโกชนชนิดต่าง ๆ ที่มีชื่อแปรเปลี่ยนไปตาม
แหล่งผลิตในประเทศไทย และในกรณีศึกษาที่ 7 ที่ผู้ให้ข้อมูลจากจังหวัด
นครราชสีมาได้พัฒนาสายพันธุ์โกชนของตัวเองจนเก่งและหวงสายพันธุ์ของ
ตัวเอง อันแสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่จนได้โกชนที่มี
ลักษณะเฉพาะชัดเจนแล้ว ก็จะหันไปสู่การอนุรักษ์ด้วยการตั้งชื่อตามแหล่ง
ผลิตหรือการครอบครองไว้แต่เพียงผู้เดียว เพราะโกชนที่พัฒนาขึ้นมาจนเก่ง
และมีลักษณะดีเหล่านี้เป็นที่สนใจของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงมีมูลค่า
ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งหากต้องการให้เป็นเช่นนี้ต่อไป ก็ควรส่งเสริมให้มี
การอนุรักษ์สายพันธุ์และเลี้ยงดูอย่างถูกวิธี เพื่อให้ได้พ่อพันธุ์แม่พันธุ์ที่ดี
จะเห็นได้ว่า ถึงแม้โกชนของไทยจะได้รับการพัฒนารูปร่าง ขนาด สีสัน
ที่หลากหลายด้วยน้ำมือของมนุษย์ แต่เมื่อไปถึงจุดหนึ่ง การทวีความ
หลากหลายจะถูกแทนที่ด้วยการอนุรักษ์ หรือการพยายามคงสภาพของ
“สายพันธุ์” ที่กำหนดขึ้นด้วยเกณฑ์ตามความเชื่อของมนุษย์เช่นกัน จึงอาจ
กล่าวได้ว่า โกชนของชาวไทยเป็นจุดหนึ่งในกระบวนการ domestication
ที่สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างมนุษย์กับโกอย่างชัดเจน

References

- Boonmee, T. (1999). Dignity-Image. in Satha-anand, S. (Ed.), *Word: Traces of Thai Thoughts and Beliefs* (pp. 265-678). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Buntasaeng, T. (2005). *Fighting Cocks and Thai Folk Way: a Case Study of Muang, Khonkaen*. Master's thesis. Loei: Loei Rajabhat University.
- Buosonte, R., Mundet, K., Burasit, B., Upatham, S., Yotduang, P., Sutsang, A. and Uicharoensak, Y. (2004). *Fighting cocks: Gambling, Society and Culture in Cockfighting Community*. Phitsanulok: Naresuan University.
- Chaloemphao Koanantakul, P. (1999). Play, in Satha-anand, S. (Ed.) *Word: Traces of Thai Thoughts and Beliefs*. (pp. 355-372). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Charoenmaitrimit, K. (2000). *Fowl Play: Commoditization Process in the Context of Thai Society*. Master's thesis. Bangkok: Thammasat University.
- Chiarakhongman, S. (2011). Cockfighting in Central Thailand. *The Encyclopaedia of Thai Culture: The Central* (extended edition) (pp. 80-96). Bangkok: Siam Commercial Bank Foundation for the Encyclopedia of Thai Culture.
- Cook, H. B. K. (1994). Cockfighting on the Venezuelan Island of Margarita: A Ritualized Form of Male Aggression. In Dundes, A. (Ed.), *The cockfight: A casebook* (pp.232-240). Madison, Wisconsin: The University of Wisconsin Press.
- Geertz, C. (1994). Deep Play: Notes on the Balinese Cockfight. In Dundes, A. (Ed.), *The cockfight: A casebook* (pp.94-132). Madison, Wisconsin: The University of Wisconsin Press.
- Guggenheim, S. (1994). Cock or bull: Cockfighting, social structure, and political commentary in the Philippines. In Dundes, A. (Ed.), *The cockfight: A casebook* (pp.133-173). Madison, Wisconsin: The University of Wisconsin Press.

- Kamutphisai, A. (1999). Gangster. In Satha-anand, S. (Ed.) *Word: Traces of Thai Thoughts and Beliefs* (pp. 229-234). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Kunjara Na Ayuttaya, M. (2012). *Cockfighter's Way of Life to Cockfight Wagering*, Thailand: Center for Gambling Studies, Thai Health Promotion Foundation. Retrieved from: http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/research_file/2555-ManwadCockfightingSyn.pdf.
- Maeklong, S. (2006). *Best Fighting Cocks*. Bangkok: Animate Group.
- Mongkolket, C. (2010). *Application of Wisdom to Commercial Fighting Cock Farming in Mukdahan*. Master's thesis. Mahasarakham: Mahasarakham University.
- Royal Institute. (2003). *Royal Institute Dictionary B.E.2542*. Bangkok: Nanmeebooks.
- Sujachaya, S. (2017). The Cockfight Motif in Phra Rot Meri: Traces of Urbanization in Suvarnabhumi. In Chuenka, R. (Ed.) *The Twelve Sisters - Phra Rot Meri Study* (pp. 9-23). Bangkok: Rajanagarindra Institute of Linguistic and Cultural Studies and the Committee on Research, Faculty of Humanities, Kasetsart University.

Authors

Associate Professor Chomnard Setisarn, Ph.D.

Faculty of Arts, Chulalongkorn University

Email: chomnard.s@chula.ac.th

Saroj Jiarakongman

The Indigenous Chicken Conservation and Development Association

Email: thaifightingcock18@gmail.com

The Chinese translation of Thai brand names and the selection of Chinese characters to represent product features

Jiraporn Netsombutphol
Faculty of Humanities and Social Sciences,
Phranakhon Rajabhat University

Received: October 25, 2022

Revised: January 28, 2023

Accepted: February 7, 2023

Abstract

The purpose of this research was to analyze how Thai brand names were translated into Chinese and to analyze the selection of Chinese characters to represent the features of products through the collection of 546 names lists of Thai brands that had been translated and named in Chinese from the following 3 sources (from October 2012 to July 2022): Chinese-language magazines in Thailand, online shopping websites in China, and popular shopping centers for Thai products among Chinese tourists. In addition, all brand names were analyzed according to the principle of translating foreign names into Chinese as well as the principle of selecting Chinese characters to translate foreign-specific names.

It was found that there were 8 ways to translate Thai brand names into Chinese: 1.) transliteration, 2.) incremental transliteration, 3.) word-by-word transliteration, 4.) interpretation, 5.) incremental interpretation, 6.) word-by-word interpretation, 7.) mixed transliteration and interpretation, and 8.) re-naming. The most common translation method, however, was transliteration, being used with 290 names, followed by the translation of 192 names, 29 names translated by using a mix of transliteration and interpretation, 10 names that underwent re-naming, 8 names that underwent word-by-word transliteration, 4 names that underwent word-by-word translation, 2 names that underwent incremental transliteration, and 2 names that were subjected to incremental interpretation. In addition, there were 9 brand names that were found to have had

more than 1 method of translation applied to them. In terms of selecting Chinese characters to translate Thai brand names, it was found that Chinese characters were chosen to represent the product's features in 5 aspects, which were: 1.) using the character “泰” to represent a Thai product, 2.) using the relevant Chinese characters to indicate the type of product, 3.) using the relevant Chinese characters to indicate that the product was for women, 4.) using the relevant Chinese characters to indicate that the product was for men, and 5.) using the corresponding Chinese characters to indicate the advantageous features of the product.

Keywords

brand name, specific name translation, Thai to Chinese translation, Chinese character selection

การแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและ การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า¹

จิราพร เนตรสมบัติผล

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน และเพื่อศึกษาวิเคราะห์การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า โดยรวบรวมรายชื่อตราสินค้าไทยที่มีการแปลและตั้งชื่อเป็นภาษาจีนจากที่มา 3 แหล่ง (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565) คือ นิตยสารภาษาจีนในประเทศไทย เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าออนไลน์ในประเทศจีน และแหล่งจำหน่ายสินค้าของไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 546 รายชื่อ และนำรายชื่อตราสินค้าทั้งหมดมาวิเคราะห์ตามหลักการแปลชื่อเฉพาะภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน รวมถึงหลักการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาต่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า การแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนมีทั้งหมด 8 วิธี ได้แก่ 1.) การทับศัพท์ 2.) การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ 3.) การทับศัพท์แบบละคำ 4.) การแปลความหมาย 5.) การแปลความหมายแบบเพิ่มคำ

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า” ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

6.) การแปลความหมายแบบละคำ 7.) การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย และ 8.) การตั้งชื่อใหม่ โดยวิธีการแปลที่พบมากที่สุด คือ การทับศัพท์มีจำนวน 290 รายชื่อ รองลงมาคือการแปลความหมาย จำนวน 192 รายชื่อ การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย จำนวน 29 รายชื่อ การตั้งชื่อใหม่ จำนวน 10 รายชื่อ การทับศัพท์แบบละคำ จำนวน 8 รายชื่อ การแปลความหมายแบบละคำ จำนวน 4 รายชื่อ การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ จำนวน 2 รายชื่อ และการแปลความหมายแบบเพิ่มคำ จำนวน 2 รายชื่อ ซึ่งในจำนวนเหล่านี้พบว่ามีชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีการแปลมากกว่าหนึ่งวิธี จำนวน 9 รายชื่อ ในส่วนของการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าของไทย พบว่ามี การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้าใน 5 ด้าน ได้แก่ 1.) เลือกใช้อักษร “泰” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าของไทย 2.) เลือกใช้อักษรจีนหรืออักษรข้างที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงประเภทของสินค้า 3.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง 4.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย และ 5.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า

คำสำคัญ

ชื่อตราสินค้า, การแปลชื่อเฉพาะ, การแปลภาษาไทยเป็นภาษาจีน, การเลือกใช้อักษรจีน

บทนำ

ประเทศจีนเป็นแหล่งส่งออกที่สำคัญของหลายประเทศในโลก การส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในประเทศจีน อุปสรรคด่านแรกที่บริษัทผลิตสินค้าจากต่างประเทศส่วนใหญ่ต้องพบ คือ อุปสรรคทางด้านภาษา ทั้งนี้เนื่องจากภาษาจีนใช้อักษรแสดงความหมาย ชาวจีนส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคยกับภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษที่ใช้อักษรแทนเสียง ทำให้สินค้าจากต่างประเทศต้องเลือกใช้วิธีการแปลหรือตั้งชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีน (Ying, 2002, p.180) เพื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนจดจำและยอมรับชื่อตราสินค้าได้ง่ายยิ่งกว่า ดังที่ Lee (2018) ที่ปรึกษาด้านการตลาดเชื้อสายจีนได้ให้ทัศนะว่า “หากต้องการขยายตลาดสินค้าในประเทศจีน ชื่อตราสินค้าภาษาจีนเป็นสิ่งที่จะต้องเป็นอย่างยิ่ง”

Lehrer (As cited in Lertcheva, 2010, p.7) ได้จัดชื่อตราสินค้า (Brand Name) อยู่ในกลุ่มย่อยของชื่อเฉพาะ (Proper Name) สังเกตได้จากลักษณะการเขียนชื่อตราสินค้าในภาษาอังกฤษที่ใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่เริ่มต้น และลักษณะการตั้งชื่อตราสินค้าก็ต้องมีการเลือกเช่นเดียวกับชื่อเฉพาะทั่วไป การแปลชื่อตราสินค้าเป็นชื่อใหม่ในภาษาปลายทาง ผู้แปลต้องพิจารณาว่าควรใช้วิธีการแปลแบบใด เพื่อให้ได้ชื่อแปลที่ผู้บริโภคในภาษาปลายทางจดจำได้ง่าย สามารถรักษาวัฒนธรรมของภาษาเดิม ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมของภาษาปลายทาง เพราะชื่อแปลของตราสินค้าที่ดียังส่งผลถึงความสำเร็จทางธุรกิจอีกด้วย ดังที่ Al Ries (As cited in Feng, 2010, p.111) นักการตลาดชาวอเมริกันกล่าวไว้ว่า “ชื่อแปลของตราสินค้าที่ดีหรือไม่ดีนั้น นำมาซึ่งยอดขายจำหน่ายที่แตกต่างกันหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐ”

ชื่อตราสินค้าต่างประเทศเมื่อแปลเป็นภาษาจีน นอกจากการเลือกใช้วิธีการแปลแล้ว ยังมีอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้ผลิตสินค้าจำนวนมากให้ความสำคัญ คือการเลือกใช้อักษรจีน ทั้งนี้ เนื่องจากอักษรจีนหนึ่งตัวนอกจากจะแทนเสียง ยังมีความหมายในตัวเอง มีอักษรจีนหลายตัวที่ออกเสียงเหมือนกัน แต่ความหมายแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังนั้น สินค้าจากต่างประเทศจำนวนไม่น้อย เมื่อแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีน หากสามารถเลือกอักษรที่ออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าในภาษาเดิม อักษรเป็นมงคล และมีความหมายดีด้วย นับว่าชื่อตราสินค้านั้นประสบความสำเร็จในการแปล (Feng, 2010, p.135) เพราะการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลลักษณะนี้ นอกจากจะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าในภาษาเดิม ยังมีความหมายที่สามารถบ่งบอกถึงคุณลักษณะของสินค้านั้นได้อีกด้วย Alon, et al. (As cited in Frabio and Edlund, 2010, p.11) ให้ข้อสังเกตว่า “หากเลือกอักษรจีนที่มีความหมายในการแปลชื่อตราสินค้า สามารถบ่งบอกถึงประเทศผู้ผลิตสินค้าและคุณลักษณะของสินค้าได้ดีกว่าชื่อในภาษาเดิม (ภาษาอังกฤษ) เสียอีก” ซึ่งชื่อตราสินค้าจากต่างประเทศที่ถือว่าประสบความสำเร็จสูงสุดในการแปลเป็นภาษาจีนคือ “Coca-Cola” เครื่องดื่มของประเทศสหรัฐอเมริกา (Liu, 2016, p.211) ที่แปลเป็นภาษาจีนว่า “可口 可乐” นอกจากจะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาอังกฤษแล้ว อักษรจีนที่เลือกใช้เมื่อนำมารวมกันแล้วยังมีความหมายว่า รสชาติดี (可口) และ เบิกบานใจ (可乐) เป็นการบ่งบอกถึงคุณลักษณะและสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนคิดว่าเครื่องดื่มชนิดนี้มีรสชาติดี เมื่อดื่มแล้วทำให้เกิดความรู้สึกเบิกบานใจอีกด้วย

สินค้าจากประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน การส่งออกสินค้าไทยไปจำหน่ายยังประเทศจีนนอกจากจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าแล้ว ผู้ประกอบการชาวไทยยังควรตั้งชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีนให้กับสินค้าของตนเอง เพราะชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลเป็นภาษาจีนเปรียบเหมือนด่านแรกในการแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภคชาวจีน ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนจดจำชื่อตราสินค้าของไทยได้ง่ายยิ่งขึ้น และบางครั้งยังสามารถเชื่อมโยงถึงคุณลักษณะสินค้านั้น ๆ ได้ด้วย ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการตั้งชื่อตราสินค้าภาษาจีนของสินค้าไทย เพราะนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเข้าถึงสินค้าของไทยได้ง่ายยิ่งขึ้นแล้ว หากสินค้านั้น ๆ ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีน ยังส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของไทยอีกด้วย งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาวิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของสินค้าไทย โดยรวบรวมรายชื่อตราสินค้าของไทยที่มีการแปลหรือตั้งชื่อเป็นภาษาจีนจาก 3 แหล่ง ได้แก่ นิตยสารภาษาจีนในประเทศไทย เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าออนไลน์ในประเทศจีน และแหล่งจำหน่ายสินค้าของไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า

บททวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องใน 3 ประเด็น ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชื่อตราสินค้า หลักและวิธีการแปลงชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน และวิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลงชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชื่อตราสินค้า

1.) ความหมายของชื่อตราสินค้า

ความหมายของชื่อตราสินค้าในภาษาไทย มีผู้อธิบายความหมายในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน Choompolsathien (2004, pp.27-28) ได้นิยามความหมายของชื่อตราสินค้าไว้ว่า “ชื่อตราสินค้า (Brand Name) หมายถึง ชื่อ (Name) คำ (Word) เครื่องหมาย (Sign) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าวรวมกัน เพื่อแสดงความแตกต่างของสินค้า หรือบริการของผู้ขายให้แตกต่างไปจากคู่แข่ง” ในขณะที่ Boonpaisarnsatit (2005, p.3) ให้ความหมายของชื่อตราสินค้าไว้ว่า “ชื่อตราสินค้า คือ คำ หรือกลุ่มคำที่ใช้ระบุสินค้า เพื่อให้สินค้านั้น ๆ แตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น” ส่วน Lertcheva (2010, p.10) ได้สรุปความหมายของชื่อตราสินค้าไว้ว่า “ชื่อตราสินค้า (Brand Name) คือ ชื่อเครื่องหมายทางการค้า (Trademark) ที่ใช้อ้างถึงผลิตภัณฑ์ บริการและชื่อองค์กร เช่น ชื่อแบรนด์ของธนาคาร โรงแรม สปา ฯลฯ” จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยขอสรุปความหมายของชื่อตราสินค้าว่า ชื่อตราสินค้า คือ ชื่อที่ผู้ผลิตกำหนดให้กับสินค้าของตน เพื่อให้มีความแตกต่างจากชื่อสินค้าของ

ผู้ผลิตรายอื่น ๆ โดยชื่อตราสินค้าสามารถออกเสียงได้ อาจตั้งเป็นคำหรือกลุ่มคำ

2.) ลักษณะของชื่อตราสินค้าไทย

ลักษณะของชื่อตราสินค้าของไทยนั้น ชื่อตราสินค้าจะตามหลังชื่อหมวดของสินค้า สินค้าบางชนิดอาจใช้คำว่า “ตรา” ก่อนชื่อสินค้า ซึ่งโดยมากนิยมใช้สัญลักษณ์ เนื่องจากผู้บริโภคชาวไทยเวลาเรียกชื่อสินค้ามักจะเรียกตามตราสัญลักษณ์ (Tanchivavong, 2005, p.23) ชื่อตราสินค้าของไทยส่วนใหญ่เป็นชื่อคน เช่น น้ำพริกเผาแม่ประนอม กล้วยตากจิราพร ผลไม้แปรรูปพรทิพย์ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมูชัยณรงค์ ชื่อสัตว์ต่าง ๆ เช่น เบียร์ตราสิงห์ น้ำดื่มตราช้าง ปุนตราเสือ น้ำปลาตราปลาหมึก ชื่อพืชพันธุ์ เช่น นมข้นหวานตรามะลิ ยาสีฟันดอกบัวคู่ ชื่อสิ่งของ เช่น น้ำปลาตราตางซึ่ง ผงพิเศษตรามะขูชีพ เครื่องดื่มรังกาสำเร็จรูปช้อนทอง นอกจากนี้ชื่อตราสินค้าที่เป็นภาษาไทยแล้ว สินค้าไทยบางชนิดยังใช้ภาษาต่างประเทศในการตั้งชื่อตราสินค้า เพื่อให้ดูมีความทันสมัย สร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นสินค้าจากต่างประเทศ รวมถึงสร้างจุดขายให้กับสินค้านั้น ๆ ตัวอย่างสินค้าไทยที่ใช้ชื่อตราสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ เช่น ยาต้มเปปเปอร์มินต์ฟิลด์ (Peppermint Field) เครื่องสำอางโอเรียนทอลพริ้นเซส (Oriental Princess) ชื่อตราสินค้าไทยที่เป็นภาษาญี่ปุ่น เช่น พัดลมฮาตารี (Hatari) เครื่องใช้ไฟฟ้ามิซูชิต้า (Misushita) ปลาหมึกกอบเบนโตะ (Bento) ชื่อตราสินค้าไทยที่เป็นภาษาเกาหลี เช่น สาหร่ายทะเลทอดกรอบมาชิตะ (Mashita) ชื่อตราสินค้าไทยที่เป็นภาษาฝรั่งเศส เช่น ขนมขบเคี้ยวองเทร่ (Entrée) เป็นต้น จะเห็นได้ว่าโดยทั่วไปชื่อตราสินค้าของไทยจะตั้งเป็นชื่อคน ชื่อสัตว์ ชื่อสิ่งของ รวมถึงตั้งเป็นภาษาต่างประเทศเพื่อให้ดูทันสมัย

2. หลักและวิธีการแปลงชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน

Gao, et al. (2009, p.59-60) และ Numtong and Likhidcharoentham (2019, pp.120-123) เสนอหลักและวิธีการแปลงชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนไว้สอดคล้องกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 วิธี ได้แก่

- 1.) ทับศัพท์ (แปลตามการออกเสียง) เป็นการแปลงโดยใช้อักษรจีนที่ออกเสียงใกล้เคียงกับภาษาต่างประเทศและภาษาไทยมากที่สุด
- 2.) แปลตามความหมาย เป็นการแปลตามความหมายของชื่อเฉพาะนั้น ๆ เป็นภาษาจีน
- 3.) แปลแบบผสมระหว่างการแปลความหมายและทับศัพท์ (แปลตามการออกเสียง) เป็นการแปลความหมายส่วนหนึ่งและทับศัพท์ (แปลตามการออกเสียง) ส่วนหนึ่ง และสุดท้าย
- 4.) แปลตามความนิยม (ตั้งชื่อใหม่) เป็นการแปลงโดยตั้งชื่อใหม่ตามลักษณะพิเศษของชื่อเฉพาะนั้น ๆ

dān Thamcharoenkij (2019, pp.14-15) เสนอหลักและวิธีการแปลงชื่อเฉพาะภาษาไทยเป็นภาษาจีนไว้ 4 วิธีเช่นเดียวกัน แต่แตกต่างจากหลักและวิธีการแปลที่กล่าวมาข้างต้นตรงที่แบ่งการแปลทับศัพท์เป็น 2 วิธี และไม่มีการแปลแบบผสม โดยแบ่งออกเป็น

- 1.) แปลทับศัพท์ที่มีความหมายในคำแปล แต่ไม่เกี่ยวข้องกับความหมายในภาษาไทย
- 2.) แปลทับศัพท์ที่ไม่มี ความหมายในภาษาจีนแต่อย่างใด
- 3.) แปลเอาความหมาย และ
- 4.) ตั้งชื่อใหม่ โดยตั้งตามลักษณะพิเศษของชื่อเฉพาะนั้น ๆ

จะเห็นได้ว่าการแปลงชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนโดยหลักมีอยู่ 2 วิธี คือ ทับศัพท์ และแปลความหมาย

Kulthamrong (2009, p.224) อ้างถึงคำกล่าวของ Newmark (1995, p.15) เกี่ยวกับการแปลงชื่อเฉพาะไว้ว่า การแปลงชื่อเฉพาะ (Proper Name) จัดว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่แปลยาก ไม่ว่าจะปรากฏอยู่ในตัวบทประเภทใด สิ่งที่ยากคือการตัดสินใจว่าควรจะใช้วิธีการแปลแบบใด ควรจะทับศัพท์หรือแปลความหมาย

ซึ่ง Newmark และ Large (As cited in Kulthamrong, 2009, p.227) มีความคิดเห็นตรงกันว่า การแปลชื่อเฉพาะควรใช้วิธีทับศัพท์มากกว่าการแปลความหมาย เพราะสามารถรักษาดัตตนและวัฒนธรรมเดิมของชื่อเฉพาะนั้น ๆ ได้ดีกว่าการแปลความหมาย ยกเว้นชื่อเฉพาะที่มีการแปลมานานและเป็นที่ยอมรับในสังคมแล้ว ในกรณีนี้ควรใช้วิธีแปลความหมาย สอดคล้องกับ Saengaramruang (2020, p.186) ที่กล่าวว่า การทับศัพท์ชื่อเฉพาะในการแปลอาจมีผลดี เป็นการเน้นหน้าที่ในการจำแนกที่ไม่เหมือนใครของชื่อนั้น แต่ในกรณีที่ใช้ชื่อเฉพาะทับศัพท์แล้วไม่สื่ออะไรกับผู้รับสาร ก็ควรพิจารณาเสียใหม่

จากการศึกษาหลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Gao, et al. (2009) Thamcharoenkij (2019) และ Numtong and Likhidcharoentharn (2019) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิธีการแปลชื่อเฉพาะของ Newmark และ Large (As cited in Kulthamrong, 2009) รวมถึงแนวคิดของ Saengaramruang (2020) ผู้วิจัยเห็นว่าการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนนั้น การเลือกใช้วิธีการแปลเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง หากชื่อตราสินค้าของนั้น ๆ ใช้วิธีการแปลแบบทับศัพท์แล้วออกเสียงและจดจำได้ง่าย มีเสียงไพเราะ ก็ควรใช้การแปลแบบทับศัพท์ แต่หากชื่อตราสินค้านั้น ๆ ใช้วิธีการแปลแบบทับศัพท์แล้ว ออกเสียงและจดจำได้ยาก ผู้แปลควรพิจารณาวิธีการแปลแบบอื่น เป็นต้นว่า การแปลความหมายหรือการตั้งชื่อใหม่ โดยอาจตั้งตามลักษณะพิเศษ รวมถึงโลโก้ของสินค้านั้น ๆ

3. วิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน

Pan (2011, pp.82-85) นักวิชาการชาวจีนกล่าวถึงวิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน โดยเน้นการแปลชื่อคนและชื่อสถานที่ของไทยไว้ว่า นอกจากต้องคำนึงถึงหลักของเหียนฟู (严复) นักทฤษฎีด้านการแปลชาวจีนผู้มีชื่อเสียงที่ว่า “ถูกต้อง สื่อความ และงามตามแบบแผน” (信、达、雅) แล้ว ยังต้องคำนึงถึงเสียง ความหมายและชนิดของคำของอักษรจีนที่เลือกใช้ ดังนี้ 1.) ชื่อคนหรือสถานที่ที่มีอักษร “ร” และ “ล” ควบกับพยัญชนะตัวหน้าไม่จำเป็นต้องแปลเสียงดังกล่าว เพื่อไม่ให้ชื่อแปลนั้นยาวเกินไป และหากชื่อคนหรือสถานที่ใดมีชื่อแปลที่เป็นทางการหรือได้รับการยอมรับอยู่แล้วก็ให้เลือกใช้นั้น ๆ 2.) เลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อคนและชื่อสถานที่ของไทย ต้องคำนึงถึงความหมาย หลีกเลียงอักษรที่มีความหมายในแง่ลบ ชื่อคนและชื่อสถานที่ที่แปลแบบทับศัพท์ซึ่งได้รับการยอมรับอยู่แล้ว ก็ควรใช้ชื่อนั้นไม่จำเป็นต้องใช้วิธีแปลความหมาย 3.) หากแปลชื่อผู้หญิงควรเลือกใช้อักษรที่แสดงความเป็นเพศหญิง และ 4.) ควรหลีกเลี่ยงการใช้อักษรจีนที่เป็นคำกริยา คำสรรพนามและคำบอกจำนวนในการแปลชื่อคนและชื่อสถานที่ เพราะอาจสื่อความหมายที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิดได้

สอดคล้องกับ Numtong and Likhidcharoentham (2019, p.124) ที่เสนอการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน โดยเน้นการแปลชื่อคนไว้ ดังนี้ 1.) หากต้องการทับศัพท์ชื่อเฉพาะ ต้องเลือกใช้อักษรที่มีความใกล้เคียงกับเสียงเดิม ความหมายดี โดยต้องให้ความสำคัญกับความหมายของอักษรจีน หากพบอักษรจีนที่มีเสียงใกล้เคียงกับชื่อเฉพาะนั้น ๆ มากกว่า แต่มี

ความหมายในเชิงลบ ก็ควรเลือกอักษรจีนตัวอื่นที่มีเสียงใกล้เคียงกับชื่อเฉพาะ
เดิมน้อยกว่า แต่มีความหมายในเชิงบวก 2.) ไม่ควรเลือกใช้อักษรจีนที่เขียน
ยากเกินไปและไม่ควรเลือกใช้อักษรจีนที่อาจทำให้เกิดความสับสน
(โดยเฉพาะคำกริยา) เพราะจะมีความหมายเมื่อนำมาประกอบกัน
3.) การแปลงชื่อคนต้องคำนึงถึงเพศ ถึงแม้จะเป็นเสียงเดียวกัน แต่หากเป็น
ผู้หญิงก็ควรเลือกใช้อักษรจีนที่แสดงความเป็นเพศหญิง หากเป็นผู้ชายก็ควร
เลือกใช้อักษรจีนที่แสดงความเป็นเพศชาย 4.) การแปลงชื่อคนอาจตัดเสียง
พยัญชนะตัวหลังที่เป็นคำควบกล้ำออก เพื่อให้มีความกระชับ และ
5.) การแปลงชื่อคนที่มีตัวสะกดแม่กก กต กม ซึ่งไม่มีในภาษาจีน ควรตัดทิ้ง

ด้าน Feng (2010, pp.144-148) ได้เสนอวิธีการเลือกใช้อักษรจีน
ในการแปลงชื่อเฉพาะ (ชื่อตราสินค้า) ภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนไว้ว่า
ควรเลือกใช้อักษรจีนที่สามารถสื่อถึงประเภทและภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า
ดังนี้ 1.) หากเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง เมื่อแปลเป็นภาษาจีนควรเลือกใช้อักษร
ที่สื่อถึงผู้หญิง และหากเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย เมื่อแปลเป็นภาษาจีนควร
เลือกใช้อักษรที่สื่อถึงผู้ชาย 2.) ชื่อตราสินค้าประเภทยา เมื่อแปลเป็นภาษาจีน
ควรเลือกใช้อักษรจีนที่มีความหมายเป็นมงคล เป็นต้นว่า ความแข็งแรง
ความสงบสุข ความสุขสบาย เพื่อให้ผู้บริโภคคิดว่าเมื่อใช้ยานี้แล้วจะทำให้
ให้มีสุขภาพแข็งแรง ห่างไกลโรคภัยไข้เจ็บ 3.) ชื่อตราสินค้าประเภท
เครื่องสำอางที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง เมื่อแปลเป็นภาษาจีนควรเลือกใช้
อักษรที่สื่อถึงความสวย ความสง่างาม ความอ่อนโยน ซึ่งเป็นไปในทาง
เดียวกับแนวคิดของ Liu (2016, pp.205-206) ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับการ
เลือกใช้อักษรจีนในการแปลงชื่อเฉพาะ (ชื่อตราสินค้า) ภาษาต่างประเทศเป็น
ภาษาจีนว่า ควรให้ความสำคัญกับการเลือกอักษรจีนที่สามารถแสดงถึง

คุณลักษณะและจุดเด่นของสินค้า นั้น ๆ รวมถึงควรพิจารณาการเลือกใช้อักษรข้าง (偏旁) ที่สามารถบ่งบอกถึงประเภทของสินค้าได้

จากการศึกษาวิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Pan (2011) Numtong and Likhidcharoentham (2019) รวมถึง Feng (2010) และ Liu (2016) ผู้วิจัยเห็นว่า การเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนนั้นมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการเลือกวิธีการแปล ผู้แปลควรเลือกอักษรจีนที่มีความหมายดี เป็นมงคล หลีกเลี่ยงการใช้อักษรจีนที่มีความหมายในเชิงลบหรือทำให้เข้าใจผิดได้ง่าย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการสื่อความหมายที่ไม่เหมาะสมกับชื่อตราสินค้านั้น ๆ นอกจากนี้ ยังควรเลือกใช้อักษรจีนที่สามารถสื่อถึงคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของสินค้าไทย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำเสนอรายงานวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์รายละเอียด ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยคือ ชื่อตราสินค้าของไทยที่มีการแปลและตั้งชื่อเป็นภาษาจีน (นับรวมถึงชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาจีนถิ่น) โดยเก็บข้อมูลจาก 3 แหล่ง ประกอบด้วย 1.) นิตยสารภาษาจีนในประเทศไทย ได้แก่ นิตยสารภาษาจีนรายปักษ์แอทมันกู๋ (@ManGu) ตั้งแต่มกราคม ปีที่ 1 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555) ถึงฉบับที่ 232 (เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565) และนิตยสาร TAP (Thai-ASEAN Panorama) นิตยสาร 2 ภาษา (ไทย-จีน) ตั้งแต่มกราคม ปีที่ 1 (เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559) ถึงฉบับที่ 73 (เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565) 2.) เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าออนไลน์ของจีนและของไทยในประเทศจีน ได้แก่ www.taobao.com/www.jd.com (Jingdong

Mall) /www.tmall.com และ www.thaipavilion.cn 3.) แหล่งจำหน่ายสินค้าของไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ คิงพาวเวอร์ สาขารางน้ำ และซูเปอร์มาร์เก็ตกูร์เมต์ ไทย (Gourmet Thai) สาขาเยาวราช ขั้นตอนในการวิจัยมีดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชื่อตราสินค้า หลักการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยเป็นภาษาจีน และการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

2. รวบรวมรายชื่อตราสินค้าของไทยทุกประเภทที่มีการแปลและตั้งชื่อเป็นภาษาจีน จำนวน 546 รายชื่อจากแหล่งที่มาทั้ง 3 แหล่งที่กล่าวไว้ข้างต้น ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 (สำหรับนิตยสารภาษาจีนรายปักษ์ แอหมั่นกู่) ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565

3. นำรายชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลเป็นภาษาจีนมาจำแนกประเภท โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ อาหารและเครื่องดื่ม ยาและเครื่องสำอาง อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน รวมถึงเครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ โดยวิเคราะห์วิธีการแปลชื่อตราสินค้าภาษาจีนของสินค้าไทยตามหลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Gao, et al. (2009) Thamcharoenkij (2019) และ Numtong and Likhidcharoentham (2019) และศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการแปลชื่อเฉพาะของ Newmark และ Large (As cited in Kulthamrong, 2009) รวมถึงแนวคิดของ Saengaramruang (2020) จากนั้นสรุปวิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน ซึ่งรายชื่อสินค้าของไทยที่นำมาเป็นประชากรในการวิจัยนี้จะนับรวมถึงชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งชื่อเป็นภาษาจีนถนัดด้วย ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่าถึงแม้ชื่อตราสินค้านั้น ๆ จะใช้ตัวอักษรจีนเหมือนกันแต่ความเสี่ยง

แตกต่างกัน โดยยึดตามมุมมองของ Wang (2010) ที่ให้ทัศนะไว้ว่าการแปลภาษาคนละประเภทกันไปเป็นภาษาอีกประเภทหนึ่งในภาษาเดียวกัน นับว่าเป็นการแปลชนิดหนึ่ง ในที่นี้คือการแปลภาษาจีนถิ่นเป็นภาษาจีนกลาง นอกจากนี้ หากชื่อตราสินค้าใดใช้วิธีการแปลมากกว่าหนึ่งวิธี เป็นต้นว่า ชื่อตราสินค้าไทยที่พบว่าใช้ทั้งวิธีทับศัพท์และวิธีแปลความหมายเป็นภาษาจีน เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “สเนลไวท์” ที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “施妮薇” และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “白蜗牛” รวมถึงชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีการแปลเดียวกันแต่มีชื่อภาษาจีนสองชื่ออย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอุปกรณ์แต่งหน้า “มิสทิน” ที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีนสองรายชื่อ ได้แก่ “美氏婷” และ “蜜丝婷” ผู้วิจัยจะนับรวมเป็นสองรายชื่อในหนึ่งชื่อตราสินค้า เนื่องจากมีชื่อตราสินค้าภาษาจีนแตกต่างกัน

4. วิเคราะห์การเลือกใช้อักษรจีนในชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลเป็นภาษาจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้าในด้านต่าง ๆ โดยใช้วิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยเป็นภาษาจีนของ Pan (2011) และ Numtong and Likhidcharoentharn (2019) รวมถึงวิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Feng (2010) และ Liu (2016) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์

5. อภิปรายและสรุปผลวิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของสินค้าไทย รวมถึงให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนในอนาคต

ผลการวิจัย

1. วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน

จากการวิเคราะห์วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน
 จำนวนทั้งหมด 546 รายชื่อ พบว่ามีการแปลทั้งหมด 8 วิธี ดังนี้

1.) การทับศัพท์

เป็นการแปลโดยใช้วิธีถอดเสียงเป็นภาษาจีนให้ใกล้เคียงกับชื่อตรา
 สินค้าเดิมของไทย ซึ่งเป็นวิธีที่พบมากที่สุดในการแปลชื่อตราสินค้าของไทย
 เป็นภาษาจีน จำนวนทั้งสิ้น 290 รายชื่อ ตัวอย่างเช่น

Table 1: Example of Thai product names using Chinese phonetic transcription

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
กุลนารถ	坤兰娜	อาหารและเครื่องดื่ม (เวเฟอร์แต่งกลิ่นผลไม้)
ง่วนเชียง	源昌	อาหารและเครื่องดื่ม (ซอสปรุงรส)
ชาวเกาะ	俏果	อาหารและเครื่องดื่ม (กะทิสำเร็จรูป)
โตไว	多娃	อาหารและเครื่องดื่ม (เส้นก๋วยเตี๋ยว)
ปีทาเกิน	比达多	อาหารและเครื่องดื่ม (นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
ปามิรา	芭米拉	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารเสริมและนมสำหรับเด็ก)
พันท้ายนรสิงห์	潘泰诺华星	อาหารและเครื่องดื่ม (ซอสปรุงรส)
ฮองเฮา	皇后	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารเจกึ่งสำเร็จรูป)
กวนอิม	观音	ยาและเครื่องสำอาง (ครีมไข่มุก)
จรงจิต	杂轮齐	ยาและเครื่องสำอาง (ยาคุมสมุนไพร)
จุฬาเอิร์บ	珠拉鹤	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
ธัญ	庭润	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์สปา)
วิเศษนิยม	威式尼蓉	ยาและเครื่องสำอาง (ยาสีฟัน)
หาญ	涵庭	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์สปา)
เอื้อยแซ	益生	ยาและเครื่องสำอาง (ยาคุมสมุนไพร)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
ไทย์ลาเท็กซ์	泰拉缇	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
ณพัฐธิกา	娜帕蒂卡	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
ฝันดี	婪迪	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
ศุคคาภา	素佻帕	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
โอเซียน	鸥欣	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (แก้วน้ำ)
เจนสุดา	詹妮苏达	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (เครื่องแต่งกาย)
สายสมร	赛莎梦	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (ชุดชั้นใน)
ปวิญญา	帕汀雅	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (เครื่องแต่งกาย)
วทานิกา	瓦塔尼卡	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (เครื่องแต่งกาย)
อักษรา	阿撒拉	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (สินค้าที่ระลึก)

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าชื่อตราสินค้าของไทยที่ใช้วิธีการแปลแบบทับศัพท์เป็นภาษาจีน ผู้แปลใช้คำในภาษาจีนที่ออกเสียงเหมือนหรือใกล้เคียงกับชื่อเดิมของไทย ซึ่งเมื่อนำมารวมกันอาจมีความหมายหรือไม่ก็ได้ โดยส่วนใหญ่ที่พบคือ เมื่อนำมารวมกันแล้วไม่มีความหมายในภาษาจีน เช่น กะทิสำเร็จรูป “ชาวเกาะ” ทับศัพท์เป็น “俏果” (Qiàoguǒ) เส้นก๋วยเตี๋ยว “โตไว” ทับศัพท์เป็น “多娃” (Duōwá) ยาสีฟัน “วิเศษนิยม” ทับศัพท์เป็น “威式尼蓉” (Wēishiniróng) แก้วน้ำ “โอเซียน” ทับศัพท์เป็น “鸥欣” (Ōuxīn) รวมถึงชื่อตราสินค้าที่ตั้งเป็นภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋วอย่างซอสปรุงรส “ง่วนเซียง” ทับศัพท์เป็น “源昌” (Yuánchāng) อาหารเจกึ่งสำเร็จรูป “ฮองเฮา” ทับศัพท์เป็น “皇后” (Huánghòu) ครีมน้ำนม “กวนอิม” ทับศัพท์เป็น “观音” (Guānyīn) ยาดมสมุนไพร “เอี้ยะแซ” ทับศัพท์เป็น “益生” (Yìshēng) นอกจากนี้ จะเห็นว่าชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งชื่อเป็นชื่อบุคคล ส่วนใหญ่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีน เช่น เวเฟอร์ แต่งกลิ่นผลไม้ “กุลนารถ” ทับศัพท์เป็น “坤兰娜” (Kūnlánà) หมอนและที่นอนยางพารา “ฉัพฐิกา” ทับศัพท์เป็น “娜帕蒂卡” (Nàpàdikā) เครื่องแต่งกาย “เจนสุดา” ทับศัพท์เป็น “詹妮苏达” (Zhānnīsūdā) เป็นต้น

ส่วนชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีทับศัพท์ที่มีชื่อภาษาจีนสองชื่อพบว่ามี 1 รายชื่อ คือ

Table 2: List of Thai brand names using Chinese phonetic transcription with two names

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
มิลทิน	美氏婷 蜜丝婷	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและ อุปกรณ์แต่งหน้า)

ตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอุปกรณ์แต่งหน้า “มิลทิน” มีสองชื่อ โดยผู้แปลเลือกใช้อักษรจีนแตกต่างกัน แต่ออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยทั้งสองชื่อ ชื่อแรก “美氏婷” (Měishìtíng) และชื่อที่สอง “蜜丝婷” (Mìsītíng)

2.) การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ

เป็นการแปลโดยใช้วิธีถอดเสียงเป็นภาษาจีนให้ใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยส่วนหนึ่ง และเพิ่มคำที่ไม่มีในชื่อตราสินค้าเดิม การแปลวิธีนี้พบ 2 รายชื่อ คือ

Table 3: List of Thai brand names using phonetic transcription with Chinese words added

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	คำที่ เพิ่ม	ประเภทสินค้า
มะฆ้อง	拉玛贡	拉	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
รีนรมย์	泰洳润	泰	ยาและเครื่องสำอาง (ครีมทาผิว)

จะเห็นได้ว่าชื่อตราสินค้าภาษาจีนข้างต้นคำว่า “玛贡” (mǎgòng) ถอดเสียงจากคำว่า “มะฆ้อง” ส่วน “拉” (lā) เป็นคำที่เพิ่มเข้ามา และคำว่า “洳润” (rùrùn) ถอดเสียงมาจากคำว่า “รีนรมย์” ส่วน “泰” (tài) เป็นคำที่เพิ่มเข้ามา ซึ่งไม่มีในชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย

3.) การทับศัพท์แบบละคำ

เป็นการแปลโดยใช้วิธีถอดเสียงเป็นภาษาจีนให้ใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยเพียงส่วนหนึ่ง โดยละคำสองพยางค์แรกและพยางค์ท้ายของชื่อตราสินค้าเดิม การแปลวิธีนี้พบ 8 รายชื่อ ได้แก่

Table 4: List of Thai brand names using Chinese phonetic transcription and omitting certain words

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	คำที่ละ	ประเภทสินค้า
เขาค้อทะเลภู	泰然萃	เขาค้อ	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)
โคซี่ ลาเท็กซ์	蔻姿	ลาเท็กซ์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
ซูการ์ฮัท	苏阁	ฮัท	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำกะทิผสมผลไม้)
เดอ สยาม	暹罗	เดอ	อาหารและเครื่องดื่ม (ชุดประกอบอาหารไทย กึ่งสำเร็จรูป)
สบายดี ลาเท็กซ์	萨拜迪	ลาเท็กซ์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
สามแม่ครัว	三美	ครัว	อาหารและเครื่องดื่ม (ปลากระป๋อง)
สุวรรณ ลาเท็กซ์	素万	ลาเท็กซ์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
อีโคไลฟ์ ลาเท็กซ์	伊可莱	ลาเท็กซ์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าชื่อตราสินค้าภาษาจีน “泰然萃” (Tàiráncuì) ถอดเสียงมาจาก “ทะเลงู” โดยละสองพยางค์แรก “เขาค้อ” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิม ชื่อตราสินค้า “苏阁” (Sūgé) ถอดเสียงมาจาก “ซูการ์ฮัท” โดยละพยางค์ท้าย “ฮัท” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิม ชื่อตราสินค้าภาษาจีน “暹罗” ถอดเสียงมาจาก “สยาม” โดยละพยางค์แรก “เดอ” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิม และชื่อตราสินค้าภาษาจีน “三美” (Sānměi) ถอดเสียงมาจากคำว่า “สามแม่” โดยละพยางค์ท้าย “คร้ว” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิมของไทย นอกจากนี้ ยังมีชื่อตราสินค้าของหมอนและที่นอนยางพาราที่ละสองพยางค์ท้าย “ลาเท็กซ์” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิม เช่นเดียวกันทั้งหมด พบว่ามี 4 รายชื่อ ได้แก่ “โคซี่ ลาเท็กซ์” ถอดเสียงเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “蔻姿” (Kòuzī) “สบายดี ลาเท็กซ์” ถอดเสียงเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “萨拜迪” (Sàbàidí) “สุวรรณ ลาเท็กซ์” ถอดเสียงเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “素万” (Sùwàn) และ “อีโคโลฟี ลาเท็กซ์” ถอดเสียงเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “伊可莱” (Yīkě lái)

4.) การแปลความหมาย

เป็นการแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีนให้ตรงกับความหมายเดิมของชื่อตราสินค้าในภาษาไทย การแปลวิธีนี้พบว่ามีจำนวน 192 รายชื่อ ตัวอย่างเช่น

Table 5: Example of Thai brand names by translating the names into Chinese language

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
กระต่ายทองคู่	双金兔	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
กระทิงแดง	红牛	อาหารและเครื่องดื่ม (เครื่องดื่มชูกำลัง)
ชวนชม	富贵花	อาหารและเครื่องดื่ม (แป้งมันสำปะหลัง)
บางกอก บานาน่า	曼谷香蕉	อาหารและเครื่องดื่ม (กล้วยหอมทองทอดกรอบ)
ดอกบัวคู่	双莲	ยาและเครื่องสำอาง (ยาสีฟัน)
โอเรียนทอล พรีนเซส	东方公主	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม)
หัวม้าลาย	斑马头	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (เครื่องครัวสแตนเลส)
คิสสลีป	吻眠	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนยางพารา)
ช.ช้าง	大象	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (กระเป๋าและสินค้าที่ระลึก)
โพเมโล	柚子	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (เครื่องแต่งกายและกระเป๋า)

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
ม้าดาว	星马	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (รองเท้าแตะ)
ไทยออริจินอล	原生泰	อาหารและเครื่องดื่ม (นมปรุงแต่งชนิดเม็ด)
หมีไผ่	熊竹	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
เทพไทย	神泰	ยาและเครื่องสำอาง (ยาสีฟัน)
เสือดาว	虎星	ยาและเครื่องสำอาง (ยาแก้ไอ)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่า หากเป็นชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาไทย เมื่อแปลความหมายเป็นภาษาจีน จะปรับการเรียงลำดับคำให้ตรงกับหลักไวยากรณ์ภาษาจีนคือ คำขยายอยู่หน้า คำนามหลักอยู่หลัง (偏正式) ซึ่งตรงข้ามกับในภาษาไทยที่คำนามหลักอยู่หน้า คำขยายอยู่หลัง เช่น ข้าวหอมมะลิ “กระต่ายทองคำ” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “双金兔” เครื่องดื่มชูกำลัง “กระทิงแดง” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “红牛” แป้งมันสำปะหลัง “ชวนชม” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “富贵花” ยาสีฟัน “ดอกบัวคู่” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “双莲” เครื่องครัวสแตนเลส “หัวม้าลาย” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “斑马头” รองเท้าแตะ “ม้าดาว” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “星马” เป็นต้น

ส่วนชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษ เมื่อแปลความหมายเป็นภาษาจีน ไม่จำเป็นต้องปรับลำดับคำ เนื่องจากในภาษาอังกฤษ คำขยายอยู่หน้า คำนามหลักอยู่หลังเหมือนกับภาษาจีน เช่น กล้วยหอมทองทอดกรอบ “บางกอกบานาน่า” (Bangkok Banana) แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “曼谷香蕉” ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม “โอเรียนทอล พรินเซส” (Oriental Princess) แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “东方公主” หมอนและที่นอนยางพารา “คิสสลีป” (Kiss Sleep) แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “吻眠” ส่วนชื่อตราสินค้าของไทยที่ใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อโดยคำนามหลักอยู่หน้า คำขยายอยู่หลัง ตามหลักไวยากรณ์ภาษาไทย พบว่ามี 1 รายชื่อ คือ นมปรุงแต่งชนิดเม็ด “ไทยออริจินอล” (Thai original) แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “原生泰” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Original Thai” จะเห็นว่ามีกรปรับเปลี่ยนคำขยายอยู่หน้า คำนามหลักอยู่หลังตามหลักไวยากรณ์ภาษาจีน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า มีชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลเป็นภาษาจีนใช้วิธีแปลความหมายแบบแปลตรงตัวเกินไป โดยนำคำนามหลักไว้หน้า ส่วนคำขยายไว้หลังเหมือนกับชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย มีจำนวน 2 รายชื่อ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ “หมีไผ่” (หมายถึง “หมีแพนด้า” ตามรูปโลโก้ของสินค้า) แปลความหมายแบบตรงตัวเป็นภาษาจีนว่า “熊竹” ซึ่งที่ถูกต้องควรแปลว่า “竹熊” ซึ่งเป็นอีกคำหนึ่งในภาษาจีนที่ใช้เรียก “หมีแพนด้า” ยาสีฟัน “เทพไทย” แปลความหมายแบบตรงตัวเป็นภาษาจีนว่า “神泰” ที่ถูกต้องควรแปลว่า “泰神” และยังพบว่ามีอีก 1 รายชื่อที่ใช้วิธีแปลตรงตัวตามชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย แต่เลือกใช้คำในภาษาจีนผิด คือ ยาแก้ไอ “เสือดาว” แปลความหมายแบบตรงตัวเป็นภาษาจีนว่า “虎星” ที่ถูกต้องควรแปลว่า “豹” “花豹” หรือ “金钱豹”

5.) การแปลความหมายแบบเพิ่มคำ

เป็นการแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีนให้ตรงกับความหมายเดิมของชื่อตราสินค้าเดิมของไทยส่วนหนึ่ง และเพิ่มคำที่ไม่มีในชื่อตราสินค้าเดิม การแปลวิธีนี้พบว่ามี 2 รายชื่อ ได้แก่

Table 6: List of Thai brand names by translating the names with Chinese words added

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	คำที่ เพิ่ม	ประเภทสินค้า
ส้มโอ	上等柚	上等	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
แฮนด์พิค	鲜手采	鲜	อาหารและเครื่องดื่ม (ผลไม้แปรรูป)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าทั้ง 2 รายชื่อ เมื่อแปลความหมายเป็นภาษาจีน มีการเพิ่มคำขยายไว้ด้านหน้า โดยคำที่เพิ่มเข้ามามีความหมายในเชิงบวก ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดูมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ข้าวหอมมะลิ “ส้มโอ” แปลความหมายแบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า “上等柚” โดยคำว่า “上等” ที่เพิ่มเข้ามานั้นแปลว่า “ชั้นดี” “ชั้นสูง” หรือ “ชั้นหนึ่ง” เป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้สินค้าว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง ส่วนผลไม้แปรรูป “แฮนด์พิค” (Hand Picked) แปลความหมายแบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า “鲜手采” โดยคำว่า “鲜” ที่เพิ่มเข้ามานั้นแปลว่า “สด” เป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้สินค้าว่ามีความสดใหม่

6.) การแปลความหมายแบบละคำ

เป็นการแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีนให้ตรงกับความหมายเดิมของชื่อตราสินค้าในภาษาไทยส่วนหนึ่งและละคำที่มีอยู่ในชื่อภาษาไทยเดิมของสินค้า การแปลวิธีนี้พบ 4 รายชื่อ คือ

Table 7: List of Thai brand names by translating the names into Chinese language and omitting certain words

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	คำที่ละ	ประเภทสินค้า
เต่าเหยียบโลก	乌龟	เหยียบ โลก	ยาและเครื่องสำอาง (แป้งระงับกลิ่น)
ลิงถือลูกท้อ	猴桃	ถือ	ยาและเครื่องสำอาง (ยาหม่องสมุนไพร)
5 นางฟ้า ทรงฉัตร	5 个天使	ทรงฉัตร	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (ปุ๋ยเคมี)
เฮลซ์บลูบอย	蓝孩	เฮลซ์	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำหวาน)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าภาษาจีน “乌龟” แปลความหมายจากคำว่า “เต่า” โดยละคำว่า “เหยียบโลก” สองพยางค์ท้ายที่มีอยู่ในชื่อเดิมของสินค้า ชื่อตราสินค้าภาษาจีน “猴桃” แปลความหมายจากคำว่า “ลิงลูกท้อ” โดยละคำว่า “ถือ” ที่มีอยู่ในชื่อเดิมของสินค้า ชื่อตราสินค้าภาษาจีน “5 个天使” แปลความหมายจากคำว่า “5 นางฟ้า” โดยละคำว่า “ทรงฉัตร” ที่มีอยู่ในชื่อเดิมของสินค้า รวมถึงชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษอย่างน้ำหวาน “เฮลซ์ บลูบอย” (Hale's Blue Boy)

แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “蓝孩” (Blue Boy) โดยละคำว่า “เฮลซ์” (Hale's) ที่มีอยู่ในชื่อเดิมของสินค้า

7.) การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย

เป็นการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน โดยใช้วิธีการทับศัพท์ส่วนหนึ่งและแปลตามความหมายอีกส่วนหนึ่ง การแปลวิธีนี้พบว่ามี 29 รายชื่อ ตัวอย่างเช่น

Table 8: Example of Thai brand names by translating the names into Chinese language using both phonetic transcription and translation technique

ชื่อตรา สินค้า ภาษาไทย	ชื่อตรา สินค้า ภาษาจีน	ส่วนที่ ทับ ศัพท์	ส่วนที่ แปล ความหมาย	ประเภทสินค้า
มหารงค์ หอม	曼哈浓香	曼哈浓	香	อาหารและ เครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
ไวตามิ้ลค์	维他奶	维他	奶	อาหารและ เครื่องดื่ม (นมถั่วเหลือง)
รอยัล บุรีรัมย์	皇族武里南	武里南	皇族	อาหารและ เครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
พรีมานีสท์	蒲莉玛燕窝	蒲莉玛	燕窝	ยาและ เครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตรา สินค้า ภาษาไทย	ชื่อตรา สินค้า ภาษาจีน	ส่วนที่ ทับ ศัพท์	ส่วนที่ แปล ความหมาย	ประเภทสินค้า
มาตามเฮง	兴太太	兴	太太	ยาและ เครื่องสำอาง (สบู่มะม่วงไพร)
ยูอิคอฟ	如意咳	如意	咳	ยาและ เครื่องสำอาง (ยาอมสมุนไพร)
พลอย แม่สอด	曼古银	曼古	银	เครื่องแต่งกายและ สินค้าอื่น ๆ (เครื่องประดับ)
ครูเพ็ญศรี	老师潘西	潘西	老师	อาหารและ เครื่องดื่ม (ลูกอม)
แม่บุญล้ำ	老妈梅文 兰	梅文兰	老妈	อาหารและ เครื่องดื่ม (น้ำปลาร้าต้มสุก)
แม่ประนอม	妈巴依	巴依	妈	อาหารและ เครื่องดื่ม (น้ำพริกเผา)
คุณนาย บานาน่า	贵妃芭娜 娜	贵妃	芭娜娜	ยาและ เครื่องสำอาง (ครีมทาसनเท้าแตก)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลด้วยวิธีนี้ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีทับศัพท์ส่วนที่เป็นชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ รวมถึงชื่อที่แปลความหมายแล้วไม่สื่อความ และแปลความหมายส่วนที่เหลือ เช่น ข้าวหอมมะลิ “มหารงค์หอม” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “曼哈浓香” โดย “曼哈浓” ทับศัพท์จากคำว่า “มหารงค์” ส่วน “香” แปลความหมายจากคำว่า “หอม” ผลัดกันที่บำรุงผิวหน้า “พรีมานเอสท์” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “蒲莉玛燕窝” โดย “蒲莉玛” ทับศัพท์จากคำว่า “พรีมา” ส่วน “燕窝” แปลความหมายจากคำว่า “เนสท์” (Nest) ซึ่งแปลว่า “รังนก” ในภาษาไทย ยามสมุนไพโร “ยูอีคอฟ” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “如意咳” โดย “如意” ทับศัพท์จากคำว่า “ยูอี” ส่วน “咳” แปลความหมายจากคำว่า “คอฟ” (Cough) ซึ่งแปลว่า “ไอ” ในภาษาไทย

และมีชื่อตราสินค้าบางรายชื่อที่ใช้วิธีแปลความหมายส่วนหน้าและทับศัพท์ในส่วนหลัง ซึ่งที่พบจะแปลตรงตัวจากชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย ทำให้ชื่อตราสินค้าภาษาจีนที่แปลออกมาผิดหลักไวยากรณ์จีนที่คำขยายต้องอยู่หน้า และคำที่ถูกขยายอยู่หลัง ได้แก่ ลูกอม “ครูเพ็ญศรี” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “老师潘西” โดย “老师” แปลความหมายจากคำว่า “ครู” ส่วน “潘西” ทับศัพท์จาก “เพ็ญศรี” ซึ่งที่ถูกต้องควรแปลว่า “潘西老师” น้ำปลาร้าต้มสุก “แม่บุญล้ำ” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “老妈梅文兰” โดย “老妈” แปลความหมายจากคำว่า “แม่” ส่วน “梅文兰” ทับศัพท์จาก “บุญล้ำ” ซึ่งที่ถูกต้องควรแปลว่า “梅文兰老妈” และน้ำพริกเผา “แม่ประนอม” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์

และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “妈巴依” โดย “妈” แปลความหมายจากคำว่า “แม่” ส่วน “巴依” ทับศัพท์จาก “ประนอม” ซึ่งที่ถูกต้องควรแปลว่า “巴依妈”

นอกจากนี้ ยังพบว่าชื่อตราสินค้าภาษาจีนที่แปลตรงตัวจากชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทยที่ทั้งผิดหลักไวยากรณ์ภาษาจีนและเลือกใช้คำในภาษาจีนไม่ถูกต้อง คือ ครีมหาสน์เท้าแตก “คุณนายบานาน่า” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “贵妃芭娜娜” โดย “贵妃” แปลความหมายจากคำว่า “คุณนาย” ส่วน “芭娜娜” ทับศัพท์จาก “บานาน่า” (Banana) แต่ในความจริงแล้วคำว่า “贵妃” แปลว่า “มเหสีฝ่ายซ้าย” (มเหสีรองจากองเฮา) คำว่า “คุณนาย” ควรใช้คำว่า “太太” จะเหมาะสมยิ่งกว่า และที่ถูกต้องทั้งหมดควรแปลว่า “芭娜娜太太”

8.) การตั้งชื่อใหม่

วิธีนี้ไม่ได้ยึดตามหลักการแปลเหมือนกับวิธีอื่น ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น แต่เป็นการตั้งชื่อตราสินค้าใหม่เป็นภาษาจีน โดยตั้งชื่อตามลักษณะพิเศษหรือโลโก้ของสินค้านั้น ๆ รวมถึงเป็นชื่อที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักโดยทั่วกัน ชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีตั้งชื่อใหม่มีจำนวน 10 รายชื่อ ดังนี้

Table 9: List of Thai brand names using a newly created names in Chinese language

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
โก้แก๊	大哥	อาหารและเครื่องดื่ม (ขนมขบเคี้ยว)
คนใส่แว่นตา	老人头	ยาและเครื่องสำอาง (สบู่มุนไพร)
ง่วนเชียง	金船	อาหารและเครื่องดื่ม (ซอสปรุงรส)
ตะวันแดง	小浣熊	อาหารและเครื่องดื่ม (สําหรัยอบกรอบ)
ทาเบรุ	大拳头	อาหารและเครื่องดื่ม (สําหรัยอบกรอบ)
โมนโนโบ	小猴子	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (รองเท้า)
เฮลซ์บลูบอย	神童	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำหวาน)
ซีพี	正大食品	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารแปรรูปและอาหาร พร้อมรับประทาน)
นารายา	曼谷包	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (กระเป๋าผ้าสตรี)

ชื่อตราสินค้า	ชื่อตราสินค้า	ประเภทสินค้า
ภาษาไทย	ภาษาจีน	
ทิพรส	味露	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำปลา)

ตารางข้างต้นเป็นชื่อตราสินค้าของไทยที่ใช้วิธีตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีน ส่วนใหญ่จะเป็นการตั้งชื่อตามโลโก้ของสินค้า ได้แก่ ขนมหขเคี้ยว “โก้เก้” มีโลโก้สินค้าเป็นผู้ชายสวมแว่น ผมฟู สวมชุดยูโดสไตล์ญี่ปุ่นชื่อว่า “พีโก้” จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “大哥” สบู่สมุนไพร “คนใส่แว่นตา” มีโลโก้สินค้าเป็นรูปครึ่งตัวบนของผู้ชายสูงอายุ สวมแว่นตา จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “老人头” ซอสปรุงรส “ง่วนเซียง” มีโลโก้สินค้าเป็นเรือลำใหญ่สีทอง จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “金船” สาหร่ายอบกรอบ “ตะวันแดง” มีโลโก้สินค้าเป็นรูปตัวแร็กคูน จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “小浣熊” สาหร่ายอบกรอบ “ทาเบรู่” มีโลโก้สินค้าเป็นผู้ชาย สวมชุดยูโด ยืนกำปั้นออกมาด้านหน้า จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “大拳头” รองเท้า “โมโนโบ” มีโลโก้สินค้าเป็นรูปหัวลิง จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “小猴子” และน้ำหวาน “เฮลซ์บลูบอย” มีโลโก้สินค้าเป็นเด็กผู้ชายยืนข้าง แก้วน้ำหวาน จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “神童”

และยังมีชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนตามชื่อที่ได้รับการยอมรับและใช้กันโดยทั่วไป ได้แก่ อาหารแปรรูปและอาหารพร้อมรับประทาน “ซีพี” เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนในชื่อว่า “正大食品” เมื่อตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนจึงใช้ชื่อนี้ รวมถึงกระเป๋าดำสตรี “นารายา” เป็นกระเป๋าดำที่ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งรู้จักกัน

โดยทั่วไปในชื่อ “曼谷包” แปลเป็นภาษาไทยว่า “กระเป๋ากรุงเทพฯ”
เมื่อตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนจึงใช้ชื่อนี้

นอกจากนี้ ยังพบว่าชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนตาม
ประเภทของสินค้ามี 1 รายชื่อ คือ น้ำปลา “ทิพรส” ตั้งชื่อใหม่ตามประเภท
ของสินค้าเป็นภาษาจีนว่า “味露” (น้ำปลา)

ในส่วนของชื่อตราสินค้าของไทยที่ใช้วิธีการแปลเป็นภาษาจีน
มากกว่าหนึ่งวิธี พบว่ามีการใช้วิธีการทับศัพท์/แปลความหมายจำนวน 2
รายชื่อ ทับศัพท์/แปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายจำนวน
3 รายชื่อ ทับศัพท์/ตั้งชื่อใหม่จำนวน 2 รายชื่อ แปลความหมาย/แปลแบบ
ผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายจำนวน 1 รายชื่อ และแปล
ความหมายแบบละคำ/ตั้งชื่อใหม่จำนวน 1 รายชื่อ ดังนี้

Table 10: List of Thai brand names using more than one method of translation into Chinese language

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
กูดี้	古迪 好牌	อาหารและเครื่องดื่ม (ผลไม้อบแห้ง)
สเนลไวท์	施妮薇 白蜗牛	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
ดับเบิล เอ	达伯埃 双 A	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (กระดาดพิมพ์เขียน)
มาตามเฮง	玛当兴 兴太太	ยาและเครื่องสำอาง (สบู่มุนไพร)
หมอหวาน	慕丸 旺大夫	ยาและเครื่องสำอาง (ยาหม่องมุนไพร)
บิวตี้ฟุเพต์	美丽自助 美丽蓓菲	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง)
ง่วนเซียง	源昌 金船	อาหารและเครื่องดื่ม (ซอสปรุงรส)
นารายา	娜莱雅 曼谷包	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (กระเป๋าผ้าสตรี)
เฮลซ์บลูบอย	蓝孩 神童	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำหวาน)

ตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีการทับศัพท์และแปลความหมายเป็นชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษ ได้แก่ ผลไม้อบแห้ง “กู๊ดดี” และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “สเนลไวท์” ซึ่งในส่วนของการแปลความหมายเป็นภาษาจีนจะแปลความหมายจากชื่อเดิมที่เป็นภาษาอังกฤษอย่าง “กู๊ดดี” (Goody) หมายถึง “ดี” ในภาษาไทย แปลเป็นภาษาจีนว่า “好牌” และ “สเนลไวท์” (Snail White) หมายถึง “หอยทากขาว” ในภาษาไทย แปลเป็นภาษาจีนว่า “白蜗牛” ชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีทับศัพท์และแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย ได้แก่ กระดาษพิมพ์เขียน “ด๊ับเบิล เอ” สบู่สมุนไพร “มาดามเฮง” และยาหม่องสมุนไพร “หมอหวาน” ซึ่งในส่วนของการแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายแปลเป็นภาษาจีนว่า “双 A” “兴太太” และ “旺大夫” ตามลำดับ โดยคำว่า “双” แปลความหมายจากชื่อตราสินค้าเดิมที่ตั้งเป็นภาษาอังกฤษว่า “ด๊ับเบิล” (Double) ซึ่งหมายถึง “คู่” ในภาษาไทย ส่วน “A” ทับศัพท์จากชื่อเดิม คำว่า “兴” ทับศัพท์จากคำว่า “เฮง” ซึ่งเป็นสำเนียงภาษาจีนแต้จิ๋ว ส่วน “太太” แปลความหมายจากชื่อตราสินค้าเดิมที่ตั้งเป็นภาษาอังกฤษว่า “มาดาม” (Madam) ซึ่งหมายถึง “คุณนาย” ในภาษาไทย คำว่า “旺” ทับศัพท์จากคำว่า “หวาน” ในชื่อเดิม ส่วน “大夫” แปลความหมายจากคำว่า “หมอ” ในชื่อเดิม ชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีแปลความหมายและแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง “บิวตี้บุฟเฟต์” (Beauty Buffet) แปลความหมายจากชื่อเดิมที่ตั้งเป็นภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาจีนว่า “美丽自助” ในส่วนของวิธีการแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายแปลเป็นภาษาจีนว่า “美丽蓓菲” โดยแปลความหมายจากคำว่า “บิวตี้” (Beauty) เป็นภาษาจีนว่า “美丽” คำว่า “蓓菲” ทับศัพท์จากคำว่า

“บุฟเฟต์” (Buffet) ในชื่อเดิม ชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีทับศัพท์และตั้งชื่อใหม่ คือซอสปรุงรส “ง่วนเซียง” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “源昌” และใช้วิธีตั้งชื่อใหม่เป็น “金船” รวมถึงกระเป๋าดำสตรี “นารายา” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “娜莱雅” และใช้วิธีตั้งชื่อใหม่เป็น “曼谷包” สุดท้ายชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีแปลความหมายแบบละคำและตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีน คือน้ำหวาน “เฮลซ์บลูบอย” (Hale's Blue Boy) แปลความหมายแบบละคำเป็นภาษาจีนว่า “蓝孩” โดยแปลความหมายจากคำว่า “บลูบอย” (Blue Boy) ละคำว่า “เฮลซ์” (Hale's) ในชื่อเดิม และตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “神童” ซึ่งมีที่มาจากโลโก้สินค้าที่เป็นเด็กผู้ชายสวมหมวก

2. การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า

จากการวิเคราะห์การเลือกใช้อักษรจีนในชื่อตราสินค้าของไทยที่มีการแปลเป็นภาษาจีนในงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่ามีการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้าไทยในด้านต่าง ๆ ทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

1.) เลือกใช้อักษร “泰” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าของไทย

เป็นการจงใจเลือกใช้อักษร “泰” (ไทย/ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย) โดยต้องการสื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนรับรู้ว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย พบว่ามี 9 รายชื่อ ทั้งหมดเป็นชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีน ดังนี้

**Table 11: List of Thai brand names using the character
“泰” to represent a Thai product**

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	วิธีการ แปล	ประเภทสินค้า
ดีละเซียร์	泰味佳	ทับศัพท์	อาหารและเครื่องดื่ม (เนื้อจะแช่ปรุงรสและ ผลไม้แปรรูป)
มิตรใหม่	蜜泰	ทับศัพท์	อาหารและเครื่องดื่ม (ลูกอมกลืนผลไม้)
มาซิตะ	玛喜泰	ทับศัพท์	อาหารและเครื่องดื่ม (สาหร่ายทะเลอบกรอบ)
มาบุญครอง	马泰隆	ทับศัพท์	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
ธาอีส	泰意思	ทับศัพท์	ยาและเครื่องสำอาง (สบู่และครีมบำรุงผิว)
สธิรา	思泰乐	ทับศัพท์	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องหอมและ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
นิตยา	妮泰雅	ทับศัพท์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอน ยางพารา)
รินรมย์	泰如润	ทับศัพท์ แบบเพิ่ม คำ	ยาและเครื่องสำอาง (ครีมทาผิว)

ชื่อตราสินค้า	ชื่อตราสินค้า	วิธีการ	ประเภทสินค้า
ภาษาไทย	ภาษาจีน	แปล	
เขาค้อทะเลญ	泰然萃	ทับศัพท์ แบบลดคำ	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)

จะเห็นว่าชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีนในตารางข้างต้น ผู้แปลเลือกใช้อักษร “泰” ถอดเสียงชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย แม้ว่าเสียงอ่านของอักษร “泰” (tài) จะไม่ใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยก็ตาม เช่น ลูกอมกลิ่นผลไม้ “มิตรใหม่” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “蜜泰” (Mìtài) ซึ่งความจริงแล้ว “ใหม่” ควรทับศัพท์เป็น “迈” (mài) จะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาไทยมากกว่า สาหรัยทะเลอบกรอบ “มาชิตะ” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “玛喜泰” (Mǎxìtài) ความจริงแล้ว “ตะ” ควรทับศัพท์เป็น “达” (dá) จะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาไทยมากกว่า เครื่องหอมและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “สติรา” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “思泰乐” (Sītàilè) ความจริงแล้ว “ติ” ควรทับศัพท์เป็น “提” (tí) จะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาไทยมากกว่า ในส่วนของวิธีทับศัพท์แบบเพิ่มคำและทับศัพท์แบบลดคำพบว่า ครีมหาโม “รีนรมย์” ที่ใช้วิธีทับศัพท์แบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า “泰沁润” (Tàiqìnrùn) โดยเพิ่มคำว่า “泰” ซึ่งไม่มีในชื่อตราสินค้าเดิม นอกจากนี้ ยังมีเครื่องสำอางสมุนไพร “เขาค้อทะเลญ” ที่ใช้วิธีทับศัพท์แบบลดคำเป็นภาษาจีนว่า “泰然萃” (Tàiráncuì) โดยตัดคำว่า “เขาค้อ” ออก และเลือกใช้ตัวอักษร “泰” ทับศัพท์คำว่า “ทะ” ซึ่งในความเป็นจริง “ทะ” ควรทับศัพท์เป็น “塔” (tǎ) จะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาไทยมากกว่า

2.) เลือกใช้อักษรจีนหรืออักษรข้างที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงประเภทของสินค้า

เป็นการเลือกใช้อักษรจีนหรืออักษรข้าง (偏旁) ในการบ่งบอกถึงประเภทของสินค้า พบว่ามี 11 รายชื่อ ส่วนใหญ่เป็นชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีน ดังนี้

Table 12: List of Thai brand names using Chinese characters or related radical of characters to indicate type of product

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตรา สินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนหรือ อักษรข้างที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
ซีลีโกะ	喜乐口	口	อาหารและเครื่องดื่ม (สำหรับวัยทะเล อบกรอบ)
โพโก้	福口	口	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้)
โมโม่	嘞嘞	อักษรข้าง 口	อาหารและเครื่องดื่ม (นมปรุงแต่งชนิดเม็ด)
โยคุ	呦咕	อักษรข้าง 口	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้)
โยโย่	呦呦	อักษรข้าง 口	อาหารและเครื่องดื่ม (ขนมเยลลี่เจลลาติน)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตรา สินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนหรือ อักษรข้างที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
ตาลบุรี	糖薄礼	糖	อาหารและเครื่องดื่ม (ผลิตภัณฑ์จาก น้ำตาลโตนด)
ฟูชิ	富吃	吃	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวเกรียบกุ้ง)
โลโบ	乐煲	煲	อาหารและเครื่องดื่ม (ผงปรุงอาหารคาว)
สแน็คแจ๊ค	食乐佳	食	อาหารและเครื่องดื่ม (ถั่วลันเตาอบกรอบ)
มิสเตอร์ไอค์	梦橡家	梦	อุปกรณ์เครื่องใช้ ในบ้าน (หมอนและ ที่นอนยางพารา)
เมสโต	美驰图	驰	อุปกรณ์เครื่องใช้ ในบ้าน (โมเดลรถ)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าส่วนใหญ่ผู้แปลเลือกใช้อักษร “口” ที่แปลว่า “ปาก” และอักษรข้าง “口” (口字旁) ที่สื่อถึง “สิ่งที่เกี่ยวข้องกับปาก” ทับศัพท์ชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนเพื่อบ่งบอกว่าเป็นสินค้าเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ สาหร่ายทะเลอบกรอบ “ซีลีโกะ” (喜乐口) น้ำผลไม้ “โฟโก็” (福口) นมปรุงแต่งชนิดเม็ด “โมโม” (姆姆) น้ำผลไม้ “โยคุ” (呦咕) ขนมเยลลี่เจลาติน “โยโย่” (呦呦) และยังพบอีกว่ามีการเลือกใช้อักษร “糖” (น้ำตาล) อักษร “吃” (รับประทาน) อักษร “煲” (ต้ม) รวมถึงอักษร “食” (รับประทาน/อาหาร) ในสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนด “ตาลบุรี” (糖薄礼) ข้าวเกรียบกุ้ง “ฟูจิ” (富吃) ผงปรุงอาหารควา “โลโบ” (乐煲) และถั่วลันเตาอบกรอบ “สแน็คแจ๊ค” (食乐佳) ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังมีสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้านอย่างหมอน และที่นอนยางพารา “มิสเตอร์โอ๊ค” ที่เลือกใช้อักษร “梦” (ฝัน) เพื่อบ่งบอกว่าสินค้านี้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการนอน รวมถึงโมเดลรถ “เมสโต” (ของตกแต่งบ้าน) ที่เลือกใช้อักษร “驰” ที่แปลว่า “(รถ) วิ่งฉิว” เพื่อบ่งบอกว่าสินค้านี้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับรถ

3.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง เป็นการเลือกใช้อักษรจีนที่สื่อถึงผู้หญิง รวมถึงนิยมใช้ตั้งเป็นชื่อผู้หญิง โดยมีความหมายเกี่ยวข้องกับความสุข ความสวยงาม ความอ่อนโยน เพื่อใช้บ่งบอกว่าสินค้านั้น ๆ เป็นสินค้าสำหรับผู้บริโภคเพศหญิง พบว่ามี 15 รายชื่อ ส่วนใหญ่เป็นชื่อตราสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีน ดังนี้

Table 13: List of Thai brand names using the relevant Chinese characters to indicate that the product was for women

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
จันทร์หอม	站芳	芳	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)
โพรมีน่า	保美雅	美/雅	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า)
มิสทีน	美氏婷/蜜 丝婷	美/婷	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและ อุปกรณ์แต่งหน้า)
ไวมาลิช	维美礼	美	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)
สิวันนา	思薇娜	薇/娜	ยาและเครื่องสำอาง (อุปกรณ์แต่งหน้า)
สเนลไวท์	施妮薇	薇	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
สมูทอี	师美宜	美	ยาและเครื่องสำอาง (เวชสำอาง)
อาร์เซ่	雅倩	雅/倩	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
โดนัทท์	多丽	丽	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารเสริมเพื่อความงาม)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
ชาป๊อ	莎比娜	娜	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (ชุดชั้นใน)
นันทิตา	娜迪塔	娜	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (กระเป๋าสตริ)
นารายา	娜莱雅	雅/娜	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (กระเป๋าสตริ)
มิลิน	米琳	琳	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (เครื่องแต่งกายสตรี)
เมลิสา	梅丽莎	丽	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (รองเท้าสตรี)
แลนด์มี	兰德米	兰	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (เครื่องแต่งกายสตรี)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าสินค้าประเภทเครื่องสำอาง
เลือกใช้อักษร “美” มีจำนวน 4 รายชื่อ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
“โพรมีน่า” (保美雅) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอุปกรณ์แต่งหน้า “มิสทิน”
(美氏婷) เครื่องสำอางสมุนไพร “ไวมาลิช” (维美礼) และเวชสำอาง
“สมูทฮี” (师美宜) ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญ
ของสินค้าประเภทเครื่องสำอางคือผู้บริโภคเพศหญิง ธรรมชาติของผู้หญิงมี
ความรักสวยรักงาม ชื่อตราสินค้าประเภทเครื่องสำอางของไทยเมื่อทับศัพท์
เป็นภาษาจีนจึงนิยมเลือกใช้อักษร “美” (สวยงาม) อักษร “娜” ที่นิยมใช้
ตั้งเป็นชื่อของผู้หญิง พบว่ามีจำนวน 4 รายชื่อเช่นเดียวกัน ได้แก่ อุปกรณ์
แต่งหน้า “สิวันนา” (思薇娜) ชุดชั้นใน “ซาบีน่า” (莎比娜) กระเป๋
ผ้าสตรี “นันทิตา” (娜迪塔) และกระเป๋าผ้าสตรี “นารายา” (娜莱雅)
ความสง่างามก็ใช้สื่อถึงผู้หญิงเช่นกัน จึงมีการเลือกใช้ตัวอักษร “雅” (สูงส่ง
และงดงาม) ในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและกระเป๋าผ้าสตรีอย่างผลิตภัณฑ์บำรุง
ผิวหน้า “โพรมีน่า” (保美雅) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “อาร์เซ” (雅倩) และ
กระเป๋าผ้าสตรี “นารายา” (娜莱雅) ทั้งหมด 3 รายชื่อ ยังพบว่าการ
เลือกใช้อักษร “薇” (ดอกกุหลาบ) ที่สื่อถึงความอ่อนหวาน ความประณีต
ของผู้หญิง จำนวน 2 รายชื่อ ได้แก่ อุปกรณ์แต่งหน้า “สิวันนา” (思薇娜)
และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “สเนลไวท์” (施妮薇) รวมถึงอักษร “丽” (สวย
และงดงาม) ที่สื่อถึงความสวยงามของผู้หญิง จำนวน 2 รายชื่อ พบในอาหาร
เสริมเพื่อความงาม “โดนัทท์” (多丽) และรองเท้าสตรี “เมลิสา” (梅丽
莎) นอกจากนี้ ยังมีการเลือกใช้อักษร “芳” (กลิ่นหอม) ที่สื่อถึงกลิ่นหอม
ของผู้หญิง อักษร “婷” (ความสุภาพอ่อนโยน ความงดงาม) ที่สื่อถึงความ

ละมุนละไมและความงามสง่าของผู้หญิง อักษร “倩” ที่หมายถึง รูปลักษณ์งดงาม (姿容美好) สื่อถึงความงามของผู้หญิง อักษร “琳” (หยกที่สวยงาม) ที่นิยมใช้ตั้งเป็นชื่อของผู้หญิง และอักษร “兰” (ดอกกล้วยไม้) ที่เป็นสัญลักษณ์ของความสูงศักดิ์ นิยมใช้ตั้งเป็นชื่อของผู้หญิง อย่างละ 1 รายชื่อ พบในเครื่องสำอางสมุนไพร “จันทร์หอม” (站芳) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอุปกรณ์แต่งหน้า “มิสทิน” (美氏婷/蜜丝婷) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “อาร์เซ่” (雅倩) เครื่องแต่งกายสตรี “มิลิน” (米琳) และเครื่องแต่งกายสตรี “แลนด์มี” (兰德米) ตามลำดับ

4.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย เป็นการเลือกใช้อักษรจีนที่สื่อถึงผู้ชาย โดยมีความหมายแสดงถึงความเป็นชายและความยิ่งใหญ่ เพื่อบ่งบอกว่าสินค้านั้น ๆ เป็นสินค้าสำหรับผู้บริโภคเพศชาย พบว่ามีจำนวน 3 รายชื่อ ดังนี้

Table 14: List of Thai brand names using the relevant Chinese characters to indicate that the product was for men

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
ซิเดกร้า	伟玮哥	伟/哥	ยาและเครื่องสำอาง (ยารักษาภาวะหย่อน สมรรถภาพทางเพศ สำหรับบุรุษ)
เมสโต	美驰图	驰	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (ไมเตอร์)
ฮอฟแมน	霍夫曼	夫	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (ไบมีดโกน)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าสินค้าสำหรับผู้ชายอย่างยารักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศสำหรับบุรุษ “ซิเดกร้า” แปลเป็นภาษาจีนว่า “伟玮哥” โดยเลือกใช้อักษร “伟” ที่แปลว่า “ความยิ่งใหญ่” และอักษร “哥” ที่แปลว่า “พี่ชาย” รวมถึงไมเตอร์ “เมสโต” แปลเป็นภาษาจีนว่า “美驰图” โดยเลือกใช้อักษร “驰” ที่แปลว่า “(รถ) วิ่งฉิว” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าเกี่ยวกับรถ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้ชายส่วนใหญ่โปรดปราน และสุดท้ายไบมีดโกน “ฮอฟแมน” โดยเลือกใช้อักษร “夫” ที่นิยมตั้งเป็นชื่อของผู้ชาย แปลว่า “สามี” หรือ “ชายที่บรรลุนิติภาวะ”

5.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า เป็นการเลือกใช้อักษรจีนที่มีเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าของไทย ถอดเสียงเป็นภาษาจีน และเมื่ออ่านรวมกันแล้วสื่อความหมายในทางที่ดี สามารถบ่งบอกถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า ถือเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของอักษรจีนที่เป็นอักษรแสดง ความหมาย (表意文字) โดยอักษรจีนทุกตัวจะมีความหมายในตัวเอง นับว่าเป็นการแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาต่างประเทศในอุดมคติที่ภาษาอื่นไม่สามารถทำเช่นนั้นได้ เพราะอักษรจีนที่เลือกใช้นอกจากจะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมแล้ว ยังสื่อความหมายที่ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของสินค้าอีกด้วย ชื่อตราสินค้าของไทยที่สามารถเลือกใช้อักษรจีนที่อ่านออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมและแสดงถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า พบว่ามีทั้งหมด 13 รายชื่อ ส่วนใหญ่เป็นชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ดังนี้

Table 15: List of Thai brand names using the corresponding Chinese characters to indicate the advantageous features of the product

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
ซีลีโกะ	喜乐口 (Xilèkǒu)	อาหารและเครื่องดื่ม (สำหรับย่อยกรอบ)
ดีละเชียร์	泰味佳 (Tàiwèijiā)	อาหารและเครื่องดื่ม (เนื้อจะแข็งปรุงรส และผลไม้แปรรูป)
โดนท์	多丽 (Duōlì)	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารเสริมเพื่อความงาม)
ดอยคำ	多康 (Duōkāng)	อาหารและเครื่องดื่ม (ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป เพื่อสุขภาพ)
ฟูจิ	富吃 (Fùchī)	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวเกรียบกุ้ง)
โฟโก้	福口 (Fúkǒu)	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้)
แลคตาซอย	力大狮 (Lìdàshī)	อาหารและเครื่องดื่ม (นมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม)
สแน็คแจ๊ค	食乐佳 (Shílèjiā)	อาหารและเครื่องดื่ม (ถั่วลันเตาอบกรอบ)

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
อองเทร่	康脆 (Kāngcuì)	อาหารและเครื่องดื่ม (ขนมขบเคี้ยว)
เดนทิสเต้	健丽白 (Jiànlíbái)	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก)
โพรมีน่า	保美雅 (Bǎoměiyǎ)	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า)
รีนรมย์	泰洳润 (Tàirùrùn)	ยาและเครื่องสำอาง (ครีมทาผิว)
ไวมาลิซ	维美礼 (Wéiměilǐ)	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าเป็นชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวน 8 รายชื่อ โดยเลือกใช้อักษรจีนที่อ่านรวมกันแล้วสื่อความหมายในเชิงเจริญอาหาร บริโภคอาหารได้อย่างมีความสุข จำนวน 4 รายชื่อ ได้แก่ สหราชอาณาจักร “ซีลีโกะ” (喜乐口) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สุขปาก” ข้าวเกรียบกุ้ง “ฟูชี” (富吃) อ่านรวมแล้วหมายถึง “รับประทานอย่างอุดมสมบูรณ์” น้ำผลไม้ “โฟโก้” (福口) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สุขปาก” และถั่วลิสงเตาอบกรอบ “สแน็คแจ๊ค” (食乐佳) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “รับประทานอย่างมีความสุขและดีงาม” และมีสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 4 รายชื่อเลือกใช้อักษรจีนที่สื่อถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้านั้น ๆ ได้แก่ อาหารเสริมเพื่อความงาม “โดนัท” (多丽) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สวยงามมาก” เนื่องจากสินค้านี้เป็น

อาหารเสริมเพื่อความงาม การที่เลือกแปลเป็นภาษาจีนว่า “多丽” ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อรับประทานอาหารเสริมนี้แล้ว จะทำให้มีรูปร่างหน้าตาสวยงามมากยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพ “ดอยคำ” (多康) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สุขภาพดีมาก/แข็งแรงมาก” เนื่องจากสินค้านี้เป็นอาหารแปรรูปจากผักและผลไม้ การที่เลือกแปลเป็นภาษาจีนว่า “多康” ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อรับประทานแล้ว จะทำให้มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง รวมถึงนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม “แลคตาซอย” (力大狮) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สิ่งโตที่มีพลังมาก” เนื่องจากเป็นนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม การที่เลือกแปลว่า “力大狮” ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อดื่มนมถั่วเหลืองนี้แล้ว ร่างกายจะได้รับพลังงานจำนวนมาก เพราะนมถั่วเหลืองมีโปรตีนสูง และที่เลือกใช้อักษร “狮” ที่แปลว่า “สิงโต” นั้น เพราะสิงโตเป็นสัตว์ที่แสดงถึงความแข็งแกร่งและมีพลังมาก นอกจากนี้ ยังมีขนมขบเคี้ยว “อองเทอร์” (康脆) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สุขภาพดีและกรอบ” ทั้งนี้ เพราะเป็นสินค้าเกี่ยวกับอาหารแปรรูปจากเนื้อหมู โดยใช้วิธีอบกรอบ ไร้มัน การที่เลือกแปลเป็นภาษาจีนว่า “康脆” ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า สินค้านี้มีความกรอบ โดยที่รับประทานแล้วไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ ส่วนชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่เลือกใช้อักษรจีนสื่อความหมายว่ามีรสชาติดี พบว่ามี 1 รายชื่อ คือ เนื้อจะแซ่ปรุ่งรสและผลไม้แปรรูป “ดีละเซียร์” (泰味佳) เมื่ออ่านรวมกันแล้วหมายถึง “รสชาติดีมาก” โดยผู้แปลเลือกใช้อักษร “泰” (ไทย/ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย) แทนอักษร “太” (มาก/มากเกินไป) ที่พ้องเสียงกัน การที่เลือกแปลเป็น “泰味佳” นอกจากจะทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า สินค้านี้มีรสชาติดีแล้ว ยังสามารถแสดงว่าเป็นสินค้าของประเทศไทยได้อีกด้วย

ในส่วนของสินค้าประเภทยาและเครื่องสำอางพบว่ามีจำนวน 4 รายชื่อ โดยทั้งหมดเลือกใช้อักษรจีนที่สื่อถึงคุณสมบัติในเชิงบวกและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้านั้น ๆ ได้แก่ ยาสีฟัน “เดนทิสต์” แปลเป็นภาษาจีนว่า “健丽白” อ่านรวมแล้วหมายถึง “แข็งแรง สวยงามและขาว” เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก จึงต้องการสื่อคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อใช้สินค้าแล้วจะทำให้ฟันแข็งแรง สวยและขาว ส่วนผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า “โพรมีนา” แปลเป็นภาษาจีนว่า “保美雅” อ่านรวมแล้วหมายถึง “คงความสวยและสง่างามไว้” เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จึงสื่อถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคชาวจีน (โดยเฉพาะผู้หญิง) เกิดความคิดว่า เมื่อใช้สินค้านี้แล้วผิวหน้าจะสวยและสง่างามตลอดไป รวมถึงครีมทาผิว “รีนรมย์” ที่แปลเป็นภาษาจีนว่า “泰如润” อ่านรวมแล้วหมายถึง “ชุ่มชื้นมาก” เพื่อสื่อคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้าที่เป็นครีมทาผิว ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อใช้ครีมนี้ทาผิว จะทำให้ผิวชุ่มชื้น โดยผู้แปลเลือกใช้อักษร “泰” แทนอักษร “太” ที่ออกเสียงเหมือนกันเพิ่มเข้ามา เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย และสุดท้ายเครื่องสำอางสมุนไพร “ไวมาลิซ” แปลเป็นภาษาจีนว่า “维美礼” อ่านรวมแล้วหมายถึง “ของขวัญที่คงความงาม” เพื่อสื่อถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้าที่เป็นเครื่องสำอางสมุนไพร ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เครื่องสำอางนี้เปรียบเหมือนของขวัญที่ใช้แล้วจะคงความสวยงามให้อยู่ตลอดไป

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิธีการแปลงชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. วิธีการแปลงชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน

จากชื่อตราสินค้าภาษาจีนของสินค้าไทยทั้งหมด 546 รายชื่อ ผู้วิจัยได้จำแนกเพิ่มเติมจากหลักและวิธีการแปลงเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Gao, et al. (2009, p.59-60) และ Numtong and Likhidcharoentharn (2019, p.120-123) พบว่าการแปลงชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนมีทั้งหมด 8 วิธี ได้แก่ 1.) การทับศัพท์ 2.) การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ 3.) การทับศัพท์แบบละคำ 4.) การแปลความหมาย 5.) การแปลความหมายแบบเพิ่มคำ 6.) การแปลความหมายแบบละคำ 7.) การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย และ 8.) การตั้งชื่อใหม่ โดยวิธีการแปลที่พบมากที่สุดคือ การทับศัพท์มีจำนวน 290 รายชื่อ รองลงมาคือการแปลความหมาย จำนวน 192 รายชื่อ การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย จำนวน 29 รายชื่อ การตั้งชื่อใหม่ จำนวน 10 รายชื่อ การทับศัพท์แบบละคำ จำนวน 8 รายชื่อ การแปลความหมายแบบละคำ จำนวน 4 รายชื่อ การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ จำนวน 2 รายชื่อ และการแปลความหมายแบบเพิ่มคำ จำนวน 2 รายชื่อ เช่นกัน ซึ่งในจำนวนเหล่านี้พบว่าชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีการแปลมากกว่าหนึ่งวิธี จำนวน 9 รายชื่อ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ผู้แปลเลือกใช้วิธีการทับศัพท์มากที่สุดในการแปลงชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน โดยพยายามเลือกใช้อักษรจีนที่ออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยให้มากที่สุด

ส่วนใหญ่อ่านรวมกันแล้วไม่มีความหมาย พบมากในชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งเป็นชื่อของบุคคลทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋ว ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Newmark และ Large (As cited in Kulthamrong, 2009 p.227) ที่กล่าวไว้ว่า การแปลชื่อเฉพาะควรใช้วิธีทับศัพท์ เพราะสามารถรักษาตัวตนและวัฒนธรรมเดิมของชื่อเฉพาะได้ดีกว่าการแปลความหมาย ในส่วนของการแปลความหมายซึ่งเป็นวิธีที่พบมากเป็นอันดับสอง ส่วนใหญ่พบในชื่อตราสินค้าของไทยประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ตั้งชื่อเป็นสัตว์ ผลไม้ และดอกไม้ โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ ทั้งนี้เนื่องจากข้าวหอมมะลิของไทย ซึ่งเป็นสินค้าหลักที่ส่งออกไปยังประเทศจีนนิยมตั้งชื่อเป็นชื่อสัตว์ ผลไม้ และดอกไม้ หากใช้วิธีทับศัพท์ชื่อสัตว์ ผลไม้ และดอกไม้ภาษาไทยเป็นภาษาจีนอาจทำให้จำยาก และไม่สื่อความหมายอะไร ดังนั้น ผู้แปลจึงเลือกใช้การแปลความหมาย สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Saengaramruang (2020, p.186) ด้านวิธีการแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย ส่วนใหญ่ที่พบผู้แปลจะใช้วิธีทับศัพท์ในส่วนที่เป็นชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ รวมถึงชื่ออื่น ๆ ที่ใช้วิธีแปลความหมายแล้วไม่สื่อความหมาย และใช้วิธีแปลความหมายในส่วนที่เหลือ สำหรับการตั้งชื่อใหม่ ส่วนใหญ่พบว่าผู้แปลใช้วิธีการตั้งชื่อเป็นภาษาจีนตามสัญลักษณ์หรือโลโก้ของสินค้าไทย และสุดท้ายวิธีการแปลแบบเพิ่มคำและละคำที่ผู้วิจัยจำแนกเพิ่มเติมเข้ามา พบทั้งในวิธีการแปลแบบทับศัพท์และการแปลความหมาย ส่วนใหญ่การเพิ่มคำ (addition) พบว่าเป็นการที่ผู้แปลต้องการขยายความเพื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนทราบว่าสินค้าของไทยและเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ ตัวอย่างเช่น ครีมทาผิว “รีนรมย์” ทับศัพท์แบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า “泰润” โดยเพิ่มคำว่า “泰” (ไทย/ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย) เข้ามา ข้าวหอมมะลิ “ส้มโอ” แปลความหมายแบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า

“上等柚” โดยเพิ่มคำว่า “上等” (ชั้นดี/ชั้นสูง/ชั้นหนึ่ง) ส่วนการละคำ (deletion) พบว่าเป็นการที่ผู้แปลละคำที่มีในชื่อตราสินค้าเดิมของไทย เพราะหากคงไว้จะทำให้ชื่อตราสินค้าที่แปลเป็นภาษาจีนยาวเกินไป จดจำได้ยาก การทับศัพท์แบบละคำพบมากในชื่อตราสินค้าของหมอนและที่นอนยางพารา ที่นิยมละคำว่า “ลาเท็กซ์” ตัวอย่างเช่น “โคซี่ ลาเท็กซ์” ทับศัพท์แบบละคำเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “蔻姿” “สบายดี ลาเท็กซ์” ทับศัพท์แบบละคำเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “萨拜迪” “อีโคไลฟ์ ลาเท็กซ์” ทับศัพท์แบบละคำเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “伊可莱” ส่วนการแปลความหมายแบบละคำพบในชื่อแปรงระงับกลิ่น “เต่าเหยียบโลก” ชื่อยาหม่องสมุนไพร “ลิงถือลูกท้อ” ชื่อปุ๋ยเคมี “5 นางฟ้าทรงฉัตร” และชื่อน้ำหวาน “เฮลส์บลูบอย” (Hale's Blue Boy) หากแปลความหมายตามชื่อเดิมเป็น “乌龟踩地球” “猴子拿着桃子” “5 个天使拿着华盖” และ “黑尔之蓝孩” อาจฟังดูเยิ่นเย้อและจำยาก ผู้แปลจึงเลือกแปลความหมายแบบละคำเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “乌龟” (เต่า) “猴桃” (ลิงลูกท้อ) “5 个天使” (5 นางฟ้า) และ “蓝孩” (บลูบอย) ตามลำดับ

2. การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า

จากการศึกษาการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าของไทย พบว่าผู้แปลเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้าใน 5 ด้าน ได้แก่ 1.) เลือกใช้อักษร “泰” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าของไทย 2.) เลือกใช้อักษรจีนหรืออักษรข้างที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงประเภทของสินค้า 3.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง 4.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย และ 5.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงข้อดีของ

อักษรจีนที่มีลักษณะเฉพาะเป็นอักษรแสดงความหมาย ทำให้ส่งผลต่อการแปลงชื่อตราสินค้าจากต่างประเทศเป็นภาษาจีน ทั้งสามารถบ่งบอกประเทศต้นกำเนิดของสินค้าได้ดีกว่าชื่อตราสินค้าในภาษาเดิม ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตเรื่องการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลงชื่อตราสินค้าจากต่างประเทศของ Alon, et al. (As cited in Frabio and Edlund, 2010, p.11) เห็นได้จากการที่ผู้แปลจงใจเลือกใช้อักษร “泰” ทับศัพท์ชื่อตราสินค้าของไทย เพื่อต้องการสื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนทราบว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย แม้เสียงอ่านของอักษร “泰” (tài) จะไม่ใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยก็ตาม รวมถึงสามารถบ่งบอกถึงประเภทของสินค้าจากอักษรจีนหรืออักษรข้างที่เลือกใช้ ซึ่งส่วนใหญ่พบในชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มของไทย โดยผู้แปลเลือกใช้อักษร “口” อักษรข้าง “口” (口字旁) อักษร “糖” “吃” “煲” และ “食” เพื่อแสดงว่าสินค้านั้น ๆ เป็นอาหาร เลือกใช้อักษร “梦” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการนอน และเลือกใช้อักษร “驰” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับรถ อีกทั้งยังสามารถบ่งบอกได้ว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิงหรือผู้ชาย ส่วนใหญ่เป็นชื่อสินค้าของไทยที่มีการแปลเป็นภาษาจีนจะเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องสำอาง พบว่ามีการเลือกใช้อักษรที่แสดงถึงเพศหญิงอย่าง “美” “娜” “雅” “薇” “丽” “芳” “婷” “倩” “琳” และ “兰” ส่วนสินค้าสำหรับผู้ชาย พบว่ามีการเลือกใช้อักษรที่แสดงถึงเพศชายอย่าง “伟” “哥” “驰” และ “夫” ซึ่งจากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชายมีจำนวนค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าของไทยที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่เป็นสินค้าสำหรับผู้หญิงอย่างเครื่องสำอาง กระเป๋าผ้าสตรี และเครื่องแต่งกายสตรี นอกจากนี้ ลักษณะเฉพาะของอักษร

จีนที่เป็นอักษรแสดงคามหมายยังสามารถบ่งบอกถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้านั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของอักษรจีนที่ภาษาอื่นไม่สามารถทำได้ และนับเป็นการแปลชื่อตราสินค้าต่างประเทศเป็นภาษาจีนในอุดมคติของผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่ต้องการขยายตลาดสินค้าของตนในประเทศจีน สำหรับชื่อตราสินค้าของไทย พบว่ามี 13 รายชื่อที่สามารถเลือกใช้อักษรจีนที่อ่านออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าในภาษาเดิม และเมื่ออ่านรวมกันแล้วยังสามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าได้อีกด้วย ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม โดยสื่อความหมายไปในทางเจริญอาหาร รับประทานอาหารได้อย่างสุขใจ รสชาติดี ได้แก่ สาหร่ายอบกรอบ “ซีลีโกะ” (喜乐口) ข้าวเกรียบกุ้ง “ฟูซิ” (富吃) น้ำผลไม้ “โฟไ้” (福口) ถั่วลันเตาอบกรอบ “สแน็คแจ๊ค” (食乐佳) เนื้อจระเข้ปรุงรสและผลไม้แปรรูป “ดีละเซียร์” (泰味佳) รวมถึงสื่อถึงคุณสมบัติที่โดดเด่นของสินค้านั้น ๆ ได้แก่ อาหารเสริมเพื่อความงาม “โดนัทท์” (多丽) ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพ “ดอยคำ” (多康) นมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม “แลคตาซอย” (力大狮) นอกจากสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มแล้ว ยังพบในสินค้าประเภทยาและเครื่องสำอางด้วยเช่นกัน ได้แก่ ยาสีฟัน “เดนทิสต์” (健丽白) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า “โพรมีน่า” (保美雅) ครีมทาผิว “รีนรมย์” (泰润) และเครื่องสำอางสมุนไพร “ไวมาลิช” (维美礼) ซึ่งชื่อตราสินค้าของไทยเหล่านี้ตรงกับหลักเกณฑ์เดียวกันกับชื่อเครื่องดื่มจากสหรัฐอเมริกาอย่าง “โคคา-โคล่า” หรือ “โค้ก” (可口可乐) ที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางว่าเป็นชื่อตราสินค้าต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการแปลเป็นภาษาจีน (Liu, 2016, p.211)

สรุปได้ว่า จากการรวบรวมรายชื่อตราสินค้าภาษาจีนที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแหล่งที่มาทั้ง 3 แหล่งตลอดระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 (สำหรับนิตยสารภาษาจีนรายปักษ์แอมันกู) จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 พบว่าสินค้าของไทยมีการแปลหรือตั้งชื่อเป็นภาษาจีนมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตามกระแสความนิยมสินค้าไทยของผู้บริโภคชาวจีน โดยเฉพาะชื่อตราสินค้าภาษาจีนของสินค้าไทยที่ปรากฏในนิตยสารภาษาจีนในประเทศไทย จากในช่วงแรกที่มีเพียงไม่กี่รายชื่อแต่ในปัจจุบันเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน วิธีที่ใช้ส่วนใหญ่คล้ายกับการแปลชื่อเฉพาะอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นชื่อบุคคลหรือชื่อสถานที่ ทว่าความแตกต่างคือ การแปลชื่อตราสินค้าต้องเพิ่มความพิถีพิถันในการเลือกใช้อักษรจีนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีประเด็นเรื่องของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยต้องให้ความสำคัญกับเสียงและความหมายแฝงของอักษรจีนนั้น ๆ หากสามารถเลือกใช้อักษรจีนที่อ่านออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทย และเมื่ออ่านรวมกันสามารถสื่อความหมายเชิงบวกด้วยแล้ว จะเป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้านั้น รวมถึงทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าของไทย ซึ่งนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้านั้นของไทยในประเทศจีนให้เพิ่มมากขึ้นได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการชาวไทยที่ต้องการแปลหรือตั้งชื่อตราสินค้าของตนเป็นภาษาจีน เพื่อไปขยายตลาดในประเทศจีน ควรว่าจ้างผู้แปลที่มีความรู้ภาษาจีนเป็นอย่างดี ไม่ควรใช้โปรแกรมหรือเครื่องมือช่วยแปลภาษาแปลเอง เพราะอาจเกิดข้อผิดพลาดในการแปล ทั้งในเรื่องของการเลือกใช้คำในภาษาจีนผิดและการแปลไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์จีน รวมถึงควรใช้ชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีการแปลเพียงแบบเดียวเพื่อความเป็นเอกภาพ และลดความสับสนของผู้บริโภคชาวจีน ในส่วนของผู้แปลควรให้ความสำคัญกับลักษณะเฉพาะของอักษรจีนที่เป็นอักษรแสดงความหมาย โดยพยายามเลือกใช้อักษรจีนที่มีความหมายดีและสามารถแสดงถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ของสินค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของสินค้า คุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า และควรเลือกใช้อักษร “泰” (tài) ทับศัพท์ชื่อตราสินค้าเดิมของไทย ที่ออกเสียงคล้ายหรือใกล้เคียงกับเสียงนี้ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ที่บ่งบอกว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย เพราะสินค้าไทยนับว่าเป็นหนึ่งในซอฟต์แวร์ (Soft Power) สำคัญที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยได้เป็นจำนวนมากไม่น้อย

References

- Boonpaisarnsatit, N. (2005). *Semantic Analysis of Thai Products' Brand Names*. Master of Arts Thesis. Chiang Mai: Chiang Mai University.
- Choompolsathien, P. (2004). *Branding and Marketing Communication*. Bangkok: Advanced Research Group.
- Frabio, A., & Edlund, A. (2010). *Brand Name Translation – How translation distorts oriflame's Chinese brand name communication*. Bachelor of Business Thesis. Uppsala: Uppsala University.
- Feng, X. (2010). *On Aesthetic and Cultural Issues in Pragmatic Traslation – Based on Translation of Brand Names and Brand Slogans*. Shanghai: Shanghai Jiao Tong University Press.
- Gao, Y., Leelawatanasuk, C., Thamcharoenkij, K., Ruengwongsa, P., & Mahapasuthanon, U. (2009). *A Course in Practical Thai-Chinese Translation*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.
- Kulthamrong, R. (2009). *Understanding Language to Translate: from theories to practice*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Lee, T. (2018, February 7). *Why do foreign brand names have been translated into Chinese?* Retrieved July 8, 2022. From <https://www.luxurysociety.com/zh-hans/articles/2018/02/why-do-foreign-brand-names-have-be-translated-chinese>.
- Lertcheva, N. (2010). *Thai Named Entity Recognition: A Study of Product Names in Economic News*. Master of Arts Thesis. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Liu, L. (2016). *Traslation A Practical Course*. Guangzhou: Sun Yat-sen University Press.

- Newmark, P. (1995). *Paragraphs on translation*. Adelaide: Multilingual Master Ltd.
- Numtong, K., & Likhidcharoentharn, S. (2019). Principles and precautions in translating Chinese to Thai language and Thai to Chinese language. *Chinese Studies Journal*, 12(2), 105-151.
- Pan, Y. (2011). *A Course in Practical Thai-Chinese Translation*. Guangzhou: Guangdong World Books Publishing Company.
- Saengaramruang, W. (2020). *Theories of translation*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Tanchivavong, W. (2005). *Managing Thai brands with brand portfolio strategy*. Bangkok: Expernet Co., Ltd.
- Thamcharoenkij, K. (2019). *Chinese-Thai Translation Theories*. Bangkok: Siam Chinese Publishing.
- Wang, S. (2010). *A Comprehensive Coursebook on Chinese-English Translation*. Beijing: National Defence Industry Publishing House.
- Ying, F. (2002). The national image of global brands. *Journal of Brand Management*, 9(2), 180-192.

Author

Jiraporn Netsombutphol

Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University

E-mail: jiraporn@pnru.ac.th

The Composition Structure of the Phra Mongkol Wisetkatha Sermons in the Reign of King Rama V: A Study of Background and Art of Composition in the Royal Ceremony Sermons

Wasawat Sabaiwan and Sumalee Limprasert
Faculty of Arts, Silpakorn University

Received: December 29, 2022

Revised: March 24, 2023

Accepted: March 28, 2023

Abstract

This article aims to study the composition structure of the Phra Mongkol Wisetkatha sermons, written by Somdet Phra Maha Samanachao Krom Phrayawachirayanwarorot, used in the reign of King Rama V. The results show that the composition structure of the Phra Mongkol Wisetkatha sermons consist of five major structures as follows: *uttes*, *aramphakatha*, *nittes*, *patinittes*, and *nikhomkatha*. These structures occur especially with the scriptures at the *utthakatha* tier. Moreover, these structures reveal the tradition of interpreting Buddha's teachings by applying the old structures of Dhamma content interpretation and clarification of the interpretation and clarification in the form of a sermon. Finally, the results confirm that the author's composition structure is well-suited to the Royal Ceremonies.

Keywords

Phra Mongkol Wisetkatha, sermon, royal birthday celebration, art of composition

โครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสกลา
ในรัชกาลที่ 5 : การศึกษาความเป็นมาและศิลปะ
การประพันธ์ของการแต่งพระธรรมเทศนาในพระราชพิธี¹

วศวรรรช สบายวัน และ สุมาลี ลิ้มประเสริฐ
คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาของโครงสร้าง และ โครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสกลาในรัชกาลที่ 5 พระนิพนธ์ สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส ผลจากการศึกษาพบว่า โครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสกลาประกอบด้วยโครงสร้าง ใหญ่ 5 ส่วน ได้แก่ อุทเทศ อารัมภกลา นิทเทศ ปฏินิทเทศ และนิคมนกลา โดยพบว่าโครงสร้างดังกล่าวเป็นโครงสร้างที่ปรากฏร่วมกับคัมภีร์ในชั้นอรรถกลา โครงสร้างการประพันธ์เช่นนี้แสดงให้เห็นถึงการสืบขนบการตีความพุทธพจน์ ที่นำโครงสร้างในการตีความและขยายความสารธรรมที่มีอยู่เดิมในลักษณะ คัมภีร์ มาประยุกต์ใช้กับการตีความและขยายความเพื่อถ่ายทอดด้วยการเทศน์ ซึ่งองค์ผู้นิพนธ์ทรงพระนิพนธ์ได้อย่างเหมาะสมกับการเทศน์ในพระราชพิธี

คำสำคัญ

พระมงคลวิเสสกลา, พระธรรมเทศนา, พระราชพิธีเฉลิม พระชนมพรรษา, ศิลปะการประพันธ์

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีสมัย รัชกาลที่ 5 - พ.ศ. 2560

บทนำ

“พระมณฑลวิเสสกลา” เป็นพระธรรมเทศนาที่ใช้เทศน์ประกอบในพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษาของพระมหากษัตริย์ แรกเริ่มนั้นพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีนี้มีขึ้นตามพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยถือเป็นพระธรรมเทศนาพิเศษที่เทศน์ถวายพระมหากษัตริย์เป็นการเฉพาะ แต่ด้วยในรัชกาลนี้พระราชพิธีจัดเป็นการภายในมาก่อนจึงไม่พบบันทึกด้วยบทพระธรรมเทศนาตกลมาจนถึงปัจจุบัน สืบมาถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงพบด้วยบทพระธรรมเทศนาตกลมา มีพระนิพนธ์ในสมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรส ที่แต่งถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรวม 11 พระธรรมเทศนา

พระธรรมเทศนาดังกล่าวมีโครงสร้างการแต่งที่น่าสนใจ เพราะวางโครงสร้างและลำดับเนื้อหาอย่างเป็นระบบ ซึ่งการวางโครงสร้างการแต่งทำให้การสื่อสารธรรมเป็นเอกภาพ เข้าใจง่าย มีแบบอย่างในการนำไปปฏิบัติอย่างชัดเจน ช่วยให้ธรรมะสัมพันธ์กับความเปลี่ยนแปลงของสังคมในช่วงเวลานั้นอย่างยิ่ง

การวางโครงสร้างดังกล่าว ผู้ศึกษาการแต่งพระธรรมเทศนาในปัจจุบันมักสรุปว่าเป็นไปตามแบบโครงสร้างการเทศน์หรือเรียงความแก่กระทุ้ธรรมที่มีเนื้อหา 3 ส่วน ได้แก่ อุเทศ นิเทศ และปฐนิตเทศ แต่การอธิบายดังกล่าวนี้มีข้อจำกัด เพราะเป็นการนำความรู้ปัจจุบันไปอธิบายด้วยบทพระธรรมเทศนาในอดีตที่เกิดขึ้นก่อน ซึ่งการอธิบายเช่นนี้อาจทำให้ละเลยสิ่งที่ปรากฏจริงในตัวเองได้ประการหนึ่ง และทำให้ไม่เห็นความสืบเนื่องในการแต่งวรรณกรรมทางพระพุทธศาสนาอีกประการหนึ่ง

ด้วยเหตุนี้ บทความนี้จึงมุ่งศึกษาโครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภา โดยสนใจว่าการวางโครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีดังกล่าวมีความเป็นมาอย่างไร มีการสืบทอดวิธีการเผยแพร่การตีความและการขยายความคำสอนของพระพุทธองค์ตามโครงสร้างอย่างไร ซึ่งในบทความนี้จะแสดงรายละเอียดแบ่งเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. ความเป็นมาของโครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภา และ
2. โครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภา

ดังจะนำเสนอในส่วนผลการวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของโครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภาในรัชกาลที่ 5
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภาในรัชกาลที่ 5

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาพระธรรมเทศนาในฐานะวรรณกรรมมีผู้ศึกษาไว้จำนวนหนึ่ง โดยพบการศึกษาใน 2 ลักษณะ ได้แก่

ลักษณะแรกเป็นการศึกษาตัวบทพระธรรมเทศนาด้วยทฤษฎีทางภาษาศาสตร์ เช่น การศึกษาด้านภาษาศาสตร์สังคม ด้วยทฤษฎีชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร ในวิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่องการแต่งพระธรรมเทศนาทางวิทยุ: การศึกษาแนวชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร (Ruchirabha, 1994) การศึกษาตามแนววรรณคดีปริธานโดยศึกษาอุปลักษณะที่ใช้

อธิบายคำสอน ในวิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร เรื่อง **อุปลักษณ์เกี่ยวกับธรรมะในปาฐกถาธรรมของท่านพุทธทาสภิกขุ** (Chiangchaovai, 2013) และการศึกษาด้านวาทกรรม ในวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เรื่อง **วาทกรรมคำสอนของพุทธทาสภิกขุ** (Kunsuwan, 2010)

วิทยานิพนธ์ทั้ง 3 เรื่องนี้สนใจศึกษาตัวบทที่เป็นคำสอนทางพุทธศาสนา โดยนำตัวบทมาพิจารณาในฐานะวรรณกรรม ในวิทยานิพนธ์เรื่องแรกใช้ทฤษฎีชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสารมาศึกษาความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์สื่อสารในการแสดงพระธรรมเทศนาทางวิทยุ จากแต่เดิมที่พระธรรมเทศนาเคยเทศน์เฉพาะในพิธีกรรม โดยจากกรอบทฤษฎีดังกล่าวช่วยอธิบายให้เห็นว่า แม้สถานการณ์สื่อสารจะเปลี่ยนแปลงไป จนทำให้พระสงฆ์ต้องปรับการเทศน์ให้เหมาะสมกับสื่อสารทางวิทยุก็ตาม แต่การเทศน์ทางวิทยุยังรักษารูปแบบประกอบในการถ่ายทอดพระธรรมเทศนาไว้ได้อย่างครบถ้วน เพราะพบว่าการแสดงธรรมยังเป็นไปตามลำดับขั้นที่พบในพิธีกรรม

ส่วนในวิทยานิพนธ์เรื่องที่ 2 ซึ่งศึกษาอุปลักษณ์ในการสอนธรรมของพุทธทาสภิกขุพบว่า อุปลักษณ์ส่วนใหญ่ที่ท่านพุทธทาสใช้มาจากพระไตรปิฎก เพราะท่านเป็นผู้ศึกษาและยึดมั่นในคำสอนของพระพุทธเจ้า ผลการวิจัยดังกล่าวทำให้เห็นว่า พุทธทาสภิกขุใช้พระไตรปิฎกเป็นแหล่งอ้างอิงในการขยายความหรือตีความคำสอน แม้แต่ในการบรรยายธรรมซึ่งมีความเป็นทางการน้อยกว่าการแสดงพระธรรมเทศนาก็พบอุปลักษณ์เช่นเดียวกับในพระไตรปิฎกด้วย ส่วนการศึกษาวาทกรรมในวิทยานิพนธ์เรื่องที่ 3 ซึ่งศึกษาคำสอนของพุทธทาสภิกขุเช่นกัน พบว่าคำสอนของพุทธทาสภิกขุจำนวน 71 เรื่อง จากหนังสือชุมนุมข้อคิดอิสระ ชุมนุมเรื่องยาว ชุมนุมเรื่องสั้น

และตามรอยพระอรหันต์ เสนออุดมการณ์ในการสร้างสันติสุขและสันติภาพ ด้วยกระบวนการสร้างความเข้าใจตามหลักปณิธาน 3 ของตนเอง คือ 1. ให้พุทธศาสนิกชนเข้าถึงหัวใจศาสนาของตน 2. ทำความเข้าใจระหว่างศาสนา และ 3. การนำโลกออกมาจากวัตถุนิยม

จะเห็นได้ว่า การศึกษาคำสอนทางพุทธศาสนาด้วยวิธีการทางภาษาศาสตร์ตามที่ยกมาข้างต้น เห็นได้ถึงการสืบทอดและการสร้างสรรค์ลักษณะที่สืบทอดคือการที่ตัวบทแสดงให้เห็นถึงการยึดหลักคำสอนของพระพุทธองค์ รวมถึงวิธีการอธิบายธรรมจากการใช้อุปลักษณ์เช่นเดียวกับที่พบในพระไตรปิฎก ส่วนลักษณะที่สร้างสรรค์คือการสอนธรรมประยุกต์ใช้สื่อตามยุคสมัยทั้งวิทยุและหนังสือ โดยไม่ได้สอนธรรมแก่ผู้ฟังโดยตรงเหมือนในครั้งพุทธกาล นอกจากนี้ ในการสร้างสรรค์พระสงฆ์ยังสามารถประยุกต์แนวทางการสอนเพื่อนำเสนออุดมการณ์ที่เข้ากับบริบทสังคมได้ เช่นที่ท่านพุทธทาสภิกขุประยุกต์แนวคำสอนเรื่องปณิธาน 3 มาใช้เป็นกรอบในการสอนธรรมทางพุทธศาสนาเพิ่มเติมขึ้น เพื่อให้พุทธศาสนิกชนรู้ทันความเปลี่ยนแปลงของโลก

ลักษณะที่สองเป็นการศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยทางวรรณกรรม เช่น การศึกษากลวิธีการประพันธ์ ในวิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เรื่องการศึกษาเชิงวิเคราะห์พระธรรมเทศนาที่แสดงในงานพระบรมศพสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี (Paenthongrong, 2003) วิทยานิพนธ์นี้ศึกษากลวิธีการประพันธ์ ทั้งการใช้ภาษาในระดับคำ ระดับความ และระดับประโยค ตลอดจนศึกษากลวิธีการนำเสนอ โดยพบว่า มีการสร้างเนื้อหาด้วยการแสดงเหตุผล การอ้างอิงตัวบุคคล สถานที่ การยกถ้อยคำ

สำนวน คำพังเพย และการเล่าเรื่องจากชาตก โดยด้านกลวิธีการนำเสนอ เป็นส่วนที่สอดคล้องกับการศึกษาในบทความนี้มากที่สุด เพราะผู้วิจัยพบว่า พระภิกษุผู้แสดงพระธรรมเทศนาใช้กลวิธีการนำเสนอตามหลักการเทศน์ ประกอบด้วยส่วนนำเรื่อง ส่วนดำเนินเรื่อง และส่วนลงท้าย โดยแต่ละส่วนมี ลักษณะย่อยที่แปรไปตามแต่ละพระธรรมเทศนา

กล่าวได้ว่าวิทยานิพนธ์ของสราวุธ แป้นทองรอง สอดคล้องกับการวิจัยในบทความฉบับนี้มากที่สุด โดยเฉพาะการวิเคราะห์กลวิธีในพระธรรมเทศนา แต่ผลการศึกษาในวิทยานิพนธ์นี้ยังไม่ได้แสดงให้เห็นโครงสร้าง การแต่งพระธรรมเทศนาที่ชัดเจน ทั้งยังอธิบายพระธรรมเทศนาในพระราชพิธี ด้วยโครงสร้างการเทศน์ในปัจจุบันซึ่งอาจทำให้ไม่เห็นโครงสร้างส่วนอื่นที่ตามจริงแล้วกลมกลืนอยู่ในเนื้อหาได้ เหตุนี้ การได้ศึกษาตัวบทพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีอื่น ๆ อาจทำให้เข้าใจโครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนา ที่ชัดเจนขึ้นได้

จะเห็นได้ว่า การศึกษาตัวบทพระธรรมเทศนายังไม่ได้มีผู้ศึกษาไว้มากนักโดยเฉพาะในเรื่องโครงสร้างการประพันธ์ แต่การศึกษาที่ผ่านมาเป็นเครื่องยืนยันในการศึกษาพระธรรมเทศนาในฐานะวรรณกรรม และอาจใช้เป็นแนวทางในการศึกษาโครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีได้ดังจะได้วิเคราะห์ในบทความนี้อย่างละเอียดต่อไป

วิธีการดำเนินวิจัย

วิธีการศึกษาเริ่มจากการกำหนดขอบเขตข้อมูลพระธรรมเทศนา โดยศึกษาพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสเถกในรัชกาลที่ 5 ที่เทศน์ในพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

จากนั้นจึงทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโครงสร้าง การตีความและขยายความพุทธพจน์จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และศึกษา ตั๋วบทพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภาอย่างละเอียดเพื่อวิเคราะห์ โครงสร้างการประพันธ์ และศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตีความและ ขยายความคำสอนทางพุทธศาสนาอื่น ๆ ประกอบด้วย เพื่อหาความสอดคล้อง ของโครงสร้างการประพันธ์ที่ใช้ในการขยายความคำสอนทางพุทธศาสนา

สุดท้ายจึงสรุปและอภิปรายผลเพื่อแสดงให้เห็นถึงโครงสร้าง การประพันธ์ที่พบตามที่ได้ศึกษาไว้

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภา พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส ฉบับมหายานกุฎราชวิทยาลัย พิมพ์ครั้งที่ 13 พุทธศักราช 2512 รวม 11 พระธรรมเทศนา

ผลการวิจัย

ในบทความนี้จะแสดงรายละเอียดแบ่งเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1. ความเป็นมาของโครงสร้างของการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภา และ 2. โครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความเป็นมาของโครงสร้างของการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภา

การอธิบายพระสูตรที่พระพุทธองค์ทรงแสดงมีมาแต่ครั้งพุทธกาล ด้วยเพราะบางครั้งพระพุทธองค์แสดงธรรมไว้เพียงย่อเยื้อง การขยายความ

พระสูตรให้เข้าใจจึงต้องอธิบายขยายความเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้ศึกษาพระธรรมเข้าใจสารธรรมได้อย่างถูกต้อง

การขยายความเพื่ออธิบายความสารธรรมในพระสูตรต่าง ๆ นั้น เป็นที่มาของคัมภีร์ต่าง ๆ ทางพระพุทธศาสนา เช่น อรรถกถา ฎีกา อนุฎีกา โดยเรียกพระเถระผู้แต่งขยายความกลุ่มนี้ว่าพระอรรถกถาจารย์ ซึ่งมักมีผู้เข้าใจว่าพระอรรถกถาจารย์คือผู้ที่เกิดหลังสมัยพุทธกาล แต่ตามจริงแล้ว พระอรรถกถาจารย์นั้นมีมาแต่ครั้งพุทธกาลแล้ว และถือเป็นผู้ที่ช่วยขยายความคำสอนของพระพุทธองค์ให้แจ่มแจ้งยิ่งขึ้น มีพระสารีบุตร พระอุบาลี พระมหากัจจายนะ และพระอานนท์ เป็นต้น

พระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสกกถานั้นเป็นดับททางพุทธศาสนา อีกประเภทหนึ่ง ที่นำพุทธพจน์มาขยายความเพื่อประโยชน์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ดังที่มีพระเถระกล่าวว่าการเทศน์นับเป็นการขยายความพุทธพจน์ด้วย “การตีความย่อมมีบทบาทต่อการเทศน์ไม่น้อย เพราะการตีความเป็นการอธิบายขยายความข้อธรรมที่ผู้เทศน์ยกขึ้นมาแสดงให้แจ่มแจ้ง ทำให้ผู้ฟังเข้าใจเนื้อหาแห่งข้อธรรมนั้นอย่างชัดเจน” (Phra Dhammakittiwong, 2007, p. 18) ในบทความนี้จึงศึกษาพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสกกถาในฐานะที่เป็นงานเขียนที่แต่งขยายความพุทธพจน์ประเภทหนึ่ง ซึ่งย่อมใช้การตีความและขยายความเพื่ออธิบายพุทธพจน์เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อให้สัมพันธ์กับทั้งพระราชพิธีที่จัดขึ้น และให้สัมพันธ์กับผู้ฟังคือพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ด้วย

อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุที่การตีความเป็นชนบทที่มีมาแต่ครั้งพุทธกาล และพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสกกถานั้นเป็นหนึ่งในดับทที่เกิดจากการตีความทางพระพุทธศาสนาเช่นกัน ในบทความนี้จึงมุ่งอธิบายให้เห็นโครงสร้าง

การตีความคำสอนของพระพุทธองค์ตั้งแต่ครั้งพุทธกาล เพื่อให้เห็นต้นทางของการวางโครงสร้างพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสภคา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 โครงสร้างการตีความสารธรรมในครั้งพุทธกาล

พระไตรปิฎกเป็นคัมภีร์ขั้นต้นทางพระพุทธศาสนาของนิกายเถรวาท เกิดจากการทำสังคายนาพระธรรมวินัยของพระเถรานุเถระมาแต่ครั้งพุทธกาล ในการตีความและขยายความสารธรรมในพระไตรปิฎกพบว่าการวางโครงสร้างที่ยกข้อธรรมขึ้นเป็นประเด็น และขยายความข้อธรรมเหล่านั้นอยู่ก่อนแล้ว โดยการตีความและขยายความนี้ มีหลักสำคัญคือการยกหัวข้ออันเป็นพุทธศาสนสุภาษิตขึ้นก่อน จากนั้นจึงขยายความประเด็นที่ยกมาเพื่อแสดงรายละเอียด ซึ่งลักษณะเช่นนี้พบทั้งในพระวินัยปิฎก พระสุตตันตปิฎก และพระอภิธรรมปิฎก

ในพระวินัยปิฎกพบว่าส่วนที่ยกขึ้นเป็นประเด็นธรรมนั้นคือ “สิกขาบททั้งหลายเป็นบทอุทเทส บทที่ขยายความคือสิกขาบทวิภังค์และบทภาชนีย์” ในพระสุตตันตปิฎก เช่น “ในวิภังควรรค แห่งมัชฌิมนิกาย อุปริปัณณาสก์ คือมีคำอุทเทสและวิภังค์ปรากฏในพระสูตรถึง 4 พระสูตร ในวรรคเดียวกัน ในตอนท้ายแห่งพระสูตรได้นำอุทเทสนั้นมาเป็นบทสรุปจบทุกครั้ง” ส่วนในพระอภิธรรมปิฎกที่พบโครงสร้างว่า มีคำ “มาติกา อุทเทส นิทเทส วิภังค์ บทภาชนีย์ รวมอยู่ด้วย จึงทำให้มองเห็นว่าการตีความขยายความ เพราะการอธิบายในสิ่งที่เป็นามธรรม บุคคลบางจำพวกอาจเข้าใจได้ง่ายแต่บางจำพวกไม่อาจเข้าใจได้จึงต้องมีการขยายความ” (Suphason, n.d., pp. 12, 14, 18)

จึงกล่าวได้ว่า การตีความและขยายความเพื่ออธิบายในพระไตรปิฎก เช่นนี้ อยู่ภายใต้โครงสร้างของการยกประเด็นขึ้นเป็นบทตั้งก่อน จากนั้นจึงขยายความประเด็นธรรมนั้นให้ชัดเจนด้วยแยกศัพท์ แยกประเภทธรรม

พร้อมยกตัวอย่างเพื่อเปรียบเทียบ ตลอดจนขยายความให้ครอบคลุม และเก็บประเด็นมาสรุปความอีกครั้ง ซึ่งวิธีการดังกล่าวข้างต้นมีชื่อเรียกกันไป ตามแต่ละปีกฎ

โครงสร้างที่พบในพระไตรปิฎกนี้ กล่าวได้ว่าเป็นแบบอย่างในการ วางโครงสร้างการประพันธ์เพื่อขยายความ โดยมีจุดประสงค์เพื่อช่วยให้ ผู้ศึกษาธรรมเข้าใจสารธรรมในพระพุทธานุสาสนามากขึ้น ซึ่งพบว่าพระเถระใน ครั้งพุทธกาล ได้ใช้โครงสร้างเช่นเดียวกันนี้แต่งคัมภีร์เพื่อขยายความ พุทธศาสนสุภาษิตที่ยกมาศึกษาด้วย มีผลงานของพระสารีบุตร และ พระมหากัจจายนะ เป็นต้น

พระสารีบุตรเป็นพระเถระสำคัญรูปหนึ่งที่มีความแม่นยำในคำสอน ได้รับยกย่องจากพระพุทธองค์ว่าเป็นเอตทัคคะในบรรดาพระสาวกผู้มีปัญญา มาก สามารถจัดหมวดหมู่ข้อธรรมของพระพุทธองค์ได้อย่างเป็นระบบ ดังปรากฏใน**สังคีตสูตร**ที่จำแนกพระธรรมคำสอนของพระพุทธองค์ออกเป็น 10 หมวดใหญ่ ช่วยให้ผู้ศึกษาพระธรรมจดจำคำสอนได้สะดวก นอกจากนี้ ยังแต่งคัมภีร์ขึ้นเพื่อขยายความข้อธรรมให้ผู้ศึกษาธรรมเข้าใจได้ง่ายขึ้น

คัมภีร์นิทเทสเป็นหนึ่งในพระไตรปิฎกของไทย หมวดพระ สุตตันตปิฎก ขุททกนิกาย แต่งด้วยร้อยแก้ว ลักษณะคัมภีร์เป็นคัมภีร์แนว อรรถกถา² ที่ขยายความพระสุตตันตปิฎก กล่าวได้ว่า “คัมภีร์นิทเทสเป็น คัมภีร์แก้อรรถที่ยากที่สุดในสุตตันตปิฎก ขุททกนิกาย จัดได้ว่าเป็นอรรถกถาที่ เก่าที่สุด” (Photinantha, 2000, p. 88) และโดยโครงสร้างของคัมภีร์นิทเทส แล้ว “โครงสร้างและวิธีการอธิบายคล้ายคลึงกับการอธิบายความในบางส่วน

² อรรถกถาในที่นี้ หมายถึง การมุ่งขยายความสารธรรมของพระพุทธองค์ ไม่ได้หมายถึง คัมภีร์ชั้นอรรถกถาที่แต่งขึ้นหลังสมัยพุทธกาล

ของพระไตรปิฎกเช่น สิกขาบทวิภังค์ในพระวินัยปิฎก การขยายความแบบ อุเทศ และ วิภังค์ในมัชฌิมนิกาย ” (Na Bangchang, 1986, p. 122) โดยโครงสร้างดังกล่าวนี้เหมือนกับในพระไตรปิฎก 2 ส่วนคือ “อุเทศซึ่งแสดงข้อความที่จะอธิบาย และนิเทศคือคำอธิบายซึ่งเป็นแบบแผนเดียวกันตามลำดับ” (Tansrisook, 2007, p. 94)

วิธีการอธิบายขยายความในคัมภีร์ตามโครงสร้างนี้ พระสารีบุตรจะยกพุทธศาสนสุภาษิตมาเป็นบทอุเทศเพื่อแสดงข้อธรรมของพระพุทธองค์ที่อ้างถึง จากนั้นจึงแสดงส่วนนิเทศเพื่ออธิบายศัพท์แต่ละบท และเมื่อจบคำอธิบายจะลงท้ายบทว่า “นิเทศ” เพื่อแสดงว่าประเด็นธรรมนั้นได้ขยายความมาจากตอนใด

ตัวอย่างเช่นการขยายความ **กามสูตรที่ 1** จะยกพุทธศาสนสุภาษิตขึ้นก่อน จากนั้นจึงขยายความและอธิบายรายละเอียดด้วยวิธีการอธิบาย 2 วิธี คือ 1. การอธิบายศัพท์ เพื่อให้เข้าใจความหมายของศัพท์ที่ชัดเจน และเข้าใจความหมายของคำนันจากมิติต่าง ๆ และ 2. การขยายความ เพื่อให้เข้าใจสารธรรมมากขึ้นทั้งส่วนที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม โดยการขยายความจะอ้างอิงพุทธพจน์ประกอบการอธิบายทุกครั้ง ทำให้การอธิบายน่าเชื่อถือและเป็นไปตามคำสอนของพระพุทธองค์ และลงท้ายการอธิบายว่า **“จบกามสูตรนิเทศที่ 1”** เป็นต้น โดยในการขยายความหรือนิเทศนั้นอาจมีการสรุปและขยายความด้วยปฏินิเทศซึ่งช่วยขยายความสารธรรมนั้นให้กระจ่างขึ้นจนกว่าจะครบรายละเอียด

ส่วนพระมหากัจจายนะเป็นพระเถระรูปสำคัญอีกรูปหนึ่ง พระพุทธองค์ยกย่องว่าเป็นเอตทัคคะในบรรดาพระสาวกผู้จำแนกอรรถแห่งภาษิตโดยย่อให้พิสดาร เหตุที่ได้รับยกย่องเช่นนี้เพราะพระมหากัจจายนะได้

แต่งปรณเพื่อวางแนวทางการขยายความสารธรรมอย่างเป็นระบบ มีคัมภีร์สำคัญจำนวน 6 เล่ม³ โดยเล่มที่อธิบายหลักธรรมวินัยโดยตรงชื่อ**เนตติปรณ** และ**เปฏโภปเทศปรณ** ซึ่งทั้ง 2 คัมภีร์นี้ แม้ไม่ได้อยู่ในพระไตรปิฎกของไทย แต่พบว่าพระไตรปิฎกของพม่าได้บรรจุให้คัมภีร์ทั้งสองนี้เป็นส่วนหนึ่งของพระไตรปิฎกในประเทศของตนด้วย “ดังนั้น(พระไตรปิฎก)ของพม่าจึงมีเพิ่มจากเรา 2 คัมภีร์ คือเนตติปรณและเปฏโภปเทศปรณ” (Somdet Phra Buddhakosajarn (Prayudh Payutto), 2018, p. 81) การยกคัมภีร์ที่ใช้เป็นแนวการตีความมาเป็นส่วนหนึ่งของพระไตรปิฎกนี้ จึงแสดงให้เห็นว่าคัมภีร์ที่เกี่ยวข้องกับการตีความและขยายความพุทธศาสนสุภาษิต เป็นคัมภีร์ที่นักยเถรวาทให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

คัมภีร์เนตติปรณวางโครงสร้างการขยายความโดยใช้โครงสร้างอุทเทส นิทเทส และปฏินิทเทส เป็นหลักเช่นเดียวกับ**คัมภีร์นิทเทส** โดยในคัมภีร์นี้มีโครงสร้างใหญ่⁴ เป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. สังคหวาระ เป็นปริเฉद्य่อความที่สรุปความเนื้อหาของคัมภีร์ไว้ เป็นเหมือนบทนำ โดยกล่าวว่าจะจำแนกความในคัมภีร์เป็น 3 ส่วน คือ

³ คัมภีร์ 6 เล่ม คือ 1) กัจจายนปรณ หรือ กัจจายนคันถะ 2) นิรุตติคันถะ 3) จุลลนิรุตติคันถะ 4) ยมกคันถะ 5) เปฏโภปเทศ และ 6) เนตติปรณ คัมภีร์ 4 เล่มแรกเป็นคัมภีร์ด้านไวยากรณ์ มุ่งอธิบายหลักภาษา ส่วน 2 เล่มหลังเป็นคัมภีร์อธิบายพระธรรมวินัย

⁴ คำ “โครงสร้างใหญ่” ในที่นี้และตลอดทั้งบทความ หมายถึง โครงสร้างที่เป็นแกนในการแต่งพระธรรมเทศนา ใช้คำนี้เพื่อให้เข้าใจถึงการแบ่งสัดส่วนในการลำดับเรื่องเป็นหลัก โดยไม่ได้เน้นที่โครงสร้างย่อยที่อยู่ภายใต้โครงสร้างใหญ่ ซึ่งอาจมีโครงสร้างย่อยที่แปรไปตามแต่ละตัวบทอีกชั้นหนึ่งและไม่ได้เป็นประเด็นศึกษาในบทความนี้

“อุทเทสวาระว่าด้วยบทตั้ง 3 บท นิทเทสวาระ ว่าด้วยบทอธิบาย 3 บท และปฏินิทเทสวาระ ว่าด้วยบทบทวนโดยพิสดาร” (Sriwaratit, 2002, p. 8)

2. อุทเทสวาระ แสดงหัวข้อสารธรรมที่ตั้งขึ้นเป็นบทอุทเทสว่าประกอบด้วยหระ 16 นัย 5 มูลบท 18

3. นิทเทสวาระ แสดงความหมายของหัวข้อสารธรรมที่ตั้งไว้ในอุทเทส

4. ปฏินิทเทสวาระ อธิบายความหมายและลักษณะการตีความตามที่ตั้งไว้ในอุทเทส โดยยกพุทธพจน์มาประกอบการอธิบายโดยละเอียด

จะเห็นได้ว่า โครงสร้างการตีความและการขยายความเพื่ออธิบายสารธรรมที่ยกประเด็นธรรมและขยายความธรรมะอันประกอบด้วย อุทเทส (ตั้งหัวข้อ) นิทเทส (ขยายและแสดงความหมาย) และปฏินิทเทส (อธิบายความหมายเพิ่มเติมโดยละเอียด) นั้น เป็นโครงสร้างการประพันธ์ที่มีมาแต่ครั้งพุทธกาล ปรากฏทั้งในพระไตรปิฎกและในผลงานของพระเถระรูปสำคัญที่นำหลักการดังกล่าวมาใช้แต่งคัมภีร์เพื่อขยายความสารธรรมของพระพุทธองค์

1.2 โครงสร้างการขยายความสารธรรมชั้นอรรถกถา⁵

สืบมาในชั้นอรรถกถา การแต่งคัมภีร์ชั้นอรรถกถานี้พระอรรถกถาจารย์จะเพิ่มโครงสร้างเข้าไปเพื่อให้การอธิบายสารธรรมของในชั้นอรรถกถา

⁵ คำ “อรรถกถา” ในที่นี้หมายถึงอภินวอรรถกถา ซึ่งเป็นการกำหนดโดยยุค ใช้เพื่อแสดงให้เห็นว่ารายละเอียดในส่วนนี้คือสิ่งที่เกิดขึ้นหลังสมัยพุทธกาล โดยแบ่งเป็น 2 ยุค ได้แก่ โปราณอรรถกถาและอภินวอรรถกถา อภินวอรรถกถานี้คืออรรถกถาที่พระพุทธโฆสะจารย์ พระพุทธทศตะ พระธรรมपालะ พระอุปเสนะ และพระมหานามะ เป็นต้น แปลและเรียบเรียงขึ้น โดยเริ่มยุคนั้นนับแต่คัมภีร์วิสุทธิมรรคเป็นต้นมา อ่านเพิ่มเติมได้ที่วรรณคดีบาลี ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (Lecturers of Mahachulalongkorn Buddhist University, 2012, p. 51)

อ่านเข้าใจและราบรื่นยิ่งขึ้น ในอรรถกถาที่เป็นที่รู้จักและเป็นแบบเรียน
ของคณะสงฆ์ไทยเช่น **อรรถกถาธรรมบท**ของพระพุทธโฆสาจารย์⁶
วางโครงสร้างใหญ่เป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ส่วนคันถารัมภกถา ว่าด้วยคำนัยสการของผู้แต่ง แสดง
จุดมุ่งหมายในการพรรณนาเนื้อความ

2. ส่วนดำเนินเรื่องพร้อมขยายความ ประกอบด้วย 4 ส่วนย่อย เพื่อ
ดำเนินเรื่องในแต่ละเรื่อง ได้แก่ ปัจจุบันวัตถุเป็นส่วนแสดงการเริ่มเรื่อง เพื่อให้
มีเหตุที่พระพุทธองค์แสดงธรรม อดีตวัตถุเป็นส่วนแสดงกรรมในอดีตของ
บุคคล คาถาเป็นส่วนแสดงบทร้อยกรองที่ยกมาจากธรรมบท และเวยายกถา
เป็นส่วนแสดงการแปลความด้วยการอธิบายคำ

3. ส่วนนิคมกถา ว่าด้วยการกล่าวสรุปจำนวนเรื่อง คำอุทิศของ
ผู้แต่งเพื่อให้เป็นประโยชน์แก่พระพุทธศาสนา และแสดงคุณสมบัติและ
ความสามารถของพระพุทธโฆสาจารย์

จะเห็นได้ว่า ในการขยายความขึ้นอรรถกถานี้ พระอรรถกถาจารย์
มุ่งอธิบายเรื่องให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ศึกษาสารธรรมเข้าใจเรื่องโดย
ไม่ติดขัด โดยวางโครงสร้างใหญ่เพิ่มอีก 2 ส่วน ได้แก่ ส่วน “อารัมภกถาหรือ
คันถารัมภกถา” เพื่อให้มีส่วนเกริ่นนำที่สมบูรณ์ ผู้ศึกษาคัมภีร์เข้าใจได้ว่า
เรื่องที่กำลังจะศึกษาต่อไปนั้นเป็นเรื่องใด แต่งโดยใคร และเมื่อขยายความ

⁶ พระพุทธโฆสาจารย์ หรือ พระพุทธโฆสะ เป็นพระอรรถกถาจารย์ที่มีชีวิตอยู่ราวพุทธ
ศตวรรษที่ 10 เป็นผู้แต่งคัมภีร์อรรถกถาหลายเล่ม ที่รู้จักแพร่หลายมากที่สุดเล่มหนึ่ง
คัมภีร์วิสุทธิมรรค ในบทความนี้สะกดชื่อพระอรรถกถาจารย์ตามแบบบาลี เพื่อไม่ให้
สับสนกับ “สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์” ซึ่งเป็นชื่อสมณศักดิ์ของคณะสงฆ์ไทย

จบแล้วจะปิดเรื่องด้วยส่วน “นิคมณฑล” เพื่อสรุปประเด็น กล่าวถึงเจตนาในการแต่ง และกล่าวอวยพร ทั้งหมดนี้เพื่อร้อยเรียงเรื่องทั้งหมดให้มีเอกภาพ ลักษณะการขยายความเช่นนี้พบทั่วไปในการแต่งอรรถกถาขยายความคัมภีร์

พระอุปเสนมหาเถระ พระอรรถกถาจารย์ชาวลังกาผู้แต่ง**คัมภีร์ สัทธัมมปัชโชติกา**⁷ อรรถกถานิเทศ ขยายความ**คัมภีร์นิเทศ**อีกชั้นหนึ่ง ได้เพิ่มโครงสร้างส่วนอรรถกถาเข้าในโครงสร้างใหญ่ เพื่อขยายความให้อ่านความได้ราบรื่นชัดเจนขึ้น ดังตัวอย่างอรรถกถาว่า

ข้าพเจ้าขอนมัสการด้วยเศียรเกล้า ซึ่งพระชินเจ้าพระองค์นั้น ผู้สูงกว่าสัตว์ทั้งปวง และพระธรรมอันสูงสุด ทั้งพระสงฆ์ผู้ไม่มีสิ่งอื่นยิ่งกว่า ก็ธรรมจักรใดที่พระผู้มีพระภาคเจ้าตรัสไว้โดยย่อ พระสารีบุตรผู้มีปัญญามากเกือบเท่าพระศาสดา ผู้เกิดแต่องค์พระชินเจ้า จำแนกธรรมจักรนั้นเป็นส่วน ๆ กล่าวมหานิทเทศ⁸ ซึ่งชื่อว่าเป็นปาฐะประเสริฐและวิเศษ ... จักเริ่มพรรณนามหานิทเทศโดยย่อ ด้วยความนับถือมากในพระสัทธรรม มิใช่ประสงค์จะยกตน ข้าพเจ้าจักกล่าวอรรถกถาเพื่อประโยชน์แก่อกุลแก่มหาชนและเพื่อความดำรงอยู่นานแห่ง

⁷ สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตโต) กล่าวถึงผู้แต่ง**คัมภีร์สัทธัมมปัชโชติกา**ว่าพบหลักฐานว่าอาจเป็นพระอุปเสนเถระ แต่ในบางหลักฐานว่าเป็นพระอุปติสสเถระ โดยงานชิ้นนี้เป็นภาษาบาลีโดยถือตามแนวอรรถกถาเก่าภาษาสิงห์ เพื่ออธิบายความในคัมภีร์นิเทศ อ่านเพิ่มเติมได้ที่ พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์ (Somdet Phra Buddhakosajam (Prayudh Payutto), 2018, p. 469)

⁸ ในสมัยอรรถกถา ยังไม่ได้แยกคัมภีร์นิเทศออกเป็นคัมภีร์มหานิทเทศและคัมภีร์จุฬานิทเทศ แต่เรียกรวมเป็นคัมภีร์เดียวว่า “นิเทศ” หรือ “มหานิทเทศ” (Na Bangchang, 2013, p. 526)

พระสัทธรรม ขอนานสัตบุรุษทั้งหลายจงฟังสัทธัมมปชโชติกา
โดยเคารพและจงทรงจำไว้ด้วยดีเถิด (Sutta Piṭaka Khuddaka
Nikāya Maha Niddesa, 1984, p. 33)

นอกจากนี้ ยังระบุว่า จะขยายรายละเอียดเป็น 3 ส่วน คือ อุทเทส
นิทเทส ปฏินิทเทส ตามการวางแบบไว้ในคัมภีร์นิทเทสของพระสารีบุตร
แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างในการแต่งคัมภีร์เพื่อขยายความว่ามีความสำคัญ
ดังความว่า

เพราะมหานิทเทสนี้เป็นคัมภีร์ลึกซึ้ง เพื่อให้คัมภีร์
มหานิทเทสนี้ดำรงอยู่ในโลกสืบกาลนานนี้เพื่อเกื้อกูลแก่ชาวโลก
ในมหานิทเทสนั้น กามสูตรเป็นสูตรแรก แม้ในกามสูตรนั้น
กล่าวว่า กาม กามยนานุสส ดังนี้ เป็นคาถาแรก การพรรณนานั้น
ตั้งไว้ตามส่วนคือ อุทเทส นิทเทส ปฏินิทเทส (Sutta Piṭaka
Khuddaka Nikāya Maha Niddesa, 1984, p. 47)

นอกจากคัมภีร์สัทธัมมปชโชติกาของพระอุปเสนะแล้ว ในคัมภีร์
เนตติอรรถกถา ขุททกนิกาย แต่งโดยพระธรรมปาละ ซึ่งเป็นคัมภีร์ที่ขยาย
ความคัมภีร์เนตติปกรณ์ก็พบการเพิ่มส่วนคันถารัมภกถาในโครงสร้างใหญ่
เช่นกัน ดังตัวอย่าง

ข้าพเจ้า (พระอาจารย์ธรรมปาละ) ขอถวายวันทาพระ
ผู้เป็นนาถะ ผู้ทรงประกอบด้วยพระมหากุณา ทรงถึงฝั่งแห่ง
ญะยะสาคร ทรงมีพระธรรมเทศนามิณยอันละเอียดลึกซึ้งทั้ง
วิจิตร พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทั้งหลายทรงบริบูรณ์ด้วยวิชาและ
จรรยา ทรงนำสัตว์ออกจากโลกได้โดยพระธรรมใด ข้าพเจ้า
ขอถวายวันทาพระธรรมนั้นอันสูงสุด ซึ่งพระสัมมาสัมพุทธเจ้า

ทรงบูชาแล้ว พระอริยสงฆ์ได้สมบูรณ์ด้วยสี่ลาภคุณ ตั้งอยู่แล้วใน
มรรคและผล ข้าพเจ้าขอถวายวันทาพระอริยสงฆ์นั้นผู้เป็น
เนื่อนาบุญยอดเยี่ยมฯ (Dhammapāla, 1987, pp. 1-2)

นอกจากนี้ ในคัมภีร์สัทธัมมปัชโชติกา พระอุปเสนเถระยังแสดง
นิคมณกาลไว้เมื่อแต่งอรรถกถาในเทศจบด้วย เพื่อแสดงที่มาของคัมภีร์
ชื่อผู้แต่งอรรถกถา สถานที่ พระนามพระมหากษัตริย์ที่เป็นอัครศาสนูปถัมภ์
ตลอดจนชื่อคัมภีร์อรรถกถานั้น ดังความว่า

คัมภีร์มหานิทเทศนั้นใด อันพระเถระผู้เป็นใหญ่แห่ง
บุตรของพระสุคตเจ้าผู้ยินดียิ่งในสิ่งที่เป็นประโยชน์ผู้มีคุณมั่นคง
จำแนกไว้ดีแล้ว อรรถกถาใดแห่งคัมภีร์มหานิทเทศนั้น ที่ข้าพเจ้า
(ผู้แต่ง) อาศัยนัยของอรรถกถาก่อน ๆ ปรารภแล้วตาม
ความสามารถ อรรถกถานั้นเข้าถึงความสำเร็จแล้ว...พระราชา
ทรงพระนามว่า กิตติเสน เป็นนักเขียน ทรงมีพระจริยาวัตร
งดงาม สมบูรณ์ด้วยความประพฤติ สะอาด ทรงประกอบในกุศล
ธรรม ทรงให้สร้างบริเวณมีต้นไม้ที่มีร่มเย็น พรั่งพร้อมด้วยธาร
น้ำล้อมด้วยรั้วไม้

พระมหาเถระชื่อว่าอุปเสน ผู้อยู่ในบริเวณกว้าง
เป็นนักเขียน ประกอบด้วยกุศลธรรม พระกิตติเสนราชาทรง
ถวายบริเวณแก่พระอุปเสนมหาเถระนั้น พระอุปเสนเถระ ผู้มีศีล
มั่นคง เป็นครู อยู่ในบริเวณนั้นได้รวบรวมคัมภีร์สัทธัมมปัชโชติ
กาไว้... ขอชาวโลกจงได้ลิ้มรสแห่งพระสัทธรรมของพระทศพล
เจ้าจงบรรลुถึงความสุขที่ไม่มีมลทินด้วยความสะดวกนั้นเถียว
(Sutta Pitaka Khuddaka Nikāya Culla Niddesa, 1984, pp. 739-740)

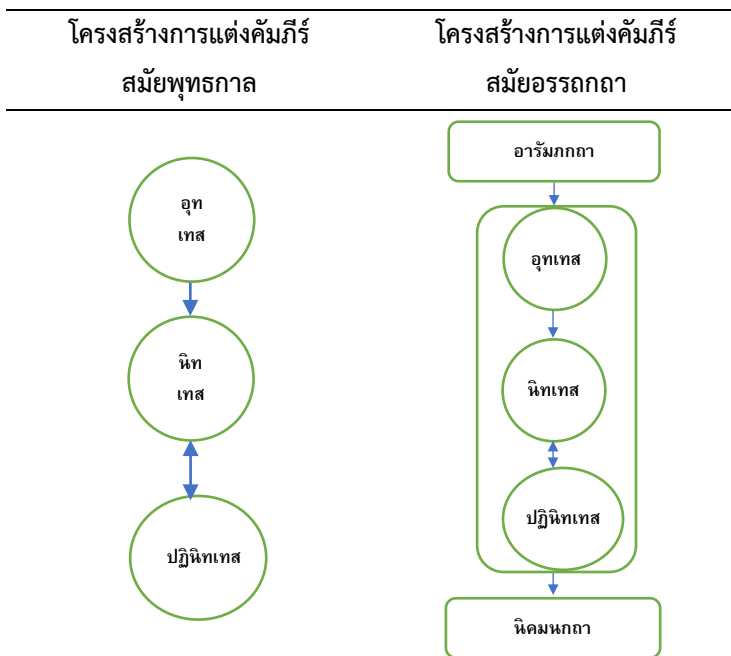
ลักษณะการแตงนิคมนกถานี้สอตคลองกับในเนตติอรรถกถาของ
พระธรรมปาละ ความว่า

พระคัมภีร์เนตติปกรณ์ใด พรรณนาความแห่ง
นวังคัสตฤศศาสน์ มีวินิจฉัยหมดจดดีทั้งในหระ นยะ และปฏฐาน
เป็นคัมภีร์ที่ลึกซึ้งละเอียดที่พระมหาเถระ มหากัจฉายณะ ผู้เป็น
ปราชญ์ มีความเชี่ยวชาญได้จำแนกไว้ พระคัมภีร์เนตติปกรณ์นั้น
มีอรรถกถาใดเป็นการอธิบายความที่ข้าพเจ้า(พระธรรมปาละ)
ผู้สังกัด ณ วิหารที่พระเจ้าธรรมมาโคกมหาราชสร้างถวาย ใกล้ท่า
อันมีชื่อว่านาคะ เป็นสถานที่อย่างลงแห่งพระสัทธรรมได้เริ่ม
รจนาไว้ เพื่อความดำรงอยู่สืบกาลนาน อรรถกถานั้นประกาศ
ความ โดยครบถ้วนแห่งพระสูตรอันเป็นอุทาหรณ์ และลักษณะ
ทั้งหลาย มีข้อวินิจฉัยไม่สับสนได้จบบริบูรณ์แล้ว โดยพระบาลี
27 ภาณวาร ด้วยประการฉะนี้... โดยอานุกาพแห่งบุญนั้นขอให้
สรรพสัตว์จงยังลงสู่พระศาสนาของพระโลกนาถ แล้วเป็นผู้มี
ส่วนแห่งวิมุตติรสด้วยการปฏิบัติคุณธรรมมีศีลเป็นต้นอันบริสุทธิ์
ขอพระศาสนาของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงดำรงอยู่ในโลก
ตลอดกาลนาน (Dhammapāla, 1987, pp. 456-457)

จากหลักฐานข้างต้นทำให้เห็นว่า ในการแตงคัมภีร์เพื่อขยายความ
พระสูตรของพระพุทธองค์ ในขั้นแรกตามที่ปรากฏในพระไตรปิฎกและคัมภีร์
ของพระเถระครั้งพุทธกาลนั้น โครงสร้างใหญ่ในการขยายความพุทธพจน์มี
3 ส่วน ประกอบด้วย อุทเทส นิทเทส ปฏินิทเทส สืบมาพระอรรถกถาจารย์
ในลังกาได้เพิ่มโครงสร้างส่วนอารัมภกถาหรือคั่นถาอารัมภกถาขึ้นในส่วนต้น
และนิคมนกถาในส่วนสุดท้าย เป็นโครงสร้างใหญ่ 5 ส่วน ประกอบด้วย

อาร์มภกถา อุทเทศ นิตเทศ ปฏินิทเทศ และนิคมนกถา เพื่อให้ผู้ศึกษาคัมภีร์เข้าใจสารธรรมในเรื่องได้มากขึ้น โดยสามารถสรุปโครงสร้างใหญ่ในการแต่งคัมภีร์ตีความและขยายความได้ดังแผนผังดังต่อไปนี้

Table 1: The comparison of the sermons' composition structures in the Buddha's lifetime and the Uthakatha period



ลูกศร → คือการดำเนินเรื่องต่อกันไปตามลำดับส่วนของโครงสร้างของเรื่อง
 ลูกศร ↔ คือการดำเนินเรื่องโดยขยายความเรื่องร่วมกันระหว่างนิตเทศกับปฏินิทเทศ (ดูคำอธิบายเพิ่มเติมได้ที่ตารางที่ 2)
 โดยโครงสร้างข้างต้นมีเนื้อหาของโครงสร้างตามตาราง ดังต่อไปนี้

Table 2: The sermons' composition structures related to the Utthakatha tier

ลำดับ	ชื่อโครงสร้างหลัก	ลักษณะโครงสร้าง	เนื้อหาตามโครงสร้าง
1.	อาร์มภกถา	ส่วนต้น, ส่วนเกริ่นนำ	เนื้อหาแสดงคำปรารภ คำเริ่มต้นหรือคำนำ ให้แก่เนื้อเรื่องที่จะแสดงต่อไปพร้อมทั้งแสดงชื่อผู้แต่ง ชื่อคัมภีร์ที่ขยายความ โดยเป็นส่วนที่พบในคัมภีร์ชั้นอรรถกถา
2.	อุทเทศ	ส่วนหัวข้อ	เนื้อหาแสดงพุทธศาสนสุภาษิตที่ตั้งขึ้นเป็นประเด็นธรรม
3.	นิทเทศ	ส่วนเนื้อหา	เนื้อหาพูดถึงความและขยายความตามประเด็นธรรมที่ตั้งไว้
4.	ปฏินิทเทศ	ส่วนขยายความและสรุปความ	เนื้อหาแสดงการขยายความนิทเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ด้วยการถาม-ตอบ เช่นคำว่า “กามนั้นเป็นไฉน?” เพื่อขยายความคำว่ากามให้กว้างขวางออกไปและทำในลักษณะเช่นนี้จนครบ สุตท้ายจึงสรุปความเนื้อหาในส่วนนิทเทศ
5.	นิคมกถา	ส่วนจบความ	เนื้อหาแสดงส่วนสรุปของคัมภีร์ เจตนาผู้แต่ง คำสรรเสริญพระพุทธรองค์ และคำอวยพร

โครงสร้างของการแต่งคัมภีร์ขยายความชั้นอรรถกถาดังสรุปในตารางข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่าสืบมาจากการขยายความพุทธพจน์ตั้งแต่ครั้ง

พุทธกาล และน่าจะมีแพร่หลายมาแต่ครั้งวิจิตรญาณภิกขุ⁹ยังทรงพระผนวช ดังพบว่าทรงเน้นการศึกษาคัมภีร์เพื่อความถูกต้องในการตีความ พระพุทธศาสนา มีพระนิพนธ์ที่ทรงศึกษาคัมภีร์ต่าง ๆ เพื่อแต่งพระธรรมเทศนาคือพระธรรมเทศนาอุโบสถศีลภา เป็นต้น

ความสนใจศึกษาคัมภีร์ดังกล่าวได้รับสืบทอดมาตามพระเถระในกลุ่มของวิจิตรญาณภิกขุ โดยเฉพาะเมื่อสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรสผู้เป็นพระราชโอรสทรงวางระบบการศึกษาของคณะสงฆ์ขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยให้พระสงฆ์เรียนคัมภีร์อรรถกถาตามลำดับชั้นการศึกษา เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ภาษาบาลีให้แตกฉาน มีคัมภีร์อรรถกถาที่ใช้ศึกษา อาทิ อรรถกถาธรรมบท มังคลัตถปิณี ตติยสมันตปาสาทิกา (อรรถกถาพระวินัย) และคัมภีร์วิสุทฺธิมรรค

ก่อกำเนิดในช่วงเวลาเดียวกันนั้น นอกจากการเรียนการศึกษาของสงฆ์ได้พัฒนาให้เป็นระบบยิ่งขึ้นแล้ว ยังพบว่ามีการศึกษา แพล และพิมพ์เผยแพร่อรรถกถาเพื่อเผยแพร่วรรณความรู้ทางพระพุทธศาสนาให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

⁹ พระนามพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเมื่อครั้งทรงพระผนวช ซึ่งวิจิตรญาณภิกขุเป็นผู้ตั้งธรรมยุติกนิกายขึ้น นิกายนี้ตั้งขึ้นเพื่อความบริสุทธิ์ตามพระธรรมวินัย ทั้งในการปฏิบัติ เช่น การบวชที่ในสีมาที่ถูกต้อง การห่มจีวร การออกสำเนียงการสวดตามการออกเสียงภาษาบาลี ฯลฯ และมุ่งศึกษาคัมภีร์เพื่อความถูกต้องของคำสอน เพื่อแก้ปัญหาที่พระสงฆ์ชอบตีความคำสอนเอง ดังปรากฏในคำประกาศเทวทานในกาลฉลองยุคของพระคณะธรรมยุตฯ แห่งวัดบวรนิเวศวิหาร พุทธศักราช 2408 ว่า “ครั้นได้ทรงทราบว่ลัทธิสมณะนั้นมากมูลุ่นวายไปด้วย สัมโมหะวิหารเหมือนกับยืมจุกท่านมาหายใจจะพูดจาอันใดก็เป็นเหตุอ้างคดี เช่น อาจินกับปิกกา ไม่ชี้แจงแสดงเหตุออกมาให้เห็นจริงได้ ถือแต่ลัทธิของตนนั้นดันถือไปมิได้รู้ว่ามีผิดและชอบ ไม่เป็นที่ตั้งแห่งปัญญา” (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajiranavarorasa, 1961, p. 60)

ตามพระราชประสงค์และพระราชอุปถัมภ์ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวด้วย ดังปรากฏความในพระราชหัตถเลขาในสมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรสที่มีไปยังพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวตอนหนึ่งว่า “ขอถวายพระพร พระราชหัตถเลขาวันที่ 11 เดือนนี้ได้รับพระราชทานแล้ว ในการพิมพ์พระบาฬีและอรรถกถาต่อไป กับพิมพ์พระบาฬีเป็นครั้งที่สองอีกนั้น อาตมาภาพรับสนองพระเดชพระคุณตามพระราชประสงค์” (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajirananavarorasa, 1929, p. 79) โดยในการแปลคัมภีร์อรรถกถาตามพระราชหัตถเลขานี้โปรดให้แปลนิบาตชาดก โดยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajirananavarorasa, 1929, p. 84) ทรงมีพระราชดำริว่า

ความประสงค์ของหม่อมฉันอยากจะให้แปลลงเปน¹⁰
ภาษาไทย ให้คนไทยอ่านเข้าใจง่ายก็มีเป็น 2 อย่าง ใช้โวหารเก่า
อย่างหนึ่ง คือ อย่างเช่นสำนวนมงคลที่ปี่แปล ฤๅเป็นสำนวน
ใหม่ก็ต้องเปนภาษาอย่างใหม่ควรจะใช้คำไทยในที่ที่ซึ่งปวง ถ้าไม่
จำเป็นจะต้องใช้ภาษามคธ

จากการพัฒนาการเรียนของคณะสงฆ์และพระราชหัตถเลขาที่ทรงมี
ไปมาระหว่างกันนี้ เป็นเครื่องยืนยันว่าคณะสงฆ์ไทยรู้จักคัมภีร์อรรถกถาเป็น
อย่างดี ทั้งยังแปลและถ่ายทอดความจากพระบาลีเป็นภาษาไทยได้ แสดงให้
เห็นว่าคณะสงฆ์ต้องรู้จักโครงสร้างการแต่งอรรถกถาเพื่อตีความและขยาย
ความแล้ว เพราะเมื่อแปลเป็นภาษาไทยย่อมต้องรักษาโครงสร้างการลำดับ
เรื่องจากคัมภีร์ต้นทางไว้ด้วย ทั้งสันนิษฐานได้ว่าเป็นสิ่งที่น่าจะนำมา

¹⁰ รักษาตัวสะกดตามต้นฉบับ

ประยุกต์ใช้กับการแต่งเทศน์ในพระราชพิธี ด้วยการแสดงพระธรรมเทศนานั้น นับเป็นการตีความคำสอนเพื่อเผยแผ่พุทธพจน์เช่นเดียวกับคัมภีร์อรรถกถา

2. โครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสภก

พระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสภกในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นพระธรรมเทศนาที่เทศน์ในพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษา¹¹ ที่สมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรส พระนิพนธ์ถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวระหว่าง พ.ศ. 2443 ถึง พ.ศ. 2453 รวม 11 พระธรรมเทศนา

พระธรรมเทศนาดังกล่าวนี้นั้นทรงเทศน์ถวายสืบเนื่องมา จนเมื่อคราวพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวสวรรคต สมเด็จพระมหาสมณเจ้าฯ พระองค์นั้นจึงได้รวบรวมพระธรรมเทศนาแต่งร้อยเป็นเรื่องเดียวกัน โดยแต่งอารัมภกถาได้ส่วนต้นเพียงครั้งเดียว และแต่งนิคมกถาไว้ตอนท้ายเพียงครั้งเดียวเช่นกัน ดังปรากฏในคำนำพระนิพนธ์ว่า

เมื่อร้อยเข้าเป็นร้อยเดียว *อารัมภกถา* ได้เรียงไว้ข้างต้นวาระ
เดียว *คำถวายพระพรและคำขอพรแด่พระรัตนตรัย* ซึ่งเรียกว่า
อรหัง สมมาสมพุทโธ หรือ รตนตตยปภาวาทิยาจนกถา ได้เรียงไว้

¹¹ พระธรรมเทศนาในพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษาสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวนี้ นอกจากพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสภกแล้ว ยังพบพระธรรมเทศนากันที่อื่นอีก โดยพบว่า **พระธรรมเทศนาเมตตสูตร**ของสมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ (สา ปุสฺสเทโว) อีก 1 พระธรรมเทศนาตกมาถึงปัจจุบันด้วย แต่เนื่องจากสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส พระองค์ได้แต่งร้อยพระธรรมเทศนาที่ทรงนิพนธ์ทั้งหมดขึ้นเป็นชุดเดียวกัน เรื่องจึงมีเอกภาพและสัมพันธ์เป็นชุดเดียวกันบริบูรณ์แล้วจึงไม่ได้นำพระธรรมเทศนาอื่นมาศึกษาร่วมกันในครั้งนี้

ช่วงท้ายคร่าวเดียว ในตอนกลางเรียงกथाที่ถายในศกนั้น ๆ เป็นลำดับไป มีเลขบอกศกไว้เป็นที่หมาย (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajiranavarorasa, 1969, p. ข)

จากคำนำพระราชนิพนธ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นการวางโครงสร้างใหญ่ในการประพันธ์แบบเดียวกับการแต่งคัมภีร์ของพระอรรถกถาจารย์ คือ นอกจากส่วนอุทเทสที่ยกคथाขึ้นเป็นประเด็นธรรมก่อนแล้ว ทรงเสริมส่วนเกริ่นนำ คือ “อารัมภกถา” ด้วย หากแต่เมื่อนำมาใช้ในการแต่งพระธรรมเทศนาในพระราชพิธี สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรสได้ประยุกต์ใช้โครงสร้างเดิมนี้นี้ให้เข้ากับสถานการณ์และวิธีการสื่อสารด้วยการเทศน์ โดย “สลับตำแหน่งโครงสร้าง” ให้เหมาะแก่การแสดงธรรมดังมีโครงสร้างการแต่ง ดังแผนผังต่อไปนี้

**Table 3: The composition structures of the
Phra Mongkol Wisetkatha sermons**



ลูกศร → คือการดำเนินเรื่องต่อกันไปตามสัดส่วนของโครงสร้างของเรื่อง
โดยโครงสร้างการแต่งข้างต้นมีเนื้อหาของโครงสร้างตามตาราง
ดังต่อไปนี้

**Table 4: The detail of composition structures of the
Phra Mongkol Wisetkatha sermons**

ลำดับ	ชื่อโครงสร้างหลัก	ลักษณะโครงสร้าง	เนื้อหาตามโครงสร้าง
1.	อุทเทส	ส่วนหัวข้อ	เนื้อหาแสดงพุทธศาสน สุภาษิตที่ตั้งขึ้นเป็นประเด็น ธรรมตามพระราชพิธี
2.	อารัมภกถา	ส่วนต้น, ส่วน เกริ่นนำ	เนื้อหาแสดงคำปรารภเรื่อง พร้อมระบุชื่อพระธรรมเทศนา เหตุการณ์ในชีวิตพระมหา- กษัตริย์ที่อำนวยการให้เกิดพระ ราชพิธีขึ้น
3.	นิทเทส	ส่วนเนื้อหา	เนื้อหาขยายความธรรมะที่อยู่ ภายใต้กรอบของบทอุทเทส ที่ยกขึ้น
4.	ปฐินิทเทส	ส่วนสรุปความ	เนื้อหาแสดงการจบพระธรรม เทศนาในแต่ละปี ลงท้ายเพื่อ แสดงการจบว่า “ดังได้รับ พระราชทานวิสัชนาขณะนี้”
5.	นิคมกถา	ส่วนจบความ	เนื้อหาแสดงส่วนสรุปของพระ ธรรมเทศนามงคลวิเสสกถา ประกอบด้วยการขอพรและ อำนวยการ เป็นต้น

จากตารางข้างต้น สามารถอธิบายรายละเอียดตามโครงสร้าง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 อุทเทศ

อุทเทศเป็นส่วนแสดงข้อธรรมหลักของพระธรรมเทศนาในพระราชพิธี โดยสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส ทรงยกขึ้นมาเป็นประเด็นธรรม แต่ด้วยเพราะเป็นการเทศน์ เนื้อหาในส่วนนี้จึงประกอบด้วย 2 ส่วน คือการตั้งนโมฯ และบทอุทเทศ โดยทั้ง 2 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

นมตถุ สุตตสส

อายุ วณณิ ยสํ กิตติ	สัคคํ อจจากุสินตี
รติโย ปตถยานน	อุฬารอ อปราปรา
อปปมาทํ ปสฺสนนติ	ปญฺญกิริยาสุ ปณฺทิตา
อปปมตโต อุโฆ อตเถ	อธิคณหาติ ปณฺทิตอ
ทิจฺฐเรฐ ฐมเม จ โย อตเถ	โย จตเถ สมนปฺรานิโก
อตถาภิสสมยา ธีโร	ปณฺทิตโตติ ปฺรจฺจตฺติติ.

(Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya
Vajiranavanavarorasa, 1969, p. 1)

2.1.1 บทนโมฯ เป็นบทสวดที่แสดงให้ทราบว่ากำลังเข้าสู่พิธีกรรม ในพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสกถาขึ้นต้นบทอุทเทศว่า “นมตถุ สุตตสส” แปลว่า ขอความนอบน้อมจงมีแด่พระพุทธองค์ สันนิษฐานว่าคือการขึ้นต้นบทนโมฯ ในพิธีการเทศน์ ซึ่งต้องสวดทุกครั้งก่อนแสดงพระธรรมเทศนา

บทนโมฯ นี้มีประวัติความเป็นมายาวนาน ในหนังสือฎีกา
นโม (Panyapasut, 1929, p. 3) ซึ่งเรียบเรียงขึ้นจากคัมภีร์สมังควลาลินี
ฎีกาขุททกปาฐะ ปรมัตถโชติกา และนิทานสังยุตต์ อธิบายว่าบทนโมฯ นี้เกิด
จากเทวดา 5 องค์ เป็นผู้เริ่มกล่าวขึ้น องค์ละ 1 บท โดยบทนโมฯ นี้ใช้เขียนไว้
เป็นเบื้องต้นของพระคัมภีร์มาแต่เดิม ด้วยวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ
“1. เพื่อให้คนปราชญ์ได้แจ้งว่า การประพจน์เช่นนี้เป็นการประพจน์ตามอย่าง
วงศ์แห่งพระอริยเจ้าผู้ประเสริฐ 2. เพื่อป้องกันสรรพอันตราย 3. เพื่อชำระ
อักษณาสันดานให้บริสุทธิ์ 4. เพื่อชีวิตเป็นแก่นสาร” (Na Bangchang,
2006, p. 20)

ด้วยคุณข้อหนึ่งคือป้องกันสรรพอันตรายนี้เอง ทำให้เมื่อ
จะกระทำการกุศลเช่น “การแสดงพระธรรมเทศนา” จึงนิยมตั้งบทนโมฯ ก่อน
การแสดงธรรม กล่าวคือ “ถ้าจะฟังพระสัทธรรมเทศนาแลแสดงสัทธรรม
เทศนาเมื่อใด ก็น้อมสการซึ่งพระรัตนตรัยเจ้าด้วยกายแลวาจาแลน้ำจิตด้วย
มคธภาษาว่า นโม ตสส ภควโต อรหโต สมมาสมพุทฺธสฺส ดังนี้ก่อนแล้วจึงฟัง
พระสัทธรรมเทศนา” (Panyapasut, 1929, p. 3) กอปรกับบทสวดดังกล่าวมี
คุณในการสร้างให้เกิดสมาธิแก่ผู้ฟัง จึงช่วยลดความฟุ้งซ่าน มีสติ การทำสิ่งใด
ที่เริ่มต้นจากสติจึงช่วยให้เป็นไปตามผลที่ต้องการได้ ทั้งยังช่วยน้อมนำให้ผู้ฟัง
ระลึกถึงพระรัตนตรัยด้วย บทนโมฯ จึงเป็นส่วนต้นในพระธรรมเทศนาใน
พระราชพิธีด้วยเหตุนี้

2.1.2 บทอุทเทส ในพระมงคลวิเสสภกานี้ สมเด็จพระ
มหาสมณเจ้าฯ ทรงยกพุทธศาสนสุภาษิตมาตั้งเป็นประเด็นธรรม
โดยคานานี้เป็นคาถาภาษาบาลีที่พระพุทธองค์ตรัสประทานโอวาทแก่
อนาถปิณฑิก เศรษฐี กล่าวถึงธรรม 5 ประการว่าจะเกิดธรรมทั้ง 5 คือ
อายุ วรรณะ สุข ยศ สวรรค์ ได้นั้นต้องเกิดจากการประพฤติปฏิบัติดีก่อปรด้วย

กุลสุจริต และตั้งอยู่ในความไม่ประมาท ไม่ได้เกิดจากการอ้อนวอน หากแต่ต้องเป็นผู้ปฏิบัติจริงเข้าถึงธรรมเหล่านี้ได้

จะเห็นได้ว่าอุทเทศที่ทรงยกขึ้นตั้งเป็นประเด็นธรรมนี้ตั้งขึ้นเป็นประเด็นกว้าง ๆ เพื่อเปิดโอกาสองค์ผู้นิพนธ์สามารถยกหลักธรรมต่าง ๆ มาขยายความต่อไปในส่วนนิเทศให้สอดคล้องกับพระราชกรณียกิจในปีนั้น ๆ ได้

2.2 อารัมภกถา

โครงสร้างส่วนนี้เป็นส่วนที่ประยุกต์จากการเกริ่นนำในการแต่งคัมภีร์ชั้นอรรถกถา มาเป็นการเกริ่นเข้าสู่การเทศน์ในพระราชพิธี โดยสลับตำแหน่งโครงสร้างส่วนนี้จากเดิมที่อยู่ในส่วนต้นก่อนอุทเทศมาเป็นส่วนที่ต่อหลังจากบทอุทเทศแทน เนื้อหาตามโครงสร้างในส่วนนี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้พระธรรมเทศนาในพระราชพิธีมีลักษณะเฉพาะต่างจากพระธรรมเทศนาทั่วไปด้วย เพราะจะกล่าวถึงรายละเอียดที่เกี่ยวกับพระราชพิธีไว้ โดยส่วนอารัมภกถาในพระธรรมเทศนา**พระมงคลวิเสสกถา** ปรากฏรายละเอียด ดังนี้

2.2.1 ชื่อพระธรรมเทศนา โดยมีรายละเอียดปรากฏในเนื้อหาส่วนนี้ว่า “บัดนี้จะรับพระราชทานถวายวิสัชนาใน**มงคลวิเสสกถา** ฉลองพระเดชพระคุณพระดับพระปัญญาบารมี ตามพระบรมราชประสงค์เป็นปสาทนียมังคลานูโมทนา” (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajirananavarorasa, 1969, p. 1)

ผู้ฟังธรรมจึงเข้าใจได้ว่าพระธรรมเทศนาที่กำลังรับฟังต่อไปนี้ชื่อว่า “พระธรรมเทศนา**พระมงคลวิเสสกถา**”

2.2.2 ชื่อพระราชพิธีหรือเหตุการณ์ที่เกิดพระราชพิธี โดยมีรายละเอียดปรากฏในเนื้อหาส่วนนี้ว่า “ใน**พระมหามงคลสมยาภิรักษิตกาล** ด้วยสมเด็จพระบรมบพิตรพระราชสมภารเจ้า เมื่ออภิรักษิตกาลโดยนิยมดี

ครบ 3 ในกาฬปักษิโปฏฐพทมาส ซึ่งตรงกับพระบรมมหาประสูติมณฑลทินการ โดยจันทรคติ มาถึงโดยการนิมแล้ว” (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajiranavarorasa, 1969, p. 1) ผู้ฟังธรรมจะทราบ รายละเอียดของเหตุการณ์ว่า พระธรรมเทศนานี้กำลังแสดงธรรมใน สถานการณ์ของพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษาในพระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

2.2.3 ชื่อผู้ฟังพระธรรมเทศนาหลัก โดยมีรายละเอียดเป็น คำเรียกพระมหากษัตริย์ว่า “พระบรมบพิตรพระราชสมภารเจ้า” ตั้งแต่ โครงสร้างในส่วนนี้ไปตลอดการเทศน์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจึง ทรงทราบได้โดยตลอดว่าพระธรรมเทศนานี้เทศน์ถวายแด่พระองค์โดยเฉพาะ

2.2.4 คาถาเกริ่นนำพระราชพิธี โดยมีคาถาภาษาบาลี ผูกเป็นบทเพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับพระราชพิธีว่า “อิโต ปรี ปวกขามิ ตํ วิเสสมงคล มหาราชอิราชสส คุณาลงการสมมตํ” แปลความได้ว่า “ลำดับนี้ จะรับพระราชทานกล่าวพรรณนาพระราชจริยาสาธูปปฏิบัติที่ตั้งแห่ง สวัสดิมงคลอันพิเศษยิ่ง ซึ่งได้ชื่อว่ามงคลวิเสสเป็นพระคุณลังการ มีพร้อม บริบูรณ์ในสมเด็จพระบรมบพิตรพระราชสมภารเจ้า” (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajiranavarorasa, 1969, p. 6) ผู้ฟังธรรม จึงทราบได้ว่าพระธรรมเทศนานี้เป็นพระธรรมเทศนาเฉพาะที่แต่งขึ้นเพื่อเทศน์ ถวายให้เกิดความมงคลแก่พระมหากษัตริย์

จะเห็นได้ว่า โครงสร้างในส่วนอาร์มภกษสามารถแทรกคาถาภาษา บาลีเพื่อขยายความการอธิบายเรื่องได้ด้วย แม้ว่าจะยังไม่ใช้ส่วนนิเทศที่เป็น ส่วนขยายความคำสอนโดยตรงก็ตาม เช่นที่มีคาถาเกริ่นนำพระราชพิธีใน หัวข้อ 2.2.4 แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างส่วนนี้มีความอิสระจากส่วน

นิเทศพอสมควร เพราะสามารถบรรยายละเอียดต่าง ๆ เพื่อร้อยเรียงเรื่อง
ก่อนเข้าสู่ส่วนของคำสอนหลักที่จะตีความและขยายความต่อไป

2.3 นิเทศ

โครงสร้างส่วนนี้เป็นส่วนที่ขยายความอุเทศในพระมงคลวิเสศกถา
พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรสจะแสดง
ประเด็นธรรมย่อย ๆ ที่ทำให้เกิดกุศลสุจริตตามบทอุเทศที่ตั้งไว้
โดยการขยายความในส่วนนิเทศนี้ ในทุกส่วนนิเทศทรงแบ่งประเด็นธรรม
เป็น 2 ส่วน คือ 1. ส่วนแสดงธรรมะ 1 ส่วน 2 ข้อ เป็นการแสดงธรรมะที่เป็น
คุณสมบัติส่วนพระองค์ (อัตตสมบัติ) ข้อหนึ่ง และธรรมะที่ก่อให้เกิดประโยชน์
ต่อบุคคลอื่น (พรหิตปฏิบัติ) อีกข้อหนึ่ง และ 2. ส่วนรัฐธำปาลโนบาย
1 ส่วน แสดงการบริหารราชการที่สำเร็จใน 1 ปี เพื่อแสดงการลงมือปฏิบัติ
ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ก่อให้เกิดกุศลสุจริต และ
ตั้งอยู่ในความไม่ประมาทตลอดรัชสมัย

ทั้งนี้ ในแต่ละสารธรรมจะขยายความพร้อมยกตัวอย่างจากทั้ง
พุทธศาสนสุภาษิต นิทานชาดก และปฏิบัติตามสารธรรมนั้น ซึ่งจะเชื่อมโยงให้
สัมพันธ์กับพระราชจริยวัตร และพระราชกรณียกิจในพระบาทสมเด็จพระ
จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทุกสารธรรม โดยมีสาระสังเขปดังตารางต่อไปนี้

**Table 5: The content structures of Nittes in the
Phra Mongkol Wisetkatha sermons**

ปี พ.ศ.	สารธรรมและการขยายความสารธรรม
2443	● ปุพเพตตปุญญา ขยายความโดยยกตัวอย่างว่าพระมหากษัตริย์เป็นผู้พร้อมด้วยบุญที่มีมาก่อนทำให้สมบุรณ์ด้วยสมบัติ 4 ประการ ● อัตตสัมมาปณิธิ ขยายความโดยแสดงถึงผู้ตั้งตนไว้ชอบด้วยราชธรรม ● รัฐธำนิปาโลบาย ขยายความโดยแสดงพระราชนิยกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง
2444	● อปายนธรรม ขยายความโดยแสดงถึงความเคารพนับถือที่พระมหากษัตริย์มีต่อราชธรรมและชนบประเพณี ● อรรถจริยา ขยายความโดยแสดงถึงราชกิจที่ทรงประกอบด้วยความตั้งพระทัยแก่บุคคลต่าง ๆ ● รัฐธำนิปาโลบาย แสดงพระราชนิยกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง
2445	● สัทธาสัมปทา ขยายความโดยแสดงถึงการมีความเชื่อที่ประกอบด้วยเหตุผลตามสารธรรม โดยใช้ตัวอย่างของพระมหากษัตริย์ที่ทรงปฏิบัติราชธรรม บำรุงศาสนา ● สามัตถิยะ ขยายความโดยแสดงความสามารถในกิจน้อยใหญ่ของพระมหากษัตริย์ เช่น ทรงรักษาเอกราชของชาติ ● รัฐธำนิปาโลบาย แสดงพระราชนิยกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง

ปี พ.ศ.	สารธรรมและการขยายความสารธรรม
2446	● พาหุสัจจะ ขยายความโดยแสดงความรอบรู้ของพระมหากษัตริย์ในฐานะพหูสูตร ที่ทรงเป็นที่พึ่งแก่พระบรมวงศานุวงศ์และราษฎร ● อุบายโกศล ขยายความโดยแสดงพระปรีชาที่สอดคล้องกับยุคสมัย อันถือเป็นอุบายอันดี ● รัฐสภาภิบาลโนบาย แสดงพระราชกรณียกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง
2447	● สมานัตตดา ขยายความโดยแสดงความประพฤตินตมำเสมอของพระมหากษัตริย์ ที่ทรงบำรงพระบรมวงศานุวงศ์ข้าราชการ และราษฎร ด้วยความยุติธรรม ● การุญญภาพ ขยายความโดยแสดงให้เห็นความเป็นที่นับถือของราษฎรดั่งบิดาปกครองบุตร ● รัฐสภาภิบาลโนบาย แสดงพระราชกรณียกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง
2448	● เมตตาปุเรจาริกตา ขยายความโดยแสดงพระราชกรณียกิจที่สัมพันธ์กับสารธรรมเรื่องความเมตตา เช่น การเลิกลาสน การให้การศึกษา การพระราชทานที่ดิน เป็นต้น ● ปฐิสันถารกุสลดตา ขยายความโดยแสดงพระราชกรณียกิจที่เมื่อบุคคลใดได้เข้าเฝ้าทั้งราษฎรหรือชาวต่างประเทศก็ชุ่มชื่นเบิกบาน ● รัฐสภาภิบาลโนบาย แสดงพระราชกรณียกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง

ปี พ.ศ.	สารธรรมและการขยายความสารธรรม
2449	● กาลัญญุตฯ ขยายความโดยแสดงพระราชากรณียกิจว่าทรงเห็นความเปลี่ยนแปลงเป็นไปของโลก จึงยกเลิกธรรมเนียมเก่าที่ล่วงสมัย และบัญญัติเพิ่มเติมธรรมเนียมใหม่ที่เหมาะสมแก่เวลา ● ปุตุตสังคหะ ขยายความโดยแสดงถึงการให้การศึกษาที่ดีแก่พระราชโอรสด้วยการส่งให้ไปศึกษาต่างประเทศ ● รัฐฐาภิบาลโนบาย แสดงพระราชากรณียกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง
2450	● วิริยสมบัติ ขยายความโดยแสดงความเพียรของพระมหากษัตริย์ที่จะสร้างความสงบแก่บ้านเมือง ปราบจลาจลในมณฑลต่าง ๆ เลิกทาส เลิกบ่อน ● โลกัตถจริยา ขยายความให้เห็นความประพฤติที่เป็นประโยชน์แก่โลก จนกระทั่งทรงพระประชวร ก็ยังเดินทางไปรักษาพระองค์เพื่อให้มีกำลังในการปกครองบ้านเมือง ● รัฐฐาภิบาลโนบาย แสดงพระราชากรณียกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง

ปี พ.ศ.	สารธรรมและการขยายความสารธรรม
2451	● มิตรสมบัติ ขยายความโดยให้ความรู้พร้อมด้วยมิตร โดยพระมหากษัตริย์ทรงรู้จักยึดเหนี่ยวน้ำใจคน ทรงผูกสัมพันธ์พระราชไมตรีกับพระมหากษัตริย์และประธานาธิบดีต่างประเทศ ● มัตตัญญา ขยายความโดยแสดงให้เห็นความรู้จักความพอดีพอประมาณ รักษาประโยชน์ให้เกิดความกลมเกลียวกัน ● รัฐธำภิบาลโนบาย แสดงพระราชกรณียกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง
2452	● กัตตุกัมยตาฉันทะ ขยายความเรื่องความพอใจ โดยสรุปให้เห็นว่าพระมหากษัตริย์ทรงปกครองทั้งอาณาจักรและพุทธจักรได้สมกับคุณธรรม ● ปุคคัลัญญา ขยายความโดยแสดงให้เห็นความสามารถในการเลือกบุคคล รู้จักส่งเสริมคนดีและสวดส่งคนไม่สมควร ● รัฐธำภิบาลโนบาย แสดงพระราชกรณียกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง
2453	● กัตตุกัมยตาฉันทะ ขยายความโดยแสดงเพียรอย่างกล้าหาญว่าพระมหากษัตริย์ทรงเปลื้องอุปสรรคต่าง ๆ ได้ด้วยดี ● ปุคคัลัญญา ขยายความโดยแสดงให้เห็นความสามารถในการเลือกบุคคล การอุปถัมภ์การศึกษาของพระราชโอรส ทรงรู้จักส่งเสริมคนดี ● รัฐธำภิบาลโนบาย แสดงพระราชกรณียกิจในรอบปีที่ทรงปฏิบัติเพื่อพัฒนาบ้านเมือง

จะเห็นได้ว่า การขยายความในส่วนนิเทศในพระมงคลวิเสสภคา
ประยุกต์การขยายความคาถาในส่วนอุเทศในการแต่งอรรถภคา จากแต่เดิมที่
ในอรรถภคาจะยกพระสูตรทั้งพระสูตรมาขยายความ แต่ตามพระนิพนธ์นี้
สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส ทรงเลือกตีความประเด็น
ที่ตั้งไว้ในบทอุเทศตามที่คาถากล่าวว่า “เมื่อรชนมาปรารภนาอายุ วรรณ
ยศ เกียรติ สวรรค์ และความเกิด ฌ ตระกูลสูง และความยินดีอันยิ่ง ๆ ไป
เป็นผลข้อประสงค์แล้ว พึงบำเพ็ญความไม่ประมาทให้บริบูรณ์ในสันดานเถิด
ก็สามารถจะเป็นบ่อเกิดแห่งกุศลและคุณที่ประสงค์ มีอายุเป็นต้นนั้นให้
กว้างขวางขึ้นว่าเป็นการ “ปฏิบัติกุศลสุจริต” และ “ความไม่ประมาท”
เพื่อให้กินความกว้างขึ้น และสามารถขยายความด้วยข้อธรรมต่าง ๆ อย่าง
หลากหลายดังปรากฏในตารางที่ 5

ด้วยเหตุนี้ ข้อธรรมที่ยกมาขยายความในส่วนนิเทศจึงอยู่ในกรอบ
ของประเด็นธรรมนั้น มีการประพจน์โดยสุจริต และไม่ประมาทในการใช้ชีวิต
ตามฐานะของพระมหากษัตริย์เป็น “แกน” ที่ยึดธรรมะในแต่ละปีเข้าไว้
ด้วยกัน เหตุนี้ทำให้องค์ผู้นิพนธ์จึงยกธรรมะและขยายความสารธรรมได้โดยไม่
มีข้อจำกัด ทั้งยังรักษาสัมพันธ์ภาพกับประเด็นธรรมของบทอุเทศไว้ได้ ทำให้
สุดท้ายเมื่อสิ้นสุดรัชสมัยแล้ว สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณ
วโรรสจึงสามารถร้อยเรียงพระธรรมเทศนาทั้งหมดเป็นเรื่องเดียวกันได้อย่างมี
เอกภาพ

2.4 ปฏิทินเทศ

โครงสร้างส่วนนี้เป็นส่วนสรุป พบว่าในพระมงคลวิเสศภิกษาจะกล่าวโดยกระชับเพื่อสรุปประเด็นธรรมที่นำมาขยายความธรรม พร้อมทั้งระบุถ้อยคำที่แสดงการจบพระธรรมเทศนาในปีนั้น ๆ ด้วยถ้อยคำว่า “มีเอกเทศ ดังรับพระราชทานพรรณนามา ด้วยประการฉะนี้” โดยในแต่ละปีอาจแปรไปตามศิลปะการประพันธ์บ้าง เช่นเมื่อโปรดแสดงประเด็นธรรมว่าขยายความจากแนวคิด 2 ข้อ คือเป็นอรรถสมมติข้อหนึ่ง และปรหิตปฏิบัติข้อหนึ่งจึงกล่าวในส่วนปฏิทินเทศเช่น “พระคุณพิเศษส่วนอรรถสมมติและปรหิตปฏิบัติ มีนิทสน์ดังรับพระราชทานพรรณนามา ด้วยประการฉะนี้” (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajirananavarorasa, 1969, p. 153) หรือโปรดกล่าวสรุปเพื่อแสดงความเป็นมงคลของการแสดงพระธรรมเทศนา เช่น “พระราชจรรยาสาธปฏิบัติอันเป็นที่ตั้งแห่งสุกสิริสวัสดิอุดมมงคลอันพิเศษ มีเอกเทศดังรับพระราชทานพรรณนามา ด้วยประการฉะนี้” หรือ (Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajirananavarorasa, 1969, p. 138)

จะเห็นได้ว่าในส่วนปฏิทินเทศนี้ยังพบการกล่าวย้อนไปยังประเด็นธรรมที่นำมาขยายความอยู่ ทั้งนี้สันนิษฐานว่าเพราะการเทศน์เป็นการสื่อสารด้วยมุขปาฐะอย่างหนึ่ง การแต่งเทศน์จึงยังรักษาการสรุปหรือรวบรวมความคิดในส่วนท้ายของการสื่อสารเพื่อให้ผู้ฟังจับสาระของเรื่องที่ฟังไว้ได้

2.5 ส่วนนิคมกถา

โครงสร้างส่วนนี้เป็นส่วนที่ปรากฏในโครงสร้างการแต่งคัมภีร์
อรรถกถา โดยพบในการแต่งเทศน์ในพระธรรมเทศนาชุดนี้เช่นกัน ซึ่งองค์
ผู้นิพนธ์ทรงพระนิพนธ์นิคมพจน์รวมกันไว้ในส่วนท้ายสุด เนื้อความกล่าวถึง
การอวยพรพระมหากษัตริย์ การขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และการขอพรเพื่อ
ความสำเร็จ มีรายละเอียด ดังนี้

2.5.1 การกล่าวอวยพร คือขอให้พระมหากษัตริย์ทรง
ปกครองบ้านเมืองให้ยืนนาน และบ้านเมืองมีความเจริญก้าวหน้าตามพระราช
ประสงค์ ดังตัวอย่าง

ขอสมเด็จพระบรมบพิตรพระราชสมภารเจ้า ผู้ทรง
ประทับด้วยพระคุณสมุทัยอันพิเศษนั้น ๆ ทรงพระชนมายุยืน
นาน ทรงพระสำราญหาพระโรคมิได้ ทรงพระเจริญด้วยพระราช
อิสริยยศานุภาพ ทอดพระเนตรเห็นแต่กิจการอันเจริญเป็นนิตย
กาล เสด็จสถิตยยืนนานในราชมโหศวรรย์ ปกครองรัชสมัยมณฑล
ให้สมบูรณ์ยิ่ง สมพระราชประสงค์ทุกสิ่งทุกประการ

(Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya
Vajirananavarorasa, 1969, p. 153)

2.5.2 การขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือขอให้เทวดาได้รับพระ
ราชกุศลจากพระราชพิธีนี้ และขอให้อภิบาลพระมหากษัตริย์ให้รอดพ้นจาก
อันตรายทั้งปวง ดังตัวอย่าง

สาธุ อารกขกา เทวา วตฺถุเทวา มหิทธิกา
สรภณฺณมณฺทลํ ภูมิปํ อภิปาเลนํ สพพทา

ขออารักขเทวดา และวัตถุเทวดา ผู้ทรงมหิทธิฤทธิ์
ได้รับอนุโมทนาส่วนพระราชกุศลเทวดาพลิแล้ว จงตั้งไมตรีจิต
อภิบาลรักษาสมาเด็จพระบรมบพิตรพระราชสมภารเจ้ากับริฐ
มณฑลให้ปราศจากภัยอันตรายทุกเมื่อ (Somdet Phra Maha
Samana Chao Krommaphraya Vajiranavarorasa, 1969,
p. 154)

2.5.3 การขอพรเพื่อความสำเร็จ คือการย้าความให้สิ่งที่
กล่าวมาทั้งหมดเป็นผลสัมฤทธิ์ตามที่กล่าวไว้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการย้าความและ
ยืนยันพรต่าง ๆ ตามที่ได้กล่าวไว้ในตอนต้นของส่วนนิคมกถา ดังตัวอย่าง

สิทธิมตฺถุ สิทธิมตฺถุ สิทธิมตฺถุ อิหิ ผลิ

เอตสฺมิ รตนตฺตยสฺมิ สมปสาทนเจตโส

ขอผลที่กล่าวนี้จึงเป็นผลสัมฤทธิ์ จงเป็นผลสัมฤทธิ์
จงเป็นผลสัมฤทธิ์ แต่สมเด็จพระบรมบพิตรพระราชสมภารเจ้า
ผู้มีพระหฤทัยเลื่อมใสในพระรัตนตรัยนี้ สมพระบรมราชประสงค์
ทุกประการ เทอญ (Somdet Phra Maha Samana Chao
Krommaphraya Vajiranavarorasa, 1969, p. 154)

จะเห็นได้ว่าส่วนนิคมพจน์นี้ แสดงเนื้อหาคล้ายคลึงกับที่ปรากฏใน
คัมภีร์ชั้นอรรถกถา โดยได้มีการประยุกต์ให้เหมาะสมกับการเทศน์พระราชพิธี
ซึ่งมีพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์กลางของการแสดงธรรม ด้วยการกล่าวถึงผู้ฟัง
หลักโดยตรง แสดงให้เห็นว่าตัวบทพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีจะมีขึ้นได้ก็
ต่อเมื่อผูกโยงกับเจ้านายพระองค์ใดพระองค์หนึ่ง ในพระราชพิธีใดพิธีหนึ่ง
เป็นการเฉพาะ ตัวบทพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีจึงไม่ใช่พระธรรมเทศนา
ทั่วไป เพราะองค์ผู้นิพนธ์มีผู้ฟังโดยนัยขณะสร้างตัวบทที่แน่นอน

จากการวิเคราะห์สร้างการแต่งพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสภก
จะเห็นว่า พระธรรมเทศนานี้มีโครงสร้างเช่นเดียวกับที่ปรากฏในคัมภีร์
อรรถกถา ที่แต่งขึ้นเพื่อมุ่งขยายความสารธรรมของพระพุทธองค์เช่นกัน
หากแต่ปรับปรุงให้เข้ากับวิธีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นการสวด
บทนโมฯ เพื่อแสดงการเริ่มแสดงธรรม และการอำนวยการแก่ผู้ฟังเป็นการ
เฉพาะเมื่อเสร็จสิ้นการแสดงธรรม ปรากฏการณ์เช่นนี้แสดงให้เห็นว่าการเทศน์
ซึ่งนับเป็นการขยายความข้อธรรมเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างหนึ่งนั้น
ได้รับขนบการแต่งขยายความตามการตีความและขยายความพุทธพจน์มาใช้
กับวัตถุประสงค์และการสื่อสารใหม่ด้วย

ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่าพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสภก
เป็นพระธรรมเทศนาในพระราชพิธี ซึ่งการเทศน์ดังกล่าวไม่ใช่การเทศน์
ปากเปล่า¹² แต่เป็นการผสมผสานระหว่างลายลักษณ์และมุขปาฐะเข้า
ด้วยกัน กล่าวคือ การเทศน์ในพระราชพิธีต้องแต่งพระธรรมเทศนาขึ้นมา
ก่อน จากนั้นจึงนำ พระธรรมเทศนาที่แต่งขึ้นนั้นตรวจทานเนื้อหาสาระให้
เหมาะสม ก่อนจะนำ ตัวบทนั้นมาใช้เทศน์จริงในพระราชพิธีอีกครั้งหนึ่ง

¹² ปรากฏหลักฐานพระราชหัตถเลขาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวตรวจ
กับสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรสที่ทรงมีไปมาเพื่อตรวจแก้
พระธรรมเทศนาบุรพทิศามมัสสธรรมที่เทศน์ในพระราชพิธีทวิภาเศษ เป็นต้น ซึ่งแสดง
ให้เห็นว่าพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีต้องมีการเรียบเรียงและมีการตรวจทานก่อน
เทศน์จริง อ่านเพิ่มเติมได้ที่ **พระราชหัตถเลขาพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้า
เจ้าอยู่หัวทรงมีไปมากับสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส (Somdet
Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajiranavavarorasa, 1929, pp. 213-234)**

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาโครงสร้างพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภา
พระนิพนธ์สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส สามารถสรุป
ประเด็นการศึกษาได้ดังนี้

1. พระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสสภาแสดงให้เห็นถึงการสืบชนบ
การวางโครงสร้างการแต่งจากคัมภีร์ตีความและขยายความขึ้นอรรถกถาซึ่ง
ประกอบด้วยโครงสร้างหลัก 5 ส่วน โดยมีลำดับตามโครงสร้าง ได้แก่
อารัมภกถา อุเทศ นิเทศ ปฏินิเทศ และนิคมกถา ซึ่งการเรียงลำดับนี้
เหมาะสมกับการอธิบายข้อธรรมจนพัฒนาสู่การเป็นคัมภีร์สอนการอธิบาย
ธรรม แต่เมื่อมีใช้สืบมาในการเทศน์ในพระราชพิธี พระสงฆ์ได้นำวิธีการ
ดังกล่าวมาประยุกต์กับการเทศน์ จึงมีการสลับตำแหน่งโครงสร้างหลักให้เข้า
กับสถานการณ์การสื่อสาร กล่าวคือ ยกส่วนที่เป็นประเด็นธรรมในส่วนอุเทศ
ขึ้นก่อน จากนั้นจึงตามด้วยส่วนอารัมภกถาเพื่อเกริ่นนำรายละเอียดต่าง ๆ ที่
สัมพันธ์กับพระราชพิธี โดยการเกริ่นนำดังกล่าวทำให้เกิดการเชื่อมโยงความ
จากประเด็นธรรมไปสู่การขยายความข้อธรรมย่อในส่วนนิเทศ และทำให้
พระธรรมเทศนากลมกลืนกับเหตุการณ์ในพระราชพิธีด้วย เมื่อขยายความข้อ
ธรรมในส่วนนิเทศจนครบถ้วนแล้วจึงใช้ส่วนปฏินิเทศเป็นส่วนจบความ
และมีนิคมกถาเป็นส่วนสุดท้ายเพื่ออวยพรแก่ผู้ฟังพระธรรมเทศนา โดยส่วน
นี้สัมพันธ์กับความเชื่อเรื่องการฟังธรรมในพุทธศาสนา ที่เชื่อว่าการฟังเทศน์ให้
อาณิสสและเกิดกุศลแก่ผู้ฟัง

2. โครงสร้างการเทศน์พระธรรมเทศนาในพระราชพิธีนี้ นอกจากจะ
เห็นถึงการสืบทอดโครงสร้างการตีความและขยายความคำสอนที่มีมาแต่เดิม
แล้ว ยังแสดงถึงการสร้างสรรค์ที่นำการแสดงธรรมมาใช้สดุดีพระเกียรติคุณ

พระมหากษัตริย์ด้วย เพราะจากส่วนที่ได้อธิบายในส่วนนิเทศจะเห็นได้ว่าการขยายความสารธรรมประกอบขึ้นจากพระราชจริยวัตรและพระราชกรณียกิจนานัปการในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งทรงปฏิบัติรายปีมาเรียบเรียงผสมผสานกับข้อธรรมที่ยกขึ้นในปีนั้น ๆ และเมื่อนำขึ้นสู่การแสดงผลพระธรรมเทศนาในพระราชพิธี พระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสเถกาทได้ทำหน้าที่เป็นทั้งการถวายคำแนะนำแด่พระมหากษัตริย์โดยแยบคาย และเป็นวรรณกรรมแสดงพระเกียรติคุณในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวให้ข้าราชการและประชาชนทราบถึงพระราชอุทิศสาหัสที่ทรงปฏิบัติแต่ละปีอย่างอนงอนอนันต์ ทั้งเป็นเครื่องยืนยันว่า ทุกพระราชกรณียกิจที่ทรงปฏิบัตินั้นเป็นไปตามธรรม โดยธรรม และถือประโยชน์ของบ้านเมืองเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด

3. พระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสเถกาทนี้เป็นตัวอย่างของการศึกษาการวางโครงสร้างการแต่งพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีอื่น ๆ ได้ เพราะพระธรรมเทศนาชุดนี้แพร่หลายจากการพิมพ์เผยแพร่ในเมื่อคราวพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวสวรรคตประการหนึ่ง อีกทั้งองค์ผู้นิพนธ์ยังเป็นผู้รับสนองคำอาราธนาในการแต่งพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีอื่น ๆ ด้วยอีกประการหนึ่ง เหตุนี้โครงสร้างใหญ่ในพระธรรมเทศนาในพระราชพิธีจึงน่าจะมีศิลปะการประพันธ์สืบเนื่องกัน

4. ลักษณะที่ปรากฏในพระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสเถกาทในสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรสจึงเหมือนเป็นคัมภีร์ชุดหนึ่ง เพราะมีความสมบูรณ์ครบถ้วนในเชิงโครงสร้าง จึงถือเป็นพระธรรมเทศนาชุดหนึ่งที่มีคุณค่าและเป็นแบบอย่างในศิลปะการประพันธ์ โดยอาจถือเป็นวรรณกรรมชั้นครูในการแต่งเทศน์ในพระราชพิธีได้

5. พระธรรมเทศนาพระมงคลวิเสสกถาน่าจะเป็นพระธรรมเทศนาชุดหนึ่งที่ส่งผลต่อการเรียนการแต่งเรียงความแก่กระทุ้ธรรม ในระดับนักธรรมตรี นักธรรมโท และนักธรรมเอก เพราะได้ใช้เป็นแบบเรียนของคณะสงฆ์ในระดับนักธรรมเอกด้วย โครงการสร้างการแต่งพระธรรมเทศนานี้ย่อมเป็นที่รู้จักผ่านระบบการศึกษาของสงฆ์ด้วย แต่ในการเรียนการแต่งเรียงความแก่กระทุ้ธรรมพบว่า โครงสร้างใหญ่เน้นไปที่ 3 ส่วนสำคัญ คือ อุทเทส นิทเทส และปฏินิทเทสเป็นสำคัญ

6. อนึ่ง มีข้อสังเกตว่า นอกจากการศึกษารรรถถาเพื่อศึกษาภาษาบาลีของคณะสงฆ์ไทยแล้ว การเรียนการสอนของคณะสงฆ์ไทยในส่วนของนักธรรมตรี นักธรรมโท และนักธรรมเอก ซึ่งเป็นการพัฒนาความรู้ควบคู่กับการเรียนภาษาบาลีที่เรียกว่าการศึกษาเปรียญธรรมนั้น พบว่าเป็นการศึกษาปริยัติธรรมที่มุ่งสอนเรื่องการตีความพุทธพจน์เช่นเดียวกัน สังเกตได้จากการเรียนนักธรรมมีแบบเรียนพุทธศาสนสุภาษิตเป็นแบบเรียนสำคัญเล่มหนึ่ง การศึกษาพุทธศาสนสุภาษิตนี้คือการศึกษาในส่วนอุทเทส เพื่อให้พระสงฆ์รู้จักพุทธศาสนสุภาษิตที่เป็นประเด็นธรรมต่าง ๆ ให้สามารถนำไปขยายความ เป็นคำสอนหรือการเทศน์ต่าง ๆ ได้ต่อไป ส่วนแบบเรียนเรียงความแก่กระทุ้ธรรม ซึ่งมีในการเรียนนักธรรมทั้ง 3 ระดับ เป็นแบบเรียนเพื่อให้มีความรู้ในการขยายความคือนิทเทส โดยเป็นการฝึกเขียนขยายความข้อธรรมตามพุทธศาสนสุภาษิตที่ยกขึ้น ทั้งยังมีการสอบสนามหลวงเพื่อวัดความรู้ดังกล่าวด้วย ทำให้เห็นว่าการเรียนการสอนของคณะสงฆ์ไทยนั้น เป็นการเรียนรู้เพื่อตีความและขยายความพุทธพจน์อย่างมีระบบ ทำให้เกิดแนวทางการประพันธ์ที่เป็นมาตรฐานร่วมกัน และมีรากฐานที่สืบมายาวนานตามความเจริญของพระพุทธศาสนา

References

- Chiangchaovai, S. (2013). *Metaphors About Dharma in Buddhadasa Bhikkhu's Speeches*. Doctor of Philosophy in Thai Thesis, Nakhonpathom: Silpakorn University.
- Dhammapāla. (1987). *Nettiatthakatha khutthokkanikay Pali-Thai volume 1 Bhumiphalobhikkhu*. Bangkok: Bhumiphalobhikkhu Foundation Press.
- Dhammapāla. (1987). *Nettiatthakatha khutthokkanikay Pali-Thai volume 2 Bhumiphalobhikkhu*. Bangkok: Bhumiphalobhikkhu Foundation Press.
- Kunsuwan, K. (2010). *The Hortatory Discourse of Buddhadasa Bhikkhu*. Doctor of Philosophy in Thai Thesis. Mahasarakham: Mahasarakham University.
- Lecturers of Mahachulalongkorn Buddhist University. (2012). *Pali literature (4th edition)*. Bangkok: Mahachulalongkorn Buddhist University.
- Na Bangchang, S. (1986). *Pali literature in India and Langka*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Na Bangchang, S. (2006). *Namo trisoranakhom*. Bangkok: International Tripitaka Hall, Faculty of Arts, Chulalongkorn University.
- Na Bangchang, S. (2013). *The light of gems: phrasuttanpitaka khutthokkanigay*. Bangkok: International Tripitaka Hall, Faculty of Arts, Chulalongkorn University.
- Paenthongrong, S. (2003). *An Analytical Study of The Buddhist Sermon in Funeral Rites of Her Royal Highness Princess Srinakarindra the Princess Martha*. Master of Education in Thai Thesis. Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Panyapasut, S. (1929). *Dikanamo for preacher's manual*. Bangkok: Sunnam press.
- Photinantha, S. (2000). *Buddhism history*. Bangkok: Mahamakut Buddhist University.

- Phra Dhammakittiwong (Thongdee Suratecho). (2007). *Buddhist proverb interpretation*. Bangkok: Liangchiangphian for Buddhism Press.
- Ruchirabha, P. (1994). *Buddhist Sermon on Radio: An Ethenography of Communication Approach*. Master of Arts in Pali and Sanskrit Thesis. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Somdet Phra Buddhakosajarn (Prayudh Payutto). (2018). *Buddhism dictionary: glossary edition*. S.L.
- Somdet Phra Buddhakosajarn (Prayudh Payutto). (2018). *To know your home-travel through Pitaka*. S.L.
- Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajirananavarorasa. (1969). *Phramongkonwisetkatha (Religious student program and highest-rank Dhamma study)*. Bangkok: Mahamakut Buddhist University.
- Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajirananavarorasa. (1961). *Watbowonniwet legend*. Bangkok: Mahamakut Buddhist University.
- Somdet Phra Maha Samana Chao Krommaphraya Vajirananavarorasa. (1929). *The royal letter of the King Rama V to Vajirananavarorasa*. Bangkok: Sophonphiphatthanakon Press.
- Sriwaratit, S. (2002). *Nettipakarana*. Bangkok: Dhamma Study and Support Foundation.
- Suphason, P. (n.d.). *Mahanittes: scriptures of interpretation and clarification of early Buddhism*. Retrieved August 1, 2022. From <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14302>
- Sutta Piṭaka Khuddaka Nikāya Maha Niddesa volume 5 part 1. (1984). Bangkok: Mahamakut Buddhist University.
- Sutta Piṭaka Khuddaka Nikāya Culla Niddesa volume 6. (1984). Bangkok: Mahamakut Buddhist University.
- Tansrisook, S. (2007). *The literary works of Sariputta in the Pali Tipitaka*. Master of Arts in Linguistics Thesis. Bangkok: Chulalongkorn University.

Authors

Wasawat Sabaiwan

Faculty of Arts, Silpakorn University

E-mail: wasawat.sab@mahidol.edu

Assistant Professor Sumalee Limprasert, Ph.D.

Faculty of Arts, Silpakorn University

E-mail: limprasert_s@silpakorn.edu

Kho:wid Kathă: Language Strategies for Persuasion in the Discourse of Buddhist Sermons on the Situation of the Communicable Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)

*Wiriyawis Mongkolyos and Wipada Rattanadilok Na Phuket
Faculty of Humanities, Kasetsart University*

Received: January 2, 2023

Revised: February 13, 2023

Accepted: March 28, 2023

Abstract

This research article aims to investigate persuasive language strategies in the discourse of Buddhist sermons on the situation of the communicable Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) by using the concept of persuasion, "Kho:wid Kathă, a collection of sermons during the situation of COVID-19" by Phra Brahma Pandit (Prayoon Dhammacitto), which is a total of 9 chapters.

The results of the research revealed that 7 persuasive language strategies were used: the use of pronouns, using analogy, using rational sentence structures, using modality, using interrogative sentences, using references, and using intertextuality. The aforementioned language strategies likely persuade the people who listen to the preaching to apply Dharma in their lives, in order to be aware of the care, treatment, and protection of themselves from the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) and to be able to see ways to live and adapt in order to live in today's society. This will probably lead to solutions to problems faced during the situation with the communicable Coronavirus Disease 2019 (COVID-19).

Keywords

language strategies, persuasion, sermons, COVID-19

โควิทกถา : กลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจในปริจเฉท บทพระธรรมเทศนาว่าด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของ ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

วิริยวิศค์ มงคลยศ และ วิภาดา รัตนดิลก ณ ภูเก็ต
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจในปริจเฉทบทพระธรรมเทศนาสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยใช้แนวคิดการโน้มน้าวใจเก็บข้อมูลจากหนังสือ “โควิทกถา รวมเทศนาในสถานการณ์โควิด” ของพระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) จำนวน 9 กัณฑ์

ผลการวิจัยพบการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ 7 กลวิธี ได้แก่ การใช้สรรพนาม การใช้อุปมาเปรียบเทียบ การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุผล การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้ประโยคคำถาม การอ้างถึง และการใช้สัทพยางค์ กลวิธีทางภาษาดังกล่าวจะเป็นการโน้มน้าวใจให้ประชาชนผู้ฟังพระธรรมเทศนาได้น้อมนำธรรมะไปประยุกต์ใช้ในการดำรงตนให้ตระหนักถึงการดูแล รักษา และป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) อีกทั้งมองเห็นแนวทางในการดำเนินชีวิตและปรับตัวให้อยู่ในสังคมปัจจุบันได้ อันจะนำไปสู่ทางออกของปัญหาในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

คำสำคัญ

กลวิธีทางภาษา, การโน้มน้าวใจ, บทพระธรรมเทศนา, โควิด-19

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นอกจากส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายของประชาชนแล้วยังส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นความตื่นกลัว ความวิตกกังวลกลัวการติดเชื้ออันเกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวที่ถูกต้อง รวมทั้งการขาดความเชื่อมั่นในกระบวนการรักษา ประกอบกับต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำ การดำเนินชีวิตในภาวะดังกล่าวนี้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน ทำให้ประชาชนเกิดความเครียดสะสม จนอาจลุกลามเป็นปัญหาสุขภาพจิตที่รุนแรงในอนาคต (Department of Mental Health, 2020, p. Preface)

แนวโน้มปัญหาสุขภาพจิตที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เป็นปัญหาที่หน่วยงานรัฐ องค์กรเอกชน แพทย์ นักจิตวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ ตระหนักและต้องหาทางแก้ไข ขณะเดียวกันในอีกทางหนึ่งพบว่า สถาบันพุทธศาสนาซึ่งเป็นหนึ่งในสถาบันหลักของสังคมก็ได้อาศัยหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาช่วยชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตท่ามกลางภาวะโรคระบาดนี้ด้วย

หากกล่าวถึงบทพระธรรมเทศนาในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) หนึ่งในบทพระธรรมเทศนาที่สำคัญที่ได้รับการกล่าวถึงเป็นอันดับต้น ๆ คือ บทพระธรรมเทศนาของพระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตโต) เนื่องจากท่านเป็นพระนักเผยแผ่หรือพระนักเทศน์ที่ได้รับการเคารพนับถือและยกย่องเป็นอย่างมาก ดังที่ Rungsiri and Damnoen (2022, p. 25) ได้กล่าวถึงพระนักเผยแผ่หรือพระนักเทศน์ของประเทศไทยในปัจจุบันมีการประยุกต์ใช้วิธีในการเผยแผ่

ธรรมที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะความถนัดของแต่ละท่าน เช่น หลวงพ่อพุทธทาส ได้เน้นการเผยแผ่พระพุทธธรรมที่ลึกซึ้ง โดยชี้จุดมุ่งหมายของพระพุทธศาสนาเป็นสำคัญ บางรูปก็เน้นการเผยแผ่หลักพุทธธรรมเชิงหลักความคิดจนเป็นที่ยอมรับ เช่น สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ.ปยุตโต) บางรูปก็เน้นวิชาการเป็นหลักในการเผยแผ่ธรรม เช่น พระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต)

พระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) ปัจจุบันปฏิบัติหน้าที่ประธานศูนย์เผยแผ่พระพุทธศาสนาแห่งชาติ ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาสวัดประยูรวงศาวาสวรวิหาร กรรมการมหาเถรสมาคม ราชบัณฑิตกิตติมศักดิ์ ประเภทวิชาปรัชญา ประธานศูนย์พระปริยัตินิตยเทศแห่งคณะสงฆ์ เป็นต้น ด้านการศึกษาสำเร็จการศึกษาระดับสูงสุดระดับปริญญาคุฎฐบัณฑิต สาขาปรัชญา จากมหาวิทยาลัยเคลี ประเทศอินเดีย และสำเร็จการศึกษาขั้นสูงสุดในด้านบาลีศึกษาเปรียญธรรม 9 ประโยค และนอกจากนี้ยังมีผลงานหนังสือที่จัดพิมพ์เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 ถึงปัจจุบัน

จากการศึกษาประวัติและผลงานของพระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) ด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเบื้องต้น พบว่าท่านมีกลวิธีและปัจจัยหลายประการในการโน้มน้าวใจพุทธศาสนิกชนเพื่อหวังผลสัมฤทธิ์ให้เปิดใจเชื่อถือ ยอมรับหลักธรรม และนำไปยึดถือปฏิบัติ การใช้ภาษาเข้าใจง่าย เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ทันสมัยทันเหตุการณ์ และเนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) พระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) จึงเผยแผ่ธรรมะด้วยการแสดงพระธรรมเทศนาเพื่อเยียวยาจิตใจประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้

ความเข้าใจในเรื่องธรรมะควบคู่กับความเข้าใจเรื่องการดูแลสุขภาพตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นี้

“โควิทกถา รวมเทศนาในสถานการณ์โควิด” (Dhammacitto, 2021) เป็นหนังสือที่รวบรวมบทพระธรรมเทศนากันถุ์โบสถ์ที่ท่านได้แสดงผ่านสื่อสังคมออนไลน์และวิทยุโทรทัศน์ การแสดงพระธรรมเทศนานี้เน้นเรื่องการประยุกต์ใช้ธรรมะในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เป็นสำคัญ ดังตัวอย่างส่วนหนึ่งของบทพระธรรมเทศนา ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (1) มิใช่เราห่วงตัวเราเองเพื่อประโยชน์ตนเท่านั้น แต่เรายังห่วงประโยชน์ของคนอื่นด้วยปรารถนาดีหวังให้เขาปลอดภัยจากโควิดด้วยสมดังพระบาลีที่ว่า “อตตานํ รกฺขณโต ปรี รกฺขติ ผู้รักษาดนชื่อว่ารักษาคนอื่น” เราทำตนเองให้ปลอดภัยโควิดก็เท่ากับทำให้พ่อแม่ปู่ย่าตายายที่บ้านปลอดภัยไปด้วย เรายุติการระยะห่างทางสังคม ล้างมือ เพราะห่วงใยคนอื่น เมื่อห่วงใยคนอื่น ตนเองก็พลอยปลอดภัย

(อนาวิลจิตตกถา ว่าด้วยใจไม่ขุ่นมัว, p. 50)

จากตัวอย่างที่ (1) แสดงให้เห็นว่าการใช้ภาษาในบทพระธรรมเทศนาเป็นปริจเฉทรูปแบบหนึ่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์บางประการซึ่งมิใช่เพียงแค่การใช้ลีลาภาษาที่แสดงถึงการสอนธรรมะให้กับประชาชนและการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเท่านั้น แต่ยังใช้ภาษาที่แฝงไปด้วยเจตนาต่าง ๆ อันจะเป็นเครื่องมือที่นำผู้ฟังพระธรรมเทศนาไปสู่ทางออกของปัญหาในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

(โควิด-19) เพื่อให้ผู้รับฟังพระธรรมเทศนามองเห็นแนวทางในการดำเนินชีวิต และปรับตัวให้อยู่ในสังคมปัจจุบันได้

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่น่าสนใจว่าในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นี้ พระสงฆ์ผู้มีหน้าที่เผยแผ่หลักธรรมคำสอนสามารถสอนและโน้มน้าวใจให้ประชาชนนำหลักของธรรมะไปใช้ในการดำรงตนให้อยู่รอดพ้นและปลอดภัยจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ได้อย่างไร

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะงานวิจัยทางภาษาศาสตร์ที่มุ่งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในประเทศไทย เบื้องต้นพบงานวิจัยที่ใช้แนวคิดอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ ได้แก่ ของ Eakapont, Wongpinunwatana and Plangchroensri (2020) ศึกษาเรื่อง [ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 คือ ศัตรู] : การศึกษาอุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ของคนไทยตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน Jirapanakorn (2020) ศึกษาเรื่อง มโนอุปลักษณ์กับการเปลี่ยนมุมมองต่อโรคโควิด-19 : การวิเคราะห์ภาพในสื่อสังคมออนไลน์ Pattamaroj (2022) ศึกษาเรื่อง อุปลักษณ์เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในข่าวการเมืองไทยบนเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ และพบเพียงงานวิจัยเดียวที่นำแนวคิดการโน้มน้าวใจมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่เน้นการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาเป็นสำคัญคืองานวิจัยของ Rattanadilok Na Phuket (2021) ศึกษาเรื่อง “เราจะผ่านวิกฤตไปด้วยกัน” : การโน้มน้าวใจในบริบทการแถลงข่าวสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

(โควิด-19) กล่าวได้ว่า ยังไม่พบงานวิจัยใดศึกษากลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจในบทพระธรรมเทศนาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลวิธีทางภาษาในปริจเฉทบทพระธรรมเทศนาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยใช้แนวคิดการโน้มน้าวใจ เพื่อเป็นการขยายขอบเขตการวิจัยเกี่ยวกับภาษาและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคให้กว้างขวางออกไป รวมถึงแสดงให้เห็นว่าพระสงฆ์ผู้มีหน้าที่สืบทอดและเผยแผ่พระพุทธศาสนาสามารถนำการเผยแผ่ธรรมะมาประยุกต์ร่วมกับสถานการณ์ในสังคมปัจจุบันได้อย่างไร

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจในปริจเฉทบทพระธรรมเทศนาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

ขอบเขตและวิธีการวิจัย

ศึกษากลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจในบทพระธรรมเทศนาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จากหนังสือ “โควิทกถา รวมเทศนาในสถานการณ์โควิด” ของพระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) ซึ่งแสดงพระธรรมเทศนาตั้งแต่ 8 มีนาคม 2563 - 8 สิงหาคม 2564 รวม 17 กัณฑ์ โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 9 กัณฑ์ คือ กัณฑ์ที่ 1 – 9

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้แบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ และงานวิจัยทางภาษาศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะงานวิจัยที่มุ่งศึกษากลวิธีทางภาษาผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) และงานวิจัยที่มุ่งศึกษากลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ
2. เก็บรวบรวมข้อมูลบทพระธรรมเทศนาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จากหนังสือ “โควิตกถา รวมเทศนาในสถานการณ์โควิด” ของ พระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) จำนวน 9 กัณฑ์ ตามขอบเขตข้อมูลข้างต้น
3. วิเคราะห์บทพระธรรมเทศนาโดยมุ่งวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ
4. สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

บททวนวรรณกรรม

การศึกษาปริจเฉทบทพระธรรมเทศนาสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจ คือ คือ กิจกรรมที่กระทำร่วมกันอย่างมีจุดหมาย เพื่อหวังผลในการสร้างสิ่งจูงใจ หรือการยอมรับอย่างเต็มใจทางกระบวนการเรียนรู้ หรือรูปแบบพฤติกรรมที่เปิดเผยผ่านการแลกเปลี่ยนสาร (Smith, 1982, p. 7 as cited in Thiranet, 2000, p. 9)

เลคอฟ (Lakoff, 1982, as cited in Piboonworasak, 2004, p. 8) กล่าวถึง ปริจเฉทการโน้มน้าวใจว่าเป็นปริจเฉทประเภทหนึ่งที่แตกต่างกันจากภาษาพูดในชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุว่าผู้พูดมีเจตนาชัดเจนที่จะโน้มน้าวให้ผู้ฟังเปลี่ยนพฤติกรรม ความรู้สึก ความคิดเห็น โดยอาศัยกลวิธีในการสื่อสาร เพื่อให้การโน้มน้าวใจบรรลุวัตถุประสงค์ ปริจเฉทการโน้มน้าวใจนี้ ได้แก่ โฆษณาชวนเชื่อต่าง ๆ คำปราศรัยทางการเมือง รวมถึงพระธรรมเทศนาหรือปาฐกถาธรรมของพระภิกษุด้วย

ภาษาที่ใช้ในการโน้มน้าวใจ จึงเป็นวิธีการในการเสนอสารเพื่อมุ่งเปลี่ยนแปลงความคิด ทศนคติ และพฤติกรรม ดังนั้น ในการเขียนเพื่อโน้มน้าวใจ ผู้เขียนจะต้องใช้ความสามารถมากในการเสนอสารเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยผู้เขียนต้องสามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะกระตุ้นให้ผู้อ่านยอมรับ เชื่อถือ และเห็นคล้อยตามเรื่องราวของตนได้อย่างดี

จากแนวคิดเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจข้างต้น ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดนี้เป็นกรอบในการศึกษากลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจในปริจเฉทบทพระธรรมเทศนาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพื่อตอบคำถามว่าพระสงฆ์ผู้แสดงพระธรรมเทศนาสามารถโน้มน้าวใจประชาชนให้เชื่อถือโดยนำธรรมะมาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ในสังคมปัจจุบันได้อย่างไร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับกลวิธีการโน้มน้าวใจของบุคคลทางพุทธศาสนา และงานวิจัยเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

งานวิจัยเกี่ยวกับกลวิธีการโน้มน้าวใจของบุคคลทางพุทธศาสนา อาทิ Thiranet (2000) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า Piboonworasak (2004) ศึกษาองค์ประกอบกับกลวิธีการโน้มน้าวใจในปริเฉทการเขียนของพระพยอม กัลยาโณ Deelert (2014) ศึกษากลวิธีการโน้มน้าวใจในปริเฉทปาฐกถาธรรมพระพรหมมิ่งคลาจารย์ (หลวงพ่อปัญญานันทภิกขุ) Phithakwong (2017) ศึกษาปริเฉทการพูดของมคทายกในวัดพระอารามหลวง จังหวัดนครปฐม : องค์ประกอบการสื่อสารและกลวิธีทางภาษาในการโน้มน้าวใจ Thongthawee and Darachai (2019) ศึกษากลวิธีโน้มน้าวใจในหนังสือธรรมะทางพุทธศาสนาของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี และพระมหาสมปอง ตาลปุตโต เป็นต้น

งานวิจัยเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) อาทิ Eakapont, Wongpinunwatana and Plangchroensri (2020) ศึกษา [ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 คือ ศัตรู] : การศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ของคนไทยตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน Jirapanakorn (2020) ศึกษาโมโนอุปลักษณะกับการปรับเปลี่ยนมุมมองต่อโรคโควิด-19 : การวิเคราะห์ภาพในสื่อสังคมออนไลน์ Rattanadilok Na Phuket (2021) ศึกษา “เราจะผ่านวิกฤตไปด้วยกัน” : การโน้มน้าวใจในปริเฉทการแถลงข่าวสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา

2019 (โควิด-19) Pattamaroj (2022) ศึกษาอุปลักษณะเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในชาวการเมืองไทยบนเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ เป็นต้น

จากตัวอย่างงานวิจัยข้างต้น งานวิจัยเกี่ยวกับกลวิธีการโน้มน้าวใจของบุคคลทางพุทธศาสนา แสดงให้เห็นได้ว่างานทางด้านพระพุทธศาสนามีการนำกลวิธีการโน้มน้าวใจมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์อย่างแพร่หลายเพื่อทำให้ทราบถึงกลวิธีทางภาษาของผู้สื่อสาร ส่วนงานวิจัยเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นั้นแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) กำลังเป็นประเด็นที่น่าสนใจจึงเป็นเรื่องที่ได้รับความนิยมในการนำมาศึกษาตามมุมมองต่าง ๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจะใช้งานวิจัยดังกล่าวเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และอภิปรายผลการศึกษาในลำดับถัดไป

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ตัวบทปริจเฉทบทพระธรรมเทศนามีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ปรากฏว่าปริจเฉทดังกล่าวมิได้เป็นเพียงบทพระธรรมเทศนาที่ถ่ายทอดธรรมะอันเป็นคำสั่งสอนทางพุทธศาสนาด้วยการบรรยาย ชี้แจง ยกหัวข้อคำสอนหรือธรรมะให้ฟังเพียงเท่านั้น แต่บทพระธรรมเทศนาดังกล่าวนี้มีการสอดแทรกและหยิบยกสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน คือ “สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)” มาประยุกต์รวมเข้ากับการสอนธรรมะ เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ฟังนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาไปปรับใช้ร่วมกับการดูแล ป้องกัน และรักษาตนเอง

ในภาวะวิกฤตที่กำลังเกิดขึ้นได้ ผลการวิจัยปรากฏกลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ ดังต่อไปนี้

1. การใช้คำสรรพนาม

การใช้คำสรรพนามว่า “เรา” ในการแสดงพระธรรมเทศนามีนัยสำคัญเพื่อที่จะทำให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาารู้สึกว่าผู้แสดงพระธรรมเทศนาเป็นพวกเดียวกับผู้ฟัง และโน้มน้าวใจให้เห็นคล้อยตามเกี่ยวกับการปฏิบัติตนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ดังที่ Kladyu, et al. (1974, p. 378) กล่าวถึง การใช้สรรพนาม “เรา” ไว้ว่า การใช้สรรพนามว่า “เรา” เป็นการเข้าถึงวิธีหนึ่งที่จะทำให้รู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน เป็นการชักจูงให้เห็นด้วยตั้งแต่เริ่มแรก อาจเรียกได้ว่าเป็นการเริ่มต้นด้วยการเข้าข้างผู้ฟังหรือผู้อ่านเสียก่อน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (2) เราต้องตั้งป้อมคุ้มครองป้องกันประเทศของเรา แต่กว่าจะมาถึงจุดนี้ เราก็อึดทนกลั่นขมขื่น มีการปล่อยข่าวลือและข่าวปลอมต่าง ๆ นานา

(สัญญาวิลาสกถา ว่าด้วยความคลาดเคลื่อนแห่งการรับรู้, p. 37)

ตัวอย่างที่ (3) คนทั่วไปก็มักจะบอกตัวเองว่าอันตรายจะไม่เกิดกับ เรา เรามีของดี จะผ่านมันไปได้ คนอย่างเรา ไม่ติดโควิดหรอก แต่เพื่อนเรา ไม่แน่ เราจะคิดเข้าข้างตัวเองเสมอ

(อรรถเปมกถา ว่าด้วยความรักตน, p. 54)

จากตัวอย่างที่ (2) และ (3) ปรากฏการใช้คำสรรพนาม “เรา” “ประเทศของเรา” “คนอย่างเรา” “เพื่อนเรา” ซึ่งมีการใช้คำว่า “เรา” ประกอบ เพื่อให้ผู้แสดงพระธรรมเทศนาเป็นส่วนหนึ่งของผู้ฟังพระธรรมเทศนา กลวิธีการโน้มน้าวใจนี้จึงทำให้ผู้ฟังเห็นคล้อยตามสิ่งที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนานำเสนอเนื่องจากผู้ฟังรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน

2. การใช้อุปมาเปรียบเทียบ

การใช้อุปมาเปรียบเทียบ เป็นการกล่าวข้อความเพื่อเทียบเคียงให้เห็นลักษณะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เหมือนกับอีกสิ่งหนึ่ง กลวิธีนี้จะช่วยให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนามองเห็นภาพของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) และวิธีการการดูแลตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (4) มือออกบ่อยไปที่คนอยากสนุกสนานบนเตียงรีนเรจ แต่ไม่ระวังตัว เหมือนคนอยากรับประทานเนื้อปลาแต่ไม่ระวังก้างปลาที่จะตำคอ พระพุทธศาสนาไม่ได้ห้ามรับประทานเนื้อปลา แต่เตือนว่าจงพิจารณาดูก่อนอาจมีก้างที่จะตำคอ

(อรรถเปมกถา ว่าด้วยความรักตน, p. 54)

ตัวอย่างที่ (5) สถานการณ์ตอนนี้เหมือนกำลังขมขมยบนเวทีกับคู่ต่อสู้คือโควิด 19 ตั้งใจสู้ต่อไปไม่หวั่นเสียงเชียร์ของคนดู ใจจดจ่ออยู่กับลีลาของคู่ต่อสู้ คือ โควิด 19

(ปรักกมกถา ว่าด้วยความมุ่งมั่น, p. 145)

จากตัวอย่างที่ (4) และ (5) ปรากฏการใช้อุปมาเปรียบเทียบโดยใช้คำว่า “เหมือน” เป็นคำเชื่อมแสดงการเปรียบเทียบ ตัวอย่างที่ (4) ผู้แสดงพระธรรมเทศนาใช้ภาษาโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาเห็นว่า คนที่ยากที่ยกย่องสนุกสนานในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) แต่ไม่ระมัดระวังตัวเปรียบเหมือนคนที่อยากรับประทานเนื้อปลาแต่ไม่ระวังก้างตำคอ การขาดความระมัดระวังนี้อาจจะทำให้ติดเชื้อโควิด-19 ได้ และตัวอย่างที่ (5) ใช้อุปมาเปรียบเทียบสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ว่าเหมือนกับการชกมวยบนเวทีซึ่งมีคู่ต่อสู้คือโควิด-19 ให้ผู้ฟังตระหนักเห็นสถานการณ์อันตรายที่กำลังเผชิญได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ต้องต่อสู้คู่ต่อสู้หรือคู่ชก ในที่นี้คือ โควิด-19 ให้ได้ การใช้ภาพพจน์นี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างเป็นรูปธรรมนำไปสู่การโน้มน้าวใจให้ใช้ชีวิตอย่างระมัดระวัง ปฏิบัติตนอย่างถูกสุขลักษณะอยู่เสมอ

3. การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุผล

การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุผล เป็นการกล่าวถึงเหตุผลต่าง ๆ ของเนื้อหาในบทพระธรรมเทศนา เพื่อชี้ให้ผู้ฟังเห็นว่าสิ่งที่ผู้แสดงธรรมได้นำเสนอแก่ผู้ฟังนั้นเป็นสิ่งที่มิเหตุและผลน่าเชื่อถือ สังเกตได้จากคำแสดงเหตุผล เช่น เพราะ เพราะว่าเป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (6) ห้ามนำมือมาแตะดวงตา แตะจมูก ปาก เป็นอันขาด เพราะเชื้อโรคชนิดนี้สามารถแพร่เชื้อเข้าทางดวงตา จมูก ปาก จึงมีการรณรงค์ให้มีการปกเจลล้างมือ หรือสบูสำหรับล้างมือ

(อัตตริกขกถา ว่าด้วยการรักษาตน, p. 7)

ตัวอย่างที่ (7) หากมาฟังธรรมที่วัดจะต้องสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือ และนั่งรักษาระยะห่างกันตามที่กำหนด ทั้งนี้เพราะว่าภัยคุกคามจากไวรัสโคโรนาหรือโควิด-19 เริ่มเด่นชัดขึ้นทุกที

(กิมฉันทกถา ว่าด้วยบันเพ็งกันได้อย่างไร, p. 10)

ตัวอย่างที่ (8) ถ้าเราดูแลตนเองให้ปลอดภัยจากไวรัส ก็เท่ากับรักษาคู่ครองคนที่บ้าน คู่ครองคนในสังคม คู่ครองคนในประเทศ เพราะจะได้ไม่เป็นคนแพร่เชื้อให้ผู้อื่น

(อัครรักขกถา ว่าด้วยการรักษาดน, p. 1)

จากตัวอย่างที่ (6) (7) (8) ปรากฏการใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุผล การใช้รูปประโยคมีเนื้อความคล้อยตามกันในทางที่เป็นเหตุผล สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาได้ ดังคำแสดงเหตุผลที่ปรากฏ คือ “เพราะ” “เพราะว่า” กลวิธีดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้แสดงพระธรรมเทศนาต้องการโน้มน้าวให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาดูแลและป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยใช้การแสดงเหตุและผลประกอบ

4. การใช้คำแสดงทัศนภาวะ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะ เป็นการที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนาเสนอความคิดต่าง ๆ เพื่อแสดงการเปลี่ยนแปลงความคิดในบางเรื่องของผู้ฟังพระธรรมเทศนา ด้วยคำแสดงทัศนภาวะ เช่น ควร ต้อง ไม่ควร อย่า เป็นต้น Pantumeta (2006, p. 72) ได้กล่าวว่า การใช้คำว่า ควร หรือ ไม่ควร แสดงความเห็นของผู้พูดพร้อมการใช้เหตุและผลเป็นสิ่งที่พึงกระทำเพื่อให้ข้อคิดเห็นเหล่านั้นมีน้ำหนักและน่าเชื่อถือเพิ่มมากยิ่งขึ้น

4.1 ข้อเสนอแนะสิ่งที่พึงกระทำ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะข้อเสนอแนะ เป็นการแสดงความคิดของผู้แสดงพระธรรมเทศนาเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาปฏิบัติตาม หากปฏิบัติตามข้อเสนอแนะนี้จะทำให้ปราศจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยสังเกตได้จากการใช้รูปภาษาแสดงการเสนอแนะ เช่น ควร ต้อง จะต้อง จึงต้อง เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (9) ถ้ารู้ว่าคุณเองไม่สบาย ก็ควรกักตัวอยู่แต่ในบ้าน ไม่ต้องเดินทางไปไหนให้แพร่เชื้อ และต้องใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือเป็นประจำเมื่อเวลาจามหรือไอ จะได้ไม่เป็นพาหะในการแพร่เชื้อโรค

(อัครกชกถา ว่าด้วยการรักษาตน, p. 2)

ตัวอย่างที่ (10) การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด ทำอะไรจึงต้องระมัดระวัง เพื่อให้บรรยากาศแห่งความสุขไม่กลายเป็นความทุกข์

(อภิรติกถา ว่าด้วยความยินดีพอใจ, p. 72)

ตัวอย่างที่ (11) การพึงธรรมอยู่ที่บ้านก็เป็นความสุขสวัสดิ์ ปลอดภัย หากมาพึงธรรมที่วัดจะต้องสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือ และนั่งรักษา ระยะห่างกันตามที่กำหนด ทั้งนี้เพราะว่าภัยคุกคามจากไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19 เริ่มเด่นชัดขึ้นทุกที

(กิมฉันทกถา ว่าด้วยบันเทิงกันได้อย่างไร, p. 10)

จากตัวอย่างที่ (9) (10) (11) ปรากฏการใช้คำแสดงทัศนภาวะ ในลักษณะข้อเสนอแนะโดยเป็นการแสดงความคิดเห็นของผู้แสดงพระธรรม เทศนาที่มีต่อผู้ฟังพระธรรมเทศนา โดยมีการใช้รูปภาษา คือ “ควร” “ต้อง” “จึงต้อง” “จะต้อง” ซึ่งหมายโน้มน้าวให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาประพฤติและ ปฏิบัติตนตามสิ่งที่ได้แสดงธรรมไป

4.2 ข้อตกเตือนสิ่งที่ไม่พึงกระทำ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะข้อตกเตือน เป็นการแสดงความคิดของผู้แสดงพระธรรมเทศนาให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาพึงระมัดระวังการกระทำที่ อาจทำให้เกิดการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยสังเกตได้จากการ ใช้รูปภาษาแสดงการตกเตือน เช่น ไม่ควร อย่า ห้าม เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (12) เมื่อรักและห่วงใยคนไทยทั้งประเทศ ไม่ควรทำตัวให้อยู่ในภาวะเสี่ยงในการติดเชื้อโรค ด้วยการเดินทางไปประเทศที่เสี่ยงติดเชื้อโรค จะได้ไม่นำเชื้อโรคมาติดคนไทยด้วยกัน

(อัครรักขกถา ว่าด้วยการรักษาตน, p. 2)

ตัวอย่างที่ (13) ทุกคนต้องดูแลรักษาตัวเอง อย่าให้ติดเชื้อไวรัส อย่าให้แพร่เชื้อ ซึ่งจะทำให้คุณพ่อคุณแม่คุณตาคุณยายของเราปลอดภัย พระณรงก์รักษาตัวเอง อย่าไปนำเชื้อเข้าวัดก็เท่ากับรักษาพระเถระในวัดของเรา

(กิมย้งทกถา ว่าด้วยบันเทิงกันได้อย่างไร, p. 13)

ตัวอย่างที่ (14) เมื่อมีการสัมผัสคนอื่น สิ่งอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นรวบับไดรวรรณโดยสารสาธรรณะหรืออื่น ๆ ห้ามนำมือมาแตะดวงตา แตะจมูก ปาก เป็นอันตราย เพราะเชื้อโรคนี้สามารถแพร่เชื้อเข้าทางดวงตา จมูก ปาก

(อัครรักษกถา ว่าด้วยการรักษาดน, p. 7)

จากตัวอย่างที่ (12) (13) (14) ปรากฏการใช้คำแสดงทัศนภาวะในลักษณะข้อตกเตือนโดยเป็นการแสดงความคิดเห็นของผู้แสดงพระธรรมเทศนาที่มีต่อผู้ฟังพระธรรมเทศนา โดยมีการใช้รูปภาษา คือ “ไม่ควร” “อย่า” “ห้าม” ซึ่งหมายโน้มน้าวให้ผู้ฟังระมัดระวังและดูแลรักษาตนเองให้ปลอดภัยจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

5. การใช้ประโยคคำถาม

การใช้ประโยคคำถาม เป็นการที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนาสร้างความน่าสนใจชวนติดตามด้วยการตั้งประโยคคำถาม เพื่อดึงดูดใจให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาเกิดการตระหนักคิดไปพร้อมกับการฟัง โดยการใช้ประโยคคำถามที่พบมี 2 ลักษณะ คือ คำถามเชิงวาทศิลป์ และคำถามแบบถาม – ตอบ

5.1 คำถามเชิงวาทศิลป์

คำถามเชิงวาทศิลป์ เป็นการถามที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนามิได้ ต้องการคำตอบ เพียงแต่ต้องการชี้้นำความคิดบางประการ การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ในบทพระธรรมเทศนาจึงมีจุดมุ่งหมายที่จะโน้มน้าวให้ผู้ฟังตระหนักถึงการดำรงชีวิตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (15) เกิดคำถามขึ้นมากมายว่า ในภาวะเช่นนี้จะดำรงชีวิตกันอย่างไร จึงจะปลอดภัยจากเชื้อโรคนี้นี้ไปได้ พร้อมเผชิญหน้า และก้าวผ่านวิกฤตการณ์ระดับโลกครั้งนี้ไปได้ ธรรมะของพระพุทธศาสนาข้อใดที่จะเป็นไปเพื่อประโยชน์ เพื่อการเป็นอยู่อย่างปกติสุขในภาวะเช่นนี้ได้

(อัครกิตติกา ว่าด้วยการรักษาตน, p. 1)

ตัวอย่างที่ (16) ประชาชนทุกผู้ทุกคนต้องรู้ว่า ไวรัสมีเล่ห์เหลี่ยมอย่างไร แพร่ระบาดด้วยวิธีไหน และเราจะป้องกันตัวเองได้อย่างไร

(กิมานันท์ทกกา ว่าด้วยบันเพ็ญกันได้อย่างไร, p. 12)

ตัวอย่างที่ (17) เราจะรู้ได้อย่างไรว่าตอนนี้ไม่มีคนติดเชื้อโควิดจากต่างประเทศลอบเข้ามาอยู่ในตลาดของเรา ในชุมชนของเรา ในโรงงานของเรา

(สัญญาวิลาสกกา ว่าด้วยความคลาดเคลื่อนแห่งการรับรู้, p. 44)

จากตัวอย่างที่ (15) (16) (17) ปรากฏการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ ซึ่งผู้แสดงพระธรรมเทศนาได้ใช้การแสดงคำถาม คือ “ในภาวะเช่นนี้จะดำรงชีวิตกันอย่างไร...” “ธรรมะของพระพุทธศาสนาข้อใดที่จะเป็นไปเพื่อประโยชน์...” “ไวรัสมีเล่ห์เหลี่ยมอย่างไร...” “แพร่ระบาดด้วยวิธีไหน...” “เราจะป้องกันตัวเองได้อย่างไร” “เราจะรู้ได้อย่างไรว่าตอนนี้ไม่มีคนติดเชื้อโควิดจากต่างประเทศลอบเข้ามา...” คำถามดังกล่าวผู้แสดงพระธรรมเทศนาไม่ได้ต้องการคำตอบจากผู้ฟัง แต่ต้องการให้ผู้ฟังได้ครุ่นคิดด้วยตนเองว่าควรรู้เท่าทันและดำรงตนให้อยู่รอดปลอดภัยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นี้อย่างไร

5.2 คำถามแบบถาม - ตอบ

คำถามแบบถาม - ตอบ เป็นการที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนาใช้กลวิธีตั้งคำถามเพื่อให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาเกิดการครุ่นคิดคำตอบนั้นในระยะเวลาชั่วคราว เพื่อให้ผู้ฟังพิจารณาคำตอบอยู่ในใจ หลังจากนั้นผู้แสดงพระธรรมเทศนาจึงตอบคำถามด้วยตนเองเพื่อขยายความให้ผู้เกิดความเข้าใจดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (18) เหตุใดจึงเรียกว่า *คุ้มครองคนอื่นชื่อว่ารักษาทน* เหตุก็มาจาก “ความรัก ความห่วงใย” คนเราก็อ่ยมต้องมีความรัก ความห่วงใย ลูกหลานจึงต้องเริ่มต้นป้องกันตัวเองจากการติดเชื้อด้วยการสวมใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือ เป็นการแสดงความห่วงใยคนรักและคนในครอบครัว ถ้าดูแลป้องกันตัวเองได้ดีมากเท่าไร ก็เป็นการช่วยคุ้มครองป้องกัน คนอื่นไปในตัวด้วย

(อัครกชกถา ว่าด้วยการรักษาทน, p. 2)

ตัวอย่างที่ (19) ทำไมอังกฤษมีติดเชื้อโควิดมากและมีคนตายมาก
เหตุหนึ่งเป็นเพราะมีความอคติทางเชื้อชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังงานวิจัยที่
ออกมาเมื่อสัปดาห์ที่แล้วเปิดเผยว่า ในประเทศอังกฤษคนที่ตายเพราะโควิด
ส่วนมากเป็นคนผิวดำและคนเอเชีย

(อนาวิลจิตตกถา ว่าด้วยใจไม่ชุ่มมัว, p. 49)

จากตัวอย่างที่ (18) ปรากฏการใช้คำถามแบบถาม - ตอบ โดย
ผู้แสดงพระธรรมเทศนามีการถามและตอบด้วยตนเอง ผู้แสดงพระธรรม
เทศนาได้ตั้งคำถามว่า “เหตุใดจึงเรียกว่า คัมภีร์ของคนอื่นชื่อว่ารักษาตน”
และตอบคำถามที่ตั้งไปด้วยตนเองว่า “เหตุก็มาจากรัก ความห่วงใย....”
เช่นเดียวกันกับตัวอย่างที่ (19) พบการตั้งคำถามว่า “ทำไมอังกฤษมีติดเชื้อ
โควิดมากและมีคนตายมาก” หลังจากนั้นได้ตอบคำถามว่า “เหตุหนึ่งเป็น
เพราะมีความอคติทางเชื้อชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง....” ซึ่งถือเป็นกลวิธีการ
โน้มน้าวใจที่ทำให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาได้เกิดการถกคิดถึงปัญหาที่เกิดขึ้น
และนำข้อคิดที่ได้จากคำตอบไปประพฤติปฏิบัติในการดำเนินชีวิต

6. การอ้างถึง

การอ้างถึง หมายถึง การใช้บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือหรือการใช้ข้อมูล
ต่าง ๆ มากล่าวอ้างทำให้การกล่าอ้างนั้นมีน้ำหนัก โดยข้อมูลที่นำมาใช้ในการ
อ้างนั้นเป็นข้อมูลที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนามั่นใจได้ว่าเป็นประโยชน์ต่อ
ผู้ฟังและทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อีกทั้งสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังรู้สึก
เห็นพ้องต้องกันอีกด้วย โดยการอ้างถึงที่พบแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ
การอ้างถึงบุคคลทางพระพุทธศาสนา การอ้างถึงบุคคลที่มีอำนาจและ
ชื่อเสียง การอ้างถึงพุทธพจน์ และการอ้างถึงข้อมูลเชิงปริมาณ

6.1 การอ้างอิงบุคคลทางพระพุทธศาสนา

การอ้างอิงบุคคลทางพระพุทธศาสนา มีวัตถุประสงค์เพื่อนำใจผู้ฟังพระธรรมเทศนาให้เชื่อในข้อมูลที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนาได้กล่าวไว้ เนื่องจากบุคคลทางพระพุทธศาสนาเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงทางพระพุทธศาสนา ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (20) พระพุทธเจ้าตรัสว่า “เราต้องคุ้มครองตัวเองด้วยสติ” มีสติสัมปชัญญะ รู้เท่าทันปัจจุบัน รู้เท่าทันเหตุการณ์ เป็นการปกป้องคุ้มครองตนเอง เมื่อปกป้องคุ้มครองตนเองดีแล้ว ก็เท่ากับปกป้องคุ้มครองผู้อื่นไปในตัว

(อัครรักขกถา ว่าด้วยการรักษาดน, p. 4)

ตัวอย่างที่ (21) ดังที่พระพุทธเจ้าตรัสว่า “ปมาโท มจฺจุโน ปทํ ความประมาทเป็นหนทางสู่ความตาย อปฺปมาโท อมตํ ปทํ ความไม่ประมาทเป็นหนทางไม่ตาย” โดยเฉพาะในเรื่องโควิดนี้ คนรักตัวเองก็ต้องรักให้ถูกต้อง หมั่นเตือนตนก็จะพ้นภัย รักษาตนก็ต้องดูแลตนเองให้ดี

(อรรถเปมกถา ว่าด้วยความรักตน, p. 59)

จากตัวอย่างที่ (20) และ (21) ปรากฏการอ้างอิงบุคคลทางพระพุทธศาสนา คือ “พระพุทธเจ้า” ซึ่งผู้แสดงพระธรรมเทศนาได้อ้างถึงพระพุทธเจ้าและคำสอนของท่าน โดยการน้อมนำเอาหลักธรรมะของพระองค์มาประยุกต์ใช้เพื่อสนับสนุนให้ผู้ฟังมีสติสัมปชัญญะ รู้เท่าทันสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) รวมทั้งตระหนักถึงการปกป้อง คุ้มครอง ดูแลตนเองและผู้อื่น

6.2 การอ้างถึงบุคคลที่มีอำนาจและชื่อเสียง

การอ้างถึงบุคคลที่มีอำนาจและชื่อเสียงมีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาเชื่อถือ หรือเห็นคล้อยตามในสิ่งที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนาเสนอ เนื่องจากผู้ที่อ้างถึงนั้นเป็นผู้ที่ประชาชนรู้จักและได้รับการยอมรับว่ามีอิทธิพลในระดับโลก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (22) ประเทศมหาอำนาจบางประเทศประชาชนไม่ยอมปรับตัวจึงติดเชื้อมากที่สุด ตายกันมากที่สุด ทั้งที่เป็นประเทศเจริญด้านวิทยาการ ทั้งนี้เพราะผู้นำไม่ตระหนักถึงพิษภัยของโควิดและประชาชนไม่ยอมปรับตัว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีวิวัฒนาการของชาลส์ ดาร์วิน ที่ว่า “เผ่าพันธุ์ที่อยู่รอดไม่ใช่เผ่าพันธุ์ที่เข้มแข็งที่สุดหรือฉลาดที่สุด แต่เป็นเผ่าพันธุ์ที่ปรับตัวเก่งที่สุด”

(อัตตทมกถา ว่าด้วยการปรับตัว, p. 31)

ตัวอย่างที่ (23) ทำไมคนติดโควิดไม่เหมือนคนเป็นไข้หวัดธรรมดาอย่างที่ประธานาธิบดีทรัมป์เคยบอกไว้เพราะว่าหวัดธรรมดาเป็นแล้วทานยาก็หาย มันไม่ทำลายปอด แต่โรคโควิด 19 เชื้อเข้าไปทำลายปอด

(อัตตเปมกถา ว่าด้วยความรักตน, p. 57)

จากตัวอย่างที่ (22) และ (23) ปรากฏการอ้างถึงบุคคลที่มีอำนาจและชื่อเสียง โดยผู้แสดงพระธรรมเทศนาได้หยิบยกคำกล่าวของบุคคลที่ถือได้ว่าเป็นผู้ที่ทรงอิทธิพลและมีอำนาจชื่อเสียงโด่งดังระดับโลก ได้แก่ ชาลส์ ดาวิน กล่าวว่า “เผ่าพันธุ์ที่อยู่รอดไม่ใช่เผ่าพันธุ์ที่เข้มแข็งที่สุดหรือฉลาดที่สุด แต่เป็นเผ่าพันธุ์ที่ปรับตัวเก่งที่สุด....” และประธานาธิบดีทรมป์ กล่าวว่า “หวัดธรรมเป็นแล้วทนายก็หาย มันไม่ทำลายปอด แต่โรคโควิด 19 เชื้อเข้าไปทำลายปอด....” ซึ่งสามารถโน้มน้าวใจผู้ฟังพระธรรมเทศนาได้ถูกต้อง เชื่อถือ และปฏิบัติตามคำกล่าวนั้นได้

6.3 การอ้างถึงพุทธพจน์

การอ้างถึงพุทธพจน์ เป็นการกล่าวอ้างถึงหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา โดยใช้ภาษาธรรมะหรือภาษาบาลี เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และนำความคิดของผู้ฟังพระธรรมเทศนาเข้าสู่หลักธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (24) มิใช่เราหวังตัวเราเองเพื่อประโยชน์ตนเท่านั้น แต่เรายังหวังประโยชน์ของคนอื่นด้วยปรารถนาดีหวังให้เขาปลอดภัยจากโควิดด้วย สมดังพระบาลีที่ว่า “อตตานิ รกขณโต ปรี รกขติ ผู้รักษาดนชื่อว่ารักษาคณอื่น” เราทำตนเองให้ปลอดภัยโควิดก็เท่ากับทำให้พ่อแม่ปู่ย่าตายายที่บ้านปลอดภัยไปด้วย เรายังรักษาระยะห่างทางสังคม ล้างมือ เพราะห่วงใยคนอื่น เมื่อห่วงใยคนอื่น ตนเองก็พลอยปลอดภัย

(อนาวิจิตตกถา ว่าด้วยใจไม่ขุ่นมัว, p. 50)

ตัวอย่างที่ (25) ดังพุทธศาสนสุภาษิตที่ว่า “จเข ธนํ องค์กรสสเหตุ” เป็นต้น แปลความว่า “พึงสละทรัพย์เพื่อรักษาอวัยวะ พึงสละอวัยวะเพื่อรักษาชีวิต พึงสละทั้งทรัพย์ อวัยวะ และชีวิต เพื่อรักษาธรรม” เรายอมเสียเศรษฐกิจ เสียเงินทอง เพื่อรักษาตัวให้รอดจากไวรัสโควิด ยอมตัดอวัยวะบางส่วนทิ้งไปเพื่อเอาชีวิตรอด แต่ต้องสละทั้งทรัพย์ อวัยวะ และชีวิต เพื่อรักษาความปกติสุขของประเทศชาติ

(กีมานันท์ทกถา ว่าด้วยบันทึกันได้อย่างไร, p. 16)

จากตัวอย่างที่ (24) และ (25) ปรากฏการอ้างถึงพุทธพจน์ดังรูปภาษาที่เป็นตัวบ่งชี้ คือ “สมดังพระบาลีที่ว่า....” “ดังพุทธศาสนสุภาษิตที่ว่า....” เมื่อกล่าวอ้างถึงพุทธพจน์แล้วผู้แสดงธรรมจะมีการอธิบายเสริมความหมายของพุทธพจน์เพื่อให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาเข้าใจได้ง่ายและเห็นภาพพจน์ได้อย่างชัดเจน รวมถึงเชื่อมโยงเข้าสู่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพื่อให้ผู้ฟังคล้อยตามและเกิดความสนใจที่นำหลักธรรมไปปฏิบัติในการดำเนินชีวิต

6.4 การอ้างถึงข้อมูลเชิงปริมาณ

การอ้างถึงข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการกล่าวถึงจำนวนและตัวเลขเพื่อชี้ให้เห็นว่าจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) มีจำนวนเท่าใด ทั้งนี้ ข้อมูลเชิงปริมาณดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นกลวิธีหนึ่งของการแสดงพระธรรมเทศนาเพื่อแสดงให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาตระหนักถึงการป้องกันดูแลรักษาตนเองให้ปลอดภัย ซึ่งสังเกตได้จากค่าแสดงปริมาณ จำนวน และตัวเลขต่าง ๆ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (26) ฉะนั้นประเทศไทยต้องไม่ประมาทและต้องรักษา ระยะห่างทางสังคม ปัจจุบันนี้มีหลายประเทศที่การระบาดยังก้าวกระโดด อย่างรวดเร็ว.....สหรัฐอเมริกาวันนี้ติดเชื้อไปแล้ว 1 ล้าน 5 แสนคน คนตายไปแล้ว 74,000 คน ประเทศไทยติดเชื้อ 3,000 คน ตายไป 56 คน ต่างกันมาก เพราะว่าประเทศไทยนั้นตระหนักรู้ถึงภัยของโควิด-19 อย่างรวดเร็ว ไม่ประมาท มีมาตรการป้องกัน ควบคุมอย่างรวดเร็ว

(อรรถกถา ว่าด้วยการปรับตัว, p. 29)

ตัวอย่างที่ (27) เมื่อประมาณเกือบหนึ่งเดือนที่ผ่านมา กำแพง พังทลายและเป็นการระบาดในระลอกที่ 2 ซึ่งแพร่เร็วมาก ระลอกแรกนั้นกิน เวลาเกือบปี คนติดเชื้อในประเทศไทยมีแค่ 5,000 คน แต่ในระลอกที่สอง นี้เวลาไม่ถึง 1 เดือน คนติดเชื้อทะลุขึ้นเป็น 10,000 คน ถ้าไม่ควบคุมให้ดี จะมีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มเป็นก้าวกระโดดมากกว่านี้ ที่กล่าวอย่างนี้เพื่อความ ไม่ประมาท และเพื่อทำความเข้าใจว่า การแสดงพระธรรมเทศนาที่กล่าวถึง ปัญหาเรื่องความทุกข์ในช่วงปีใหม่นี้ ไม่ใช่เป็นการเน้นย้ำให้มองโลก ในแง่ร้าย แต่เป็นวิธีดับทุกข์เพื่อสร้างสุข

(อรรถกถา ว่าด้วยความรักตน, p. 53)

จากตัวอย่างที่ (26) และ (27) ปรากฏการอ้างถึงข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้แสดงพระธรรมเทศนาได้ยกตัวอย่างการแสดงผลของจำนวนผู้ติดเชื้อ โควิด-19 ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาได้ ตระหนักและตื่นกลัวเกี่ยวกับการแพร่ระบาด รวมถึงเพื่อที่จะได้หาแนวทาง ป้องกัน ควบคุม และดูแลตนเองได้ทัน

7. การใช้สพบท

การใช้สพบท เป็นลักษณะของตัวบทที่สื่อให้รู้ว่ามีความคิดอื่นหรือตัวบทอื่นที่มีอยู่ก่อนแล้วปรากฏอยู่ด้วย ซึ่งผู้แสดงพระธรรมเทศนาได้นำเรื่องราวต่าง ๆ มาเรียบเรียงและนำเสนอเป็นเรื่องเดียวกันอยู่ในตัวบทของตนอย่างแนบเนียน โดยการใช้สพบทที่พบมี 2 ประเภท คือ การยกตัวอย่างนิทาน และการยกตัวอย่างชาวหรือเหตุการณ์

7.1 การยกตัวอย่างนิทาน

การยกตัวอย่างนิทาน เป็นกลวิธีการโน้มน้าวใจที่ทำให้ผู้ฟังสนใจติดตาม เนื่องจากกลวิธีนี้เป็นกลวิธีที่ใช้อธิบายขยายความประเด็นที่นำเสนอในการแสดงพระธรรมเทศนา เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจและเห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้น ทั้งยังเป็นการสอดแทรกคติสอนใจได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

7.1.1 นิทานชาดก

ตัวอย่างที่ (28) เหตุที่หลายคนไม่ยอมปรับตัว เพราะไม่เชื่อว่าโควิดเป็นภัยอันตรายที่น่ากลัว **ดั่งมีเรื่องเล่าในนิทานชาดกดังนี้** นกฝูงหนึ่งอยู่ร่วมกันที่ต้นไม้ใหญ่อย่างมีความสุข วันหนึ่งในฤดูร้อนต้นไม้ที่นกอาศัยใบแห้งเหี่ยว กิ่งไม้เสียดสีกันเกิดควันขึ้นมา พญานกซึ่งเป็นนกอโพนธสัตว์สังเกตเห็นควันไฟลอยขึ้นมา จึงสันนิษฐานว่าไฟป่ากำลังจะเกิดขึ้น... พระโพนธสัตว์จึงกล่าวเป็นคาถา ความตอนหนึ่งว่า อย่าไปไวใจสิ่งที่เคยเป็นที่ที่ปลอดภัย รวมกันจะตายหมู่ แยกกันอยู่ปลอดภัยกว่า...**เรื่องนี้ชวนให้นึกถึงสถานการณ์บ้านเมืองเราตอนนี้ สถานที่ทำงานหรือที่บ้านที่เคยปลอดภัยอาจจะไม่ปลอดภัยหากไม่รักษาระยะห่างทางสังคม ที่สำคัญคือจะต้องตระหนักถึงพิษภัยของการรวมกลุ่มกันและการต้อนรับคนแปลกหน้า**

(อรรถกถา ว่าด้วยการปรับตัว, p. 30)

ตัวอย่างที่ (29) คนที่มีความโลภ โกรธ หลง มากจะมองไม่เห็นประโยชน์อันใดของนิวนอร์มอลหรือวิถีชีวิตใหม่ มีหน้าที่ยังทำลายประโยชน์คนอื่น ดังที่พระพุทธเจ้าเล่าไว้เป็นนิทานชาดกต่อไปนี้ ที่สำนักอาจารย์ทิศาปาโมกข์ เมืองตักศิลา อาจารย์สอนศิลปวิทยาให้ศิษย์ 500 คน ที่มาจากทิศานุทิศ.....คฤหัสถ์จากชาดกเรื่องนี้มีอยู่ว่า เมื่อดวงตาแตกไปข้างหนึ่ง คนก็แยกไม่ออกระหว่างกิ่งไม้แห้งกับกิ่งไม้สด ฉนั้นใด คนที่จิตใจชุ่มมัวด้วยความโลภ โกรธ หลง ย่อมแยกไม่ออกระหว่างสิ่งที่เป็นประโยชน์และสิ่งที่ไม่ได้ประโยชน์ ฉนั้นนั่น ดังที่คนในหลายประเทศไม่เห็นประโยชน์ของการใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือและรักษาระยะห่างทางสังคม ส่วนคนจิตใจไม่ชุ่มมัวด้วยอคติย่อมเห็นประโยชน์ของวิถีชีวิตใหม่ตามความเป็นจริง

(อนาวิไลจิตตภา ว่าด้วยใจไม่ชุ่มมัว, p. 50)

จากตัวอย่างที่ (28) และ (29) ปรากฏการยกตัวอย่างนิทานชาดก ซึ่งเป็นเรื่องราวหรือชีวประวัติในชาติก่อนของพระพุทธเจ้า สมัยที่พระองค์เป็นพระโพธิสัตว์บำเพ็ญบารมีเพื่อตรัสรู้ ซึ่งผู้แสดงพระธรรมเทศนาได้เชื่อมโยงคตินิยมและข้อคิดที่ได้จากนิทานชาดกกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในปัจจุบัน เพื่อโน้มน้าวใจให้ประชาชนเกิดการประพฤติและปฏิบัติตามหลักคำสอน

7.1.2 นิทานที่มีคติสอนใจ

ตัวอย่างที่ (30) ตั้งนิทานที่จะเล่าต่อไปนี้ ณ ดันไม้ใหญ่แห่งหนึ่งกลางป่าลึก มีฝูงนกพากันมาทำรังวางไข่ ออกลูกเป็นจำนวนมากอยู่กันอย่างสงบสุข ไม่นานก็มีแร้งแก่ตาบอดตัวหนึ่งบินพลัดหลงมาที่ดันไม้แห่งนั้น บรรดานกก็เกิดความสงสาร นอกจากหาอาหารมาให้ลูก ๆ ของตนเองแล้วก็แบ่งปันอาหารให้กับแร้งแก่ตาบอดตัวนี้ด้วย.....ดังนั้น ท่านทั้งหลายอย่าทำตัวเหมือนแร้งแก่ตาบอด ต้องดูแลตนเองให้ดี ป้องกันตนเองให้ดี จะโลจะจาม ต้องระมัดระวัง เจ็บป่วยมีอาการน่าสงสัย รีบไปพบแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

(อัตตริกขกถา ว่าด้วยการรักษาตน, p. 8)

ตัวอย่างที่ (31) เพื่อให้จำง่าย ขอเล่านิทานให้ฟังเรื่องหนึ่งเป็น การส่งท้าย ดังต่อไปนี้ มีหนู 2 ตัวคบเป็นเพื่อนกันมาแต่ยังเล็ก แล้วแยกกันอยู่ หนูตัวหนึ่งไปอยู่ชนบท เป็นหนูบ้านนอก หากินเหมือนหนูนา ส่วนหนูอีกตัวหนึ่งอยู่ในเมือง อาศัยอยู่ในบ้านคนรวย.....คนเราต้องรักษาชีวิตไว้ก่อน ถึงอดอยากบ้างก็ต้องทน ตอนนี้เศรษฐกิจไม่ค่อยดีเพราะหยุดกิจการทั้งหลาย ต้องอยู่อย่างระมัดระวัง ยอมทำตัวเป็นหนูบ้านนอกปลอดภัยไว้ก่อน ดีกว่าอัมหมิพิมันชั่วครูชั่วยาม แต่ไม่รู้แมวคือโควิด 19 จะมาขย้ำเราเมื่อไหร่

(อัตตเปมกถา ว่าด้วยความรักตน, p. 58)

จากตัวอย่างที่ (30) และ (31) ปรากฏการยกตัวอย่างนิทานที่มีคติสอนใจเพื่อให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาได้ทราบคติสอนใจจากนิทานในช่วงท้ายของเรื่อง และเชื่อมโยงคติสอนใจที่ได้รับจากนิทานเรื่องต่าง ๆ กับเรื่องราวและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในปัจจุบัน ทำให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาได้เกิดการประพฤติปฏิบัติตามคติสอนใจนั้น ๆ

7.2 การยกตัวอย่างข่าวหรือเหตุการณ์

การยกตัวอย่างข่าวหรือเหตุการณ์ เป็นการนำเหตุการณ์หรือสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) มาใช้เป็นกลวิธีโน้มน้าวใจ เพื่อแสดงให้เห็นถึงสภาพปัญหาต่าง ๆ ในสังคม ทำให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาล้อตามและสนใจติดตามเรื่องราวจนจบ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (32) มีช่วงหนึ่งที่มีการปิดเมือง ห้ามคนจากจังหวัดหนึ่งย้ายไปอีกจังหวัดหนึ่ง ปิดทางสรรพสินค้า ปิดสถานที่ประชุม ระงับกิจกรรมชุมนุมทั้งหลาย ปิดร้านอาหารไม่ให้ทานข้างในร้าน เป็นอย่างนี้มาเกือบ 2 เดือน การติดเชื้อในแต่ละวันลดต่ำกว่า 10 คน ตอนนี้เริ่มผ่อนคลาย พอผ่อนคลายแล้วชักประมาท.....เราต้องรักษาระยะห่างกันเพื่อความปลอดภัยจนกว่าโควิด 19 จะหยุดระบาด หมายถึงเมื่อมีการค้นพบวัคซีน วัคซีนมีเมื่อไร เมื่อนั้นเปิดเสรีได้

(อรรถกถา ว่าด้วยการปรับตัว, p. 31)

ตัวอย่างที่ (33) เกิดเหตุการณ์คุณป้ามหาภัยในเกาหลีใต้ ประมาณวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 63 คนไข้รายที่ 31 ของเกาหลี ป่วยเป็นหวัด มีอาการไอ จาม ไปหาหมอก็บอกหมอว่าเป็นไข้หวัดธรรมดา ไม่ยอมเข้ารับการตรวจหาเชื้อไวรัส พอถึงวันที่ 17 กุมภาพันธ์ ผลการตรวจยืนยันว่าคุณป้ามหาภัยติดเชื้อไวรัสโคโรนาหรือโควิด 19 แต่ระหว่างที่คุณป้ามหาภัยติดเชื้อนั้นคุณป้ามหาภัยได้เดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ มากมาย.....ทำให้เชื้อได้แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว.....จึงขนานนามว่า “คุณป้ามหาภัย” เป็นผู้แพร่เชื้อไวรัสที่น่ากลัวมาก ๆ.....ดังนั้น ท่านทั้งหลายอย่าทำตัวแบบคุณป้ามหาภัย เทียบแพร่เชื้อกระจายไปทั่วประเทศเกาหลีใต้ ถ้าคนเราดูแลรักษาตัวเองได้ดีมากเท่าไร ก็เท่ากับดูแลรักษาผู้อื่นมากเท่านั้น เป็นการรักษาซึ่งกันและกัน ทุกคนจะได้ปลอดภัยจากโรคร้ายครั้งนี้ ก้าวผ่านวิกฤตการณ์โควิดครั้งนี้ไปด้วยกันอย่างปลอดภัย

(อัครกิตติขจร ว่าด้วยการรักษาตน, p. 6)

จากตัวอย่างที่ (32) และ (33) ปรากฏการยกตัวอย่างข่าวหรือเหตุการณ์เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่เกิดขึ้นจริงในสังคม เพื่อแสดงให้เห็นการรับมือกับสถานการณ์และพฤติกรรมของประชาชน จากนั้นผู้แสดงพระธรรมเทศนาจึงได้ใช้เหตุผลสั่งสอนผู้ฟังพระธรรมเทศนาเพื่อให้ทราบถึงวิถีปฏิบัติและสามารถใช้ชีวิตได้อย่างปลอดภัย

ผู้วิจัยพบว่าผู้แสดงพระธรรมเทศนาใช้กลวิธีทางภาษา 7 กลวิธีเหล่านี้ประกอบกันในการแสดงพระธรรมเทศนา จึงนับได้ว่าปรีชญบทพระธรรมเทศนาในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เป็นปรีชญบทการโน้มน้าวใจในเชิงสั่งสอน กล่าวคือ การแสดงพระธรรมเทศนาเป็นการแสดงคำสอนธรรมะ และสอดแทรกการโน้มน้าวใจผู้ฟังพระธรรมเทศนาให้รู้จักวิธีการป้องกันและน้อมนำเอาคำแนะนำต่าง ๆ ไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน พร้อมทั้งดูแลรักษาตนให้ปลอดภัยจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าปรีชญบทพระธรรมเทศนาสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จากหนังสือ “โควิทกถารวมเทศนาในสถานการณ์โควิด” ของพระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) มิได้เป็นเพียงบทพระธรรมเทศนาที่แสดงถึงการสอนธรรมะให้กับประชาชนและการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเท่านั้น แต่ยังใช้ภาษาที่แฝงไปด้วยการโน้มน้าวใจผู้ฟังพระธรรมเทศนาผ่านกลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ 7 กลวิธี ได้แก่ การใช้สรรพนาม การใช้อุปมาเปรียบเทียบ การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุผล การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้ประโยคคำถาม การอ้างถึง และการใช้สัทบท อันจะเป็นเครื่องมือที่นำผู้ฟังพระธรรมเทศนาไปสู่ทางออกของปัญหาในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

จากการศึกษานั้นแสดงให้เห็นว่า การโน้มน้าวใจถือเป็นกระบวนการซึ่งผู้ส่งสารพยายามที่จะชักจูงใจ เปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ หรือพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ หรือกลุ่มบุคคลผ่านการถ่ายทอดของแหล่งสารไปยังผู้รับสารในบริบทต่าง ๆ ทั้งนี้ ผู้ถูกโน้มน้าวใจมีเสรีภาพในการเลือกว่าจะเชื่อหรือไม่เชื่อก็ได้ (Richard M. Perloff, 1993, p. 14 as cited in Thiranet, 2000, p. 9) จึงทำให้เห็นว่าการสื่อสารที่จะประสบผลสำเร็จได้นั้นจะต้องมี “ภาษา” เป็นองค์ประกอบหนึ่งภายในสารหรือเรื่องราว โดยเรื่องราวนั้น ๆ จะไม่สามารถถ่ายทอดออกมาได้หากไม่มีภาษา สอดคล้องกับแนวคิดของลองเอเคอร์ (Longacre, 1983) ที่กล่าวว่าภาษาโน้มน้าวใจมีคุณสมบัติพื้นฐานประการหนึ่ง คือ แสดงให้เห็นถึงกลวิธีประเภทต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อโน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังนั้น ภาษาจึงเป็นสื่อที่ส่งเนื้อหาจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน

ผู้วิจัยเห็นว่ากลวิธีทางภาษาต่าง ๆ สามารถสะท้อนหน้าที่สำคัญในการโน้มน้าวใจได้ 3 ประการ ดังนี้

หน้าที่ประการที่ 1 คือ การแสดงข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ให้แก่ผู้ฟังพระธรรมเทศนา เนื่องจากเป็นโรคอุบัติใหม่ซึ่งไม่เคยพบมาก่อน มีอัตราการแพร่เชื้อและอัตราการเสียชีวิตสูง อีกทั้งประชาชนทั่วไปยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคนี้ การแสดงพระธรรมเทศนา นอกจากจะเป็นการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่เป็นหลักธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าแล้ว ยังเป็นกิจกรรมการพูดต่อสาธารณชนที่สามารถดึงดูดสมาชิกของศาสนาได้เป็นจำนวนมาก เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับพุทธศาสนิกชน ดังนั้น พระภิกษุสงฆ์ผู้แสดงพระธรรมเทศนาจึงประยุกต์

การแสดงพระธรรมเทศนา กับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพื่อโน้มน้าวใจให้ประชาชนมีความรู้และความเข้าใจ รวมถึงชี้ให้เห็นอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยใช้กลวิธีทางภาษาในการถ่ายทอด คือ การใช้อุปมาเปรียบเทียบ การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุผล การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้ประโยคคำถาม และการใช้สัทพ การที่พระภิกษุสงฆ์ใช้กลวิธีทางภาษาเหล่านี้จะทำให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) มากยิ่งขึ้น

เมื่อผู้ฟังพระธรรมเทศนาเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) แล้วนั้น หน้าที่สำคัญประการต่อมา **หน้าที่ประการที่ 2** คือ การเชื่อมโยงหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพื่อให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาสามารถน้อมนำหลักธรรม คำสอน หรือเรื่องราวที่ได้แสดงธรรมไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตปัจจุบันได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Charmonman (2008) ได้กล่าวไว้ว่า พระพุทธศาสนาดำรงอยู่ในโลกใบนี้มาเป็นเวลานาน ผ่านกาลเวลาที่มีความเจริญมาหลายยุคหลายสมัยจวบจนถึงทุกวันนี้ เพราะการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่ประยุกต์เข้ากับสังคมที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไป ผู้แสดงพระธรรมเทศนาจำเป็นต้องประยุกต์การเผยแผ่หลักพุทธธรรมให้ทันสมัยตลอดเวลา เพื่อเป็นเครื่องมือที่ทำให้พระพุทธศาสนากระจายตัวออกไปได้อีกมากในกลุ่มของประชาชน ดังจะเห็นได้จากกลวิธีทางภาษาที่ผู้แสดงพระธรรมเทศนาใช้ คือ การใช้อุปมาเปรียบเทียบ การอ้างถึง และการใช้สัทพ

หน้าที่ประการที่ 3 คือ การกระตุ้นเตือนให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนา เกิดความร่วมมือในการดูแลและรักษาตนเอง อีกทั้งเกิดการเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติตนให้เหมาะสม เพื่อป้องกันและควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่สร้างผลกระทบให้กับประชาชนทั่วโลก ดังนั้น “เรา” ไม่ว่าจะเป็นผู้แสดงพระธรรมเทศนาหรือผู้ฟังพระธรรมเทศนาจะต้องร่วมมือและหามาตรการต่าง ๆ มาป้องกันเพื่อควบคุมสถานการณ์ให้ยุติโดยเร็วที่สุด และทุกคนจะผ่านพ้นภาวะวิกฤตนี้ไปด้วยกัน กลวิธีทางภาษาในการโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังพระธรรมเทศนาตระหนักและเกิดการดูแล ป้องกัน และรักษาตนเอง คือ การใช้สรรพนาม การใช้อุปมาเปรียบเทียบ การใช้โครงสร้างประโยคแบบเหตุผล การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้ประโยคคำถาม การอ้างถึง และการใช้สหพ

หน้าที่สำคัญในการโน้มน้าวใจปรีชเจทบทพระธรรมเทศนาในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ทั้ง 3 ประการนี้ ถือเป็นบทบาทของการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงสังคม การที่บุคคลจะเปลี่ยนแปลงความคิดและการกระทำได้นั้น บุคคลนั้นต้องได้รับความรู้ มีความรู้สึก และประพฤติปฏิบัติตามวิธีหรือรูปแบบใหม่ เมื่อบุคคลนั้นเรียนรู้ว่าสิ่งที่เคยคิดและรู้สึก รวมถึงวิธีที่เคยปฏิบัติไม่สามารถบรรลุผลหรือไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนได้อีก บุคคลจะเริ่มแสวงหาแนวทางหรือวิธีใหม่จนกว่าจะได้ผลที่พึงพอใจ Researchers of the Communication for Social Change Project (2006, p. 61) ดังนั้น นอกจากที่การแสดงพระธรรมเทศนาถือเป็นหน้าที่หลักของพระภิกษุสงฆ์ในฐานะที่เป็นศาสนทายาทผู้สืบทอดอายุพระพุทธศาสนาที่ต้องศึกษา ปฏิบัติ และเผยแผ่ให้แพร่หลายยิ่งขึ้นแล้วนั้น ยังแสดงให้เห็นถึงกลวิธีทางการสื่อสาร

และภาษาเพื่อเชื่อมโยงธรรมะกับสถานการณ์ปัจจุบันโดยใช้รูปแบบเทคนิค
ลีลาการสอนที่มีความแปลกใหม่ เพื่อที่จะให้การแสดงพระธรรมเทศนาหรือ
การเผยแผ่พุทธธรรมนั้นมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการก่อให้เกิด
การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมได้นั้นย่อมขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่าง
องค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารด้วย ได้แก่ ผู้ส่งสารที่มีความรู้และ
ความน่าเชื่อถือ คือ พระสงฆ์ผู้แสดงพระธรรมเทศนา เนื้อหาของสารที่
สะท้อนให้เห็นความสำคัญ คือ ข้อมูลและรายละเอียดของบทพระธรรม
เทศนา และผู้รับสารที่มีความคิด ความเชื่อ ความศรัทธาต่อสารและผู้ส่งสาร
คือ ประชาชนผู้ฟังพระธรรมเทศนา โดยผลของการโน้มน้าวใจจะนำไปสู่
การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการเปลี่ยนแปลงความรู้
การรับรู้ ความรู้สึกและพฤติกรรมของผู้รับสาร

แม้ว่าในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส
โคโรนา 2019 (โควิด-19) ในภาพรวมของโลกจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ผู้เสียชีวิต
จากโรคดังกล่าวมีจำนวนลดน้อยลงอย่างมีนัยสำคัญและมีจำนวนต่ำที่สุด
นับตั้งแต่เริ่มมีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)
สอดคล้องกับภาพรวมของสถานการณ์ในประเทศไทยสืบเนื่องมาจากการ
ดำเนินมาตรการทางสาธารณสุขอย่างเข้มข้นและต่อเนื่องนับตั้งแต่ที่เกิด
การระบาด ความร่วมมือร่วมใจของประชาชนในการเข้ารับการฉีดวัคซีน
การปฏิบัติตามมาตรการด้านสาธารณสุขที่จำเป็นเพื่อการป้องกันและควบคุม
โรค ทำให้สามารถผ่อนคลายการบังคับใช้มาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบต่อ
ทั้งประชาชนและผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินชีวิต ขับเคลื่อนกิจกรรม
ทางเศรษฐกิจและกิจกรรมทางสังคมทั้งหลายให้เข้าสู่ภาวะปกติ และตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 กระทรวงสาธารณสุขได้ปรับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา

2019 (โควิด-19) จาก “โรคติดต่ออันตราย” เป็น “โรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวัง” ตาม พ.ร.บ. โรคติดต่อ พ.ศ. 2558 (Government Gazette, 2022) อย่างไรก็ตาม ประชาชนก็ยังคงต้องระมัดระวัง ดูแล และป้องกันตนเองให้ปลอดภัย เพื่อป้องกันมิให้เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) กลับมาแพร่ระบาดในวงกว้างได้อีกในอนาคต นับได้ว่าภาวะวิกฤตนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมครั้งยิ่งใหญ่ที่สะท้อนให้เห็นความร่วมมือร่วมใจในการต่อสู้กับปัญหาและหาทางออกของคนในทุกภาคส่วนของสังคมได้เป็นอย่างดี

References

- Charmonman, S. (2008). *Internet: the Colonizer*. Bangkok: Than Books.
- Deelert, D. (2014). The Research Study of Mind Persuasive Techniques in Lecture of Phra Phrommangalājaraya (Ven. Paññānanda Bhikkhu). *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 3(1), 89-107.
- Department of Mental Health. (2020). *Knowledge of Mental Health Care in the Situation of the Covid-19 Outbreak*. Nonthaburi: Ministry of Public Health.
- Dhammacitto, P. (2021). *kho:wid Kathā Buddhist Sermons on the Stuation of Covid*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Eakapont, T., Wongpinunwatana, W., & Plangchroensri, P. (2020). Novel Coronavirus 2019 is Enemy: A Study of Conceptual Metaphors of Thai People According to The Cognitive Linguistics. *Journal of Language Religion and Culture*, 9(1), 1-37.
- Government Gazette. (2022). *Cancle the Emergency Situation Declaration in all Areas throughout the Kingdom*. Bangkok: Ministry of Interior.
- Jirapanakorn, N. (2020). *Conceptual Metaphor and Reframing COVID-19: Pictorial Analysis in Social Media*. The 14th Thai Humanities Research Forum National Academic Conference “iHumanities: Technology Health and Life”. Nakhonpathom: Mahidol University.
- Kladyu, C. et al. (1974). *Use of Language*. Bangkok: Kledthai.
- Longacre, R. E. (1983). *Grammar of Discourse*. New York: Plenum Press.
- Pantumeta, N. (2006). *In Semesta*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Pattamaroj, Y. (2022). Metaphors about the COVID-19 Pandemic in Thai Political News on the www.thairath.co.th Website. *Vannavidas*, 22(1), 134-175.

- Phithakwong, K. (2017). *Spoken Discourse of Marganāyaka at Royal Temples in Nakhonpathom Province: Communicative Components and Persuasive Linguistic Strategies*. Master of Arts Thesis. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Piboonworasak, S. (2004). *Components of and Persuasive Devices in Phra Payom Kalayano's Written Discourse*. Master of Arts Thesis. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Rattanadilok Na Phuket, W. (2021). "We will get through this crisis together": Persuasion in the Discourse of the News Conferences on the Situation of the Communicable Disease Coronavirus 2019 (COVID-19). *Vannavidas*, 21(1), 62-104.
- Researchers of the Communication for Social Change Project. (2006). *Social Concepts and Theories Communication and Social Change*. Bangkok: Charansanitwong Printing.
- Rungsiri, K., & Damnoen, S. (2022). A Buddhist Teacher and Buddhism Propagation in Thai Society. *Journal of Educational Innovation and Research*, 4(1), 18-28.
- Thiranet, A. (2000). *Persuasive Communication Strategies in Lord of Buddha's Scripture*. Master of Arts Thesis. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Thongthawee P., & Darachai S. (2019). Hortatory Strategies in Buddhist Dharma Books of Phra Maha Sompong Talaputto. *Journal of Humanities and Social Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University*, 1(1), 67-81.

Authors

Wiriyawis Mongkolyos

Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: wiriyawis.m@ku.th

Assistant Professor Wipada Rattanadilok Na Phuket, Ph.D.

Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: wipada.rat@ku.th

The promotion of Creative Tourism in a Secondary City by Connecting Small Local Communities to the Main Local Community Through Digital Media in Samut Songkhram Province

Nitinan Srisuwan, Phonkanok Sringam, and Jenjira B. P. Sungneon
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Received: October 29, 2022

Revised: April 18, 2023

Accepted: May 2, 2023

Abstract

Digital media play a major role in tourism marketing, especially with regard to tourism destination positioning and the maximization of tourism revenue. The outcome of this research was the development of digital media to promote creative tourism in a secondary city by connecting small local communities to the main community in Samut Songkhram province. The research has two purposes: first, to create creative tourism routes connecting small local communities to major communities; and second, to produce digital media to promote these creative tourism routes through community participation. The research took the form of PAR (Participatory Action Research), utilizing qualitative methods (i.e. in-depth interviews and focus groups) to collect and analyze data.

The research resulted in the development of four creative tourism routes connecting peripheral communities to the main local communities in Samut Songkhram province: (1) a salt farm route; (2) a fishing village route; (3) a religious site route; and (4) a floating market and homestay route. These routes are connected to key local community centers, namely Amphawa Floating Market and Mae Klong Market in the Amphawa district. From these four routes, two digital media products were developed: the Android application

“Go Samut Songkhram”, which provides interactive maps and information about creative tourism routes and communities in a way that connects small local communities to major communities; and a video clip hosted on Youtube to promote creative tourism routes. The research results reflect the importance of developing digital media for tourism so as to connect tourist destinations to distribute tourism revenue equitably. Cooperation between stakeholders is also significant in the development of sustainable tourism marketing.

Keywords

creative tourism, communities, digital media, Samut Songkhram

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรอง จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ด้วยสื่อดิจิทัล จังหวัดสมุทรสงคราม

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ, พรกนก ศรีงาม และ เจนจิรา บ.ป.สูงเนิน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

สื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการตลาดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ การกำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และช่วยกระตุ้นยอดขายทาง การท่องเที่ยว งานวิจัยนี้มุ่งผลลัพธ์ในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมเส้นทาง ท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชื่อมโยงชุมชนเล็กสู่ชุมชนใหญ่ในจังหวัดสมุทรสงคราม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักสองด้าน ได้แก่ ประการแรกเพื่อพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ใหญ่ในจังหวัดสมุทรสงคราม และประการที่สอง เพื่อสร้างสื่อดิจิทัลสำหรับ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ผ่าน กระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม (PAR) ระหว่างนักวิจัยและชุมชน ผ่านระเบียบวิธีวิจัย เชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และวิเคราะห์ เชิงเนื้อหา สรุปผล

ผลการวิจัย เกิดการพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน เชิงสร้างสรรค์ จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหญ่ ในจังหวัด สมุทรสงคราม จำนวน 4 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางวิถีเกลือสมุทร เส้นทาง

วิถีประมงดอนหอยหลอด-คลองโคน เส้นทางไหว้พระแก้ววัด และเส้นทางโฮมสเตย์ชุมชน ซึ่งทุกเส้นทางเชื่อมโยงจุดใหญ่หลักไปยังตลาดน้ำอัมพวา และตลาดแม่กลอง ในอำเภอมะนัง จากเส้นทางดังกล่าว ทีมวิจัยได้พัฒนาผลวิจัยด้านสื่อดิจิทัลจำนวน 2 ประเภท ได้แก่ แอปพลิเคชันท่องเที่ยวสมุทรสงคราม ภายใต้ชื่อ “Go Samut Songkhram” บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ที่มีรายละเอียดแผนที่ทำเลที่ตั้ง ข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และจุดเชื่อมโยงชุมชนเล็กสู่ชุมชนใหญ่ สื่อดิจิทัลประเภทที่สอง ได้แก่ คลิปวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จากผลของการวิจัยสะท้อนถึงการพัฒนากการท่องเที่ยวโดยใช้สื่อดิจิทัลที่ดีจะต้องเกิดการเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวทุกจุดเพื่อการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชนมีส่วนสำคัญในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ชุมชน, สื่อดิจิทัล, สมุทรสงคราม

บทนำ

เมืองแม่กลอง หรือจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองแห่งหนึ่ง ที่นับว่ามีศักยภาพและความหลากหลายทางการท่องเที่ยวไม่แพ้การท่องเที่ยวเมืองหลัก ด้วยเหตุเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ และเส้นทางเดินทางสะดวก จึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจากในเมือง หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวแวะผ่าน หากวิเคราะห์ในเชิงกายภาพ สมุทรสงครามจะเป็นพื้นที่ที่สามารถทำเกษตรได้ทุกชนิดตั้งแต่ประเภทเกษตรชาวสวนผลไม้จนถึงเกษตรประมง มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและการท่องเที่ยวชุมชนหลายแห่ง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมศาสนา ที่ได้รับความนิยมตามความเชื่อ จากผลสถิติในช่วงระหว่างปีที่ศึกษาวิจัย (พ.ศ. 2559–2561) พบว่าอัตราการหลังไหลของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับขาขึ้น ในปีการศึกษาวิจัย (พ.ศ. 2561) ระบุว่า อัตราการเติบโตการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นไปในทิศทางขาขึ้นมาโดยตลอด รายได้จากผู้มาเยือนอยู่ที่ 2,736.7 ล้านบาท มีอัตราเติบโตร้อยละ +10.5 (Economics Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports, 2019)

ภายใต้การเติบโตแบบก้าวกระโดดทางการท่องเที่ยวของสมุทรสงครามที่กล่าวมานั้น หนึ่งในจุดท่องเที่ยวใหญ่ ได้แก่ ตลาดน้ำ โดยข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระบุให้ตลาดน้ำอัมพวาในอำเภออัมพวาเป็นสถานที่ยอดนิยมลำดับต้นของการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม (Tourism Authority of Thailand, n. d.) แต่ทั้งนี้หากวิเคราะห์ปัญหาการท่องเที่ยวและผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจพบประเด็นการกระจุกตัวทางการท่องเที่ยวของพื้นที่อัมพวาจนส่งผลกระทบเชิงลบทางเศรษฐกิจ ดังข้อค้นพบหนึ่งในงานวิจัยของนันทมน บวรกุลกิจทวี (Bhawonkulkijtaewee, 2011, p. 100) ระบุ เมื่อตลาดน้ำอัมพวาได้รับ

ความนิยมสูงมากจากนักท่องเที่ยว ส่งผลให้มีสภาวะด้านกระแสวัตถุนิยมมากขึ้น มีค่าครองชีพสูงขึ้น มีการแข่งขันกันสูงในระหว่างผู้ประกอบการทางธุรกิจด้วยกัน การค้าขายสินค้าที่มุ่งผลกำไรมากเกินไป และการแย่งชิงทางผลประโยชน์ทางการค้าขายและเศรษฐกิจในพื้นที่

จากปัญหาความหนาแน่นของการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อดังกล่าว การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัว อาจเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการแก้ไขปัญหาได้ กอรปกับสมุทรสงครามยังมีพื้นที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนขนาดเล็กที่น่าสนใจร่อนักท่องเที่ยวไปเยือนอีกมาก แต่อาจจะยังขาดการทำการตลาด ส่งผลให้นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักและเข้าถึง ดังงานวิจัยของจุฑาธิปต์ จันทร์เอียด (Junead, 2016, pp. 60-61) ให้ข้อมูลวิเคราะห์จุดอ่อนของการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามไว้ มีประเด็นที่สอดคล้องกับปัญหาดังกล่าว อาทิ ผู้ประกอบการชุมชนรายย่อยขาดการท่องเที่ยวขาดความเข้มแข็ง การประชาสัมพันธ์ยังไม่ค่อยดีเท่าที่ควร และหน่วยงานภาครัฐขาดความเข้าใจวิถีชุมชนอย่างแท้จริง เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุภา สังขวรรณ (Sangkawan, 2017, p. 7) ผลวิจัยด้านหนึ่งระบุปัญหาของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในสมุทรสงครามว่ายังขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ขาดการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐในการพัฒนาสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยว

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น สื่อดิจิทัลนับเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังเช่นการศึกษาโดยสภาพร เกียรติพิริยะและคณะได้ทำการศึกษาและสรุปประเด็นบทบาทและความสำคัญของสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดทั่วไทย

สรุปได้ว่า ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ตเป็นจุดเริ่มต้นหลักในการพัฒนาสื่อดิจิทัลที่เข้าถึงนักท่องเที่ยว และมีการพัฒนาระบบสื่อสารโต้ตอบนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ระบบการค้นหาสถานที่ตั้งโดยอัตโนมัติอย่างแม่นยำ บนพื้นฐานของระบบ Smart phone และ Tablet ซึ่งยังคงเป็นเครื่องมือพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลยังมีบทบาทสำคัญมากในการทำการตลาดคู่แข่งและดึงดูดเงินลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการควรตระหนักและปรับตัว ใช้สื่อดิจิทัลที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว ควบคู่กับสร้างคุณค่าประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และการนำเสนออัตลักษณ์จุดเด่นของเมืองรองไปพร้อมกัน (Keitpiriya, et al., 2020, p. 441-447) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Pencalerelli ที่ตระหนักถึง ดิจิทัลกำลังเปลี่ยนแปลงประสบการณ์การท่องเที่ยวและการจัดการทั้งในระดับการท่องเที่ยวส่วนบุคคลและองค์กรต่าง ๆ รวมถึงรัฐบาล ซึ่งในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ที่ผ่านมา จะครอบคลุมถึงการปฏิวัติด้านการท่องเที่ยว (“การท่องเที่ยว 4.0”) ที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญและการเพิ่มขึ้นของการใช้สื่อดิจิทัล และมีการพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ เป็นพื้นฐานสำหรับ “การท่องเที่ยวอัจฉริยะ” ซึ่งมีจุดหมายเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ซึ่งสร้างขึ้นในแนวทางที่ยั่งยืน (Pencalerelli, 2020, pp. 455-476)

นอกจากนี้ ในเชิงของการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสมุทรสงคราม พบแนวทางข้อเสนอแนะจากงานวิจัยต่าง ๆ อาทิ งานวิจัยของชมภูษ หนุนาค (Hunnark, 2015, pp. 119-122) เสนอแนะเรื่องแนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องด้วยสมุทรสงครามมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายทั้งวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ และเชื่อมกับวิถีชุมชนสายน้ำ ควรมีการส่งเสริมทางการประชาสัมพันธ์และการตลาด ตลอดจนส่งเสริม

การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการประชาสัมพันธ์ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับข้อค้นพบและเสนอแนะในงานวิจัยของสุภา สังขวรรณ (Sangkawan, 2017, p. 7) เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์คุณค่าของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม พัฒนาท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กรอบจังหวัดและเน้นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนา

จากเหตุปัญหาและแนวทางการเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองสมุทรสงครามอย่างสมดุลและยั่งยืน ทีมวิจัยจึงมุ่งศึกษาวิจัยและพัฒนาในประเด็นการพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนเล็กที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีจุดเชื่อมต่อกับชุมชนใหญ่ หรือจุดหลักในการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม เพื่อลดปัญหาความแออัดในแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีเสน่ห์ และก่อให้เกิดการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ ผลพลอยได้อันมุ่งหวังเป็นผลกระทบของงานวิจัยคือ มุ่งสร้างคุณค่าของการพัฒนาร่วมกันระหว่างภาคีเครือข่ายท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการกับทีมวิจัย ทั้งการวิเคราะห์ปัญหา ร่วมปฏิบัติการสร้าง และประเมินผลผลิตวิจัยปลายทาง ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชื่อมโยงและสื่อดิจิทัลเพื่อทำการตลาดท่องเที่ยวร่วมกัน ตลอดจนภาคีเครือข่ายอันได้ผลมาจากงานวิจัยนี้ช่วยส่งเสริมกันและวางแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันในอนาคตได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหญ่ในจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อสร้างสื่อดิจิทัลสำหรับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

มีหลายบุคคลในแวดวงทางวิชาการ รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ในระดับสากล ได้นิยามความหมายของ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ไว้ร่วมกัน โดยการท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เน้นการสร้างประสบการณ์หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์และวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน (Guest) และเจ้าบ้านท้องถิ่น (Host) ผ่านกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ ในระดับหน่วยงานสากล องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2006, p. 3) นิยามการท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นในด้านประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งกล่าวว่าเป็นประเภทการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปหาประสบการณ์อันผูกพันกับเจ้าของพื้นที่นั้นในมิติของการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรม หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่นเฉพาะของพื้นที่นั้น ซึ่งจะมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เชื่อมโยงความผูกพันสามสัมพันธ์ไมตรีและสร้างเสริมประสบการณ์อันดีต่อท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมแห่งนั้น เช่นเดียวกับ

Richards, G., & Raymond, C. นักวิชาการท่องเที่ยวในระดับสากลที่ได้
นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ภายใต้แนวคิดของการเชื่อมโยงระหว่าง
นักท่องเที่ยวและกิจกรรมท้องถิ่นที่ไปเยือน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งกิจกรรมที่
สะท้อนวัฒนธรรมเหล่านี้ จะช่วยเชื่อมโยงสร้างประสบการณ์ระหว่าง
นักท่องเที่ยว สถานที่ และวัฒนธรรมพื้นถิ่น (Richards and Raymond,
2000, p. 18) ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์และคุณค่าพิเศษในการท่องเที่ยว
ครั้งแรกซึ่งแนวคิดนี้ได้ขยายผลใช้ในการจัดกิจกรรมท้องถิ่นตามแนวคิด
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในลำดับต่อมา

จากกลไกกระบวนการสร้างกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม
ในวัฒนธรรมและชุมชนดังกล่าว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญตอนหนึ่ง
ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า ถือเป็นกุญแจหนึ่งในการพัฒนา
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อน
และดึงวัฒนธรรมของชุมชน ช่วยสร้างคุณค่า อัตลักษณ์ของความเป็นไทย
ในชุมชน เกิดการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์โดยการผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวที่
เกิดขึ้นในชุมชน มีการให้นักท่องเที่ยวลงมือปฏิบัติจริง ทำให้นักท่องเที่ยว
เข้าใจความรู้สึก และได้รับประสบการณ์ใหม่จากชุมชนในเชิงวัฒนธรรม
อย่างลึกซึ้ง ตลอดจนชุมชนเกิดความภูมิใจและตระหนักในวัฒนธรรมที่
ตนเองมี และนำเสนอวัฒนธรรมผ่านการบริหารจัดการชุมชนอย่างเข้มแข็ง
ก่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชน (Designated Areas for Sustainable Tourism
Administration, 2018, p. 55)

สื่อดิจิทัลกับการท่องเที่ยว

สถานการณ์ท่องเที่ยวในปัจจุบัน ดิจิทัลมีอิทธิพลสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสำคัญดังกล่าวปรากฏในสาระสำคัญของ “แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ.2559-2561) : การพัฒนาขีดความสามารถเชิงดิจิทัลภาครัฐด้านการท่องเที่ยว” โดยสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล มีนโยบายพัฒนาดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวแบบครบวงจร กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสามารถลดขั้นตอนและประหยัดเวลาในการติดต่อประสานเรื่องต่าง ๆ กับหน่วยงานภาครัฐได้เพียงจุดเดียวเบ็ดเสร็จครบวงจร ภายใต้การจัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อบริการท่องเที่ยว เช่น Smart travel app หรือ Smart trip planner โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Academic office: National Assembly Library of Thailand, 2018, pp. 9-12)

ความสำคัญของการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว ปรากฏในงานวิจัยต่างประเทศหลายชิ้นงาน อาทิ Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J.C., Iandolo, F., & Fisk, R. ศึกษาวิจัยในด้านการให้ความสำคัญของการบอกเล่าเรื่องราว เป็นสิ่งสำคัญหนึ่งของการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว ในการศึกษาดังกล่าวมีประเด็นการนำเรื่องเล่าของสองแคว้นภูมิภาคในประเทศอิตาลี มีประเด็นของการพัฒนา เผยแพร่เรื่องเล่าที่มีคุณค่าผ่านสื่อดิจิทัล โดยทีมวิจัยสรุปได้ว่า การจัดการเรื่องเล่าที่น่าสนใจผ่านสื่อดิจิทัล ควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาที่มีลักษณะยืดหยุ่นได้ตอบกับนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากมีส่วนช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการจัดการจุดหมายปลายทางและวัฒนธรรม (Bassano, et al., 2019, p. 10-20) นอกเหนือจากนั้น ยังมีงานวิจัยของ Garbani-Nerini, E.,

Korkut, S., & De Ascaniis, S. ได้วิเคราะห์เทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ปัจจุบันสามารถใช้กันอย่างแพร่หลาย เรียกได้ว่าเป็นเสมือนคอมพิวเตอร์พกพา ‘ubiquitous connectivity’ (Garbani-Nerini, et al., 2022, p. 109) ช่วยเป็นสื่อกลางระหว่างโลกดิจิทัลและโลกความเป็นจริง (นักท่องเที่ยว) เช่น ระบบของการใช้คิวอาร์โค้ด (QR code) หรือความก้าวหน้าล่าสุดที่สมาร์ทโฟน สามารถเชื่อมต่อและเข้าถึง AR ช่วยมอบประสบการณ์ที่สมจริงและข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมแชร์ประสบการณ์ผ่านเทคโนโลยีได้

การท่องเที่ยวโดยชุมชน: เครื่องมือพัฒนาสู่ความยั่งยืน

ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้อย่างเป็นธรรม ซึ่งการบริหารจัดการท่องเที่ยวเน้นให้ชุมชนคนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมหลัก ตามข้อมูลระบุโดยศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สถาบันการท่องเที่ยว กล่าวถึงสาระสำคัญและลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะมีองค์ประกอบสำคัญได้แก่ ชุมชนเป็นเจ้าของหลัก ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ทิศทางการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจ เน้นการส่งเสริมวัฒนธรรมหรือท้องถิ่นอันเป็นความภูมิใจ การท่องเที่ยวช่วยก่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เมื่อเกิดการท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันด้วยความเคารพเสมอภาค เรียนรู้ซึ่งกันและกันให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว และประเด็น

สำคัญ คือ การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม (The Thailand Community Based Tourism Institute, 2012)

จากประเด็นสำคัญดังกล่าว ในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้ทำการเรียบเรียงสรุปแนวคิดในเชิงพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชน ที่มาจากทฤษฎีของผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พ.ศ. 2553-2561) ไว้มีสาระสำคัญ พัฒนา ทั้งสิ้น 5 ประการ ได้แก่ (1) ให้ชุมชนเน้นการนำเสนอด้านความเป็นไทยที่ สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตนเอง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน และนักท่องเที่ยวในกลุ่มของนักท่องเที่ยวคุณภาพ มากกว่าเน้นในเชิงปริมาณ นักท่องเที่ยว (2) มีการบริหารจัดการอย่างสมดุล มีการกระจายรายได้ อย่าง เป็นธรรม ไม่เหลื่อมล้ำ ปกป้องหรือป้องกันกลุ่มผู้กอบโกยทางผลประโยชน์ จากชุมชนหรือพื้นที่ท่องเที่ยว (3) มีการรังสรรค์ก่อให้เกิดกิจกรรมใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยว เทศกาลท่องเที่ยวของท้องถิ่น ช่วยดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (4) มีการทำงานแบบบูรณาการกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน ท่องเที่ยว เพื่อกำหนดทิศทางท่องเที่ยวและพัฒนาาร่วมกันอย่างเข้มแข็ง ยั่งยืน และ (5) เปิดโอกาสในการเสนอความคิดเห็น ในทุกภาคส่วนที่จัดการ ท่องเที่ยว ทั้งชุมชน ภาครัฐ บุคคลทั่วไป เพื่อแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นร่วมกัน อย่างสันติ (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2018, p. 55) โดยสรุป จากประเด็นความหมาย และทิศทางพัฒนาการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน จะเห็นได้ว่า สอดคล้องกับประเด็นปัญหา และตอบโจทย์ อันเป็นผลผลิตของงานวิจัยนี้ คือ พัฒนารูปแบบนวัตกรรมในเชิงการมีส่วนร่วม ของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Hamilton, K., & Alexander, M. ศึกษาวิจัยเชิงชาติพันธุ์เกี่ยวกับความคิดริเริ่มด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสกอตแลนด์ งานวิจัยเสนอแนะว่าการให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการมีส่วนร่วม ความคิดสร้างสรรค์ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสร้างความรู้สึกหวงแหนร่วมกันในการเป็นเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น (Hamilton, K., & Alexander, M., 2013, pp. 169-190)

กันยารวรรณ์ กำเนิดสินธุ์ ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชนบางน้ำผึ้ง ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม กระบวนการวิจัยมีทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนจะมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลงานมากที่สุด รองลงมาด้านการมีส่วนร่วมในรับผลประโยชน์ร่วมกันของชุมชน และมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม ทั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพ กล่าวสาระสำคัญคือประชาชนจะมีส่วนร่วมในการจัดการมากที่สุด คือทางด้านที่มีการบริหารจัดการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้ชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีการจัดกิจกรรม เทศกาลการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งในเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ทำให้ชุมชนได้รับรางวัลทางการท่องเที่ยวอย่างมากมายทั้งทางด้านการมีส่วนร่วมชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็ง และรางวัลผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชน อันสะท้อนความมีส่วนร่วมของชุมชน (Kamnedsin, K., 2017, pp. 175-184)

Yanopas, N. (2018, pp. 1-8) ศึกษาประเด็นการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลไกขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในเชิงนวัตกรรมทั้งในระดับชาติและสากลเพื่อให้มาเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่ในประเทศไทย และศึกษาข้อดีข้อเสียของนวัตกรรมแบบใหม่ จากการศึกษามีข้อค้นพบประเด็นสำคัญ ได้แก่ กลไกการขับเคลื่อนของนวัตกรรมการท่องเที่ยวในระดับสากล อาทิ เงินเกาหลี่ มีนวัตกรรมที่เชื่อมโยงอำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ระบบแอปพลิเคชันท่องเที่ยว ที่สามารถให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูล เชื่อมต่อกับแผนที่ท่องเที่ยว ตลอดจนมีลิ้งค์ระบบเชื่อมต่อการระบบการจ่ายเงินที่สะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว ระบบสแกนใบหน้า และการคัดกรองนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปต้นแบบจากระบบสากลเหล่านี้ได้ว่าเป็นเครื่องมือช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจอย่างอิสระ และสามารถตัดสินใจต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวได้ทันทั่วทั้ง สำหรับข้อเสนอแนะ ควรเน้นการพัฒนาเชื่อมโยงดิจิทัลทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พัฒนาระบบข้อมูลอัจฉริยะเชื่อมต่อกับภาครัฐในการให้ข้อมูล ปรับเปลี่ยนระบบการบริหารงานแบบลดเอกสาร และพัฒนางานวิจัยใหม่ ๆ ด้านการพัฒนานวัตกรรมท่องเที่ยว

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยใช้กระบวนการเก็บข้อมูลแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ได้มาตามวัตถุประสงค์ ทีมวิจัยสรุปวิธีการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรได้แก่ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนภายในจังหวัดสมุทรสงครามทั้งหมด ได้แก่ ภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐท้องถิ่น กลุ่มชุมชนทั้ง 3 อำเภอภายในจังหวัดสมุทรสงคราม

ผู้ให้ข้อมูลหลักหรือกลุ่มตัวอย่าง ทีมวิจัยจึงเลือกวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคคลสำคัญในการให้ข้อมูลภายใต้ระยะเวลาวิจัยที่จำกัด จำนวน 25 ท่าน รายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มภาครัฐบาล จำนวน 10 ท่าน เนื่องจากเป็นผู้กำหนดและวางแผนนโยบายท่องเที่ยวจังหวัด คุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ มีภาระหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และชุมชน การตลาดท่องเที่ยว ทำงานแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปี ได้แก่ กรมพัฒนาชุมชน จำนวน 4 ท่าน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบริเวณชุมชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6 ท่าน

1.2 กลุ่มชุมชนท้องถิ่น จำนวน 15 ท่าน เนื่องจากเป็นผู้ที่เป็นเจ้าของพื้นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยตรง คุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้นำชุมชน หรือทีมบริหารจัดการชุมชน ผู้นำอาศัยในชุมชน และเกี่ยวข้องกับการทำงานในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวมาแล้วไม่ต่ำกว่า 3 ปี ภายใต้อาณาเขตทั้งหมด 3 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านบางกระบูน ชุมชนคลองโคก และชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นชุมชนเล็กที่มีองค์ประกอบ

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์พร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
ชุมชนละ 5 ท่าน

2. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และ
แบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย สำหรับแบบสัมภาษณ์

2.1 แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ (1) กิจกรรม
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเล็กที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว
(2) จุดเชื่อมโยงชุมชนเล็กและชุมชนใหญ่ ตลอดจนจุดทางผ่านหรือจุดแวะพัก
เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวและ (3) รูปแบบสื่อดิจิทัลที่ต้องการใช้ทำ
การตลาด

2.2 แบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อใช้จัดประชุมร่วมกัน
ระหว่างทีมนักวิจัย ภาครัฐบาล และกลุ่มชุมชน ในการปฏิบัติการ 2 ประเด็น
คือ (1) เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงชุมชนเล็กสู่ชุมชนใหญ่ และ (2) รูปแบบ
การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อทำการตลาดในเส้นทางการท่องเที่ยว

การวัดคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เพื่อความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย ทีมวิจัยได้นำแบบ
สัมภาษณ์ ไปทำการตรวจสอบ โดยวิธีตรวจหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
IOC โดยวัดดัชนีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์ โดยให้
ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาการท่องเที่ยวจำนวน 5 ท่าน รวมได้ค่าคะแนนทั้งสิ้น
0.8 จากนั้นทีมวิจัยปรับภาษาในคำถามตามข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญ และ
นำไปเก็บข้อมูล

3. การปฏิบัติการร่วมกับชุมชนในการพัฒนาผลผลิตวิจัย

3.1 ด้านเส้นทางท่องเที่ยว ทีมวิจัยและชุมชนผู้ให้ข้อมูลร่วมวิเคราะห์ปัญหาาร่วมกัน จัดปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ระดมสมองจากทุกภาคฝ่าย เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวาร่วมกัน จัดทำและประเมินเส้นทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของชุมชนในเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตาร่วมกัน

3.2 ด้านสื่อดิจิทัล ทีมวิจัยร่วมลงสำรวจพื้นที่าร่วมกับชุมชน และจัดประชุมาร่วมกับภาครัฐบาลท้องถิ่น ปฏิบัติการระดมสมองาร่วมกันในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เสนอรูปแบบดิจิทัลที่เหมาะสมในการทำการตลาด

หลังจากนั้นทีมวิจัยสรุปข้อมูลเส้นทาง นำข้อมูลปฏิบัติการด้านจัดทำสื่อดิจิทัล และนำเสนอดิจิทัลมาให้ทีมภาครัฐและชุมชนาร่วมกันประเมินอีกครั้ง ก่อนแก้ไขความสมบูรณ์ของแอปพลิเคชัน และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลผลิตวิจัย

4. การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

ทีมวิจัยวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล (Content Analysis) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ มารวบรวม แยกชุดข้อมูลเป็นหมวดหมู่ อาทิ เส้นทางท่องเที่ยว เครือข่าย ชุมชน การตลาด จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลและเนื้อหาาร่วมกัน แล้วเรียบเรียงเนื้อหาให้ออกมาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องกับชุมชน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. จากข้อมูลการสัมภาษณ์ และร่วมปฏิบัติการกำหนดแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวระหว่างนักวิจัยและชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก เกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 4 เส้นทาง ที่มีจุดท่องเที่ยวในลักษณะกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเล็กของอำเภอเมืองสมุทรสงคราม เชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ หรือแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวา และตลาดแม่กลอง (ตลาดร่มหุบ) ในอำเภออัมพวา

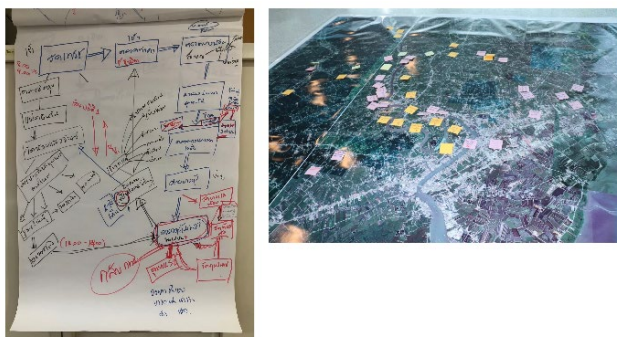


Figure 1: Sketch of a creative tourism route map from the PAR process.

Note. From Nitinan Srisuwan and the research team.

จากภาพ 1 แสดงร่างแผนที่ อันเกิดจากกิจกรรมภายใต้กระบวนการปฏิบัติการกำหนดจุดเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชื่อมโยกร่วมกันระหว่างทีมวิจัย และผู้ให้ข้อมูล แสดงผลวิจัยด้านรายละเอียดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงระหว่างชุมชนเล็ก และชุมชนใหญ่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวดังนี้

1. เส้นทางวิถีเกลือสมุทร

ชุมชนเล็ก: ชุมชนวัดวิถีบางกระบูน อำเภอเมืองสมุทรสงคราม

เส้นทางเชื่อมจุดใหญ่: ตลาดแม่กลอง และตลาดอัมพวา

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน: ชมวิถีนาเกลือ เรียนรู้ประโยชน์ของเกลือและการเก็บดอกเกลือ เรียนรู้ทำอาหารพื้นบ้านจากดอกเกลือและใบชะคราม แปรรูปไข่เค็มจากดินนาเกลือ และกิจกรรมอื่น ๆ ภายในชุมชน อาทิ บ้านทำขนมไทยและชาใบขลู่ ขนมไทยจากดอกเกลือและน้ำตาลมะพร้าว

จุดแวะผ่าน: อนุสาวรีย์แผ่นดินจันทน์ วัดน้อยแสงจันทร์

2. เส้นทางวิถีประมงดอนหอยหลอด-คลองโคน

ชุมชนเล็ก: ชุมชนคลองโคน

เส้นทางเชื่อมจุดใหญ่: ตลาดน้ำอัมพวา

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน: ปลูกป่าชายเลน กิจกรรมตีกระดานเลินหาหอยแครง ล่องเรือชมระบบนิเวศป่าชายเลน กิจกรรมแปรรูปกะปิคลองโคน

จุดท่องเที่ยวรอง: เขายี่สาร (ต้นลำแพน วิถีตกปูกับกระเบื่อง้ามด้อย่อม)

3. เส้นทางไหว้พระเก้าวัด

ชุมชนเล็ก: ชุมชนตลาดน้ำบางน้อย

เส้นทางเชื่อมจุดใหญ่: ตลาดน้ำอัมพวา

กิจกรรมท่องเที่ยว: เที่ยวตลาดน้ำ เลือกซื้อสินค้าและผลไม้ท้องถิ่น ชุมชน ไหว้พระเสริมมงคล 9 วัด

จุดแวะผ่าน: วัดบางกุ้ง วัดปากน้ำ วัดบางเกาะ วัดเหมืองใหม่
วัดอินทาราม วัดเสด็จ วัดราษฎร์บูรณะ-วัดแก้วเจริญ วัดปราโมทย์

4. เส้นทางโฮมสเตย์ชุมชน

ชุมชนเล็ก: ชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์

เส้นทางเชื่อมจุดใหญ่: ตลาดน้ำอัมพวา

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน: เรียนรู้วิถีมะพร้าวและ
แปรรูปมะพร้าว ทำอาหารท้องถิ่น ทำขนมไทยจากน้ำตาลมะพร้าวและ
มะพร้าว ปักโฮมสเตย์ สปาเท้าจากดอกเกลือ ล่องเรือชมหิ่งห้อย ตักบาตร
พระทางน้ำยามเช้า

จุดแวะผ่าน: ตลาดบางนกแขวก ค่ายบางกุ้ง วัดแค่น้อย วัดทองคัง
ซึ่งจากกิจกรรมปฏิบัติการร่วมกันทั้งในด้านการสำรวจลงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์
ปัญหาร่วมกัน ตอบสัมภาษณ์ให้ข้อมูล และการประชุมกลุ่มย่อย ตลอดจน
ปฏิบัติการกำหนดจุดเส้นทางแผนที่เพื่อร่วมพัฒนาส่งเสริมท่องเที่ยวร่วมกัน
ก่อให้เกิดเครือข่ายความท่องเที่ยว ดังนี้

(1) เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนต่างพื้นที่ อย่างน้อย
3 ชุมชนตามเส้นทางท่องเที่ยว ในอดีตด้วยสภาพพื้นที่ของชุมชนที่อยู่ต่าง
พื้นที่กัน มีกิจกรรมท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มชุมชนที่แตกต่างกัน ทำให้ต่างชุมชน
ต่างคิดวิธีในการสร้างรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวและช่องทางการตลาดที่
แตกต่างกันแบบ 1 ชุมชนต่อ 1 การจัดการแยกกัน แต่หลังจากที่วิจัยได้
ปฏิบัติการชุมชนมาร่วมกัน ก่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือกันระหว่าง
ชุมชนเล็กด้วยตนเอง สร้างความแข็งแกร่งจากเส้นทางเชื่อมโยง ทำการตลาด

ร่วมกันในเส้นทาง อาทิ สามชุมชนในเส้นทาง ได้แก่ ชุมชนบ้านบางกระบูน
ชุมชนตลาดน้ำบางน้อย ชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์

(2) เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐกลาง ภาครัฐท้องถิ่น และชุมชน
เดิมเครือข่ายที่มีของภาครัฐท้องถิ่นและชุมชน จะเป็นในลักษณะ 1 องค์การ
บริหารส่วนตำบลต่อ 1-2 ชุมชนในสังกัดพื้นที่ แต่เมื่องานวิจัยได้เข้าไป
มีส่วนร่วม และรวบรวมผู้ให้ข้อมูลมาปฏิบัติการร่วมกัน ช่วยสร้างเส้นทาง
ท่องเที่ยว สร้างสื่อดิจิทัลการตลาด เกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง

(2.1) เครือข่ายระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 3 ตำบล
ที่ดูแลชุมชนเล็กในเส้นทางท่องเที่ยว ร่วมมือกันพัฒนาทิศทางท่องเที่ยวและ
กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลท่าคา เทศบาล
ตำบลสวนหลวง และองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านปรก

(2.2) เครือข่ายระหว่างชุมชนเล็กทั้ง 3 ชุมชน และส่วนเอกชนที่
เป็นจุดแวะพัก เพื่อร่วมกันทำตลาดท่องเที่ยว ตลอดจนร่วมกันทำตลาดสินค้า
ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และการประชาสัมพันธ์เทศกาลท่องเที่ยวร่วมกัน ได้แก่
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือสมุนไพรลาดใหญ่ วิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลอง
ศูนย์อนุรักษ์แมลงไทยโบราณ วิสาหกิจชุมชนโฮมสเตย์ตลาดน้ำท่าคาและ
โรงเรียนคนทำนาเกลือ

2. ผลวิจัยด้านการพัฒนาสื่อดิจิทัล จากข้อมูลผลวิจัยในข้อแรก
ทีมวิจัยและผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้ปฏิบัติการร่วมกันในการพัฒนาสื่อดิจิทัล
สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่
จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยจากกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชน
และนักวิจัย สามารถผลิตสื่อเพื่อทำการตลาดดังนี้

2.1 สื่อดิจิทัลประเภทแอปพลิเคชันท่องเที่ยว บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android System) ภายใต้ชื่อ “Go Samut Songkhram” ภายในแอปพลิเคชัน มีแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวและข้อมูลพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ การออกแบบและพัฒนาระบบพัฒนาด้วยภาษา JavaScript ภายใต้แอปพลิเคชัน หน้าแรกตามมติความเห็นด้านรูปแบบ ได้ภาพเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสงคราม สีเขียวสะท้อนถึงวิถีชาวสวนมะพร้าวของสมุทรสงคราม



Figure 2: Screenshots of the ‘Go Samut Songkhram’ application on Android.

Note. From Nitinan Srisuwan and the research team.

จากภาพที่ 2 หลักการทำงานของแอปพลิเคชัน ที่ได้นำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงชุมชนเล็ก และจุดใหญ่ทั้ง 4 เส้นทางมาลงในข้อมูลแอปพลิเคชันแล้ว การทำงานตามมติร่วมกันในการพัฒนาสื่อให้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 (หมายเลข 1 ในภาพ) เป็นส่วนที่แนะนำเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทาง เมื่อคลิกเลือกเส้นทางจะมีข้อมูลท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงในเส้นทางนั้นทั้งชุมชนเล็ก กิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชน เชื่อมจุดใหญ่ และจุดแวะพักระหว่างเส้นทาง ตลอดจนโปรแกรม

ตัวอย่างรายการนำเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ และปักหมุดแผนที่ชุมชน (google map) ที่เชื่อมต่อกับระบบในแอปพลิเคชันนี้

การทำงานในส่วนที่ 2 (หมายเลข 2-4) เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้บริการข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มีอยู่ภายในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้ ร้านอาหาร ที่พัก สถานีตำรวจ ระบบถาม-ตอบ ปัญหาการใช้งาน และที่อยู่ข้อมูลสำหรับติดต่อชุมชน หรือติดต่อผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน

2.2 สื่อดิจิทัลประเภทคลิปวีดิทัศน์แนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม เป็นการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทางมาพัฒนาร่วมกัน ซึ่งในกระบวนการผลิตสื่อดังกล่าวเป็นการประสานงานร่วมกันระหว่างทีมวิจัย และชุมชน ในการคิดรูปแบบการนำเสนอได้เป็นรูปแบบ ที่มีตัวละครเป็นนักท่องเที่ยววัยรุ่นแนะนำเส้นทางชุมชนเล็กที่น่าสนใจทั้ง 4 เส้นทาง กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชน และเน้นการเดินทางแบบเชื่อมโยงไปตามเส้นทางที่กำหนด

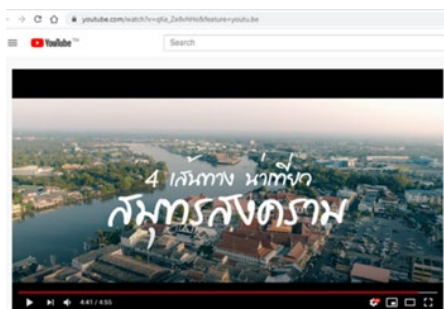


Figure 3: Video clip hosted on YouTube to promote creative tourism routes.

Note. From Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, 2023

(<https://www.youtube.com/watch?v=xJC1W1jk6Ig>)

การเผยแพร่สื่อดิจิทัลเพื่อการใช้งาน: เบื้องต้น ทีมวิจัยได้ส่งมอบงานผลผลิตวิจัย ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยว แอปพลิเคชัน และสื่อวีดิทัศน์ ให้แก่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและชุมชน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อต่าง ๆ อาทิ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานการท่องเที่ยวสมุทรสงคราม สื่อนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ดังตัวอย่างภาพด้านล่างนี้



Figure 4: Examples of news articles about the Go Samut Songkhram application.

Note. From National News Bureau of Thailand, 2021

(<https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210803163446978>)

Note. From Krungthep Turakij Newspaper (bangkokbiznews), 2021

(<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/952522>)

สรุป

จากผลงานวิจัยจะเห็นได้ว่า ความสำเร็จในการแก้ปัญหาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะส่งผลกระทบอย่างยั่งยืน เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะเจ้าของพื้นที่คือชุมชน เป็นกุญแจสำคัญที่มีส่วนในการสำรวจพื้นที่ วิเคราะห์ปัญหา ตกผลึกทางความคิดและแนวทางการแก้ไขปัญหาพร้อมกับทีมวิจัย และร่วมกันนำพาสู่การพัฒนาผลผลิตวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แก้ปัญหาโจทย์วิจัย และผลผลิตยังมีคุณค่าในเชิงการใช้ประโยชน์ที่ตรงตามความต้องการของชุมชน ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนเล็ก การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับจุดใหญ่ เพื่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจด้านการกระจายรายได้ในทุกพื้นที่อย่างเท่าเทียม และอาจยังผลกระทบในด้านลดปัญหาความหนาแน่นและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ ผลกระทบปลายหางของงานวิจัยในเชิงสังคม ช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาคีท่องเที่ยวในสมุทรสงครามให้เข้มแข็ง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ ในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวถือเป็นแก่นหลักสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนมีบทบาทหลักเป็นเจ้าของพื้นที่ จึงต้องมีส่วนในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของตนเอง และทำงานร่วมกับนักวิจัยในการทำการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับจุดหลัก เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคเท่าเทียม

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (The Thailand Community Based Tourism Institute, 2012) และแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2018, p. 55) ที่มุ่งเน้นการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างสมดุล มีการบริหารจัดการร่วมกันโดยชุมชนเพื่อชุมชน ตลอดจนมีการรังสรรค์กิจกรรมของชุมชนโดยชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นการกระตุ้นและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปในตัว ผ่านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนท่องเที่ยว

ในมิติของเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 เส้นทางตามผลวิจัย จะเห็นได้ว่าเป็นเส้นทางที่ยึดหลักความสำคัญดังนี้ (1) เป็นเส้นทางที่เน้นการประชาสัมพันธ์จุดชุมชนเล็กที่นักท่องเที่ยวอาจจะยังไม่รู้จัก; (2) ทุกเส้นทางจะมีการออกแบบเชื่อมต่อกับจุดใหญ่หลักที่นักท่องเที่ยวรู้จัก คือ ตลาดแม่กลอง (ตลาดร่มหุบ) ตลาดน้ำอัมพวา หรือดอนหอยหลอด เพื่อการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง; (3) ทุกเส้นทางของชุมชนจะมีกิจกรรมที่เน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหรือจัดเป็นประเภทการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ และ (3) ทุกเส้นทางเน้นการพัฒนาตระหนักถึงคุณค่าและการรักษาขนบดั้งเดิมหรืออัตลักษณ์พื้นที่ของตนที่เป็นจุดขายนักท่องเที่ยว

ซึ่งผลการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามมิติความสำคัญนี้สอดคล้องกับแนวหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยชุมชน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (Designated Areas for Sustainable

Tourism Administration, 2018, p. 55) และศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (The Thailand Community Based Tourism Institute, 2012) ที่เน้นพัฒนาในทิศทางที่เป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม และการพัฒนาสอดคล้องกับอัตลักษณ์และวัฒนธรรมในการพัฒนา ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้พื้นที่เดิม

นอกจากนี้ การมุ่งเน้นให้แต่ละเส้นทางมีกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์สอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2006, p. 3) กล่าวถึง การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นในด้านประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมกับชุมชน

ในประเด็นด้านพัฒนาเครือข่ายอันเป็นผลพลอยได้จากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกันในหลายฝ่ายภายใต้กระบวนการวิจัย ทำให้หลายฝ่ายได้มีโอกาสมาพบปะพูดคุย และแลกเปลี่ยนประเด็นในเป้าหมายเดียวกันคือ การพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ ซึ่งการรวมตัวกันเพื่อมีส่วนร่วม ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในสมุทรสงคราม ได้มีทิศทางพัฒนาท่องเที่ยวที่ดีในอนาคต ดังเช่นชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยกันยารวรรธ กำนัดสินธุ์ (Kammedsin, 2017, pp. 175-184) ผลวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพสะท้อนถึงบทบาทการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งในมิติของการพัฒนากิจกรรมเทศกาลท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม และส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดการเข้มแข็งจนได้รับรางวัลต้นแบบทางด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชนและทีมวิจัยในการพัฒนาร่วมกัน นับเป็นกลไกพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้เข้าใกล้เทคโนโลยีมากขึ้น เริ่มเรียนรู้มืองสื่อดิจิทัลนวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นสิ่งสำคัญในการช่วยพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวของตน ซึ่งแนวการพัฒนาในลักษณะนี้สอดคล้องและเป็นไปตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports, 2017, pp. 33-34) ในรายละเอียดพัฒนาการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4 ที่มีสาระสำคัญในการมุ่งเน้นสร้างสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย กับตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และเน้นการส่งเสริมวิถีวัฒนธรรมไทย และในรายละเอียดกล่าวถึง การกระตุ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง สร้างความนิยมในจังหวัดเมืองท่องเที่ยวรองต่าง ๆ ผ่านการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ สร้างความนิยมท่องเที่ยวไทยให้คนไทยทุกเพศวัย ตลอดจนร่วมมือกับภาคชุมชนในการทำการตลาดท่องเที่ยว การส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยทำการตลาด อาทิ แอปพลิเคชัน การบริหารจัดการข้อมูลออนไลน์ เพื่อการท่องเที่ยวผ่านความร่วมมือร่วมใจของทั้งภาครัฐและเอกชน และภาคชุมชน

Acknowledgement

This research was completed with the support of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon and was funded by the National Research Council of Thailand (NRCT).

References

- Academic office: National Assembly Library of Thailand. (2018). Thai tourism in the digital era. Retrieved February 16, 2023. https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=51776&filename=index
- Bangkokbiznews. (2021). 'Go Samut Sonkhram' Travel Application in Samut Sonkhram province. Retrieved Feb17, 2023. <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/952522>
- Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J. C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019). Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. *Cities*, 87, 10-20
- Bhawonkulkijtaewee, N. (2011). The impact of the expansion of tourism business on local communities Amphawa Floating market, Samut Song khram. Master of Business Administration Program in Entrepreneurship. Nakhon Pathom: Silpakorn University
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration. (2018). Low carbon tourism. *TAT Review*, 4(3), 54-57. Retrieved May 1, 2019. https://www.tatreviewmagazine.com/e_magazine/vol-4-no-3-july-september-2018-3/
- Economics Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports. (2019). Samut Songkhram tourism statistics by month for 2018. Retrieved May 1, 2019. https://samutsongkhram.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=425
- Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. (2023). Travel in the secondary city of Samut Songkhram. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xJC1W1jk6Ig>
- Garbani-Nerini, E., Korkut, S., & De Ascaniis, S. (2022). Chapter 9: Better: Digital media can make tourism experiences at heritage destinations better. In *Handbook on Heritage, Sustainable Tourism and Digital Media*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

- Hamilton, K., & Alexander, M. (2013). Organic Community tourism: A cocreated approach. *Annals of Tourism Research*, 42, 169-190.
- Hunnark, C. (2015). A Study of The Connection of Tourist Sites in Samut Songkhram province. *Valaya Alongkorn Review*, 5(2), 113-124.
- Junead, J. (2016). Development guidelines for sustainable Tourism Samut Songkhram Province. *Liberal Arts Review*, 11(21), 55-67.
- Kamnedsin, K. (2017). The participation of local people in Bangnamphueng Community in managing the ecotourism and cultural tourism. *Journal of Information*, 16(1), 175-184. Retrieved May 1, 2019. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/oarit/article/view/106051>
- Keitpiriya, S., Busaman, S., Phetcaot, K., & Chaiwong, A. (2020). Secondary City Tourism Promotion with Digital Media. *Journal of MCU Nakhondhat*, 7(12), 436-449.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). Tourism development plan no. 2: 2017- 2021. Retrieved October 15, 2017. https://www.mots.go.th/download/article/article_20170320150102.pdf
- National News Bureau of Thailand. (2021). National Research Council of Thailand (NRCT) announces the application “Go Samut Songkhram”. Retrieved Feb17, 2023. <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210803163446978>
- Pencalerelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 22, 455-476.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, (23), 16-20.

- Sangkawan, S. (2017). The Strategies for developing Ecotourism Attractions in Samut Songkhram province. *Journal of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University*, 4(1), 1-9.
- The Thailand Community Based Tourism Institute. (2012). Community – Based Tourism – CBT. Retrieved May 1, 2019. <https://thaicomunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt/>
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2006). Towards sustainable strategies for creative tourism: Discussion report of the planning meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism. Retrieved January 12, 2018. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811>
- Tourism Authority of Thailand. (n.d.). Amphawa Floating Market. Retrieved February 16, 2023. <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%A7%E0%B8%B2>
- Yanopas, N. (2018). Digital tourism innovation. *Journal of Kanchanaburi Rajabhat University*, 7(2), 1-8.

Authors

Nitinan Srisuwan

Lecturer in Tourism, Faculty of Liberal Arts

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

E-mail: nitinan.s@rmutp.ac.th

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

Phonkanok Sringam

Lecturer in General Education, Faculty of Liberal Arts

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

E-mail: phonkanok.s@rmutp.ac.th

Jenjira B.P. Sungneon

Researcher at the Institute of Research and Development

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Email: jenjila.b@rmutp.ac.th

The Restoration Process of Pha Lau Weaving Culture of Ban Wang Arb Chang Community Enterprise Group, Chiang Khan District, Loei Province

*Thairoj Phoungmanee¹, Marisa Phiromtan De Bels²,
Charuwan Rakmanee³ and Kotchasi Charoensuk⁴*

*Faculty of Humanities and Social Sciences^{1, 4} and
Faculty of Science and Technology^{2, 3}
Loei Rajabhat University*

Received: January 9, 2023

Revised: May 2, 2023

Accepted: May 22, 2023

Abstract

This research aimed to 1) Study the context and culture of wheel weaving in Ban Wang Aab Chang, Chiang Khan District, Loei Province. and 2) the restoration process of the Pha Lau weaving culture of Ban Wang Arb Chang Community Enterprise group, Chiang Khan District, Loei Province. The target group were 22 informants, including knowledgeable and weavers. Interviews, focus group conversations, and meetings were research tools for data collection. The qualitative data were analyzed using content analysis, whereas quantitative data were descriptive statistics. The results were as follows. 1) Pha Lau is Wang Arb Chang village culture inherited from ancient times. On the fabric, patterns are imprinted using Kep Khid technique. One to three weavers weave the five designs of Pha Lau in five to fifteen days. Pha Lau is a bed covering material intended for special occasions that has not been woven for over eight decades. Therefore, the group desires to restore Pha Lau weaving to preserve and make revenue for the members. The revitalization process of Pha Lau Culture consisted of (1) exchanging and learning Pha Lau culture, (2) finding way for revitalization guidelines of Pha Lau Culture, (3) participating with community, researchers, and

government sectors in planning, (4) implementation of revival, (5) following-up and evaluating the revitalization processes by members and networks, and (6) developing Pha Lau as needed by the target group.

Keywords

restoration process, Pha Lau, community enterprise group, Ban Wang Arb Chang

กระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง
อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ไทยโรจน์ พวงมณี¹, มาริษา ภิรมย์แทน เดอ เบลส์²,

จารุวัลย์ รักษ์มณี³ และ ศุภสิทธิ์ เจริญสุข⁴

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย^{1, 4}

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย^{2, 3}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อบ้านวังอาบช้าง อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และ 2) กระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย กลุ่มเป้าหมายคือผู้รู้และผู้ปฏิบัติการทอผ้าจำนวน 22 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ประเด็นการสนทนากลุ่ม และการประชุม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลเชิงปริมาณโดยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การทอผ้าลื้อเป็นวัฒนธรรมของบ้านวังอาบช้างที่มีมาแต่โบราณเป็นการทอด้วยการเก็บจิตให้ลวดลายผ้ามีลักษณะนูน โดยผ้าลื้อ 1 ผืน มี 5 ลวดลาย ใช้ช่างทอ 1 - 3 คน มีระยะเวลาทอ 5 - 15 วัน ผ้าลื้อเป็นผ้าที่ใช้ปูที่นอนใช้ในโอกาสพิเศษ ปัจจุบันไม่มีการทอมากกว่า 80 ปี กลุ่มต้องการรื้อฟื้นการทอผ้าลื้อขึ้นมาใหม่เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาไปสู่การสร้างรายได้ และ

2) กระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อมีดังนี้ (1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ (2) การหาแนวทางการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ (3) การวางแผนการดำเนินการร่วมกับชุมชน นักวิจัยและภาครัฐ (4) การดำเนินการรื้อฟื้น (5) การติดตามและประเมินผลการรื้อฟื้นจากสมาชิกและเครือข่าย และ (6) การพัฒนารูปแบบผ้าลื้อตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

คำสำคัญ

กระบวนการรื้อฟื้นทางวัฒนธรรม, ผ้าลื้อ, กลุ่มวิสาหกิจชุมชน, บ้านวังอาบช้าง

บทนำ

การทอผ้าเป็นวัฒนธรรมของมวลมนุษยชาติที่มาจากความต้องการใช้ผ้าในการดำเนินชีวิต มนุษย์แต่ละพื้นที่มีรูปแบบและวิธีการทอผ้าที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันจึงปรากฏเป็นลวดลายและคุณลักษณะของผ้าทอเฉพาะขึ้น ซึ่งทักษะการทอผ้าของช่างทอเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นที่มีการอนุรักษ์และการพัฒนารูปแบบผ้าทอให้เหมาะสมกับยุคสมัยและตรงตามความต้องการของผู้ใช้ผ้าทอเป็นอย่างดี (Bamroongboon & Potiwan, 2020, pp. 117-126) วัฒนธรรมการทอผ้าของจังหวัดเลยในอดีตนั้นมียุ้งหูกครีวเรือน โดยผู้หญิงมีบทบาทสำคัญในการทอผ้าเพื่อใช้ในวิถีชีวิตเช่นกลุ่มทอผ้าบ้านสูงที่ทอผ้าซิดมุกเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มที่อพยพมาจากหลวงพระบาง สปป.ลาว กลุ่มทอผ้าบ้านนาอ้อทอผ้าลายชั้นผสมซิดมุกสำหรับใช้ในงานบุญ และการทอผ้าใช้ในพิธีกรรม เช่นการทอผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำที่มีการทอผ้านางหาญสำหรับใช้ในพิธีกรรมเลี้ยงผีเจ้านาย ปัจจุบันผ้าทอจังหวัดเลยถูกส่งเสริมจากภาครัฐเพื่อการยกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าให้สามารถแข่งขันในระดับประเทศได้ ด้วยการพัฒนาดังแต่ต้นทางของวัตถุดิบ การคัดสรรวัสดุและกระบวนการทอผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่การสร้างรายได้ที่ยั่งยืน (Chaipratoom, 2013, pp. 129-156)

ภูมิปัญญาการทอผ้าของจังหวัดเลยได้สอดแทรกนัยยะของวิถีชีวิตองค์ความรู้ ทักษะ การแก้ปัญหา คติ ความเชื่อและแรงบันดาลใจของช่างทอผ้าแต่ละคนผสมผสานลงบนผืนผ้า เพื่อการบอกเล่าเรื่องราวและแสดงตัวตนผ่านรูปแบบและทักษะการทอผ้าที่มาจากความปรารถนาให้ผ้าของตนและหมู่บ้านมีความแตกต่าง สวยงามกว่าช่างทอที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ช่างทอจึงคิดค้นเทคนิควิธีการทอผ้า การออกแบบลวดลายให้มีอัตลักษณ์เฉพาะเพื่อ

ห้วงผลด้านความโดดเด่น และการยอมรับจากคนอื่น ๆ (Buakeaw, 2015, pp. 59-82; Pipitkul, 2016, pp. 56-67; Saeng-iam, 2021, pp. 1-12) ดังนั้น ช่างทอที่เชี่ยวชาญจึงมีทักษะการพัฒนาเทคนิคการทอและรูปแบบผ้าทอให้มีความละเอียดและประณีตทุกขั้นตอน (Keawban, Prayongtrap, & Udomtawi, 2019, pp. 71-85)

บ้านวังอาบช้างเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในเขตตำบลเขาแก้ว อำเภอยะบะ จังหวัดเลย มีอายุมากกว่า 100 ปี แต่เดิมนั้นมีชาวบ้านในพื้นที่ใกล้เคียงได้ย้ายมาตั้งหลักแหล่ง 3 ครอบครัว ต่อมาชาวบ้านจากบ้านนาข้าวได้ย้ายเข้ามาในพื้นที่เพื่อจับจองที่ดินทำไร่ทำนา จึงทำให้ครัวเรือนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ระยะแรกตั้งชื่อหมู่บ้านว่า “วังเหียบกลอย” โดยนำชื่อต้นกลอยที่มีอยู่มากในพื้นที่มาตั้งชื่อ ส่วนชื่อหมู่บ้านวังอาบช้างนั้นได้มาจากการที่พระยาศรีธรราชสด เจ้าเมืองเชียงคาน ได้เดินทางมาเที่ยวป่าพร้อมบริวารและได้มาพักอยู่ที่ริมหนองน้ำหรือวังน้ำ ซึ่งเห็นว่าหนองน้ำมีความลึกพอที่จะนำช้างมาลงอาบได้ จึงได้เรียกบริเวณนี้ว่า “วังอาบช้าง” ต่อมาชาวบ้านเห็นว่าชื่อเป็นสิริมงคลจากการที่เคยมีเจ้านายมาเยือน จึงเปลี่ยนชื่อมาเป็น “บ้านวังอาบช้าง” และใช้มาจนถึงปัจจุบัน (Chomphol, A., Phoungmanee, T., April 8, 2022) ชาวบ้านส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธและมีประเพณีการสักการะเขาแก้วอันเป็นแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่หล่อเลี้ยงคนในหมู่บ้านซึ่งเป็นความเชื่อท้องถิ่น จัดขึ้นช่วงเดือนมิถุนายนของทุกปี มีเจ้าเป็นผู้นำประกอบพิธีกรรมและชาวบ้านจะร่วมกันขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์บนเขาแก้วให้ปกปักรักษาลูกหลานในหมู่บ้านให้อยู่ดีมีสุข ฝนตกตามฤดูกาลและผลผลิตมีความอุดมสมบูรณ์ ส่วนวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านนั้นยึดแนวทางฮิลิบสองคองสิบสี่ ชาวบ้านใช้เวลาว่างทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่และการทอผ้าด้วยฝ้ายที่ปลูกตามหัวไร่ปลายนาและบริเวณบ้านมาเป็นวัสดุ

การทอ ปัจจุบันช่างทอได้เปลี่ยนไปใช้ฝ่ายโรงงานและเส้นด้ายที่มีจำหน่ายในตลาดมาทำการทอ เนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็ว ส่วนผ้าทอของกลุ่มที่ทอขายมีดังนี้ ผ้าพื้น ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ และทอผ้าตามสั่งจากกลุ่มทอผ้าที่อยู่ใกล้เคียง ส่วนปัญหาคือผ้าทอขาดอัตลักษณ์และมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ

จากการลงพื้นที่บ้านวังอาบช้างพบว่ากลุ่มต้องการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อที่มีร่องรอยการทอมากกว่า 80 ปี เป็นผ้าทอที่ใช้เทคนิคการเก็บขิด เดิมมีการทอในครัวเรือนโดยการทออาจใช้ช่างทอคนเดียว หรือใช้ช่างทอ 3 คนที่เป็นคนในครอบครัวมาร่วมมือกันทอ ซึ่งช่างทอแต่ละคนจะมีหน้าที่แตกต่างกันเช่น เป็นผู้กระทบ ผู้เก็บขิด หรือผู้สอดกระสวย โดยคุณค่าจากการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อจะทำให้กลุ่มมีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านที่มีรูปแบบการทอแตกต่างจากการทอผ้าของกลุ่มอื่น (Chomphol, A., Phoungmanee, T., April 8, 2022) สอดคล้องกับ Duangwiset (2019, pp. 38-75) ที่กล่าวว่า การรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าแบบดั้งเดิมให้ได้กลับมาทอใหม่อีกครั้งจะทำให้กลุ่มมีผ้าทอที่มีอัตลักษณ์สามารถนำไปสร้างจุดขายให้กับกลุ่มได้ ส่วนปัญหาการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อคือ การขาดความรู้และความเข้าใจในการทอแบบขิดลวดลาย เนื่องจากขาดการสืบทอดมาเป็นเวลานาน และช่างทอที่มีทักษะล้มหายตายจากไป ขาดวัสดุอุปกรณ์สำหรับการทอ โดยที่การรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่จำเป็นต้องเริ่มต้นจากกลุ่มเองด้วยการสร้างการตระหนักรู้ร่วมกันดำเนินการพัฒนาผ้าทอที่เป็นรูปธรรมสำหรับนำไปต่อยอดทางเศรษฐกิจต่อไป (Hussadin, 2016, pp. 74-88)

อย่างไรก็ดี วัฒนธรรมการทอผ้าล้อของบ้านวังอาบช้างเพื่อให้เกิดความยั่งยืนนั้น ฐานของการรื้อฟื้นจะต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขของชุมชนและสภาพการณ์ของกลุ่มทอผ้าและแนวคิดการมีส่วนร่วม (Phayakprakhon, 2015, pp. 16-24) เนื่องจากผ้าล้อเป็นผ้าทอที่ต้องใช้เทคนิคการเก็บขิดให้ลวดลายบนผ้ามีลักษณะสูงขึ้นมาจากระนาบของผ้า จากนั้นจึงนำไปเย็บขอบผ้าทุกด้านด้วยผ้าฝ้ายทอมือสีแดง ดังนั้น กระบวนการรื้อฟื้นจึงเป็นการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการปฏิบัติการทอที่ช่วยทำให้รูปแบบและเทคนิคของผ้าทอได้สืบทอดและคงอยู่ต่อไป (Bamroongboon, & Potiwan, 2020, pp. 117-126) ทั้งนี้ ผ้าทอที่จะมีการรื้อฟื้นและพัฒนาขึ้นมากจะช่วยสร้างอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มได้ โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มผ่านกระบวนการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจและร่วมดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนร่วมกันอย่างชัดเจน (Phoungmanee, Jaingamdee, & Charoensuk, 2022, pp. 59-96) นอกจากนี้ ผลจากการดำเนินการแบบมีส่วนร่วมจะช่วยให้เห็นถึงการพัฒนาที่สามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากภาครัฐและกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าในจังหวัดร่วมกัน อันจะทำให้กลุ่มเกิดศักยภาพภาพของการอนุรักษ์วัฒนธรรมการทอผ้าและการนำผลผลิตจากการพัฒนาไปสู่การจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มได้อย่างยั่งยืน

จากที่กล่าวมาวัฒนธรรมการทอผ้าล้อที่เคยมีมาในอดีตของบ้านวังอาบช้างเป็นมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ช่วยสื่อสารอัตลักษณ์และรสนิยมของชุมชนทอผ้า ปัจจุบันผ้าล้อเป็นโบราณที่มีอยู่ของกลุ่มได้ถูกกระแสของการท่องเที่ยวดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและผู้สนใจให้เดินทางเข้ามาชื่นชมและสัมผัสถึงคุณค่าความงามอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าล้อ ยังเป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม

อันจะส่งผลดีต่อกลุ่มในการสร้างรายได้ มีทักษะการบริหารจัดการกลุ่ม มีทักษะการทอมากขึ้น โดยเฉพาะทำให้กลุ่มมีความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจกัน วางแผนการพัฒนาศักยภาพตนเองและการขับเคลื่อนวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อการอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทและวัฒนธรรมการทอผ้าที่บ้านวังอาบช้าง อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษากระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

บททวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการรื้อฟื้นและการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นบ้าน

ผ้าทอพื้นบ้านเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนและมวลมนุษยชาติ โดยมีช่างทอผ้าเป็นผู้ใช้ทักษะและความเชี่ยวชาญในการสร้างรูปแบบของผ้าทอให้มีความงามและสอดคล้องกับวิถีชีวิตและเอื้อต่อการใช้ประโยชน์ (Chantang, 2021, 55-86) ผ้าทอพื้นบ้านจากอดีตถึงปัจจุบันถูกผลิตซ้ำผ่านช่างทอมาอย่างต่อเนื่อง มีทั้งการทอสืบทอดแบบเดิม หรือการพัฒนาใหม่ อย่างไรก็ตาม ผ้าทอพื้นบ้านถูกช่างทอขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้งานในพิธีกรรมหรือใช้สนับสนุนการดำเนินชีวิตให้สะดวกสบายขึ้น สำหรับผ้าทอพื้นบ้านที่หลงเหลือมาจนถึงปัจจุบันนั้นถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทั้งด้านความงามและด้านราคาในแง่ของ

สิ่งหายาก ทำให้ผู้สนใจผ้าทอโบราณได้แสวงหาเพื่อการเก็บสะสมสำหรับเป็นแหล่งเรียนรู้ของคนสมัยใหม่ต่อไป อย่างไรก็ตาม ผ้าทอพื้นบ้านโบราณในทุกพื้นที่ล้วนประสบปัญหาด้านช่างทอที่มีอายุมากขึ้น ขาดการสืบทอดโดยลูกหลานที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม เนื่องจากกระบวนการทอยากและซับซ้อนจึงส่งผลกระทบต่อสถานะเสี่ยงต่อการสูญหายไป รวมทั้งการเลิกล้มอาชีพการทอผ้าไปประกอบอาชีพอื่นแทน เช่นเดียวกับทัศนคติของคนในสังคมที่มีต่อวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้านด้วย (Phayakprakhon, 2015, pp. 16-24) อย่างไรก็ตาม ผ้าทอพื้นบ้านถือว่าเป็นวัตถุทางวัฒนธรรมที่สามารถสื่อสารรากเหง้าของบรรพบุรุษ ธรรมเนียม ความเชื่อความศรัทธา ทักษะและประสบการณ์สอดแทรกลงบนผืนผ้า ผลสำเร็จของผ้าทอย่อมสะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าที่ควรเก็บรักษาไว้ให้คนรุ่นลูกหลานได้เรียนรู้ (Phoungmanee, Jaingamdee, & Charoensuk, 2020, pp. 59-96)

ดังนั้น แนวทางการรื้อฟื้นผ่านการผลิตผ้าทอโบราณจึงต้องอาศัยการขับเคลื่อนอย่างมีระบบ มีการกำหนดแผนงาน และเป้าหมายที่ชัดเจน มีการสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกกลุ่มได้เห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะการเกิดผ้าทอรูปแบบใหม่ที่สามารถสื่อสารเรื่องราวของชุมชนที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาทางสังคมและพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมการทอผ้าในช่วงเวลานั้นอย่างมีความหมาย (Bamroongboon, & Potiwan, 2020, pp. 117-126) ดังนั้น ผ้าทอแต่ละผืนจึงเป็นผลผลิตของกระบวนการผลิตทางสังคม ที่สะท้อนภูมิหลังวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของครอบครัวและสังคม (Chaipratoom, 2013, pp 129-156) โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีบทบาทสำคัญของสถาบันครอบครัวที่ต้องมีการทอผ้าไว้ให้สมาชิกในครัวเรือนได้ใช้ ดังนั้น ความคิดและความต้องการให้คนในครอบครัวได้ใช้ผ้าที่มีความสวยงามจึงเกิดขึ้นจากความมุ่งมั่น ขยันตั้งใจ อดทนและพยายามสร้างสรรค์การทอผ้าให้มีอัตลักษณ์

และประณีตจึงเกิดขึ้น ซึ่งผลจากพฤติกรรมการทอผ้าจึงช่วยขัดเกลา
ความเป็นผู้หญิงให้อ่อนโยน ละเอียดอ่อน ประณีตแก่ผู้พบเห็น (Buakeaw,
2015, pp. 59-82) กล่าวได้ว่ากระบวนการเรียนรู้ใหม่ของช่างทอพื้นบ้านผ่าน
กิจกรรมการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อจะส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพ
การคิด การวางแผน การปฏิบัติบนฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่า
(Phoungmanee, Jaingamdee, & Charoensuk, 2022, pp. 59-96)

แม้ว่าการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อจะเป็นการดำเนินการทำให้
สิ่งที่เคยมีและหายไปแล้วกลับมามีคุณค่าในช่วงเวลาและบริบทใหม่ทางสังคม
อีกครั้งหนึ่งก็ตาม)Kongpan, Jittima, & Khaenamkhaew, 2018, pp.
133-142) แต่กระบวนการรื้อฟื้นจะช่วยสร้างฐานการคิดและสร้างแรง
บันดาลใจให้กับช่างทอระหว่างการพัฒนาด้วยการร่วมกันค้นหาเทคนิค
วิธีการใหม่มาสร้างผ้าทอให้แตกต่างไปจากเดิม (Pipitkul, 2016, pp. 56-67(
โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะการคิด การออกแบบการทอแบบมีส่วนร่วมด้วย
การเรียนรู้จากผ้าทอต้นฉบับ เมื่อมีการฝึกฝนด้วยการทอซ้ำก็ช่วยให้ช่างทอ
ชำนาญ จนนำไปสู่การสร้างต้นแบบและพัฒนาผ้าทอรูปแบบใหม่ได้อย่างมี
คุณภาพ ดังนั้นความสำเร็จจากการรื้อฟื้นปลายทางจึงนำไปสู่การยกระดับผ้า
ทอพื้นบ้านให้มีราคาสูงด้วย)Bamroongboon, & Potiwan, 2020,
pp. 117-126(ดังนั้น การรื้อฟื้นและการขับเคลื่อนวัฒนธรรมการทอผ้าทอ
โบราณด้วยการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากเครือข่ายความร่วมมือทั้ง
ภาครัฐและเอกชนจึงส่งผลประสบความสำเร็จและความยั่งยืน
)Phoungmanee, Jaingamdee, & Charoensuk, 2022, pp. 59-96(

2. แนวคิดการมีส่วนร่วมพัฒนาผ้าทอพื้นบ้าน

การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มถือว่าเป็นกระบวนการบริหารจัดการที่ทำให้สมาชิกทุกคนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ โดยที่การขับเคลื่อนกลุ่มจะใช้กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งการบริหารจัดการ การตลาดและการพัฒนาศักยภาพของผ้าทอให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย ส่วนเป้าหมายปลายทางคือกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและผ้าทอมีคุณภาพ (Kasemsuk, 2018, pp. 169-186) การใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องเริ่มจากกิจกรรมการสร้างความตระหนักรู้ร่วมกัน มีการสะท้อนสภาพและปัญหาอย่างตรงไปตรงมา เพื่อร่วมกันค้นหาวิธีการพัฒนากลุ่มและผ้าทออย่างสร้างสรรค์และเต็มศักยภาพ โดยมีการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของกลุ่มด้วย ดังนั้น การมีส่วนร่วมในการดำเนินการผ่านกิจกรรมการฝึกอบรม และการศึกษาดูงานย่อมทำให้สมาชิกกลุ่มเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง มีความรักความผูกพันและเกิดความรู้สึกร่วมต่อการสร้างประโยชน์สูงสุด (Hongsombud, Isanapong, Sikinaram, & Putthama, 2019, pp. 9-20) ส่วนรูปแบบการมีส่วนร่วมนั้นสมาชิกกลุ่มจะต้องร่วมคิดร่วมปฏิบัติการ ร่วมรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของและร่วมรับผลประโยชน์ ส่วนเป้าหมายคือมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มอย่างสมดุล โดยมีกิจกรรมร่วมกัน เช่นการรับรู้ข่าวสาร การปรึกษาหารือ การประชุมรับฟังความคิดเห็น ถึงสภาพปัญหา การหาแนวทางแก้ไข การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินการ การติดตาม การประเมินผล และการรับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเชื่อมโยงกับภาครัฐ เอกชนและเครือข่ายให้เข้าร่วมกระบวนการด้วย (Chantang, 2021, pp. 55-86 ; Kasemsuk, 2018, pp. 169-186) สำหรับการมีส่วนร่วมเพื่อให้

กลุ่มประสบความสำเร็จนั้นสมาชิกกลุ่มต้องมีความจริงใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมบริหารจัดการ มีกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นศักยภาพกลุ่มและผ้าทอให้มีเรื่องราวและคุณภาพ และต้องร่วมกันสะท้อนปัญหาอุปสรรคของการบริหารจัดการกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพื่อให้กลุ่มสามารถดำรงอยู่ท่ามกลางกระแสของการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงได้ (Kasemsuk, 2018, pp. 169-186)

3. แนวคิดเกี่ยวกับงานวิจัยการทอผ้าพื้นบ้าน

ผ้าทอพื้นบ้านเป็นประเด็นที่นักวิจัยสนใจเลือกมาศึกษาเพื่อค้นหาองค์ความรู้และพัฒนาต่อยอดไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอมีคุณค่าและมาตรฐาน ได้แก่ Phayakprakhon (2015, pp. 16-24) ทำการวิจัยเรื่องช่างทอผ้าพื้นบ้านกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในจังหวัดสุรินทร์ พบว่าการทอผ้าเป็นกิจกรรมสำคัญในหลายชุมชน บางชุมชนปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและทอผ้าสำหรับใช้เอง หลายครอบครัวของช่างทอเล็กทอผ้า เนื่องจากมีอายุมากและจากไปโดยไม่มีผู้สืบทอด ส่งผลให้การทอผ้าอยู่ในสภาพเสี่ยงที่จะสูญหายไป ส่วน Phoungmanee, Jaingamdee, & Charoensuk (2022, pp. 59-96) ศึกษาเรื่องการรื้อฟื้นและการพัฒนาการออกแบบผ้าลื้อด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ศาลาเพื่องอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่าการรื้อฟื้นและการพัฒนาการออกแบบมีกระบวนการดังนี้ (1) การเรียนรู้ความเป็นไปได้ในการรื้อฟื้นและการพัฒนาการออกแบบ (2) การวิเคราะห์ลวดลายผ้าลื้อและการสร้างความคิดในการออกแบบและการพัฒนา (3) การปฏิบัติการ (4) การวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาการออกแบบ และ (5) การประเมินผลการออกแบบและพัฒนา

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อของบ้านวังอาบช้างที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมโดยมีสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชนที่มีบทบาทหน้าที่ในการหนุนเสริมเข้ามาร่วมจัดกิจกรรมการพัฒนา โดยมีกรอบความคิดการวิจัยดังนี้ (Diagram 1)

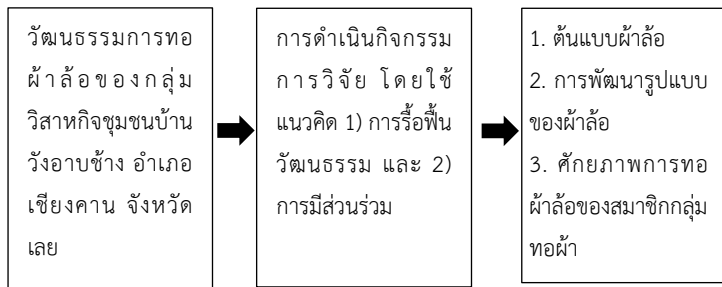


Diagram 1. Conceptual framework in research

Note. From Thairoj Phoungmanee

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพประเด็นดังนี้ (1) สภาพของวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ (2) แนวทางการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อของบ้านวังอาบช้าง (3) การดำเนินการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อและการประเมินผลการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินผลการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อจากสมาชิกกลุ่มและตัวแทนภาครัฐ 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านศักยภาพการทอของกลุ่ม 2) ด้านรูปแบบของผ้าทอและ 3) ด้านเทคนิคการทอผ้า ส่วนขอบเขตการดำเนินการวิจัยมีดังนี้ ด้านระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล 10 เดือน ด้านกลุ่มเป้าหมายที่ให้

ข้อมูลคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง สำนักพัฒนาชุมชน
สำนักวัฒนธรรม พาณิชย์จังหวัดเลย นักวิชาการด้านการทอผ้า
ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมประเมินผลการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อคือ
ตัวแทนภาครัฐได้แก่ สำนักพัฒนาชุมชน สำนักวัฒนธรรม พาณิชย์จังหวัดเลย
นักวิชาการด้านการทอผ้า ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าในจังหวัดเลย
จำนวน 22 คน มีรายละเอียดของการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยศึกษาเอกสารจากสำนักวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ
การทอผ้า โดยใช้แบบบันทึกข้อมูลประเด็นที่ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวม
ข้อมูลผ้าทอพื้นบ้านมีดังนี้ วัฒนธรรมการทอผ้าพื้นบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ทอผ้าพื้นบ้าน สภาพปัญหาการผ้าทอพื้นบ้าน แนวทางการรื้อฟื้นและ
การอนุรักษ์วัฒนธรรมการทอผ้าพื้นบ้าน

2. การศึกษาจากภาคสนาม ผู้วิจัยลงพื้นที่บ้านวังอาบช้างเพื่อ
เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ
กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านวังอาบช้าง เพื่อขอลงพื้นที่
เก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินกิจกรรมการวิจัย โดยมอบเอกสารในวันที่ผู้วิจัย
ลงพื้นที่ ส่วนกลุ่มเป้าหมายจากหน่วยงานภาครัฐ ใช้การส่งหนังสือราชการ
เพื่อขอให้บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมการวิจัย มีจำนวนทั้งสิ้น 22 คน
มีรายละเอียดดังนี้ 1) การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มี
โครงสร้าง ลงพื้นที่จำนวน 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลบริบทกลุ่ม
ทอผ้า การจดทะเบียนจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และวัฒนธรรมการทอผ้า
ของบ้านวังอาบช้าง มีผู้ให้ข้อมูลเป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้าจำนวน 7 คน และ
ครั้งที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลบริบทของผ้าลื้อและวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ

มีผู้ให้ข้อมูลเป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้าจำนวน 7 คน 2) การสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยใช้ประเด็นการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ลงพื้นที่จำนวน 4 ครั้ง ครั้งที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลและค้นหาแนวทางการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ โดยมีผู้ร่วมสนทนาเป็นสมาชิกกลุ่ม นักวัฒนธรรม นักพัฒนาชุมชน จำนวน 7 คน ครั้งที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อมีสมาชิกกลุ่มนักวัฒนธรรม นักพัฒนาชุมชน จำนวน 7 คนเข้าร่วมสนทนากลุ่ม ครั้งที่ 3 เก็บรวบรวมข้อมูลการปฏิบัติการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ มีผู้ให้ข้อมูลเป็นนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการทอผ้า นักวัฒนธรรม นักพัฒนาชุมชนจำนวน 5 คน และครั้งที่ 4 เก็บรวบรวมข้อมูลแนวทางการพัฒนาต่อยอดวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ มีผู้ให้ข้อมูลเป็นตัวแทนภาครัฐและเอกชนได้แก่ ตัวแทนสำนักพัฒนาชุมชน สำนักวัฒนธรรม พาณิซย์จังหวัดเลย นักวิชาการด้านการทอผ้า ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าในจังหวัดเลย จำนวน 15 คน ได้มาโดยวิธีการเจาะจง 3) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกข้อมูลการสังเกต โดยมีประเด็นดังนี้ การคิดสร้างสรรค์ กระบวนการทอผ้า การมีส่วนร่วมในการทอผ้า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการแสดงความคิดเห็น

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การประชุมและการศึกษาเอกสารมาจัดระเบียบข้อมูลให้สอดคล้องกับประเด็นและวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยการสร้างเป็นตารางเมทริกส์ จากนั้นจึงวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับการตรวจสอบข้อมูลนั้นผู้วิจัยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้าด้วยวิธีการดังนี้ (1) จากการเก็บรวบรวมข้อมูล (2) จากการมอบหมายให้ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มและปราชญ์ท้องถิ่นในการทอผ้าลื้อเป็นผู้อ่านข้อมูล

จากนั้นจึงปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบประเมินผลการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าฝ้าย ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์จากการตอบแบบประเมินของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. การนำเสนอข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ประกอบภาพถ่าย ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณนำเสนอผ่านการเขียนบรรยายรายละเอียดร่วมกับข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

1. บริบทและวัฒนธรรมการทอผ้าฝ้ายบ้านวังอาบช้าง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านวังอาบช้างจดทะเบียนจัดตั้งกลุ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 มีพื้นที่ดำเนินการของกลุ่มที่ 23/3 หมู่ที่ 5 ตำบลเขาแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย เดิมมีสมาชิกช่างทอจำนวน 20 คน ปัจจุบันเหลือช่างทอจำนวน 8 คน ผลิตผ้าทอส่งให้กับกลุ่มทอผ้าใกล้เคียงส่วนผลิตภัณฑ์ผ้าทอมีดังนี้ ผ้าพันคอลดลายตาราง ผ้าพื้นสำหรับนำไปตัดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งทอด้วยเส้นฝ้ายจากโรงงาน หรือด้ายที่จำหน่ายในตลาด รวมทั้งฝ้ายที่กลุ่มได้ปลูกเองแบบปลอดสารเคมีสำหรับนำมาทอตามที่ลูกค้าต้องการ (Kumpang, S., Phoungmanee, T., June 10, 2022) ส่วนการย้อมสีนั้นกลุ่มใช้สีเคมีที่ได้มาตรฐานที่ยอมรับในวงการทอผ้าเนื่องจากให้สีสดใส มีความคงทนต่อแสงแดดและไม่ซีดจางง่าย ส่วนผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่กลุ่มทำการทอจำหน่ายมีดังนี้ ผ้าพันคอ ผ้าชิ้นลายชั้น ผ้าพื้นและลายริ้วสำหรับนำไปตัดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยขายในราคา 150 – 700 บาท ตามลักษณะและรูปแบบของผ้าทอ รวมทั้งมีการรับทอ

ตามความต้องการของลูกค้า และผลิตผ้าทอให้กับกลุ่มทอผ้าใกล้เคียงที่เห็นว่ารูปแบบและวิธีการทอมีความใกล้เคียงกับกลุ่มของตนเองด้วย

ด้านวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อที่บ้านวังอาบช้างนั้นมีการทอมามาก่อนเมื่อ 80 ปี มีการทอผ้าลื้อในทุกครัวเรือนจนเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในหมู่บ้าน ซึ่งพบว่า ผู้ชายมีหน้าที่ในการจัดเตรียมที่ทอผ้าและทำฟืมให้มีลวดลายเฉพาะครอบครัว โดยผู้หญิงรับบทบาทหน้าที่ในการทอ โดยใช้ใต้ถุนบ้านเป็นพื้นที่ตั้งที่ทอผ้า ใช้เวลาว่างจากงานเกษตรกรรมในการทอ เช่น ช่วงเช้า ช่วงเย็นจนถึงกลางคืนตามความสะดวกของช่างทอแต่ละคน ผ้าทอหนึ่งผืน ถ้าช่างทอคนเดียวจะใช้เวลานานราว 1 เดือนขึ้นไป บางครอบครัวมีสมาชิกในครัวเรือนมากก็จะมาช่วยกันทอ ซึ่งจะใช้ 3 คน คือ ผู้กระทบผู้สอดกระสวยและผู้เก็บขิดงานทอก็จะสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น สำหรับตัวผ้าลื้อนั้นเป็นผ้าทอแบบขิด 1 ผืน มี 5 ลวดลายใช้ฝ้ายเป็นวัสดุในการทอ ผ้าลื้อมีความยาว 180 เซนติเมตร ความกว้าง 60 เซนติเมตร เมื่อทอเสร็จแล้วจะเย็บขอบด้วยผ้าฝ้ายทอมือสีแดง มีความกว้างแต่ละด้านประมาณ 2 นิ้ว สำหรับช่วงการเตรียมโครงสร้างของเส้นใยฝ้ายแนวตั้งนั้นผู้ทอจะเป็นผู้ดำเนินการใช้เวลาประมาณ 7 วัน โดยใช้เส้นใยแนวตั้งแต่แนวบนจากฝ้ายที่ปลูกตามบริเวณบ้านและตามหัวไร่ปลายนาที่ใช้เวลาในการปลูกประมาณ 3 เดือน เมื่อถึงเวลาเก็บผลผลิตผู้หญิงจะเป็นผู้เก็บในช่วงเวลาเช้ามืด และนำไปตากแดดในช่วงสายโดยตากจนกว่าจะแห้ง เมื่อแห้งดีแล้วจึงนำเข้าสู่กระบวนการทำเป็นเส้นใยด้วยการดัด การกวักจนเป็นเส้นใย จากนั้นจึงนำไปย้อมสีจากธรรมชาติให้มีความสวยงามต่อไป สำหรับสีธรรมชาติที่นำมาใช้ในการย้อมเส้นใยนั้นเป็นสีจากต้นไม้และพืชสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนและหาได้ง่าย เช่น

สีแดงจากเปลือกต้นฝาง สีเหลืองจากขมิ้น สีครามจากต้นคราม และสีดำจาก
ลูกมะเกลือ (Kumpang, S., Phoungmanee, T., June 10, 2022)

ส่วนลักษณะเด่นของผ้าลื้อคือเป็นผ้าทอที่ใช้การทอแบบเก็บขิด
หรือเก็บดอกให้มีลวดลายนูนลอยขึ้นมาจากเนื้อผ้า โดยผ้าลื้อ 1 ผืนนั้นจะมี
การวางลายต่อเนื่องจำนวน 5 ลวดลาย (Figure 1) ดังนี้ ลายหัวนาค
ลายกาบหอย ลายขอลองเอื้อ ลายจันทร์แปดกลีบคลองเอื้อ และลายกาบไผ่
วงใหญ่ ลายเหล่านี้ได้แนวคิดมาจากพืช สัตว์ สิ่งแวดล้อมและความเชื่อชุมชน
โดยเห็นว่ามี ความหมายที่ดีและมีความสวยงาม เช่น ลายหัวนาคที่มาจาก
ความเชื่อท้องถิ่นที่ว่า นาคคือแม่น้ำ มีนัยยะแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของ
พืชพันธุ์ธัญญาหารและฝนที่ตกถูกต้องตามฤดูกาล ส่วนลายกาบหอยนั้นได้
นำรูปแบบของเปลือกหอยที่มีอยู่มากในคลอง ที่ชาวบ้านจับมาแปรรูปเป็น
อาหาร จึงต้องการบอกเล่าเรื่องราวของธรรมชาติในบ้านวังอาบช้างที่
เอื้ออำนวยต่อการยังชีพของชาวบ้าน สำหรับลายขอลองเอื้อนั้นมีที่มาจาก
การได้เห็นเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันที่ใช้ในการยึดเกาะหรือ
เกาะเกี่ยวสิ่งต่าง ๆ เช่น ตะขอ โดยเห็นว่าเส้นโค้งบนเส้นโค้งล่างมี
ความสวยงามจึงเลือกนำมาสร้างเป็นลวดลายเพื่อเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อสารถึง
การเชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวและการเกาะกลุ่มเป็นพวกพ้อง โดยนำมา
ผสมผสานร่วมกับลักษณะ การไหลของสายน้ำในแม่น้ำลำคลองที่ช่วย
เอื้ออำนวยความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตของมนุษย์ และลายจันทร์แปด
กลีบคลองเอื้อ นำรูปลักษณะและความงามของดอกไม้ที่มีแปดกลีบที่มี
ความสวยงามมาเชื่อมโยงกับความเชื่อเกี่ยวกับการปกปักรักษาประจำทิศ
แปดทิศที่สามารถป้องกันภัยอันตรายให้แก่ผู้ใช้ผ้าทอได้ ส่วนลายกาบไผ่วงใหญ่
นั้นมาจากการเห็นไผ่ที่ขึ้นจำนวนมากบนภูแก้ว เมื่อชาวบ้านเข้าไปในพื้นที่ป่า

ชุมชนจึงได้เก็บมาทำอาหารกินในครัวเรือน โดยให้ความหมายถึงการปกป้อง การคุ้มครองและการโอบอุ้ม ดังลักษณะของกาบไผ่ที่โอบล้อมลำต้น การทอผ้าลงในอดีตในแต่ละครัวเรือนจะใช้เวลาว่างจากทำไร่ทำนาและทอเพียงคนเดียว ระยะเวลาการทอแตกต่างกันไปตามความพยายาม ความขยัน และทักษะความเชี่ยวชาญในการทอและการเก็บขีดของผู้ทอ ส่วนลวดลายที่มีการทอในแต่ละครัวเรือนจะแตกต่างกัน เนื่องจากถูกออกแบบและสร้างสรรค์จากคนรุ่นปู่ย่าตายาย ดังนั้นลวดลาย การเลือกใช้สี เส้นใย และทักษะการทอด้วยจึงสามารถแสดงอัตลักษณ์ของบ้านแต่ละหลังได้ (Sonbate, A., Phoungmancee, T., April 8, 2022)



Figure 1: The existence of Pha Lau is a cultural heritage of Ban Wang Arb Chang

Note. From Thairoj Phoungmancee

อย่างไรก็ตาม ประเด็นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อที่สูญหายไปจากหมู่บ้าน อันเนื่องมาจากความยากในการทอและเป็นผ้าที่ยังไม่ตอบสนองวัตถุประสงค์การใช้ที่หลากหลาย ช่างทอจึงเลิกทอและไปทอผ้ารูปแบบอื่น ๆ ที่ทอได้ง่ายกว่า ส่วนพื้นที่เป็นตัวหลักในการทอผ้าลื้อนั้นพบว่าสูญหายและผูกพันไปกับกาลเวลา จำเป็นต้องหางบประมาณในการจ้างทำขึ้นมาให้มัลลวดลายแบบดั้งเดิม ดังนั้น กลุ่มทอผ้าและคนในชุมชนจึงเห็นว่าผ้าลื้อเป็นผ้าที่ทอเก็บไว้ใช้ปูรองที่นอนให้กับแขกที่เดินทางมาเยี่ยมหรือพักค้างแรม โดยเจ้าของบ้านจะใช้ปูทับที่นอนเพื่อให้สวยงามสมเกียรติกับผู้ที่เดินทางมาพัก ซึ่งการรื้อฟื้นขึ้นมาให้จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและพัฒนา รูปแบบของผ้าเพื่อการสร้างรายได้ (Chomphol, A., Phoungmanee, T., June 10, 2022)

2. กระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง

2.1 การค้นหากระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ พบว่าการรื้อฟื้นนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากสมาชิกกลุ่ม ชุมชน ภาครัฐ และเอกชนให้เข้ามาช่วยส่งเสริม สนับสนุนและการให้กำลังใจเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปด้วยเรียบร้อย เนื่องจากผ้าลื้อเป็นผ้าทอที่มีการทอมานานแล้วและสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ไม่เคยทอผ้าในลักษณะซิดจากแม่และยายมาก่อน ดังคำกล่าวที่ว่า “...ต้องการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าขึ้นมาทอเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่ม เคยมีการคุยกับสมาชิกในกลุ่มแต่ขาดปัจจัยหลายด้านที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ เช่น ขาดเงินทุนสั่งทำพิมพ์ ไม่มีช่างทอที่มีความรู้การทอแบบซิดของสมาชิกกลุ่ม และไม่รู้วิธีการว่าจะต้องเริ่มต้นอย่างไร...การร่วมกันหาแนวทางจากสมาชิกกลุ่มและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึง

น่าจะได้แนวทางการรื้อฟื้นได้.." (Chomphol, A., Phoungmanee, T., August 11, 2022) มีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านหน่วยงานภาครัฐ มีบทบาทขับเคลื่อนคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาเพื่อการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้สู่ การพัฒนาเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสังคม ต้องดำเนินการดังนี้ (1) จัดกิจกรรมสร้างการเรียนรู้ระหว่างสมาชิกกลุ่มและผู้เกี่ยวข้อง เช่น การร่วมกันค้นหาสภาพ ลักษณะ อัตลักษณ์และรูปแบบวัฒนธรรม การทอผ้าล่อ (2) สนับสนุนงบประมาณสำหรับใช้ในการพัฒนาเครื่องมือและ อุปกรณ์การทอผ้าล่อ เพื่อให้การทอผ้าของกลุ่มมีคุณภาพ (3) จัดหาวิทยากร และที่ปรึกษาด้านการพัฒนาผ้าทอ ที่มีความรู้ มีทักษะการทอผ้าแบบขิดที่สามารถให้แนวคิดในการทอผ้าแบบดั้งเดิมและวิธีการพัฒนาไปสู่รูปแบบใหม่ (4) สร้างเครือข่ายกลุ่มทอผ้าที่ทอผ้าขิดมาช่วยสร้างแนวคิด แนวทางและ กระบวนการทอที่ถูกต้อง (5) ประชาสัมพันธ์ด้วยการทำข่าวสารและ การนำเสนอให้คนทั่วไปได้เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในเว็บเพจ และ เว็บไซต์ และประสานความร่วมมือกับสื่อมวลชนเพื่อจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (6) การจัดการประชุมให้ข้อคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์งานทอจากตัวแทนภาครัฐ เอกชน เครือข่ายกลุ่มทอผ้า นักวิชาการ และนักวัฒนธรรม โดยมีกลุ่มผู้ทอผ้า เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้สำหรับการพัฒนาผ้าล่อให้มีคุณภาพ

2) ด้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในฐานะของผ้าทอโบราณ มีบทบาท ขับเคลื่อนศักยภาพตนเองด้วยการทอผ้าให้มีคุณภาพ ต้องดำเนินการ ดังนี้ (1) เตรียมความพร้อมการเรียนรู้วิธีการทอผ้ารูปแบบใหม่ที่ต้องอาศัย ความร่วมมือร่วมใจกัน มีการสนทนากันระหว่างสมาชิก มีการยอมรับ ความคิดเห็น มีการนำเสนอความคิดใหม่ให้กับสมาชิกคนอื่น ๆ ทราบ

(2) จับคู่สมาชิกการทอในกระบวนการร้อยพื้น 2 - 3 คนต่อ 1 กี่ทอผ้า โดยเลือกตามความสัมพันธ์ทางเครือญาติหรือมีบ้านติดกัน (3) การร่วมพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับความคิด กระบวนการทอ การจับคู่สี การแก้ปัญหา การทอและการออกแบบลวดลาย ด้วยการจัดอบรมและทดลองปฏิบัติการ จับคู่สีและการทดลองปฏิบัติการตามรู้แบบของผ้าลื้อ

3) ด้านนักวิจัย เป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านการวางแผนดำเนินการทางวิชาการ และการขับเคลื่อนผ่านการจัดกระบวนการและงบประมาณ รวมถึงการสรุปองค์ความรู้ที่มีการค้นพบมาตั้งแต่ต้นทาง กลางทางและปลายทางที่ได้จากการวิจัย ต้องดำเนินการดังนี้ (1) การหนุนเสริมความรู้ และจัดกิจกรรมการประชุมระดมความคิดจากสมาชิกกลุ่มเพื่อการพัฒนา ย้อมสี การจัดโครงสร้างสี การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (2) จัดหาวิทยากร ในพื้นที่ที่มีความพร้อม มีเวลาว่าง มีความเป็นกัลยาณมิตรและมีศักยภาพในการพัฒนาการทอผ้ามาเป็นทีปรีกษาและให้ความรู้ในมิติด้านการทอผ้า (3) เป็นทีปรีกษาให้ความรู้และแนวทางด้านการทอ ด้านการออกแบบ ความสวยงามของการทอ สีและการใช้วัสดุที่สัมพันธ์กับการคำนวณราคาขาย กลุ่มเป้าหมาย และการตลาด

4) ด้านคนในชุมชน เป็นสมาชิกทางสังคมที่ต้องช่วยส่งเสริม อนุรักษ์ พื้นฟูและสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อให้คงอยู่ เพื่อให้ ลูกหลานและคนในชุมชนเกิดความตระหนักรู้และเกิดความภาคภูมิใจใน รากเหง้าทางวัฒนธรรมของตนเอง ต้องดำเนินการดังนี้ (1) การเข้าร่วมเรียนรู้ การสืบค้น การให้ข้อมูลและเผยแพร่เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักใน มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาผ้าทอที่ภาครัฐและนักวิจัยจัดขึ้น (2) การหาเวลาว่างลงพื้นที่เรียนรู้และชื่นชมผ้าทอเพื่อการให้กำลังใจกลุ่ม

หรือซื้อผ้าทอไปใช้ประโยชน์ และ (3) การประชาสัมพันธ์เรื่องราวของการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อให้กับคนนอกได้รับรู้

5) ด้านผู้ซื้อหรือลูกค้า มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้สนับสนุนด้วยการซื้อผ้าทอ และการแนะนำแนวทางการพัฒนาผ้าลื้อและผลิตผ้าทอรูปแบบอื่น ๆ กับกลุ่ม สามารถช่วยขับเคลื่อนได้ดังนี้ (1) การไม่ต่อรองราคาผ้าลื้อเนื่องจากเป็นผ้าที่ใช้ระยะเวลาในการทอ ช่างทอส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และยังเป็นปราชญ์ท้องถิ่นที่ควรส่งเสริมให้คงอยู่ การไม่ต่อรองราคาจะช่วยต่อลมหายใจของผ้าทอและผู้ทอได้ และ (2) การพูดคุยให้กำลังใจช่างทอที่เป็นผู้สูงอายุ หรือซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าของความเป็นงานศิลปะหัตถกรรม

6) ด้านสื่อมวลชน ช่วยขับเคลื่อนดังนี้ (1) การลงพื้นที่ทำข่าวประชาสัมพันธ์กลุ่มทอผ้า โดยนำเสนอเรื่องราว อัตลักษณ์เฉพาะของผ้าทอ และ (2) การบอกต่อสื่อมวลชนอื่น ๆ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมผ้าลื้อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2.2 กระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้างด้วยการมีส่วนร่วม พบว่าการรื้อฟื้นผ้าลื้อนั้นเป็นบทบาทหน้าที่ของกลุ่มร่วมกับภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่ในการอนุรักษ์และการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่รับผิดชอบให้คงอยู่ต่อไป และให้มีการประยุกต์วัฒนธรรมการทอผ้าลื้อไปสู่การต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่น ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยมีกระบวนการรื้อฟื้น ดังนี้ 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้การรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ 2) การระดมความคิดเห็นหาแนวทางการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ 3) การร่วมกันวางแผนดำเนินการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อจากชุมชน นักวิจัย และ

ภาครัฐ 4) การดำเนินการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ 5) การประชุมหาเครือข่ายภาครัฐและเอกชนเพื่อการรับรู้และประเมินผลการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ และ 6) การปรับปรุงและพัฒนารูปแบบของผ้าลื้อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.3 การดำเนินการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ พบว่าสมาชิกกลุ่มต้องร่วมกันระดมความคิด ร่วมกันวางแผนก่อนการดำเนินการทั้งด้านบุคลากร ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านสถานที่ ด้านเวลา ด้านความสวยงามของรูปแบบผ้าลื้อที่จะเกิดขึ้น และด้านองค์ความรู้เดิมและองค์ความรู้ใหม่ที่ค้นพบร่วมกัน โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ขั้นการเตรียมช่างทอผ้าเกี่ยวกับการทอแบบขิด 2) ขั้นการเตรียมวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือการทอ โดยเฉพาะการจัดหาฟืมในการทอผ้าลื้อใหม่ 3) ขั้นการดำเนินการและปฏิบัติการทอผ้าลื้อ โดยระยะแรกมุ่งเน้นให้ช่างทอได้ทดลองเลียนแบบการทอผ้าลื้อโบราณเพื่อให้มีความคุ้นเคยจากผ้าต้นแบบ โดยจัดหาวิทยากรมาให้ความรู้ความเข้าใจในการทอผ้าแบบขิด เนื่องจากสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคยกับการทอแบบขิดมาก่อน ส่วนระยะที่สอง การทอเลียนแบบผ้าลื้อโบราณให้มีลักษณะคล้ายกับต้นแบบมากที่สุด (Figure 2-3) โดยมีวิทยากรให้คำแนะนำการทอ ความถูกต้อง ความละเอียดประณีตและให้แนวทางการพัฒนาการทอผ้าลื้อต่อไป สำหรับระยะที่สาม เป็นการพัฒนาและปรับปรุงผ้าทอให้มีความทันสมัยทั้งสีและรูปแบบของผ้าโดยมีวิทยากร (Figure 4) นักวิจัยและตัวแทนภาครัฐให้แนวทางการคิดและการสร้างสรรค์ให้มีความแปลกใหม่ สอดคล้องกับตลาดและความต้องการของผู้บริโภค โดยระหว่างการดำเนินการทอมีการวิพากษ์วิจารณ์การทอผ้าจากนักวิจัยและนักวิชาการทอผ้า เพื่อให้ผ้าทอมีความสวยงาม และยังช่วยพัฒนาศักยภาพ

การคิดสร้างสรรค์ผ่านการจัดวางโครงสร้างลวดลาย การใช้สี การกำหนดขนาดลาย มีเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มสามารถดำเนินการเองได้เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นและ (4) ขึ้นประเมินผลงานเพื่อการรับรู้และการพัฒนาต่อยอดในโอกาสต่อไป จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม พบว่าการดำเนินการรื้อฟื้นวัฒนธรรมผ้าลื้อที่มีขั้นตอนและกระบวนการที่ชัดเจน และการติดตามประเมินผลการรื้อฟื้น ส่งผลทำให้การรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อเป็นไปด้วยดีสามารถร่วมกันทอจนสำเร็จ ด้วยทำให้กลุ่มมีการเรียนรู้ใหม่และยังสร้างความสามัคคีด้วย ดังคำกล่าวที่ว่า “..การทดลองทอผ้าลื้อผืนแรกรู้สึกยากและต้องใช้เวลาาน ผ้าที่ทอออกมาจึงยังไม่ดี เมื่อมีผู้เชี่ยวชาญมาชี้แนะให้แนวทางการทอผ้าก็ทำให้เข้าใจและสามารถทอได้ จนสามารถประยุกต์รูปแบบของการวางตำแหน่งของลวดลายและสีได้หลากหลายขึ้น...” (Sonbate, A., Phoungmanee, T., April 8, 2022)



Figure 2: Pha Lau fabric the weavers made in an effort to replicate the original.

Note. From Thairoj Phoungmanee



Figure 3: Pha Lor was created through experimental weaving by group members who tried to replicate the original Pha Lor. The fabric now resembles the original Pha Lor as a result of the revival.

Note. From Thairoj Phoungmanee

2.4 ผลการทดลองปฏิบัติการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ พบว่าผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้ความร่วมมือดำเนินกิจกรรม ตั้งแต่ก่อนทอ ระหว่างทอ และหลังการทอผ้าลื้อ มีการสนับสนุนงบประมาณและความรู้เชิงวิชาการสามารถแบ่งผลการประเมินการทดลองทอผ้าลื้อออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1) สมาชิกกลุ่มทอผ้า ประเมินผลการทดลองทอผ้าลื้อโดยภาพรวมในระดับมาก (4.02) มีรายละเอียดรายด้านดังนี้ (1) ด้านศักยภาพการทอของกลุ่ม ประเมินตนเองโดยภาพรวมในระดับมาก (4.13) ผลการประเมินเชิงคุณภาพพบว่า กลุ่มมีทักษะและความละเอียดในการทอผ้า มีการคิดค้นเทคนิคที่หลากหลายมาผสมผสานกับการทอ มีการคิดและการออกแบบสร้างสรรค์ด้วยการจัดวางสีและโครงสร้างของลวดลายจึงทำให้ผ้าทอมีความสวยงามขึ้น ส่วน (2) ด้านรูปแบบของผ้าทอ ประเมินตนเองโดยภาพรวมในระดับมาก (4.11) ผลการประเมินเชิงคุณภาพพบว่า ผ้าลื้อที่ทอ

ขึ้นมาใหม่มีลักษณะคล้ายต้นแบบ แต่ลักษณะของวัสดุ สีและขนาดของเส้น ฝ้าย และการย้อมสีธรรมชาติจะแตกต่างจากแบบเดิม (3) ด้านเทคนิค การทอผ้า ประเมินตนเองโดยภาพรวมในระดับมาก (3.83) ผลการประเมิน เชิงคุณภาพพบว่า ช่างทอมีการใช้เทคนิคการทอผสมผสานเส้นใยฝ้ายระหว่าง สีให้มีลักษณะสายฝนด้วยการพันสีเส้นฝ้ายเข้าหากัน และช่างทอยังมีการประยุกต์ใช้เทคนิคการคำนวณโครงสร้างของลวดลายเพื่อให้เกิด ความรูปแบบของผ้าลื้อใหม่ที่สวยงาม

2) หน่วยงานภาครัฐ ประเมินผลการทดลองการทอผ้าลื้อของกลุ่ม วิชาสหกิจชุมชน (Figure 5-6) โดยภาพรวมในระดับมาก (4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า (1) ด้านศักยภาพการทอของกลุ่ม ผลการประเมินโดยภาพรวมในระดับมาก (4.21) ผลการประเมินเชิงคุณภาพ พบว่า กลุ่มมีศักยภาพการทอผ้าแบบชิตโบราณ สามารถร่วมกันทอได้ เหมือนต้นแบบ และสามารถพัฒนาประยุกต์ให้เกิดรูปแบบลวดลายใหม่ ได้ส่งผลทำให้ภาพรวมของลวดลายและผ้าทอมีความประณีตและละเอียด ในการทอ (2) ด้านรูปแบบของผ้าลื้อ ผลการประเมินโดยภาพรวมในระดับ มาก (4.06) ผลการประเมินเชิงคุณภาพ พบว่า การรื้อฟื้นผ้าลื้อขึ้นมาทำให้ ช่างทอได้สืบทอดรักษาความสวยงามตามทศนะของช่างทอลงไปบนผืนผ้า ทำให้ลวดลายผ้าแปลกใหม่จากการปรับรูปแบบของสี การวางจังหวะของ สีเส้นฝ้าย การจัดช่องของลวดลาย (3) ด้านเทคนิคการทอผ้า ผลการประเมิน โดยภาพรวมในระดับมาก (3.87) ผลการประเมินเชิงคุณภาพพบว่า กลุ่มทอผ้ามีการใช้เทคนิคการทอมาผสมผสานทำให้ผ้ามีความแปลกใหม่ มีความสวยงาม สามารถพัฒนาผ้าลื้อให้เป็นผ้าทอที่มีการใช้งานได้อย่าง หลากหลายมากยิ่งขึ้น



Figure 4: Pha Lau patterns are being developed to be used in a larger variety of contexts by strategically placing patterns, colors, and weaving techniques.

Note. From Thairoj Phoungmanee



Figure 5: A seminar to showcase and evaluate the Pha Lau weaving tradition by the public and private sectors, as well as address procedures to promote and develop it further.

Note. From Thairoj Phoungmanee



Figure 6: Pha Lau fabrics obtained through rehabilitation and development methods devised collaboratively by group members make the fabrics unique and distinct.

Note. From Thairoj Phoungmanee

สรุป

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง เป็นกลุ่มทอผ้าในพื้นที่อำเภอเชียงคานที่ต้องการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อให้กลับมา โดยมีเป้าหมายเพื่อการรื้อฟื้นผ้าลื้อดั้งเดิมและการเป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาไปสู่ผ้าทอในรูปแบบใหม่สำหรับการจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและเป็นจุดขายที่มีอัตลักษณ์ของกลุ่มต่อไป พบว่า 1) วัฒนธรรมการทอผ้าลื้อมีความสำคัญต่อชุมชนเพราะสมัยก่อนชาวบ้านจะทอเก็บไว้ใช้ในช่วงเวลาสำคัญและการต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมเยือนบ้านเพื่อใช้ปูที่นอนให้สวยงาม สร้างการรับรู้ที่ดีมีคุณค่าในความรู้สึกประทับใจของแขกที่มาเยือนเอกลักษณ์คือผ้าลื้อใช้การทอแบบยกขิด 1 ผืนมี 5 ลาย และต้องใช้ผู้ทอจำนวน 1 - 3 คน และ 2) กระบวนการรื้อฟื้นการทอผ้าลื้อมี 6 ขั้นตอน โดยแต่ละขั้นนั้นดำเนินการด้วยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มสมาชิกทอผ้า นักวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการทอผ้าลื้อ

แบบยกคิด ผลท้ายสุดของการรื้อฟื้นทำให้เกิดต้นแบบเพื่อนำรูปแบบไปประยุกต์และสร้างสรรค์ผ้าในรูปแบบอื่น ๆ ที่หลากหลายต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

1. บริบทและวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อบ้านวังอาบช้าง เป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมาโดยการส่งเสริมจากภาครัฐในจังหวัดเลย วัตถุประสงค์เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนมีการรวมกลุ่มโดยใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่มีอยู่เพื่อสร้างรายได้ เริ่มแรกมีสมาชิกจำนวน 20 คน แต่ปัจจุบันเหลือ 8 คน สมาชิกส่วนใหญ่เสียชีวิตและเป็นผู้สูงอายุ มีคนรุ่นใหม่เข้ามาสืบสานเพียง 2 คน เพราะเห็นว่าการทอผ้าสามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว ทำให้ได้อยู่กับบ้าน ผ้าทอของกลุ่มมีทั้งการทอเป็นผ้าชิ้น ผ้าตีนชิ้น ผ้ามุลุม 'ไหล ผ้าพันคอ มีทั้งที่ใช้ขายและฝ้ายโรงงานเป็นวัสดุในการทอ มีการจำหน่ายในพื้นที่กลุ่มและส่งตามร้านค้าในพื้นที่การท่องเที่ยว นอกจากนี้ กลุ่มยังทอผ้าให้กับกลุ่มทอผ้าใกล้เคียงที่สั่งผลิตอีกด้วย สำหรับจุดแข็งของกลุ่มคือมีรูปแบบของผ้าทอหลากหลาย ส่วนที่ต้องพัฒนาคือการหารูปแบบผ้าทอแบบใหม่ สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่ม ส่วนการรื้อฟื้นผ้าลื้อที่เคยเป็นวัฒนธรรมการทอผ้าของบ้านวังอาบช้าง พบว่าปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้รื้อฟื้นดำเนินการต่อไปได้คือความรักและความห่วงใยในมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้นำและสมาชิกกลุ่ม ส่งผลให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและความสามัคคีของกลุ่ม ที่จะทำการรื้อฟื้นเป็นอย่างดีสำหรับผลการระดมความคิดพบว่ากลุ่มทอผ้าและคนในชุมชนต้องการรักษามรดกทางวัฒนธรรมของคนรุ่นปู่ย่าตายายที่เคยมีการทอมากกว่า 80 ปี ให้อยู่คู่กับหมู่บ้านต่อไป โดยรูปแบบการดำเนินการรื้อฟื้นนั้นต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนในกลุ่มและคนชุมชนได้แสดง

ความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำมาเรียนรู้ ปรับปรุงและพัฒนาสู่การวางแผนและตัดสินใจร่วมกันโดยเน้นประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคตคือผ้าลื้อที่เป็นผลของการรื้อฟื้นและผ้าลื้อที่มีการประยุกต์รูปแบบใหม่ สอดคล้องกับ Phayakprakhon (2015, pp. 16-24) ที่กล่าวว่าการรื้อฟื้นการทอผ้าดั้งเดิมขึ้นมานั้นกลุ่มจะต้องเห็นคุณค่าร่วมกันและต้องหาแนวทางการดำเนินการเพื่อให้เกิดความสำเร็จ โดยเฉพาะการมีรูปแบบของผ้าทอที่มีอัตลักษณ์และการมีภาพลักษณ์ที่ดีของกลุ่ม

ส่วนการกำหนดให้มีผู้เชี่ยวชาญการทอผ้าลื้อมาเป็นพี่เลี้ยงในการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อนั้นพบว่าส่งผลดีต่อกลุ่มที่ได้ทดลองทอและยังพบว่าการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มผ้าอื่น ๆ ภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เข้ามาช่วยขับเคลื่อนวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ จะทำให้กลุ่มเกิดกระบวนการเรียนรู้ มีการเปิดโลกทัศน์ใหม่ทำให้เห็นโอกาสในการพัฒนาศักยภาพตนเองและพัฒนาผ้าลื้อให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ สอดคล้องกับ Sodalee (2022, pp. 50-58) ที่กล่าวว่าการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าแบบโบราณนั้นกลุ่มจะต้องมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่ ผู้นำชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ราชภัฏท้องถิ่น และหน่วยงานการศึกษาให้เข้ามาช่วยแนะนำความรู้ในเชิงวิชาการ การพัฒนาวัสดุและอุปกรณ์ งบประมาณดำเนินการเพื่อช่วยให้การทอผ้ามีคุณภาพมากขึ้น

2. กระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง พบว่า กระบวนการรื้อฟื้นจะต้องใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องมาดำเนินการ มีดังนี้ 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เกี่ยวกับวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อและการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ (2) การระดมความคิดเห็นเพื่อหาแนวทางการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ (3) การร่วมกันวางแผนการดำเนินการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อจากชุมชน นักวิจัยและภาครัฐ (4) การดำเนินการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ (5) การประชุมหาเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อการรับรู้และประเมินผล การรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อ (6) การปรับปรุงและพัฒนาผ้าลื้อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ช่วยให้กลุ่มได้เรียนรู้และพัฒนาศักยภาพตนเองอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จะทำให้กลุ่มกล้าคิดทอผ้ารูปแบบใหม่มากขึ้น สอดคล้องกับ Phoungmanee, Jaingamdee, & Charoensuk (2022, pp. 59-96) ที่พบว่า การรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อให้คงอยู่นั้นต้องใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มและภาคีเครือข่ายเข้ามาช่วยร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการและร่วมประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อที่มีรูปแบบการทอแบบขิดนั้นต้องใช้เวลาการทอนาน และช่างทอเป็นผู้สูงอายุจะเกิดความท้อได้ ดังนั้น การเสริมสร้างพลังใจให้กลุ่มเพื่อลดความกังวล เนื่องจากขาดความมั่นใจในการทอ เพราะเป็นผ้าทอที่ไม่มีการทอในบ้านวังอาบช้างมาเป็นระยะเวลานาน ช่างทอจึงเห็นว่าเป็นวิธีการที่ยาก ซึ่งการเสริมแรงบวกด้วยการพูดคุย ให้กำลังใจ ให้ข้อเสนอแนะแบบกัลยาณมิตรจึงสำคัญที่ส่งต่อความมุ่งมั่นตั้งใจ นอกจากนี้ การสนับสนุนปัจจัยที่ต้องเสริมเพื่อให้การรื้อฟื้นมีความง่าย เช่น องค์ความรู้ วิทยากรและงบประมาณ ก็จะทำให้การรื้อฟื้นประสบความสำเร็จด้วยดี สอดคล้องกับ Phayakprakhon (2015, pp. 16-24) ที่พบว่า การพัฒนาต่อยอดการทอผ้าที่ไม่เคยมีการทำมาก่อนนั้น ผู้เกี่ยวข้องต้องให้กำลังใจและ

หาแนวทางการดำเนินการที่ดีกับกลุ่ม ซึ่งถ้าช่างทอมีการทอผ้าสำเร็จก็จะทำให้กลุ่มมีผ้าทอที่มีคุณค่าและมีราคาเพิ่มมากขึ้น กล่าวได้ว่าการรื้อฟื้นและการพัฒนาการทอผ้าลื้อต้องทำอย่างเป็นระบบ สมาชิกกลุ่มทอผ้าจะต้องมองเห็นแนวทางการดำเนินการร่วมกันและมีเป้าหมายปลายทางที่ชัดเจน สอดคล้องกับ Hussadin (2016, pp. 74-88) and Duangwises (2019, pp. 38-75) ที่กล่าวว่าขั้นตอนการพัฒนาและรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าต้องชัดเจน เช่น ต้องศึกษาความเป็นไปได้ ความคุ้มค่าและปัญหาที่จะเกิดขึ้นระหว่างการดำเนินการ รวมถึงการร่วมกันวิเคราะห์ขั้นตอนและรายละเอียดที่จะเกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน เพราะการรื้อฟื้นจะต้องใช้งบประมาณและบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเทคนิควิธีการทอและการพัฒนาต่อยอดเข้ามาหนุนเสริม ดังนั้น การรื้อฟื้นและการพัฒนาวัฒนธรรมการทอผ้าลื้อของบ้านวังอาบช้าง จึงต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจทั้งจากคนในชุมชนและคนนอกชุมชนมาหนุนเสริม นับตั้งแต่ความรู้ทางวิชาการและเทคนิควิธีการทองบประมาณ และพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาดำเนินการ สอดคล้องกับ Chemsripong, & Petmee (2017, pp. 62-85) ที่พบว่า การพัฒนามาตรฐานของการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ปัญหา การร่วมค้นหาและสร้างรูปแบบและกระบวนการทอผ้า การหาแนวทางประยุกต์ไปสู่รูปแบบการสร้างสรรค์ผ้าทอแบบใหม่ จากผู้เกี่ยวข้องจะช่วยให้การทอผ้าดำเนินการไปได้อย่างรวดเร็ว

จากการประเมินตนเองของสมาชิกกลุ่มด้วยการสะท้อนผลของการรื้อฟื้นวัฒนธรรมผ้าลื้อทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาต่อยอด ผลการประเมินตนเองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.02) ทั้งนี้เนื่องจากการจัดกระบวนการวิจัยต่าง ๆ ทั้งปัจจัยสนับสนุน บุคลากร

ผู้เชี่ยวชาญ และความมุ่งมั่นและพากเพียรของกลุ่มจึงทำให้ด้านศักยภาพการ
ทอของกลุ่มมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านรูปแบบของผ้าทอ เมื่อทางกลุ่ม
สามารถทอผ้าลื้อได้ จึงมีความภูมิใจการทอผ้าลื้อของตนเองเพราะวิธีการทอ
ฝ้ายากกว่าการทอผ้าทั่วไป ส่วนการทดลองการทอ และประเมินผลงานผ้าทอ
หลายๆ ครั้งจากนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญก็ส่งผลทำให้กลุ่มสามารถทอผ้าได้ดี
อย่างรวดเร็ว มีทักษะการคิดสร้างสรรค์และมีความชำนาญจนสามารถทำการ
เลียนแบบผ้าทอแบบดั้งเดิมและพัฒนารูปแบบของผ้าลื้อได้ สอดคล้องกับ
Leksui (2018, pp. 135-146) ที่พบว่าความพยายามและความตั้งใจที่จะ
พัฒนาศักยภาพตนเองด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการดู การสังเกตจาก
ผู้เชี่ยวชาญที่มาเป็นพี่เลี้ยง จะทำให้สมาชิกกลุ่มมีความเข้าใจและมีทักษะ
การทอผ้ามากขึ้น ทำให้รูปแบบผ้าลื้อที่ทอขึ้นมาใหม่มีความคล้ายกับต้นแบบ
ส่วนรูปแบบของผ้าลื้อที่เป็นผลจากการรื้อฟื้นนั้นสมาชิกกลุ่มเห็นว่าเป็นผ้า
ทอรูปแบบใหม่ที่สร้างตัวตนให้กับกลุ่มทอผ้าได้ และสมาชิกกลุ่มที่เป็น
ผู้สูงอายุได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันเกี่ยวกับการทอ การสร้างลวดลายขีด
และเรื่องอื่น ๆ เกี่ยวกับครอบครัวและการดำเนินชีวิตประจำวัน ดังคำกล่าว
ที่ว่า “..การรื้อฟื้นและการพัฒนาการทอผ้าลื้อ..เนื่องจากต้องทอ 3 คน
มาช่วยกัน ทำให้กลุ่มได้พูดคุยเกี่ยวกับวิธีการทอ การสร้างลวดลายใหม่
การร่วมมือร่วมใจ ความคิดสร้างสรรค์และความสวยงามของผ้า ซึ่งแต่เดิมนั้น
ช่างทอต่างคนต่างทอ ไม่มีการพูดคุยกันมาก...จึงเห็นว่าเป็นวิธีการทอที่
สามารถสร้างความรู้สึกด้านคุณค่าให้กับช่างทอผ้าได้...” (Keawsa, W.,
Phoungmanee, T., June 15, 2022)

ส่วนผลการประเมินโดยตัวแทนภาครัฐพบว่าภาพรวมผลการรื้อฟื้น
วัฒนธรรมการทอผ้าลื้ออยู่ในระดับมาก (4.09) เนื่องจากสมาชิกกลุ่มทอผ้า
มีความตั้งใจ และสามารถรื้อฟื้นผ้าลื้อได้ประสบความสำเร็จจากความร่วมมือ

ร่วมใจกัน และความต้องการเห็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของบ้านวังอาบช้างให้กลับมาปรากฏเป็นวัฒนธรรมการทอผ้าอีกครั้ง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านศักยภาพการทอของกลุ่มที่โดดเด่นกว่ากลุ่มทอผ้าอื่น ๆ ในจังหวัดเลย รองลงมาคือด้านรูปแบบและความสวยงามจากการจัดวางองค์ประกอบของรูปทรงและสีต่าง ๆ และความประณีตในการทอของผ้าลื้อที่แสดงถึงการมีความมุ่งมั่นและความตั้งใจที่จะแสดงออกทางทักษะการทอผ้าลื้อ สำหรับการทอผ้าผืนที่ 1-5 การเรียนรู้เทคนิควิธีการและการปรับรูปแบบไปสู่รูปแบบผ้าทอลักษณะอื่น ๆ ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มขึ้นได้ เช่น การเพิ่มสีสัน ลวดลาย การวางจังหวะของลวดลายทำให้มีเส้นและขนาดของช่องที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ Saeng-iam (2021, pp. 1-12) ที่กล่าวว่าสมาชิกกลุ่มทอผ้าที่มีศักยภาพจะมีทักษะการทอผ้าด้วยเทคนิควิธีการต่าง ๆ อันแสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการที่จะทำให้ผ้าทอมีความหลากหลายและสวยงาม

กระบวนการตั้งเป้าหมายการรื้อฟื้นโดยการระดมความคิดของกลุ่มในการทำสิ่งที่ยากกว่าที่เคยทำมาทั้งความยากในการทอขีด และระยะเวลาที่นานขึ้นทำให้ทางกลุ่มได้ค้นพบว่าศักยภาพของตนเองผ่านกระบวนการวิจัยข้างต้นเพราะข้อมูลจากการสนทนากลุ่มนั้นพบว่าการทอผ้าลื้อของกลุ่ม 1 ผืน ช่างทอถึง 3 คนใช้ระยะเวลา 4 วัน สามารถขายได้ผืนละ 1,500 - 2,000 บาท จึงเป็นการพัฒนาศักยภาพการทอและมีการเรียนรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องเช่น กลุ่มผู้บริโภค การออกแบบ และการตลาดไปพร้อมกันที่สำคัญคือทำให้ผู้ซื้อสามารถจดจำผ้าทอของกลุ่มบ้านวังอาบช้างได้ สอดคล้องกับ Phayakprakhon (2015, pp. 16-24) ที่พบว่า การทอผ้ารูปแบบใหม่ของกลุ่มทอผ้าจะทำให้กลุ่มสามารถนำเรื่องราวไปใช้สื่อสารกับ

ผู้ซื้อให้เห็นถึงความงามและคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สร้างสรรค์ขึ้น
เพื่อการสร้างตัวตนของพื้นที่ ถึงแม้ว่าการทอผ้าจะมีความยากก็ตาม
แต่ช่างทอก็ได้แสดงทักษะของความพยายามจนทำให้เกิดรูปแบบของผ้าทอ
แบบดั้งเดิมและรูปแบบใหม่ ซึ่งแสดงว่าช่างทอมีความตระหนักและ
เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมผ้าทอของชุมชนที่ต้องร่วมอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป

References

- Bamroongboon, K., & Potiwan, P. (2020). Sroi Dokh Mak: The Cultural Reproduction of Woven Cloths Symbol Maha Sarakham Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 39(3), 117-126.
- Buakeaw, J. (2015). Ancient Fabrics of the Southern Border Provinces. *Asian Journal of Arts and Culture*, 15(1), 59-82.
- Chaipratoom, J. (2013). Luang Prabang Woven Fabrics: The Dimensions of Culture and Traditional Knowledge. *Journal of Fine and Applied Arts, Khon Kaen University*, 5(1), 129-156.
- Chantang, D. (2021). Intellectual Cultural Heritage-Related Knowledge Management Through the Community Participation: A Case Study of Phasin Nam-Ang, Uttaradit Province. *The Liberal Arts Journal Mahidol University*, 4(1), 50-86.
- Chemsripong, S., & Petmee, P. (2017). Creating Value Added Product Form Local Wisdom: A Case Study of the Ancient Cloth. *The Journal Community Development Research (Humanities and Social Science)*, 10(4), 62-85.
- Duangwis, N. (2019). The Conceptual and Theoretical Review of Revitalization of Local Culture. *Journal Anthropology*, 3(1), 38-75.
- Hongsombud, S., Isanapong, S., Sikinaram, J., & Putthama, P. (2019). Community Participation in Development of Bauthong Tambon Community Market Rehabilitation Model to Sustainable at Bauthong Tambon Muang Buriram, Buri Ram. *Industrial Technology Journal*, 4(3), 9-20.
- Hussadin, A. (2016). The Wisdom and Inheritance of Thai Phuan Hand-Woven, Ban Mai, Nakhon Nayok. *Journal of Cultural Approach*, 17(32), 73-88.

- Kasemsuk, C. (2018). Public Participation Approach for Sustainable Community Development. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 26(50), 169-186.
- Keawban, S., Prayongtrap, Y., & Udomtawi, K. (2019). The Wisdom of Original Silk Weaving of Keayai Community in Muang District, Surin Province. *Academic MCU Buriram Journal*, 4(1), 71-85.
- Kongpanjittima, C., & Khaenamkhaew, D. (2018). Conservation and Development of the Profession of Weaving Maung Nakhon: A Case Study of Ban Mamuangplaikhan Community, Tha Ngew Municipality, Muang District, Nakhon Sri Thammarat Province. *Journal of Arts Management*, 2(2), 133-142.
- Leksui, S. (2018). Local Wisdom of Hand-Woven Textile Conservation in Accordance with Dharma Principles of Bann Nongnguak Textile Center, Mae Raeng, Pasang District Lamphun. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 12(29), 135-146.
- Phayakprakhon, M. (2015). Weaver of folk Art with Social Change at Surin Province. *The Journal of Social Communication Innovation (COSCI)*, 3(2), 16-24.
- Phoungmanee, T., Jaingamdee, P., & Charoensuk, K. (2022). Restoration and Development of Pha Law Design with The Participation Process of Ban Mai Sala Phueang Community Enterprise Group Chiang Khan District, Loei Province. *DEC Journal*, 1(2), 59-96.
- Pipitkul, T. (2016). Hand Weaving Textiles: The Conservation and Development of Yok Dok Textiles' Pattern of Lamphun Province. *Journal of Cultural Approach*, 17(31), 56-67.
- Saeng-iam, K. (2021). The Effective of Contemporary Cultural for Changing in Product Designs of Local Woven Art and Handicraft. *The Fine & Applied Arts Journal*, 11(1), 1-12.

Sodalee, K. (2022). The Recall of the Memories and Reestablishment of Traditional Cultures: A Case Study of Sahasakhan District Kalasin Province. *Journal of Social science for Local Rajabhat Mahasarakham University*, 6(4), 50-58.

Authors

Thairoj Phoungmanee

Bachelor of Fine and Applied Arts (Visual Arts)

Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University

E-mail: thai-roj@hotmail.com

Marisa Phiromtan De Bels

Bachelor of Science (Agriculture)

Faculty of Science and Technology, Loei Rajabhat University

E-mail: marphirom@gmail.com

Charuwan Rakmanee

Bachelor of Science (Biology)

Faculty of Science and Technology, Loei Rajabhat University

E-mail: lekkykate@gmail.com

Kotchasi Charoensuk

Bachelor of Fine and Applied Arts (Music)

Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University

E-mail: mtcomputer9@hotmail.com