

การแปลกับการศึกษาแนวทางส่งเสริมภาพลักษณ์ของป้ายสาธารณะภาษาจีนในจังหวัดภูเก็ต

Translation and a Study on Guidelines for Promoting the Image of Chinese Public Signs in Phuket

สิริรัตน์ แก้วทีตัญญู (Sirirat Kaewheednui)^{1*},

กฤตพร ลินชัย (Krittaporn Sinchai)²

^{1,2}อาจารย์สาขาวิชาภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
(Lecturer, Department of Chinese for Communication, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University)

* Corresponding Author. E-mail : sirirat.ka@live.com

งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ประจำปีงบประมาณ 2565

(Received: July 30, 2023; Revised: October 19, 2023; Accepted: October 25, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดทางการแปลป้ายภาษาจีน 2. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนและผู้ประกอบการชาวไทยที่มีต่อป้ายภาษาจีน 3. เพื่อเสนอข้อเสนอแนะด้านการแปลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของป้ายภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการวิเคราะห์ป้ายภาษาจีน 3 ประเภท อันประกอบด้วย ป้ายให้ข้อมูล ป้ายเตือน และป้ายควบคุม จำนวน 100 ป้าย และสัมภาษณ์ทัศนคติจากทั้งชาวจีน จำนวน 10 คนและชาวไทย จำนวน 10 คน ทั้งนี้ ข้อมูลทั้งหมดผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาตามแนวคิดเกี่ยวกับข้อผิดพลาดทางการแปลของดวงตาสุพล (2541) และแนวคิดเกี่ยวกับสาเหตุความผิดพลาดในการแปลของสุพรรณิ ปันมณี (2555)

ผลการศึกษาพบว่า 1. ข้อผิดพลาดทางการแปลที่พบมากที่สุด คือ “การแปลผิดความหมาย” รองลงมา คือ “การเลือกใช้คำไม่เหมาะสม” และ “การแปลขาด” ตามลำดับ โดยมีสาเหตุมาจาก 1) การใช้กลวิธีการแปลที่ไม่เหมาะสม 2) ความรู้ทางภาษาของผู้แปลที่ไม่เพียงพอ 3) การใช้เครื่องมือช่วยแปลอย่างขาดวิจารณญาณ และ 4) การขาดความรอบคอบในการจัดทำป้าย 2. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชาวไทย ส่วนใหญ่เห็นว่า ป้ายที่ปรากฏข้อผิดพลาดทางการแปลสามารถใช้สื่อสารและทำความเข้าใจได้ในระดับเบื้องต้น โดยมีการเสนอให้มีการเพิ่มปริมาณป้ายภาษาจีนให้มากขึ้น และควรมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนดำเนินการจัดทำป้าย 3. ข้อเสนอแนะในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ป้ายในด้านการแปล มีดังนี้ 1) ใช้กลวิธีการแปลที่เหมาะสม 2) ศึกษาความรู้เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ 3) ใช้เครื่องมือช่วยแปลอย่างมีวิจารณญาณ 4) ตรวจสอบการแปลโดยผู้เชี่ยวชาญ และ 5) ปรับบทแปลตามความจำเป็น สำหรับใช้เป็นข้อมูลประกอบ เพื่อการพัฒนาป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่ในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์ ; ป้ายสาธารณะ ; ภูเก็ต

Abstract

The present study aims to: 1) analyze translation errors and their causes in Chinese public signs in Phuket, 2) assess attitudes of Chinese tourists and Thai entrepreneurs toward these signs, and 3) propose translation guidelines for improvement. Data collected from 100

Chinese public signs in Phuket, categorized as informative, cautionary, or mandatory, were analyzed based on Duangta Supon (1998)'s error types and Supanee Pinmanee (2012)'s error causes. Additionally, interviews were conducted with 10 Chinese tourists and 10 Thai entrepreneurs.

Key findings include:

1. Misinterpretation errors were the most prevalent, followed by incorrect word selection and under-translation. These errors were linked to inappropriate translation methods, a lack of translation principles understanding, indiscriminate use of translation tools, and deficient quality evaluation mechanisms.
2. Most Chinese tourists and Thai entrepreneurs could grasp the core meanings of these errors, suggesting the need for an increase in Chinese signs and meticulous proofreading.
3. Proposed guidelines encompass the careful selection of translation techniques, continuous language learning, judicious use of tools, expert validation of drafts, and necessary adjustments. These guidelines are intended to enhance the quality of Chinese public signs and are supported by relevant references and information.

Keywords: Image; Public Signs; Phuket

บทนำ

นับตั้งแต่ปี 2565 ภายหลังจากที่สถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นทั่วโลกเริ่มคลี่คลาย สถานการณ์ของภาคการท่องเที่ยวที่เคยหยุดชะงักได้กลับมามีบทบาททางเศรษฐกิจอีกครั้ง แม้ว่าการฟื้นตัวในครั้งนี้ จะต้องเผชิญการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นจากนานาประเทศ กลับเป็นที่น่ายินดีว่า ประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในประเทศจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ทั้งนี้ ยืนยันได้จากผลสำรวจล่าสุดของ China Outbound Thailand Travel Sentiment Survey เมื่อเดือนเมษายนปี 2020 ซึ่งมีการสำรวจความเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวจีน โดยได้มีการเปิดเผยว่า กว่าร้อยละ 70.00 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีการวางแผนจะเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย โดยจังหวัดที่เป็นปลายทางยอดนิยมสูงสุด ได้แก่ กรุงเทพฯ ร้อยละ 29.00 ส่วนรองลงมาคือ ภูเก็ต ร้อยละ 27.00 และเชียงใหม่ ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจังหวัดภูเก็ตจะยังคงติดอันดับสามจังหวัดแรกที่เป็นจุดหมายปลายทางซึ่งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีน แต่ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างแดนหลังจากสถานการณ์โรคระบาดเริ่มคลี่คลาย นอกเหนือจากเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพที่มาเป็นอันดับแรกแล้ว อุปสรรคด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร รวมถึงความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ก็ยังคงติดอันดับตัวแปรหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเช่นเดิม (China Tourism Academy,2021)

ในการนี้ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มใหญ่ที่มีแนวโน้มจะเดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สมควรเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมี การเตรียมความพร้อมการบริการด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ ช่องทางการประชาสัมพันธ์และ ช่องทางสื่อสารกับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารสองทางผ่านทางบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ รวมถึงการสื่อสารทางเดียวผ่านป้ายสาธารณะที่มีภาษาจีนกำกับอยู่

(World Tourism Organization, 2019, p.31) ทั้งนี้ สำหรับหลักเกณฑ์สำคัญในการออกแบบป้ายสาธารณะที่ดี เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา (2543, น.35) ได้มีการเสนอว่า ป้ายดังกล่าวไม่เพียงจะต้องสะดวกแก่การมองเห็น แต่ควรมีลักษณะที่สามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย โดยสามารถถ่ายทอดข้อมูลที่สื่อความหมาย และแสดงถึงจุดมุ่งหมายได้อย่างชัดเจน ตลอดจนควรมีความต่อเนื่องของสิ่งที่ปรากฏในป้ายชุดเดียวกัน

จะเห็นได้ว่า ป้ายสาธารณะ ถือเป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในวงการการท่องเที่ยวและบริการ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอุปสรรคด้านภาษา อาทิ ชาวจีน แต่ทว่าจากการลงพื้นที่สำรวจในเบื้องต้น แม้ว่าจะมีป้ายสาธารณะปรากฏอยู่ทั่วไป แต่ป้ายสาธารณะที่มีภาษาจีน กำกับกลับพบในจำนวนที่บางตา อีกทั้ง บางส่วนยังปรากฏข้อผิดพลาดทางภาษา ที่อาจมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร ยกตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 1: ป้ายควบคุมการจอดยานพาหนะวันคี่

ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิ่ตัญญู และคณะ (ถ่ายเมื่อ 4 กรกฎาคม 2565)

จากภาพที่ 1 เป็นตัวอย่างป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตที่ปรากฏข้อผิดพลาดทางการแปล โดยจัดเป็นการแปลผิดความหมาย ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้แปลใช้วิธีการแปลตรงตัวจากข้อความภาษาอังกฤษ คือคำว่า “Odd Date” ทำให้ได้ข้อความภาษาจีนปรากฏเป็น “奇怪的日子” ที่หมายถึง “วันแปลกประหลาด” ซึ่งไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์ที่แท้จริงของป้ายที่ต้องการสื่อถึง “วันคี่” และอาจนำไปสู่ข้อกังขาแก่ผู้พบเห็น กระทั่งอาจก่อให้เกิดการละเมิดกฎหมายอย่างยากที่จะหลีกเลี่ยงได้ ทั้งนี้ นอกเหนือจากป้ายดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยยังสังเกตเห็นป้ายสาธารณะในพื้นที่ใกล้เคียงที่ปรากฏข้อผิดพลาดอีกหลายแห่งเช่นกัน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้ภาษาจีนบนป้ายสาธารณะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งเน้นศึกษาข้อผิดพลาดทางภาษาที่ปรากฏบนป้าย รวมถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนและผู้ประกอบการชาวไทยในฐานะผู้รับบริการ ที่มีต่อการใช้ภาษาจีนบนป้ายสาธารณะที่ปรากฏในพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงและแนวทางเบื้องต้นแก่ชุมชนรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับพัฒนาป้ายสาธารณะภาษาจีนเตรียมพร้อมรองรับการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดภูเก็ตผู้เป็นเจ้าของบ้านได้อีกช่องทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดทางการแปลป้ายสาธารณะภาษาจีนในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของชาวจีนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชาวไทยที่มีต่อป้ายสาธารณะภาษาจีนในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางด้านการแปลสำหรับเสริมสร้างภาพลักษณ์ของป้ายสาธารณะภาษาจีนในจังหวัดภูเก็ต

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ คือ การสำรวจสถิติประเภทป้ายสาธารณะภาษาจีน รวมถึงสถิติข้อผิดพลาดทางการแปลป้ายสาธารณะภาษาจีน ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชาวไทยที่มีต่อป้ายสาธารณะภาษาจีน รวมถึงการวิเคราะห์รายละเอียดเนื้อหาข้อผิดพลาดทางการแปล

ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตการเก็บข้อมูลป้ายสาธารณะในการวิจัยครั้งนี้

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะป้ายสาธารณะภาษาจีนที่ปรากฏข้อความภาษาจีนร่วมกับภาษาต่างประเทศภาษาอื่น ๆ อย่างน้อย 1 ภาษา ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม 2565

2. ขอบเขตป้ายสาธารณะที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ป้ายสาธารณะในการวิจัยครั้งนี้จะจำกัดเฉพาะป้าย 3 ประเภทหลัก อันประกอบด้วย 1) **ป้ายให้ข้อมูล** หมายถึง ป้ายที่ทำหน้าที่ให้บริการแนะนำข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็น 2) **ป้ายเตือน** หมายถึง ป้ายที่ทำหน้าที่แจ้งเตือนให้ผู้พบเห็นทราบถึงแนวทางปฏิบัติ ข้อควรระมัดระวัง 3) **ป้ายควบคุม** หมายถึง ป้ายที่ทำหน้าที่สั่งห้าม จำกัดสิทธิของผู้พบเห็น ให้ประพฤติปฏิบัติตาม หรือละเว้นพฤติกรรมใด ๆ อย่างเคร่งครัด ภายใต้เงื่อนไขหรือข้อกำหนดที่ระบุไว้ ทั้งนี้ จะไม่เก็บข้อมูลป้ายชื่อเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็น ป้ายชื่อร้านค้า ป้ายชื่อสถานที่ ตลอดจนป้ายให้ความรู้

3. ขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลป้ายสาธารณะ

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการเก็บเฉพาะป้ายสาธารณะที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 6 กลุ่มของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต, 2563) อันประกอบด้วย 1) กลุ่มชายหาดและเกาะต่าง ๆ 2) กลุ่มย่านเมืองเก่า 3) กลุ่มจุดชมวิว 4) กลุ่มศาสนสถาน 5) กลุ่มแหล่งแสดงโชว์ และ 6) กลุ่มศูนย์การค้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ป้ายสาธารณะภาษาจีนที่ปรากฏในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ป้ายสาธารณะภาษาจีนที่ปรากฏข้อผิดพลาดทางการแปลซึ่งปรากฏในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 6 กลุ่มของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต, 2563) อันประกอบด้วย 1) กลุ่มชายหาดและเกาะต่าง ๆ : หาดป่าตอง หาดกมลา หาดยะนุ้ย หาดราไวย์ หาดในหาน หาดกะรน หาดกะตะ หาดในยาง หาดไม้ขาว ท่าเรือรัชฎา 2) กลุ่มย่านเมืองเก่า : ถนนคนเดินตลาดใหญ่ พิพิธภัณฑสถานภูเก็ตไทยหัว 3) กลุ่มจุดชมวิว : แหลมพรหมเทพ น้ำตกบางแป จุดชมวิวกังหันลม จุดชมวิวเขาโต๊ะชะชะ จุดชมวิวเครื่องบิน 4) กลุ่มศาสนสถาน : วัดไชยธาราราม วัดพระใหญ่ วัดเขารังสามัคคีธรรม วัดสุวรรณคีรีเขต ศาลเจ้ากิ้วเทียนเก้ง 5) กลุ่มแหล่งแสดงโชว์: Phuket Simon Cabaret, Nemo Dolphin bay, Phuket Aquarium, Seaview Elephant Camp, Siam Niramit, Phuket Fantasea และ 6) กลุ่มศูนย์การค้า: Central Phuket, King Power Duty Free, Limelight, Porto de Phuket, Big C Extra Patong, Robinson Juncylon, Lotus Samkong ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การคัดเลือกป้ายสาธารณะภายใต้เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดตามแนวคิดของดวงตา สุกพล (2541)

เชิงคุณภาพ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชาวไทยในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-60 ปี และมีแผนการเดินทางที่จะใช้ระยะเวลาสำหรับท่องเที่ยวในพื้นที่ตั้งแต่ 5 วันขึ้นไป จำนวน 10 คน ทั้งนี้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยดำเนินการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง และผู้ประกอบการชาวไทยที่ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีประสบการณ์การทำงานในพื้นที่เป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ที่สามารถสื่อสารภาษาจีนทั้งฟัง พูด อ่าน และเขียน อีกจำนวน 10 คน ทั้งนี้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ทำงานอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างดังที่ได้จำแนกไว้ข้างต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. แบบสำรวจประเภทป้ายและวิเคราะห์ข้อผิดพลาดที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะภาษาจีนในจังหวัดภูเก็ต สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากป้ายสาธารณะภาษาจีนที่สำรวจพบ
2. แบบสัมภาษณ์ที่สนทนากับมีต่อป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้รับการสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ข้อมูลที่สนทนากับมีต่อป้ายสาธารณะภาษาจีนในด้านต่าง ๆ โดยเป็นคำถามเดียวกันในทั้งสองกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลมายืนยันผลสำรวจป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่ภูเก็ต

ทั้งนี้ เครื่องมือวิจัยทั้งหมดข้างต้น ได้ผ่านการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการตรวจสอบความสอดคล้องของการใช้ภาษาและเนื้อหา จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ในรูปแบบของ IOC ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 -1.00 ถือว่าเป็นข้อคำถามที่ผ่านการเกณฑ์ (Nassaji & Hu,2012, pp.69-86)

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1. ลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลโดยการถ่ายภาพป้ายสาธารณะภาษาจีนที่ปรากฏข้อผิดพลาดทางการแปลจากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 6 กลุ่มของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้ ข้อมูลที่เก็บรวมได้ทั้งสิ้นมีจำนวน 100 ป้าย
2. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนแรก โดยนำข้อมูลจากภาพป้ายสาธารณะภาษาจีนที่สำรวจพบมาคัดกรอง เพื่อจำแนกประเภทข้อผิดพลาด โดยใช้สถิติพื้นฐาน โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้ประเด็นแรกคือ ข้อผิดพลาดทางการแปลที่พบ วิเคราะห์โดยใช้แนวคิดข้อผิดพลาดทางการแปลของดวงตา สุพล (2541) ส่วนประเด็นที่ 2 คือ สาเหตุของข้อผิดพลาดในการแปลที่พบ ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดสาเหตุความผิดพลาดในการแปลของสุพรรณิ ปันมณี (2555) จากนั้น นำข้อมูลที่ได้มานำเสนอในรูปแบบพรรณนาประกอบรูปภาพป้าย พร้อมนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง
3. ลงพื้นที่สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน 10 คน และผู้ประกอบการชาวไทย อีกจำนวน 10 คน เกี่ยวกับที่สนทนากับมีต่อป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ ออกแบบจากข้อสังเกตที่พบในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในข้อที่ 2 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และจัดกลุ่มตามแนวคิดการออกแบบป้ายสาธารณะของเอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา (2543)

4. นำผลการศึกษาข้อที่ 2-3 มาต่อยอด สำหรับนำเสนอเป็นแนวทางพัฒนาป้ายสาธารณะภาษาจีน ในด้านการแปลภาษา เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การแปลกับการศึกษาแนวทางส่งเสริมภาพลักษณ์ของป้ายสาธารณะภาษาจีน ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่ที่ปรากฏตามแหล่งท่องเที่ยวอด นียมทั้ง 6 กลุ่มของพื้นที่จังหวัดภูเก็ต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต, 2563) รวมจำนวนทั้งสิ้น 100 ป้าย สามารถแสดงรายละเอียดในเบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของป้ายที่สำรวจพบได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงสถิติป้ายสาธารณะภาษาจีนจำแนกตาม “ประเภท” ของป้าย

ประเภทป้าย /จุดที่พบป้าย	ร้อยละ						
	กลุ่ม ชายหาด และเกาะ	กลุ่ม ย่าน เมืองเก่า	กลุ่ม จุดชมวิว	กลุ่ม ศาสน-สถาน	กลุ่ม แหล่ง แสดงโชว์	กลุ่ม ศูนย์ การค้า	รวม
ป้ายให้ข้อมูล	10.00	-	3.00	2.00	8.00	23.00	46.00
ป้ายเตือน	4.00	-	7.00	3.00	2.00	8.00	24.00
ป้ายควบคุม	10.00	3.00	3.00	5.00	6.00	3.00	30.00
รวม	24.00	3.00	13.00	10.00	16.00	34.00	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตที่ปรากฏข้อผิดพลาดทางการแปล ส่วนใหญ่จะเป็น “ป้ายให้ข้อมูล” ซึ่งพบจำนวนป้ายคิดเป็นร้อยละ 46.00 ของป้ายที่สำรวจพบทั้งหมด รองลงมาคือ “ป้ายควบคุม” คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ “ป้ายเตือน” คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ ทั้งนี้ สำหรับผลการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ปรากฏดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดทางการแปลป้ายสาธารณะภาษาจีน

จากการสำรวจและวิเคราะห์ป้ายสาธารณะภาษาจีน จำนวนทั้งสิ้น 100 ป้าย ปรากฏป้ายที่มี ข้อผิดพลาดทางการแปล และสาเหตุของข้อผิดพลาดทางการแปลที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 สถิติป้ายสาธารณะภาษาจีนในจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกตาม “ประเภทข้อผิดพลาดทางการแปล”

จากการวิเคราะห์ป้ายสาธารณะในจังหวัดภูเก็ต โดยอ้างอิงจากแนวคิดข้อผิดพลาดทางการแปลของ ดวงตา สุพล (2541) พบว่า มีข้อความบนป้ายสาธารณะภาษาจีนที่ปรากฏข้อผิดพลาดทางการแปล จำนวนทั้งสิ้น 128 ข้อความ ดังนี้

ตารางที่ 2 สถิติข้อผิดพลาดทางการแปลที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะภาษาจีน

ประเภทข้อผิดพลาด /จุดที่พบป้าย	จำนวนข้อความ/ร้อยละ						รวม/ ร้อยละ
	กลุ่ม ชายหาด และเกาะ	กลุ่ม ย่าน เมืองเก่า	กลุ่มจุด ชมวิว	กลุ่ม ศาสน- สถาน	กลุ่ม แสดง โชว์	กลุ่ม ศูนย์ การค้า	
การแปลผิดความหมาย	6	1	4	9	4	12	36
	4.69	0.78	3.13	7.03	3.13	9.38	28.13
การแปลเกิน	2	-	1	1	1	2	7
	1.56	-	0.78	0.78	0.78	1.56	5.47
การแปลขาด	10	1	4	1	5	4	25
	7.81	0.78	3.13	0.78	3.91	3.13	19.53
การเลือกใช้คำไม่ เหมาะสม	9	2	4	4	2	11	32
	7.03	1.56	3.13	3.13	1.56	8.59	25.00
การเรียงลำดับโครงสร้าง ทางไวยากรณ์ไม่ถูกต้อง	2	1	1	-	2	3	9
	1.56	0.78	0.78	-	1.56	2.34	7.03
อื่น ๆ	8	-	2	1	3	5	19
	6.25	-	1.56	0.78	2.34	3.91	14.84
รวม	37	5	16	16	17	37	128
	28.91	3.91	12.50	12.50	13.28	28.91	100.0 0

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อผิดพลาดที่พบมากที่สุดคือ ข้อผิดพลาดจากการแปลผิดความหมาย ซึ่งมีจำนวน 36 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 28.13 จากข้อผิดพลาดทั้งหมด ส่วนข้อผิดพลาดที่พบน้อยที่สุดคือ ข้อผิดพลาดจากการแปลเกิน พบจำนวน 7 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 5.47 ทั้งนี้ มีตัวอย่างของข้อผิดพลาดในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

1) การแปลผิดความหมาย คือ การแปลที่ผู้แปลถ่ายทอดภาษาปลายทางในทางที่มีความหมายผิดเพี้ยนไปจากต้นฉบับ ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 36 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 28.13 จากข้อผิดพลาดทั้งหมด โดยพบปัญหาดังกล่าวในป้ายที่มาจากกลุ่มศูนย์การค้ามากที่สุด เป็นจำนวนกว่า 12 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 9.38 เช่น



ภาพที่ 2: ป้ายเตือนให้ระวังทรัพย์สินมีค่า
ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 3 สิงหาคม 2565)

จากตัวอย่างป้ายเตือนให้ระวังทรัพย์สินมีค่า ปรากฏอยู่ในบริเวณวิหาร วัดไชยธารารามหรือวัดฉลอง จะพบว่า ข้อความฉบับแปลใช้คำว่า “開展財產” ที่หมายถึง “ขยายทรัพย์สิน” ซึ่งเป็นการแปลผิดความหมาย ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของข้อความต้นฉบับภาษาไทย ที่ทางวัดต้องการเตือนให้นักท่องเที่ยว ได้เพิ่มความระมัดระวังในการดูแลทรัพย์สินมีค่าของตนเองในระหว่างเที่ยวชมภายในบริเวณวัด ดังนั้น จึงควรปรับแก้ไขเป็น “请保管好您的贵重物品” หมายถึง “กรุณาดูแลทรัพย์สินมีค่าของท่านให้ดี”

2) การเลือกใช้คำไม่เหมาะสม คือ มีคำเทียบเคียงในภาษาปลายทางหลายคำ ทำให้ในบางครั้งผู้แปลเลือกใช้คำศัพท์ที่ไม่เหมาะสมกับบริบท ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 32 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 25.00 โดยพบปัญหาดังกล่าวในป้ายที่มาจากกลุ่มศูนย์การค้ามากที่สุด เป็นจำนวนกว่า 11 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 8.59 เช่น



ภาพที่ 3: ป้ายโฆษณาถ่ายภาพคู่กับโลมา

ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 3 สิงหาคม 2565)

จากตัวอย่างป้ายโฆษณาให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการถ่ายภาพคู่กับโลมา ปรากฏอยู่ในบริเวณจุดจำหน่ายตั๋ว ของ Nemo Dolphins bay Phuket จะพบว่า ข้อความฉบับแปลใช้คำว่า “照片” ซึ่งเป็นคำนาม หมายถึง “รูปถ่าย” แต่ข้อความต้นฉบับภาษาไทย ต้องการสื่อถึง “การถ่ายรูป” จึงควรใช้คำว่า “拍照” ซึ่งเป็นคำกริยา หมายถึง “ถ่ายรูป ถ่ายภาพ”แทน ดังนั้น ควรปรับแก้ไขเป็น “与海豚拍照”

3) การแปลขาด คือ การที่ผู้แปลมีการแปลความหมายต้นฉบับไม่ครบถ้วน โดยเฉพาะส่วนสำคัญของความหมายทั้งหมด ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 25 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 19.53 โดยพบปัญหาดังกล่าวในป้ายที่มาจากกลุ่มชายหาดและเกาะมากที่สุด เป็นจำนวนกว่า 10 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 7.81 เช่น



ภาพที่ 4: ป้ายเตือนระวังลื่น

ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 17 กันยายน 2565)

จากตัวอย่างป้ายเตือนให้ระวังลื่น ปรากฏอยู่บริเวณทางขึ้นน้ำตกบางแป เส้นทางศูนย์ศึกษาธรรมชาติ และสัตว์ป่าเขาพระแทว จะพบว่า ข้อความฉบับแปลใช้คำว่า “小心点” (หมายถึง “ระวังตัวหน่อย”) ซึ่งเป็นการแปลที่ไม่เพียงความหมายไม่ครบถ้วนตามข้อความต้นฉบับภาษาไทย แต่ยังให้ความหมายที่สื่อไปในเชิงข่มขู่ผู้รับสารอีกด้วย โดยขาดข้อความสำคัญ คือคำว่า “ลื่น(ลื่น)” ซึ่งตรงกับคำว่า “滑倒” ไป ด้วยเหตุนี้ จึงควรปรับแก้ไขเป็น “小心滑倒” และอาจเพิ่มข้อความว่า “注意安全” พ่วงท้ายคำเตือนอีกสักเล็กน้อย เพื่อให้ผู้พบเห็นตระหนักถึงความปลอดภัยในระหว่างเที่ยวชมได้อีกทางหนึ่ง

4) การเรียงลำดับโครงสร้างไวยากรณ์ไม่ถูกต้อง คือ การที่ผู้แปลใช้วิธีการแปลแบบเรียงประโยคที่อิงตามโครงสร้างภาษาต้นฉบับ โดยมีได้คำนึงถึงไวยากรณ์ของภาษาปลายทาง พบจำนวนทั้งสิ้น 9 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 7.03 โดยพบปัญหาดังกล่าวในป้ายที่มาจากกลุ่มศูนย์การค้ามากที่สุด เป็นจำนวนกว่า 3 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 2.34 เช่น



ภาพที่ 5: ป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพฟรี
ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 22 ตุลาคม 2565)

จากตัวอย่างป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ ปรากฏอยู่ภายในบริเวณสยามนิรมิต ภูเก็ต จะพบว่า ข้อความฉบับแปลใช้คำว่า “拍照免费” ที่เป็นการแปลจากไวยากรณ์ภาษาไทยแบบตรงตัว แต่โดยทั่วไป ตามหลักไวยากรณ์ภาษาจีน ส่วนขยายจะปรากฏอยู่ด้านหลังคำที่ถูกขยาย ในที่นี้ คำที่ถูกขยายคือ “拍照” (ถ่ายรูป) ขณะที่ส่วนขยายคือ “免费” (ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย) ดังนั้น จึงควรปรับแก้ไขเป็น “免费拍照” ที่หมายถึง “ถ่ายภาพฟรี” หรืออาจปรับเป็น “欢迎拍照” ที่หมายถึง “ยินดีให้ถ่ายภาพ” ก็ได้เช่นกัน

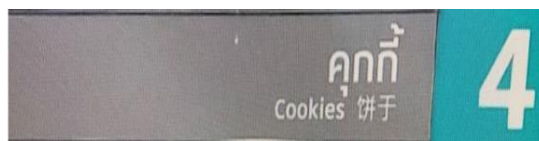
5) การแปลเกิน คือ การที่ผู้แปลเพิ่มเติมข้อความที่ไม่ปรากฏในภาษาต้นฉบับ จนบิดเบือนไปจากความหมายเดิมของต้นฉบับ ซึ่งพบจำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 5.47 โดยพบปัญหาดังกล่าวในป้ายที่มาจากกลุ่มชายหาดและกลุ่มศูนย์การค้ามากที่สุด เป็นจำนวนกลุ่มละ 2 ข้อความเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.56 เช่น



ภาพที่ 6: ป้ายให้ข้อมูลที่ตั้งห้องสุขา
ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 2 กรกฎาคม 2565)

จากตัวอย่างป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งของห้องสุขา ปรากฏอยู่ภายในบริเวณตลาดนัดกลางคืนหาดกะตะ จะพบว่า ข้อความฉบับแปลใช้คำว่า “男厕所” หมายถึง “ห้องสุขาชาย” แต่เนื่องจากข้อความต้นฉบับภาษาอังกฤษต้องการสื่อความหมายเพียง “ห้องสุขา” ที่ไม่ได้จำแนกเพศผู้ใช้งาน ข้อความฉบับแปลดังกล่าว จึงถือเป็นการแปลที่มีคำศัพท์เกินมาหนึ่งคำ คือคำว่า “男” หมายถึง “ผู้ชาย” ด้วยเหตุนี้ จึงควรตัดคำศัพท์ดังกล่าวออกไป และปรับแก้ไขเป็น “厕所” หรืออาจใช้คำว่า “洗手间” ที่มีระดับความสุภาพมากยิ่งขึ้นก็ได้เช่นกัน

6) ข้อผิดพลาดอื่น ๆ นอกเหนือจากข้อผิดพลาดข้างต้น ยังพบข้อผิดพลาดในการแปลด้านอื่น ๆ จำนวนทั้งสิ้น 19 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 14.84 โดยพบปัญหาดังกล่าวในป้ายที่มาจากกลุ่มชายหาดและเกาะมากที่สุด เป็นจำนวนกว่า 8 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 6.25 เช่น



ภาพที่ 7: ป้ายให้ข้อมูลแผ่นกคุกกี้
ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 12 ตุลาคม 2565)

จากตัวอย่างป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งของแผ่นกคุกกี้ ปรากฏอยู่ภายในห้าง Lotus สาขาสามกอง จะพบว่า ข้อความฉบับแปลใช้คำว่า “饼干” ซึ่งตัวอักษรจีนพยางค์หลังของคำดังกล่าวนั้นมีการใช้ตัวอักษร “于 (อ่านว่า yú)” แต่ในความเป็นจริงแล้ว พยางค์หลังที่ถูกต้องควรใช้ตัวอักษร “干 (อ่านว่า gān) ดังนั้น จึงควรปรับแก้เป็น “饼干” ที่อ่านว่า bǐnggān และหมายถึง “คุกกี้” สอดคล้องตามข้อความต้นฉบับภาษาไทย

1.2 สาเหตุข้อผิดพลาดในการแปลป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างป้ายสาธารณะ โดยอ้างอิงจากแนวคิดเกี่ยวกับสาเหตุความผิดพลาดในการแปลของสุพรรณิ ปันมณี (2555) เบื้องต้นพบว่าสาเหตุของข้อผิดพลาดที่ปรากฏ มีดังต่อไปนี้

1) การใช้เทคนิคและวิธีการแปลที่ไม่เหมาะสม เกิดจากการที่ตัวผู้แปลขาดความรู้ด้านเทคนิคหรือวิธีการแปล การเลือกใช้เทคนิคและวิธีการแปลที่ไม่เหมาะสม จึงส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของงานแปล เช่น



ภาพที่ 8: ป้ายควบคุมการจำหน่ายพลุ ดอกไม้ไฟ
ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 26 กันยายน 2565)

จากตัวอย่างป้ายควบคุมการจำหน่ายพลุ ดอกไม้ไฟ ปรากฏอยู่บริเวณชายหาดป่าตอง จะพบว่า ข้อความฉบับแปลเป็นการแปลแบบตรงตัวโดยเทียบความหมายจากภาษาอังกฤษ กล่าวคือ “所有 (all) 消防工程 (firework) 及 (and) 熱風燈籠 (hot air lanterns) 禁止 (prohibited) 處罰 (penalty) 依法 (according to the law)” จึงทำให้ข้อความฉบับแปลไม่เพียงผิดหลักไวยากรณ์ ภาษาจีน แต่ยังมีเนื้อหาบางส่วนที่ตกหล่น ด้วยเหตุนี้ จึงควรปรับแก้ไขให้เหมาะสม โดยใช้วิธีการแปลแบบเอา ความ ซึ่งสามารถปรับแก้ไขเป็น “未经许可，禁止销售、燃放烟花爆竹，违者 依法处理” ที่เป็นรูปแบบตัวอักษรจีนแบบย่อ และสื่อความหมายได้ตรงตามข้อความต้นฉบับอย่าง แท้จริง

2) ความรู้ทางภาษาของผู้แปลไม่เพียงพอ เนื่องจากความรู้ทางภาษาของผู้แปลไม่เหมาะสมหรือ เพียงพอกับระดับความยากของภาษาที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้สื่อความหมายได้ไม่เหมาะสมกับบริบท เช่น



ภาพที่ 9: ป้ายควบคุมเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เกี่ยวกับลิง
ที่มา: สิริรัตน์ แก้วที่ตัญญู และคณะ (ถ่ายเมื่อ 3 สิงหาคม 2565)

จากตัวอย่างป้ายควบคุมเกี่ยวกับการให้อาหารลิง ปรากฏอยู่ภายในบริเวณวัดพระใหญ่ จะพบว่า ข้อความฉบับแปลใช้คำว่า “不能喂猴子” ซึ่งแม้ว่าคำว่า “喂” ที่เป็นคำกริยาจะหมายถึง “ให้อาหาร” ก็ตาม แต่ตามหลักไวยากรณ์ภาษาจีนแล้ว คำดังกล่าวมักจะใช้ในโครงสร้างประโยคกรรมคู่ กล่าวคือ “喂 + กรรมรอง (คนหรือสัตว์) + กรรมตรง (สิ่งของ)” ในที่นี้กลับขาดในส่วนกรรมรอง (คนหรือสัตว์) ซึ่งคือ “猴子 (หมายถึง ลิง)” ด้วยเหตุนี้ จึงควรปรับแก้ไขเป็น “请勿喂猴子食物” แทน

3) การประยุกต์ใช้เครื่องมือช่วยแปลอย่างขาดวิจารณญาณ กล่าวคือ การที่ผู้แปลขาดความรู้ทางด้านภาษาจีน จึงพึ่งพาเครื่องมือหรือเทคโนโลยีช่วยแปลมากเกินไปจนความจำเป็น ทำให้ภาษาแปลไม่เป็นธรรมชาติ และในบางครั้ง ยังมีการนำมาอ้างอิงโดยไม่มี การปรับแก้ไขใด ๆ จนส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร เช่น



ภาพที่ 10: ป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับทิปสำหรับนักแสดง
ที่มา: สิริรัตน์ แก้วที่ตัญญู และคณะ (ถ่ายเมื่อ 26 กันยายน 2565)

จากตัวอย่างป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับทิปสำหรับนักแสดง ปรากฏอยู่ภายในบริเวณแหล่งแสดงโชว์ Phuket Simon Cabaret จะพบว่า ข้อความฉบับแปลใช้คำว่า “最低 100 泰銖 對於每個表演者” ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการแปลโดยใช้เครื่องมือช่วยแปลอย่าง Google Translate โดยแปลจากข้อความ

ต้นฉบับภาษาอังกฤษ “Minimum 100 THB for each performer” ซึ่งไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาจีน ทั้งยัง อาจทำให้ผู้พบเห็นเกิดข้อกังขาว่า เหตุใดจึงต้องชำระเงินขั้นต่ำ 100 บาทแก่นักแสดงทุกคนอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ จึงควรปรับแก้ไขเป็น “与表演者合影的小费，最低 100 泰铢/人” ที่เป็นตัวอักษรจีนแบบย่อ และสื่อความหมายถึง “ค่าทิปสำหรับการถ่ายรูปร่วมกับผู้แสดง ขั้นต่ำ 100 บาทต่อคน” แทน

4) การขาดความรอบคอบในกระบวนการจัดทำป้าย กล่าวคือ ความไม่รอบคอบในการตรวจสอบความถูกต้องของผู้จัดทำป้าย ซึ่งเกิดขึ้นในระหว่างกระบวนการผลิตและจัดทำป้าย ส่งผลให้ปรากฏข้อผิดพลาดในรูปแบบต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพในการสื่อสาร เช่น



ภาพที่ 11: ป้ายเตือนให้ระมัดระวังการขับช้ายานพาหนะ
เนื่องจากพื้นลื่น

ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 18 กันยายน 2565)

จากตัวอย่างป้ายเตือนให้ระมัดระวังการขับช้ายานพาหนะ เนื่องจากพื้นลื่น ปรากฏอยู่ในลานจอดรถห้าง Central Phuket จะพบว่า ข้อความฉบับแปลขาดการตรวจสอบความเรียบร้อย โดยมีการเลือกใช้ตัวอักษรที่เป็นคำพ้องเสียงแต่ไม่พ้องรูป ซึ่งคือคำว่า “漫 (màn)” ที่หมายถึง “ท่วม ล้น” มีความไม่สอดคล้องกับข้อความต้นฉบับที่ต้องการสื่อถึง “ช้า” จึงควรเปลี่ยนเป็นตัวอักษรคำว่า “慢 (màn)” แทน ด้วยเหตุนี้ จึงควรปรับแก้เป็น “小心地滑，请减速慢行” ที่หมายถึง “ระวังพื้นลื่น โปรดลดความเร็วในการขับขี่” และสอดคล้องตามความนิยมของชาวจีนผู้เป็นเจ้าของภาษามากกว่า

2. ทักษะของนักท่องเที่ยวยุคใหม่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชาวไทยที่มีต่อป้ายสาธารณะภาษาจีนในภูเก็ต

การเก็บข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ตามแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในจังหวัดภูเก็ต เพื่อสัมภาษณ์ทักษะเกี่ยวกับป้ายสาธารณะภาษาจีนทั้งจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 10 คน และผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ทั้งฟัง พูด อ่าน และเขียน จำนวน 10 คน โดยใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์คนละประมาณ 7-10 นาที และใช้คำถามชุดเดียวกันที่เป็นคำถามลักษณะปลายเปิด

โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.00 และเพศหญิง ร้อยละ 50.00 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-30 ปี มาเยือนภูเก็ตเป็นครั้งแรก โดยมีแผนในการท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดภูเก็ตอย่างน้อย 1 สัปดาห์ขึ้นไป และนิยมท่องเที่ยวด้วยตนเองเป็นหลัก ส่วนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชาวไทย เป็นเพศชาย ร้อยละ 70.00 และเพศหญิง ร้อยละ 30.00 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-30 ปี ประกอบอาชีพทางด้านการท่องเที่ยวและบริการ โดยเฉพาะอาชีพมัคคุเทศก์อิสระเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 50.00 ซึ่งล้วนแต่มีประสบการณ์การทำงานในพื้นที่ตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไป

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ ทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติที่ตรงกันและแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชาวไทยต่างให้ความเห็นที่ตรงกันว่า ป้าย
สาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่ปรากฏอยู่ในตำแหน่งที่ตั้งที่มีความเหมาะสม โดยอยู่ในระดับ
สายตา สามารถมองเห็นได้ชัด เช่นเดียวกับกับขนาดและสีของป้ายตลอดจนตัวอักษรบนป้าย ก็มีความ
เหมาะสม เป็นที่สะดุดตา โดยหากเป็นไปได้ ควรใช้ตัวอักษรจีนแบบย่อตามความนิยมของประเทศจีนใน
ปัจจุบัน

ในด้านความถูกต้องของภาษา สำหรับข้อผิดพลาดที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะภาษาจีน ในเบื้องต้น
สามารถคาดเดาความหมายและสื่อสารเข้าใจได้ ทั้งนี้ การพบเจอป้ายที่มีการแปลที่ไม่ได้มาตรฐาน ในบางครั้ง
ไม่เพียงส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร ความประทับใจ ตลอดจนความน่าเชื่อถือ แต่ยังเป็นการเพิ่มภาระ
ให้กับชาวจีนผู้ใช้บริการรวมถึงชาวไทยผู้ให้บริการอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ป้ายภาษาจีนยังคงมีความสำคัญและจำเป็นอยู่ เนื่องจากไม่เพียงช่วยอำนวยความสะดวก
สะดวกด้านการเดินทางและการสื่อสาร อีกทั้ง ยังมีส่วนในการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับพื้นที่ ช่วยกระตุ้นการ
ท่องเที่ยวให้ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนมากขึ้นได้อีกทางหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ จึงควรมีการเพิ่ม
ปริมาณป้ายให้มีความครอบคลุมตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มากขึ้น อนึ่ง หากเป็นไปได้ ควรออกแบบให้มี
QR code ปรากฏบนป้าย เพื่อเพิ่มบทบาทความสำคัญ ความน่าสนใจ และช่วยปรับภาพลักษณ์ของป้ายให้
ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น และที่สำคัญยิ่งคือ ควรมีการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาให้เรียบร้อย
ก่อนการนำไปจัดทำป้ายเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นลำดับต่อไป

**3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างภาพลักษณ์ป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัด
ภูเก็ต** จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางเบื้องต้นในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ป้ายสาธารณะ
ภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตในด้านการแปล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) เลือกใช้กลวิธีการแปลให้เหมาะสม

ป้ายจัดเป็นหนึ่งในรูปแบบงานเขียนประเภทโฆษณา ที่มีจุดประสงค์หลักในการชักจูงให้เกิดความ
เชื่อและเกิดความเห็นคล้อยตามแก่ผู้พบเห็น ในการถ่ายทอดความหมายจะไม่นิยมใช้การแปลแบบตรงตัว
(Literal translation) ด้วยเหตุนี้ ในการแปลป้ายสาธารณะภาษาจีน จึงควรเลือกใช้กลวิธีการแปลแบบเอา
ความ (Free translation) เป็นหลัก ตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 12: ป้ายควบคุมการใช้ยานพาหนะในสวนสาธารณะ
ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิ่ตัญญู และคณะ (ถ่ายเมื่อ 26 กันยายน 2565)

จากตัวอย่างป้ายควบคุมการใช้ยานพาหนะในสวนสาธารณะ ปรากฏอยู่ภายในบริเวณสวนสาธารณะ
โลมา หาดป่าตอง จะพบว่า ข้อความฉบับแปลเป็นการแปลแบบตรงตัวจากข้อความต้นฉบับภาษาไทย
กล่าวคือ “要求 (ขอความร่วมมือ) 司機 (คนขับรถ) 不要 (อย่า) 停放 (จอด) 摩托車
(รถจักรยานยนต์)。公園區 (บริเวณสวนสาธารณะ) 被允許前 (ก่อนได้รับอนุญาต) 海豚

(โลมา)” ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อความเข้าใจของผู้รับสารซึ่งเป็นชาวจีน ด้วยเหตุนี้ จึงควรใช้กลวิธีการแปลแบบเอาความ โดยปรับแก้ไขเป็น “未经许可，园内禁止行使或停放任何机动车” ที่เป็นตัวอักษรจีนแบบย่อ และสื่อความหมายถึง “ห้ามขับขี่หรือจอดยานพาหนะใด ๆ ภายในบริเวณสวนสาธารณะ ก่อนได้รับอนุญาต” แทน

2) ศึกษาความรู้รอบตัวเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ

ผู้แปลป้ายสาธารณะภาษาจีนจำเป็นต้องเพิ่มโอกาสให้ตนเองได้ใช้ภาษา ทั้งในด้านการอ่านและการเขียน เพื่อให้เกิดการพัฒนาความสามารถทางภาษาอย่างต่อเนื่อง โดยอาจเริ่มต้นจากการศึกษาตัวอย่างงานเขียนประเภทต่าง ๆ ทั้งที่เป็นภาษาต้นฉบับและฉบับแปล ทั้งนี้ ก็เพื่อสังมคลังคำศัพท์ สำนวน โครงสร้างประโยค ลีลาการใช้ภาษา ตลอดจนกลวิธีการเขียน จนเกิดเป็นความคุ้นชินกับรูปแบบภาษาตามธรรมชาติของเจ้าของภาษานั้น

นอกจากนี้แล้ว ความรู้และภูมิหลังในเรื่องที่จะแปลก็เป็นอีกสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะการแปลป้ายสาธารณะที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศัพท์เฉพาะทางวิชาการ ซึ่งผู้แปลสามารถศึกษาได้จากการสอบถามจากผู้รู้ในวงการโดยตรง รวมถึงศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมให้มากขึ้น ซึ่งจะถือเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการแปลป้ายสาธารณะได้เป็นอย่างดีอีกทางหนึ่ง

3) เลือกใช้เครื่องมือช่วยแปลอย่างมีวิจารณญาณ

ในกระบวนการแปล ผู้แปลควรมีวิจารณญาณในการเลือกใช้เครื่องมือช่วยแปลอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ก็เพื่อให้งานแปลออกมาตรงตามเจตนาของผู้จัดทำป้าย และทำให้ป้ายสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ สำหรับเครื่องมือช่วยแปลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้แปลมากที่สุด ได้แก่ พจนานุกรมเฉพาะด้าน ทั้งที่เป็นสองภาษาและภาษาเดียว ตลอดจนสารานุกรมเฉพาะทางต่าง ๆ เช่น A Chinese-English Dictionary on Signs, English-Chinese Public Signs เป็นต้น ในกรณีนี้ ผู้แปลจึงควรเรียนรู้วิธีการใช้พจนานุกรมอย่างถูกวิธี และรู้จักศึกษาจากเครื่องมือช่วยแปลหลากหลายแหล่ง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับการแปลป้ายภาษาจีน

4) มีการตรวจทานการแปลจากผู้เชี่ยวชาญ

ผู้แปลควรมีการตรวจทานการแปลเสมอ โดยหนึ่งในวิธีที่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย คือ การแปลกลับ (Back translation) ซึ่งเป็นการนำงานแปลที่ได้ ส่งต่อให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทั้งภาษาไทยและภาษาจีนเป็นอย่างดี ดำเนินการทดลองแปลกลับไปมาระหว่างสองภาษาข้างต้น เพื่อเปรียบเทียบดูความถูกต้องสอดคล้องระหว่างฉบับแปลกับต้นฉบับ นอกจากนี้ อาจให้ชาวจีนผู้เป็นเจ้าของภาษา ที่ทำหน้าที่เสมือนตัวแทนจากกลุ่มผู้ใช้งานจริง ในการช่วยตรวจสอบความเข้าใจงานแปลป้ายสาธารณะอีกครั้งก็ได้เช่นกัน ทั้งนี้ สำหรับการตรวจทานการแปล ควรมีการจัดทำให้เป็นระบบก่อนการดำเนินการจัดจ้างทำป้าย ซึ่งวิธีการเหล่านี้จะไม่เพียงมีส่วนช่วยในการยกระดับคุณภาพงานแปล แต่ยังมีส่วนช่วยในการลดปัญหาทางเทคนิคในการจัดทำป้ายสาธารณะภาษาจีนได้อีกทางหนึ่ง

5) รู้จักปรับบทแปลตามความจำเป็น

ผู้แปลควรเรียนรู้ที่จะปรับบทแปลให้เหมาะสมตามความจำเป็น เพื่อให้งานแปลนั้นสามารถสื่อความหมาย ตลอดจนสามารถสร้างการตอบสนองในตัวผู้อ่านงานแปลได้ใกล้เคียงกับปฏิกิริยาของผู้อ่านต้นฉบับ ทั้งนี้ สำหรับลักษณะเด่นของป้ายสาธารณะภาษาจีนนั้น นอกจากการนิยมใช้คำหรือวลีพยางค์คู่แล้ว ข้อความป้ายส่วนใหญ่ยังนิยมใช้กลวิธีการเล่นคำ (Pun) เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารอีกด้วย ผู้แปล

จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติม และนำมาปรับประยุกต์ใช้ในการปรับบทแปลป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่ ตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 13: ป้ายควบคุมการข้ามถนน

ที่มา: สิริรัตน์ แก้วหิตนุ้ย และคณะ (ถ่ายเมื่อ 26 กรกฎาคม 2565)

จากตัวอย่างป้ายควบคุมการข้ามถนน ซึ่งปรากฏอยู่บริเวณริมถนนหาดป่าตอง สำหรับข้อความฉบับแปลที่ปรากฏบนป้าย ผู้แปลอาจประยุกต์ใช้จุดเด่นด้านการใช้พยางค์คู่ และการเล่นคำตามความนิยมในภาษาจีนมาประยุกต์ใช้ในการปรับบทแปลให้เหมาะสมยิ่งขึ้นได้อีกด้วย โดยอาจปรับข้อความแปลดังกล่าวเป็น “红灯停绿灯行，交通安全我能” (ที่สื่อถึง “ไฟแดงหยุดไฟเขียวเดิน วิธีความปลอดภัยทางถนน เริ่มต้นได้ที่ตัวเรา”) แทน ซึ่งไม่เพียงจะทำให้สะดุดตา แต่ยังสามารถทำให้ผู้พบเห็นรู้สึกถึงการเชิญชวน และถือเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้พบเห็นรู้สึกยินดีที่จะให้ความร่วมมือมากกว่าการสื่อสารแบบตรงตัวที่สื่อความหมายไปในเชิงข่มขู่บังคับได้อีกทางหนึ่ง

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการศึกษานวทางในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของป้ายสาธารณะภาษาจีนในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นที่ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งพบว่าข้อผิดพลาดด้าน “การแปลผิดความหมาย” มีจำนวนมากที่สุด โดยคิดเป็นกว่าร้อยละ 28.13 ของข้อผิดพลาดที่สำรวจพบทั้งหมดนั้น อาจเป็นผลสืบเนื่องหลักมาจากความสามารถทางด้านภาษาของผู้แปลที่ไม่เพียงพอ จึงส่งผลให้งานฉบับแปลไม่สามารถถ่ายทอดความหมายออกมาได้ตรง และเกิดการเบี่ยงเบนไปจากต้นฉบับ ซึ่งสอดคล้องกับ สุพรรณิ ปิ่นมณี (2555, น.45-46) ที่กล่าวว่า ความผิดพลาดในเรื่องความหมายนั้น มักเกิดขึ้นในกระบวนการถ่ายทอดความหมายจากภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งกับความหมายโดยตรง (Denotation) และความหมายแฝง (Connotation) โดยมีระดับการแปลผิดตั้งแต่ระดับที่ความหมายเป็นตรงกันข้าม ผิดเป็นบางส่วน ถูกเป็นบางส่วน ไปจนถึงระดับที่ผิดเพียงเล็กน้อย แต่ความหมายโดยรวมยังไม่ถึงกับเสียหาย ผู้อ่านบทแปลสามารถคาดเดาความหมายได้ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการแปลผิดระดับใด ล้วนแต่ไม่เป็นผลดีต่อการส่งผ่านความหมายจากผู้เขียนไปยังผู้อ่านทั้งสิ้น เนื่องจากการบิดเบือนเนื้อสาระของผู้เขียน และยังกระทบต่อวงการต่าง ๆ ที่นำบทแปลดังกล่าวไปใช้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดทำป้ายสาธารณะภาษาจีน ที่มีผู้รับสารหลักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งอาจนำไปสู่

ปัญหาทั้งด้านการสื่อสาร การบริการ กฎระเบียบ ตลอดจนความปลอดภัย ด้วยเหตุนี้ ทุกภาคส่วนจึงควรมีการบริหารจัดการแก้ปัญหาด้านการจัดทำป้ายสาธารณะภาษาจีนอย่างเร่งด่วน

และจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดข้อผิดพลาดทางการแปลป้ายสาธารณะ ที่พบว่า มีสาเหตุหลักๆ มาจาก 1) การใช้เทคนิคและวิธีการแปลที่ไม่เหมาะสม 2) ความรู้ทางภาษาของผู้แปลไม่เพียงพอ 3) การประยุกต์ใช้เครื่องมือช่วยแปลอย่างขาดวิจารณญาณ ตลอดจน 4) การขาดความรอบคอบในกระบวนการจัดทำป้าย จะเห็นได้ว่า สาเหตุข้างต้นล้วนแต่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงทั้งทางตรงและทางอ้อมกับผู้ทำงานแปลทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พัชรีย์ โภคาสัมฤทธิ์ (2549, น.2) ที่ได้กล่าวถึงสาเหตุของข้อผิดพลาดในการแปลไว้ว่า ความผิดพลาดในการแปลล้วนแต่มีที่มาจาก การขาดความเชี่ยวชาญทางภาษา ความรู้ทางด้านเทคนิควิธีสำหรับการแปล ตลอดจนจริยธรรมในอาชีพของผู้แปล เช่นเดียวกับแนวคิดของ รัชนิโรจน์ อารังกุล (2555, น.263) ที่กล่าวว่า คุณภาพของงานแปลขึ้นอยู่กับผู้แปลเป็นประการสำคัญ ด้วยเหตุนี้ ผู้ทำงานแปล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแปลป้ายสาธารณะภาษาจีน ไม่เพียงจะต้องมีความรอบรู้ทางภาษาควบคู่กับศิลปะในการใช้ภาษา แต่ในขณะเดียวกันก็ควรมีความละเอียดรอบคอบและความเอาใจใส่ต่องานแปลในความรับผิดชอบของตนเองด้วย จึงจะมีส่วนช่วยในการป้องกัน และลดความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อผิดพลาดในการแปลภาษาที่อาจเกิดขึ้น อันจะนำไปสู่งานแปลที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นได้ในอนาคต

นอกจากนี้ จากการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับป้ายสาธารณะภาษาจีนตามแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีนและผู้มีส่วนได้เสียชาวไทย ที่ต่างเห็นพ้องกันว่า ป้ายภาษาจีนยังคงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งนั้น อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัญหาและอุปสรรคด้านภาษาและการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นผู้สูงอายุ ที่ไม่เพียงไม่ถนัดด้านการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ แต่ยังไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้อีกด้วย ประกอบกับการเติบโตของการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism หรือ F.I.T) ที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องวางแผน และจัดการทุกอย่างด้วยตนเอง ในแทบทุกขั้นตอนตลอดการเดินทาง ยังผลให้ป้ายภาษาจีนเพิ่มบทบาทมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในวงการการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งหากภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของป้าย อาจเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนตัดสินใจมาเยือนจังหวัดภูเก็ตมากยิ่งขึ้นในอนาคต ดังผลการวิจัยของ World Tourism Organization (2019, p.31) ที่พบว่า นอกเหนือจากการมีพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้แล้ว การมีป้ายต่าง ๆ ที่เป็นภาษาจีน ยังถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ควรเตรียมพร้อมไว้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยเฉพาะ ซึ่งไม่เพียงจะช่วยสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ แต่ยังสามารถนำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการซ้ำในอนาคตได้อีกทางหนึ่ง

อีกทั้ง จากการที่มีการเสนอแนะให้มีการตรวจสอบข้อผิดพลาดทางภาษาของป้ายก่อนการนำไปเผยแพร่ อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากป้ายต่าง ๆ ที่ถือเป็นหนึ่งในรูปแบบการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ที่ผู้รับสารไม่สามารถตอบโต้กับผู้ส่งสารได้ ทำได้เพียงรับสารอย่างเดียว ดังนั้น กรณีปรากฏข้อผิดพลาดบนป้ายสาธารณะ ไม่เพียงจะกลายเป็นเรื่องชวนน่าขบขันแก่ผู้พบเห็น แต่ในขณะเดียวกันก็อาจนำไปสู่ความสับสนเข้าใจผิด สร้างความไม่สะดวก กระทั่งอาจกระทบไปถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของสถานที่แห่งนั้นได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของภาษา ตลอดกระบวนการในการจัดทำป้าย เพื่อให้ป้ายดังกล่าวสามารถทำหน้าที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ดังที่ สัญฉวี สายบัว (2550) กล่าวว่า งานแปลทุกประเภทควรได้รับการทดสอบการแปลก่อนถึงมือผู้อ่าน ทั้งในด้าน

ความถูกต้อง ความง่ายของระดับภาษา ตลอดจนท่วงทำนองการเขียน ทั้งนี้ ก็เพื่อให้งานแปลนั้นก่อให้เกิดผลตอบสนองในตัวผู้อ่านได้เทียบเคียงกับต้นฉบับ

ในส่วนข้อเสนอแนะด้านการแปลสำหรับเสริมสร้างภาพลักษณ์ป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ที่มีการเสนอให้ 1) เลือกใช้กลวิธีการแปลให้เหมาะสม 2) ศึกษาความรู้รอบตัวเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ 3) เลือกใช้เครื่องมือช่วยแปลอย่างมีวิจารณญาณ 4) มีการตรวจทานการแปลจากผู้เชี่ยวชาญ รวมถึง 5) รู้จักปรับบทแปลตามความจำเป็น จะเห็นได้ว่า ข้อเสนอแนะที่เสนอมาล้วนตั้งอยู่บนพื้นฐานอันเป็นหลักสำคัญในการแปลทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความถูกต้องแม่นยำตามต้นฉบับ รวมถึงการคงไว้ซึ่งอรรถรสของต้นฉบับ ดังที่ Larson (1998, อ้างถึงใน รัชนิโรจน์ กุลธำรง, 2552, น.258-259) กล่าวว่า งานแปลที่มีคุณภาพจะต้องประกอบไปด้วยคุณสมบัติที่สำคัญอันประกอบด้วย 1) ความถูกต้อง (Accuracy) 2) ความชัดเจน (Clarity) และ 3) ความเป็นธรรมชาติ (Naturalness) ในการนี้ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกให้แก่ป้ายสาธารณะในพื้นที่ ผู้ออกแบบและจัดทำป้ายจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับรายละเอียดต่าง ๆ ที่ปรากฏบนป้าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการแปลภาษา เนื่องจากไม่เพียงส่งผลต่อภาพรวมของป้ายดังกล่าว แต่ยังส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของป้ายซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักอีกด้วย

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาครั้งนี้ ไม่เพียงจะเป็นส่วนหนึ่งในการสะท้อนปัญหาป้ายสาธารณะภาษาจีนในด้านการแปลภาษา อีกทั้งยังเป็นการเสนอแนะแนวทางเบื้องต้นในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ไปยังผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมไปถึงคนในชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้ เข้าใจ ตลอดจนเกิดความตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาป้ายภาษาจีน ซึ่งหากทุกภาคส่วนร่วมมือกัน ไม่เพียงจะช่วยยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวและบริการเท่านั้น แต่ยังสามารถส่งผลดีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ตลอดจนความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การเติบโตและการขยายตัวทางภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตที่มั่นคงและยั่งยืนต่อไปได้อย่างแน่นอน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ควรนำผลการศึกษาในครั้งนี้ ไปเป็นข้อมูลในการผลักดันให้มีการพัฒนาป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่ เนื่องจากป้ายสาธารณะไม่เพียงมีบทบาทในการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมถึงอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่พื้นที่ได้อีกทางหนึ่ง

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบรวมถึงผู้ประกอบการในพื้นที่ จำเป็นต้องมอบหมายให้มีเจ้าหน้าที่หรือฝ่ายที่ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับการแปลภาษาจีนเพื่อจัดทำป้ายสาธารณะโดยเฉพาะ เนื่องจากการจัดทำป้ายที่ดี ผู้รับผิดชอบต้องมีความรู้ ให้ความสำคัญและความใส่ใจในรายละเอียดการจัดทำป้าย ทั้งในเรื่องการเลือกวิธีการแปล การใช้เครื่องมือช่วยแปล การตรวจทานโดยผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนการปรับบทแปลให้มีความเหมาะสม จึงจะทำให้ป้ายสาธารณะภาษาจีนสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ควรมีการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลป้ายสาธารณะภาษาจีนที่ปรากฏตามสถานที่ราชการ หน่วยงานรัฐต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเพิ่มเติม เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มา ใช้ประกอบการออกแบบแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์ป้ายสาธารณะภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดอื่น ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ดวงตา สุพล. (2541). **ทฤษฎีและกลวิธีการแปล** (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ผู้จัดการออนไลน์. (2563). **ททท.ภูเก็ตสำรวจพบนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 90 ยังอยากมาภูเก็ตหลัง
โควิด-1หมด หาดทราย ชายทะเล แหล่งท่องเที่ยวยอดฮิต**. สืบค้น 17 เมษายน 2565.
<https://mgronline.com/South/detail/9630000046793>
- พัชรี โภคาสัมฤทธิ์. (2548). **การแปลอังกฤษเป็นไทย: ทฤษฎีและการประยุกต์**. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์.
- รัชนีโรจน์ กุลธำรง. (2552). **ความรู้ความเข้าใจเรื่องภาษาเพื่อการแปล: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ**. สำนักพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัญญาวี สายบัว. (2550). **หลักการแปล** (พิมพ์ครั้งที่ 8). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพรรณิ ปิ่นมณี. (2555). **แปลผิด แปลถูก: คัมภีร์การแปลยุคใหม่**. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. (2543). **ระบบป้ายสัญลักษณ์**. พลัสเพลส.
- C9hotelworks. (2020). **China Thailand Travel Sentiment Survey April 2020**. Retrieved April
20, 2022. <https://www.c9hotelworks.com/wp-content/uploads/2020/04/china-thailand-travel-sentiment-survey-2020-04.pdf>
- China Tourism Academy. (2021). **2021 Chinese Outbound Travel Development Year-End
Report**. Retrieved May 3, 2022. <https://www.ctaweb.org.cn/cta/gzdt/202111/074b098d53e24375bfebf5352f67512a.shtml>
- Nassaji, H. & Hu, H. M. (2012). **The relationship between task-induced involvement load
and learning new words from context**. *International Review of Applied Linguistics
(IRAL)*. 50(1), 69-86.
- World Tourism Organization. (2019). **Guideline for Success in the Chinese Outbound Tourism
Market**. Retrieved April 20, 2022. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421138>