



ISSN 2822 – 0781 (Online)

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

Mae Fah Luang University

皇太后大学

Journal of Sinology

วารสารจีนวิทยา 汉 学 研 究

Vol.18 No.2 (July-December 2024)

ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567)

第18期第2期 (2024年 7-12月)

ศูนย์ภาษาและวัฒนธรรมจีนสิรินธร

Sirindhorn Chinese Language and Culture Center

诗琳通中国语言文化中心



Journal of Sinology

Vol.18 No.2 (July-December 2024)

Sirindhorn Chinese Language and Culture Center
Mae Fah Luang University

Journal of Sinology ISSN 2822-0781 (Online)

Vol.18 No.2 (July-December 2024)

Copyright 2024 Sirindhorn Chinese Language and Culture Center,
Mae Fah Luang University

Published by Sirindhorn Chinese Language and Culture Center
Mae Fah Luang University
333 Moo 1 Tasud, Muang, Chiangrai 57100 Thailand
Tel: (66) 5391 7097 E-mail: jsino.sclc@mfu.ac.th

About the Journal

Journal of Sinology was established in 2007 by Sirindhorn Chinese Language and Culture Centre, Mae Fah Luang University. Jsino publishes articles in Thai, Chinese and English intending to provide a platform for researchers in the Chinese studies to share their innovative research.

Aim and Scope

Journal of Sinology is a journal for the dissemination of research and academic works related in Chinese studies such as language, literature, translation, history, and teaching Chinese language, as well as other related fields of Chinese studies. To allow the academic work to be widely published and accepted by an academic's field. The published articles are moderated by a specialist in Chinese studies, and Triple-blind peer review with an unidentified author.

Journal of Sinology is accepting academic articles in 3 languages: Thai, Chinese and English. In the form of research articles and academic articles. Journal of Sinology is ***two volumes per year***, consisting of the 1st edition (January-June) and the 2nd edition (July-December).

Content Scope

Main subject category: Social Sciences	
Arts and Humanities	Social Sciences
Language and Linguistics: Chinese Language, Chinese Grammar, Chinese Translation, Teaching Chinese Language, etc. Literature and Literary Theory: Chinese Literature, Traditional Chinese Characters	General Social Sciences: Social Sciences, Chinese Philosophy, Economics and Trade, etc. Cultural Studies: Chinese Arts, Chinese Culture, Chinese History, Chinese Folklore, etc. Political Sciences and International Relations: International Relations, Political, Chinese Strategy and Policy, etc.

Editorial Team

Editor in chief

Prof. Ronglin Cen

Assistant editors

Teeraparp Predeepoch, Ph.D.

Dean of School of Sinology

Asst. Prof. Suppakorn Khonkhlong

Assistant Editor

Editorial Board

Prof. Sitthiphon Kruarattikan, Ph.D.

Thammasat University

Prof. Metcha Metjiranont, Ph.D.

Ubon Ratchathani University

Prof. Gu Ming

Guizhou University of Finance and Economics

Prof. Qiu Rong

Guizhou University of Finance and Economics

Assoc. Prof. Mei Fan

Guizhou University of Finance and Economics

Assoc. Prof. Zhou Rui

Southwest University

Assoc. Prof. Pittaya Suvakunta, Ph.D.

Thammasat University

Assoc. Prof. Kanokporn Numtong, Ph.D.

Kasetsart University

Assoc. Prof. Surasit Amornwanitsak, Ph.D.

Thammasat University

Asst. Prof. Naris Wasinanont, Ph.D.

Huachiew Chalermprakiet University

Asst. Prof. Theerawat Theerapojjanee, Ph.D.

Chulalongkorn University

Asst. Prof. Nutdhavuth Meechaiyo, Ph.D.

Mae Fah Luang University

Asst. Prof. Caijun Lin

Mae Fah Luang University

Nisareen Wangtakwadeen, Ph.D.

Mae Fah Luang University

Pratuangporn Wiratpokee, Ph.D.

Mae Fah Luang University

Secretary of Journal

Chayanat Srijarunerueng

Nuttida Wongputtarungsee

Panupong Jannarongsorn

Contact

The Sirindhorn Chinese Language and Culture Center
333 Moo1, Thasud, Muang, Chiang Rai 57100, Thailand
<https://journal.mfu.ac.th>

Principal Contact

Asst. Prof. Suppakorn Khonkhlong
Assistant Editor
Tel: 0-5391-6693, 0-5391-7096
Email: suppakorn.kho@mfu.ac.th

Support Contact

Email: jsino.sclc@mfu.ac.th
Chayanat Srijarunruang Tel: 0-2679-0038 (5105)
Nuttida Wongputtarungsee; Panupong Channarongsorn Tel: 0-5391-7097

PUBLICATION ETHICS

Duties of Authors:

1. The author must certify that his/her paper is new and has never been published anywhere before.
2. The author must quote other authors' work if part/parts of their work are included in the author's paper. Furthermore, it must be stated in the reference section.
3. The author must correctly write an academic article or research paper based on the "Author Guidelines" format.
4. Co-author (s) name (s) appearing in the article must be a person (s) who has truly been involved in the writing of (s) the article.
5. The author must put forward evidence stemming from research that has been conducted without distortion or bias.
6. The author must indicate the source of any supporting funds.
7. The author must indicate any data that could signal a conflict of interest.

Duties of Editors:

1. One of the editor's tasks is to consider the quality of articles submitted to the editorial board.
2. The editor is obliged to check for plagiarism by using a reliable program. This aims to ensure that all articles published in the journal do not copy other articles.
3. If plagiarism is found, the editor must quit the assessment process and contact the author immediately seeking an explanation. This will then serve as the basis for the article's acceptance or rejection.
4. In the case of uncertainty or suspicion, the editor must find evidence to verify it. However, the editor must not reject the publication solely based on his/her suspicion.
5. The editor must not disclose any personal data of the author or the person assessing the article to other people who are not involved while the article is being assessed.
6. The editor must decide on selecting published articles after they have passed the article assessment process. This should be based on the article's contribution, innovation, clarification, and the consistency of its content with the journal's policies.
7. The editor/s must not have conflicts of interest with the author of the article's assessor.

Duties of Reviewers:

1. The reviewer must strictly observe confidentiality. He/she must not disclose any data found in the submitted article to other people who are not involved.
2. After receiving the article from the editorial board, the reviewer may inform the editor or reject the assessment if he/she believes that there is a conflict of interest such as having participated in the project, personal acquaintance with the author or any other reason/s which might hinder him/her from doing their work.
3. The reviewer should indicate any article which the author has not quoted but which is important and consistent with the article being assessed. Also, if it is found that the article resembles another one, the article assessor must notify the editor.

4. The reviewer should choose to assess the article because it relates to the field in which he/she specializes and base their assessment on the importance of its content, the quality of its analysis, and concentration of the article. Personal opinions having no supporting data as a criterion for assessing the article must be avoided.

5. The reviewer should not judge the article based on his/her persona; opinions having no supporting evidence.

AUTHOR GUIDELINES

Submission Preparation Checklist

1) The manuscript must be in Thai, Chinese or English.

2) Length of Academic article is not over 15 page and length of Research article is not over 20 pages of A4 type only 1 side (Including of photo, table, referent document and appendix).

3) Font requirement

1. Font of Thai and Chinese letter is required only to use **TH Sarabun New** respectively.

2. Font of the English letter is required only to use **Times New Roman** respectively.

3. Font of the Chinese letter is required only to use **FangSong** respectively.

4) Title of Article, font size is 18 pt. (Bold), center of page both of Thai (Chinese) and English.

5) Name of authors are required to identify their original affiliation/address / and email address (only for the main author), font size 16 pt., the center of page both of Thai (Chinese) and English. Spaces 1 line from the title of the article. (English article only requires one language)

6) Abstract, keywords, both of Thai (Chinese) and English; font size is 16 pt. (bold) left edge. Spaces 1 line from Email Address.

7) Length of abstract in the article, Thai is no longer than 200 words, English is 250-350 words, and Chinese 200-250 words. Content of abstract both of Thai (Chinese) and English have required a paragraph of 1.25 cm., typing at left and right margins (Thai abstract requires Thai distributed).

8) Keyword of Article is typed after the Keyword topics. Font size 16 pt. and no line spacing.

9) Heading Name, font size 16 pt. (bold), left edge, not numbered—Spaces 1 line from the previous content.

10) Subheading Name, font size 16 pt. (bold), a paragraph of 1.25 cm. and no line spacing.

11) Article content, paragraph 1.25 cm, typing at left and right margins (For Thai article requires Thai distributed) font size 16 pt. Suppose some clauses do not include the number. Use the hyphen (-) of the same article as the headline without any line spacing.

12) Name and number indicate the table, font size 16 pt. (Bold). Specify on the left edge table, such as Table 1. Cost comparison. Spaces 1 line from the content before the table. And under the table showing content sources, left edge and no spacing lines.

13) Typing the table according to the APA format (no vertical lines, horizontal lines, there are only 2 table lines: above 1 table details, 1 line under table details and 1 table line ending). The next page doesn't have to be a grid line. And on the next page, insert the table head (continued)

14) Name and number of images chart, font size 16 pt. (Bold). Specify under the image or chart in the center of the page, such as picture 1, the research framework under the chart image, indicate the source of data, left edge and no spacing lines.

15) Margins, top 2.54 cm., under 2.54 cm., left 2.54 cm., right 2.54 cm.

16) Page number is required at under right, from the beginning of the article until the end.

17) Reference list is required font 16 pt. (bold), left edge.

18) The content of reference is required font 16 pt. (follow APA format). For Chinese reference needs Romanization.

Manuscript

The manuscript must be in Thai, Chinese or English. All pages should be numbered consecutively. The first page of the manuscript should contain: (1) the main title; (2) all authors' names, affiliations, and email addresses; (3) an abstract of not more than 300 words; (4) up to five keywords. The second page should contain the same data, except (2). All text must be in a one-column format and justified.

Abstract

The abstract of a research article should contain the theme sentence(s), research objectives, research methods, and research results. Research arguments and recommendations should be given if applicable. An abstract should not contain a reference or a footnote.

Body text

The main title of a research article should contain the following: (1) an introduction giving the background and rationale of the research; (2) objectives; (3) methods; (4) results and discussion; (5) conclusion; (6) acknowledgments; and (7) references. A recommendation is optional depending on the type and discipline of the research.

References

Following the APA (Modified) style, references should be cited in the text by giving the last name of the author(s) followed by the year of publication in parentheses. For Example, **John (2022)**; (**John, 2022**), and citations of particular pages should be in the following form (**Mary, 2022:5**).

The full references must be in alphabetical order at the end of the manuscript. They should include all authors' names and initials, year of publication, the title of the article or book, the full title of the journal, volume, issue (if any) and page numbers, and for books and other print sources, the publisher's name and place of publication. In case of references source from a non-English language, translate the title to English and retain "in Thai" or "in (Original Language)" in the parentheses. Please note that if references are not cited in order, the manuscript may be returned for amendment before it is passed on to the Editor for review.

Textbook

Brinton, D. M. (2017). Innovations in pronunciation teaching. In *The Routledge Handbook of Contemporary English Pronunciation*. Routledge.

Lu, B.F., & Jin, L.X. (2015). *Yuyan Leixingxue Jiaocheng* [语言类型学教程]. Beijing: Peking University Press. (in Chinese)

Petchedchoo, P. (2010). *An analysis of common errors in Chinese prepositions usage by Thai high school students in Bangkok and nearby areas* (Report No. n.d.). Dhurakijpundit University. (in Thai)

Prime Minister's Office. (1997). *Criteria for transcribing Chinese characters instead of Mandarin with Thai characters*. Bangkok: Thammasat Printing House. (in Thai)

Article

Butler, D. L., & Winne, P. H. (1995). Feedback and regulated learning: A theoretical synthesis. *Review of Educational Research*, 65(3), 245–281.

Chang, J. (2007). An initial comment on the teacher's leading role and the student's learning of his own: Taking the audio-visual speaking instruction as a case. *Journal of Shanghai University*, 14(3), 134–137. (in Chinese)

Waelateh, B., Boonsuk, Y., Ambele, E. A., & Jeharsae, F. (2019). An analysis of the written errors of Thai EFL students' essay writing in English. *Songklanakarin Journal of Social Sciences and Humanities*, 25 (3), 55-82.

Thesis

Wang, Y. R. (2020). *Investigation and research on Chinese autonomous learning ability of Korean students in China: A case study of Dalian University of Foreign Languages*. [Unpublished master's thesis]. Dalian University of Foreign Languages. (in Chinese)

Wang, Z. H. (2018). *Investigation and analysis of Chinese learning autonomy of overseas students from Central Asian countries*. [Unpublished master's thesis]. Shanghai International Studies University. (in Chinese)

Website

Allen, I. E., & Seaman, J. (2007). *Growing by degrees: Online education in the United States*, The Sloan Consortium. http://www.sloanc.org/publications/survey/pdf/growing_by_degrees.pdf.

Peters, M. (2009). *Executing blended learning*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281303351X>

CONTENTS

Message from Editor

I

SPECIAL ARTICLE

Never Forget Its Source When You Drink the Water: to the Upcoming
50th Anniversary of the Establishment of Diplomatic Relations between
Thailand and China

II - XIV

饮水思源：中泰建交 50 周年记

Ronglin Cen

RESEARCH ARTICLES

A Study on the Discourse of the Ancient Central Plains State Power
to Maintain Influence via “Tianxia” Ideology in the Chinese Novel
“Romance of the Three Kingdoms”

1 - 23

การศึกษาวาทกรรมเพื่อรักษาอิทธิพลอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางจีนโบราณผ่าน
อุดมการณ์ “โลกหล้าใต้ฟ้า” ในนวนิยายจีนเรื่อง “สามก๊ก”

Pantagarn Uswachoke; Suree Choonharuangdej

Structures Containing, but not Representing, Numbers in Boya

24 - 46

Chinese Textbooks: A Survey and Teaching Suggestions

《博雅漢語》系列中漢語數量表達的主觀性語法形式的考察情況及教學建議

Nattanit Chamsuwanwong

Cognitive Differences Analysis and Instructional Recommendations of

47 - 66

Thai Chinese Learners’ Perceptions of “上” Based on Dynamic Corpus Data

基于动态语料数据的泰国汉语学习者对“上”的认知差异分析与教学建议

Zhuang Jianing; Zhang Jingying

Factors Affecting Coffee Consumption Culture in China during
the Year 2012-2021

67 - 87

ปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021

Sasithon Buttha; Annie Khamroy; Pornpawis Lhapeerakul

Application of “Trinity Grammar” in Grammatical Interpretation of TCFL Textbooks-Taking A Case Study of “V/Adj.+ de” Bi sentence “三一语法” 在于对外汉语教材语法释义部分的应用—— 以 “V/Adj.+得” 比字句为例 Nawanan Woraditnitiwaraatorn	88 - 105
A Comparison of Vocabulary in Primary Education Chinese Textbooks “I Love Chinese” and “Open Sesame Chinese” การศึกษาเปรียบเทียบระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษาชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา” Nattanon Teerapanyawatt	106 - 122
A Comparative Analysis of Business Chinese Textbooks in Thailand การวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจในประเทศไทย Sasithorn Nuritamon	123 - 147
The Development of Chinese Language Learning Package by Using the Recreational Activity Songs การพัฒนาชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนทักษะภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสนทนาการ Puriwan Waranusast; Chananya Phuangthong	148 - 167
The Zhang Yuanbian's Practical Philosophy: Analysis, Reflection, and Interpretation 张元忞的践履哲学：分析、审思与诠释 Yi Zhang	168 - 184

ACADEMIC ARTICLE

Studying China’s New Energy Automobile Industry Development Plan under the Made in China 2025 Strategy to Develop Thailand’s New Energy Automotive Industry การศึกษาแผนพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ของจีนภายใต้ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ของไทย ภายใต้โครงการ EEC Kobboon Viriyayingyong; Banthita Pathravishkul	185 - 199
---	-----------

Message from Editor

It is with great enthusiasm that we present the Vol. 18 No. 2 (July-December 2024) of the Journal of Sinology. This issue showcases the dynamic and multifaceted nature of Chinese studies research, highlighting the intricate interplay between history, culture, language, and socio-economic developments.

This issue begins with a *Special Article* that marks the upcoming 50th anniversary of diplomatic relations between Thailand and China. This article reflects on the deep historical and cultural connections between the two nations, emphasizing mutual respect and shared values that have sustained their enduring partnership. It sets the tone for this issue by honoring the spirit of collaboration and cultural exchange.

The *Research Articles* in this issue cover an impressive array of themes, the diversity of research underscores the dynamic nature of Chinese studies research. These research articles bring together diverse studies that span linguistic, historical, and educational themes. From investigations into the mechanisms of state power and ideology in classical Chinese literature to analyses of linguistic patterns in modern teaching materials, these works reveal the richness of Chinese language and culture. In the Academic Article, we turn attention to forward-looking themes, exploring strategies for industrial and economic development inspired by initiatives in China. This piece examines the potential for cross-border collaboration, highlighting opportunities for innovation and mutual growth in emerging industries.

We are grateful to our editorial board and the scholars who have contributed to this volume and to our readers, whose support continues to drive our commitment to fostering high-quality Chinese studies research. This issue aims to inspire dialogue, spark intellectual curiosity, and contribute to a deeper understanding of Chinese studies and its global significance.

We hope you find this issue both insightful and engaging.

SPECIAL ARTICLE

Never Forget Its Source When You Drink the Water: To the Upcoming 50th Anniversary of the Establishment of Diplomatic Relations between Thailand and China¹

Ronglin Cen²

School of Sinology, Mae Fah Luang University Chiang Rai 57100 Thailand

E-mail: cen.ron@mfu.ac.th

Abstract

Geographically and culturally connected to each other for thousands of years, China and Thailand have shared their time-honored and deep-rooted friendships by both inter-state communications and nongovernmental exchanges as well. As modern states, these two countries have been forging their relationships, expanding their bilateral interactions and extending their cooperations in politics, economy, military, culture, education, tourism and other fields for almost a half of a century by July 1st, next year, i.e., the 50th anniversary of the Establishment of Diplomatic Relations between Thailand and China. Despite belonging respectively to two distinctive social systems, maintaining close coordination and communications in both regional and international affairs, China and Thailand have become a good example of the harmonious coexistence, win-win cooperation and mutual development among countries with different social systems. Being good neighbors, friends, relatives and partners, China and Thailand are developing a promising bilateral relation with huge potentials.

Keywords: China-Thailand Relationship; China-Thailand Diplomacy; Review and Assessments; Outlook and Prospects

¹ This special article is a knowledge-focused contribution, commissioned by the editorial board and authored by an invited expert.

² Ronglin Cen. Former Dean and Professor of Graduate School of Beijing Foreign Studies University. May 2010 to May 2013. The former Thai director of the Confucius Institute at the Sirindhorn Chinese Language and Culture Centre at Mae Fah Luang University. From June 2013 to present, Distinguished Professor in the School of Liberal Arts and School of Sinology of Mae Fah Luang University.

特别文章

饮水思源：中泰建交50周年记³

岑容林⁴

泰国 清莱 皇太后大学汉学院 57100

E-mail: cen. ron@mfu. ac. th

摘要

中泰两国地缘相近，文化相通，血脉相亲。两国友谊基础深厚，民间交往源远流长。明年7月1日即将迎来中泰建交50周年纪念日，中泰建交五十年来，两国高层领导互访频繁，双方无论在政治、经济、军事、文化、教育、旅游等领域的交流与合作不断扩大，在国际和地区事务中保持密切的协调与沟通。中泰关系已成为不同社会制度国家间和睦相处、互利合作、共同发展的典范。中泰两国可谓是好邻居、好朋友、好亲戚、好伙伴。展望未来，两国关系发展前景广阔、发展潜力巨大，整体形势一派大好。

关键词：中泰关系、中泰外交、回顾、展望

中泰两国地缘相近，文化相通，血脉相亲。两国人民有着上千年的交往史，两国间友谊基础深厚，民间交往亦源远流长。尤其是自1975年7月1日两国正式建立外交关系以来，双方交流合作，无论在政治、经济、文化、教育、军事等领域都有着不断的深化扩大，中泰两国在国际和地区事务中一直保持着密切的协调与沟通。中泰两国作为好邻居、好朋友、好亲戚、好伙伴，“中泰一家亲”已经成为两国政府和人民的共识，中泰关系已成为不同社会制度国家间和睦相处、互利合作、共同发展的典范。

然而，中泰两国关系的发展亦绝非一帆风顺的坦途，其间经过了无数艰难曲折的历程。俗语有云：“前人栽树，后人乘凉。”面对中泰友好的今天，为了倍加珍惜两国间这来之不易的友好关系，更好地看待现在、正确地面对未来，我们有必要铭记起中泰双方外交中那些不畏艰险、勇于担当、为中泰友好关系作出了巨大贡献的先辈们，饮水更要思源。

³ 本特约文章旨在提供知识性内容，由编辑部特别邀请专家撰写完成。

⁴ 岑容林，原北京外国语大学研究生院院长，教授。2010年5月到2013年5月。任泰国皇太后大学诗琳通中国语言文化中心主任兼孔子学院泰方院长。2013年6月至今，先后在泰国皇太后大学文学院、汉学院任特聘教授。

1. 第二次世界大战之后亚洲地缘政治中的中泰关系

二十世纪四十年代末，随着第二次世界大战的结束，当时的世界又分成了两大对立的阵营，即以苏联为首的社会主义阵营和以美国为首的资本主义阵营，两大阵营间长达近半世纪的政治和区域军事对抗即为“冷战”。诞生于“冷战”初期的中华人民共和国在美苏“冷战”中所作出的种种立场，则不同程度地改变了这一时期世界的政治格局。

因为新中国成立初期中苏关系友好紧密，故美国对中国采取的是军事威胁、政治孤立和经济封锁的外交政策。从地缘政治学的角度观察，泰国作为美国在东南亚地区的传统盟友，惟瞻美国马首，紧跟美国二战后在东南亚地区所发动的反华反共政策，作为第二个参战国加入了美国发动的朝鲜战争。在美国侵略越南战争期间，泰国参与制定并签署了美国为了围堵封锁中国而战略部署的《东南亚条约》，即允许泰国作为美国在亚洲反华反共最大的后方基地。泰国东北的友谊公路就是美国在发动越南战争期间出资所建的一条战略公路，全部的钢筋水泥结构可以直接起降直升飞机。其他开发给美军使用的还有乌塔堡空军基地及梭桃邑海军基地，连享誉全球的旅游胜地帕塔雅，其实也是得益于越战期间美国士兵度假于此，而逐渐由一个小渔村发展起来的。

作为美国在东南亚的桥头堡，泰国在很长一段时期都追随美国而奉行反华反共的政策。外交上具体表现在其对外关系上断绝了与中国的任何来往，对内则有排挤华人华侨并限制教授汉语等等具体政策上的体现。在内政问题上，泰国政府担心中国共产党会把泰国境内的华人华侨赤化成共产党，从而对泰国的民主自治乃至国家主权产生威胁，因此出台了一系列的限制泰国华人华侨从业的政策，大至矿山开采，小及经营理发，泰国华人均无兴办的权利。不仅如此，连泰国华人华侨接受汉语教育的权利亦受到国家极为严格的限制：从小学一年级开始学起，而只学到小学五年级；且每周只准许学习1个小时。因此其学习的效果、教育的质量，可想而知；于此问题，笔者文后还会详加论述。

另外，由于当时中泰双方处于断交乃至敌对的状态，两国交流中很多正常的事情却只好通过非正常的渠道进行办理。譬如，一些泰国华裔朋友曾告诉笔者，因为中泰两国之间无论官方民间，任何往来皆无，所以他们的父母当时无法在泰国通过以邮局公开汇款的方式来周济留在中国广东省汕头、潮州一带的亲戚，而只好秘密通过香港或者澳门的地下钱庄，少则三个多月，长则半年以上，屡经周折方可送抵，且尚还不能保证每一笔汇款都让在中国的亲人收到，既费时费力，还没无保障。时至今日，泰国老一代华人华侨及其子女每每回想起这段时期，尚泪垂不禁。

2. 二十世纪五六十年代的中泰外交中的“小人质”事件与乃讪家族

任何事物往往都具有双重性，历史上泰国的外交政策亦不外如是。泰国善在大国之

间长期平衡，折冲左右而“在夹缝中求生存”。早在大城王朝时代，在葡萄牙势力渗入后，泰国就引法国以制衡葡萄牙；后法国势力又盛，泰国则借英国驱法。第二次世界大战期间，日本“借道”泰国，泰国又依附日本清洗英国势力。二战结束，美国势力在泰独大。环视东南亚诸国，越南、老挝、柬埔寨、缅甸诸国都曾沦为西方国家的殖民地，但唯有泰国却能始终保持独立，从未遭受过殖民统治；就算在上述第二次世界大战结束之后的历史时期里，尽管泰国追随美国，但其也一直没有放弃对华改善关系的努力。

举1955年的万隆会议为典例。泰国资深政治家、新闻界泰斗乃讪·帕他努泰先生，当时身为泰国銮披汶·颂堪总理内阁中主管外事的首席顾问。乃讪先生积极主张要跟中国接触以打开对华关系。对于反殖民而导不结盟运动的亚非拉国家举办的万隆会议，乃讪先生就以不激惹美国为前提原则，最终说服了銮披汶总理继续派代表，泰国得以“观察员”的身份与会。万隆会议期间，周恩来总理公开宴请了泰国代表团团长兼外交部长旺·威泰耶康亲王，旺亲王本人在泰即素有开明之声誉。会后，亲王不仅十分赞同中国倡导的“和平共处五项原则”，更为周总理的风度和智慧折服，会后告诉乃讪先生：“谁说周恩来是土匪，青面獠牙？他是一个翩翩美男子，倜傥绅士，天才的外交家，我与他的关系在那个晚上结成了很深的友情，我还接受了周的礼物，一块漂亮的中国丝绸。”（Chang Yuan, 2012）

就此，泰国总理銮披汶、外长旺亲王和总理首席顾问乃讪·帕他努泰先生共同密议，主要由乃讪肩负起同中国秘密建立外交关系的重任。第一次尝试是在1955年底，乃讪秘密随行銮披汶总理出访缅甸并在中国驻缅甸大使馆与中国驻缅甸大使姚仲明会晤。中泰双方成功签署了一个协定，内含中泰“愿在和平共处五项原则的基础上发展友好关系”以“最终实现关系正常化”等声明。不料美方侦悉了此事，极为震怒，随即加强了对泰国的羁縻。

乃讪先生又与銮披汶总理议定，送自己的二儿子（汉名常怀，11岁）以銮披汶内阁的总理私人代表身份，和自己的小女儿（汉名常媛，7岁）作为他的陪伴，一起去北京学习生活，以古代“质子”的外交手段取信于中国。乃讪先生向周总理致以密函陈说此事，不料周总理认为，社会主义新中国不应再接受古时的“人质外交”，而在1956年4月27日的复函中婉拒了乃讪。可乃讪先生仍初衷不改，态度坚决，周总理斟酌再三，于1956年7月9日复函乃讪称：“我们将尊重你的意见，并尽力来照顾你的子女”（Gu, 2007）。

中方首肯后，乃讪就迅速将常怀、常媛以极其秘密的方式于1956年8月19日送到了北京，并请周总理代为管教。后由于周总理日理万机、经常出国访问，唯恐照顾不到，又将常怀、常媛托给“廖公”——即第五届全国人大常委会副委员长、长期负责共产党海外统战工作的廖承志同志代为照料。乃讪先生二公子及小女儿的华文名字常怀、常媛即廖

公的母亲何香凝先生所起。与此同时，用心良苦的乃讪先生为了对平衡美国、进行掩饰，又将其长子常曼送往美国学习。

常怀、常媛的留华行动被周总理戏称为中泰外交中的“小人质外交”事件。此后，中泰两国政府开始不断以秘密的方式进行外交联系。孰料1958年10月，泰国陆军元帅沙立发动政变夺取了政权后就宣布禁止了同中国的一切交往，而全面推行敌视中国的政策。銮披汶政府遭遇颠覆的各种成因繁复，不过同中国的私下接触绝对是其原因之一。銮披汶总理下台后就赴日本政治避难，乃讪先生则被捕，渡过了长达七年的牢狱之灾。

出狱后的乃讪万念俱灰，心中挂念的唯有还滞留在中国的常怀兄妹。而此时中泰间的沟通又早已中断多年，两国的关系跌回冰点，乃讪访华谈何容易，这对原本计划只在中国暂住一两年的泰国兄妹，哥哥常怀一住就是10年，妹妹常媛则在华13年后远嫁英伦半岛。兄妹二人留华后期正值中国十年文化大革命的特殊年代，正在大学读马列主义哲学理论的常怀因“态度欠佳”遭“红卫兵”逐出校园，后辗转到泰国驻澳门领馆；常媛则是在1969年时通过周总理亲自给英国使馆写信证明身份而远赴英国与一位英国留华学生成百年之好，因念念不忘“中国爸爸”周恩来和廖承志的恩情，分别给两个儿子分别起名为“常念周”和“常念廖”；75年中泰建交后还让念周和念廖在北京第二实验小学生活学习。念周对中国的感情也很深，亦分别给自己的两个孩子、也就是常媛的孙子们起名为“常恩周”和“常颂周”。

3. 乃讪家族与二十世纪六七十年代的中泰建交前夕的“乒乓外交”事件

20世纪60年代末70年代初，整个世界的政治格局都发生了深刻的变化。处于冷战中的共产主义和资本主义两大阵营内部也都产生了分化与演变。本来都是共产主义战友的中国和苏联之间由于政治上的分歧，苏联即在中苏边境陈兵百万，不断给中国政府施加压力，后于1969年3月发生了中苏珍宝岛流血冲突事件，导致了两国关系的彻底破裂；而此时的美国则在越南战争的泥沼中越陷越深而无法自拔，导致国内反战的情绪一浪比一浪高。1968年尼克松当选为美国总统之后，一直就在为结束越南战争、从亚洲脱身、从而全力以赴地对抗苏联寻找计策，1969年的中苏交恶使得美方发现了一丝可以借助中国力量的契机，“中国牌”对当时的尼克松总统而言无比重要，这就直接导致了举世皆愕然的1971年7月美国国务卿基辛格秘密访华，和1972年2月20日美国总统尼克松访华。

尼克松访华则好比是当时世界上发生的一次政治大地震，其冲击波撼动了全世界，大为改变了当时的世界格局，这种对华态度急转直上的国际情势，让世界各国领导人都措手不及，尤其是那些长期追随美国反对中国的国家，他们不得不再重新审视自己的对华政策，当机立断地重新作出抉择。譬如此中颇具代表性的人物、日本前首相田中角荣，

在尼克松总统访华后不到半年的时间里，就紧锣密鼓的准备妥当，在1972年9月28日率领庞大的日本代表团访华。田中首相一行不仅得到了毛泽东主席的接见，还跟周恩来总理一起举行了双边会谈、发表了联合公报、实现了中日邦交的正常化。

而此时已被囚7年的乃讪先生，于1972年得以重见天日，再度出任泰国时任他依政府的最高顾问。乃讪在知晓了中美乃至中日的交往后，发觉中泰建交的时机已渐近成熟，即令女儿常媛先从英国返华联系。常媛抵京即向周总理传达了父亲乃讪重启中、泰两国建交的主张。周总理本身也在一直寻找机会促成中泰建交，遂让常媛转告乃讪先生，中国正在组织一场“亚洲乒乓球赛”，届时也将邀请泰国队参赛，以实现中泰外交的零突破，为以后的建交铺平道路。

1972年9月2日，在中国首都北京举行了首届亚洲乒乓球锦标赛，共有31个国家受邀来华参赛，泰国乒乓球队也在其列，他依政府派出的是其内阁的第三号人物、时任泰国商业部长的泰籍华人巴实·干扎那越，以泰国乒乓球队顾问这一身份秘密来京，希望能见到周恩来总理并谈判中泰关系等问题。后据常媛回忆，巴实部长甫下飞机，即被秘密接往中南海与周总理面议了中、泰两国的建交事宜。9月底首届亚洲乒乓球锦标赛结束后，周总理又在人民大会堂公开会见了巴实部长一行，由常媛女士担任翻译。周总理在与泰国代表团一行会谈中，对巴实部长说：“我们可以给泰国政府时间，我们了解你们的顾虑和难处，我们能等待，我们已经等了二十多年了，从他们这么小，到今天这么大了，再等一两年，我们可以等的。关系的建立只能在互相信任的基础上，没有信任就不能建立关系”（Chang Yuan, 2012）。周总理还建议，在双方建交条件尚未成熟期间，可以先通过文化和贸易交流，建立人民之间的相互了解和信任，并强调：“两国的贸易关系，不管国家大小，一定要建立在平等互利的原则上，而不能只顾自己利益而不顾对方利益”。这是一次相当成功的会谈，为中泰三年后的建交铺平了道路。

巴实·干扎那越率领泰国乒乓球队代表团密访北京，是中、泰两国关系的历史性突破，整个过程中，乃讪先生一家与周总理的密切配合，常怀、常媛在巴实部长北京之行中所发挥的关键作用，厥功至伟。常媛有言：“父亲乃讪能够在遭逢大难后促成此事，也是此生无憾了。”

4. 笔者所亲身经历的1975年中泰建交前巴实·干扎那越议长代表团的对华访问

1973年泰国出现了石油危机，泰国政府派时任泰国外交部副部长的差猜·春哈旺将军访华，向中国求援。周总理会见了差猜一行，通过协商，中方决定以友谊价格将石油卖给泰国。事隔多年，在2011年9月2日泰国皇太后大学诗琳通中国语言文化中心举办的纪念前总理克立·巴莫亲王诞辰一百周年的活动中，长期担任将军秘书的差猜将军外甥、

泰国前副总理、时任泰中友好协会会长的功·塔帕兰西先生向笔者讲述了当时一个非常耐人寻味的细节，即周总理在会谈过程中曾经对泰国友人放言：“友谊的价格到底值多少钱？支票任由泰方所填。”

周恩来总理的宽容大度与真诚友好深深地打动了泰国代表团，差猜将军回到饭店后曾对功·塔帕兰西先生说：“周恩来真是了不起，中国这么信赖我们，我们更要对得起他们”（与笔者的谈话，2011）。当时，在中国自身的石油尚不能自给的情况下，还能以友谊价格供给泰国石油，以解泰方燃眉之急，帮助泰国稳定其国内的局势。对此泰方深为感动，时至今日聊起这一往事，泰国友人仍对中国政府当时雪中送炭的真挚友情难以忘怀。

在1975年7月1日中泰建交前的半个月，巴实·干扎那越（许敦茂）先生以泰国议会议长的身份率代表团访华，访问路线是经由香港-广州-南京-扬州-上海-北京-广州-深圳-出境，中方由张九桓、管木和笔者担任泰语翻译接待议长一行。是时两国尚未建交，故只好暂由中国外交学会接待泰方代表团，但是接待的规格极高。在北京，由乔冠华外交部长出面宴请，邓小平副总理、朱德委员长相继接见了泰国代表团的全体成员。

巴实议长此行访华的目的完全是为了中泰两国实现建交而进行试探和铺路。访问期间，巴实先生一再要求面见周恩来总理，而中方考虑到周总理当时的健康状况，则安排笔者作为翻译单独陪巴实议长去见了周总理的密友、“大管家”廖承志同志。廖公与巴实议长的会晤，笔者现在回想起来，大致有以下两点：其一即言周总理当时身体欠安，不便会客，望巴实先生理解；其二则为中泰两国建交的条件现在业已成熟，中方欢迎时任泰国总理克立·巴莫亲王来华访问，以尽早实现两国友好邦交的正常化。

另外，在巴实议长访华团经广州到深圳出境之前，克立·巴莫总理又委派了当时泰国驻联合国的大使阿南·班雅拉春访华，负责与中方商谈建交事宜。巴实议长与阿南大使在广州本溪酒家的午宴上会面时，向阿南大使通报了他此次率国会议员代表团访华的收获。在此，笔者还想讲述一段巴实议长代表团访华期间的有趣插曲。

巴实议长代表团的副团长是一位名为沙瓦·堪巴谷的资深律师，在代表团将近10天的访华过程中，沙瓦先生只要一有机会，就想和笔者单独交谈而一再重申想要了解一个真实的中国。在交谈中他陆续问到笔者三个问题。其一：“听说在中国，老人去世后政府将他们的骨灰拿去做肥料。”其二：“小孩出生之后就被政府抱走了，父母从此见不到孩子。”其三：“中国人能收看电视和广播吗？”

沙瓦先生首先请笔者不要介意，并一再解释这三个问题都是从西方媒体的报道中而得知的，但一直将信将疑，这次有机会到了中国，一定要想办法弄个明白。笔者告诉沙瓦先生：“中国有句古语，眼见为实，耳听为虚，欢迎代表在华进行调研。”期间笔者陪

同泰国议长代表团参观了中国广大的农村、城市、工厂、街道、学校，并与各地的领导负责人见面，逐步打消了泰国友人脑海中存在多年的疑团。最后在 深圳分手时，沙瓦先生颇有感触的告诉笔者：“真是百闻不如一见呀，回到泰国后要好好整理一下，争取出一本介绍中国的书”（笔者的对话，1975）。

5. 1975年7月1日克立·巴莫亲王访华与1978年11月5日邓小平副总理访泰

在巴实议长访华并与廖承志同志会晤之后，中泰双方加紧地认真准备，中泰建交条件也随之日趋成熟，这样就由周恩来总理代表中华人民共和国政府正式邀请泰王国总理克立·巴莫亲王率领泰国政府代表团来华访问，以正式建立外交关系及共商两国双共同关心的问题。1975年7月1日，泰国总理克立·巴莫亲王与周总理在北京签署了两国建交联合公报，郑重宣告中国与泰国正式建立了外交关系。当天，克立总理及代表团的主要成员还受到了毛泽东主席的接见。作为当时代表团成员之一的功·塔帕兰西先生后来曾对笔者谈到其中的一个细节——当会见双方谈到有关共产主义制度这一问题时，毛主席曾对克立总理讲道：“共产主义制度在泰国其实根本无法成功，因为贵国百姓非常爱戴自己的国王；但你们的政府可不能让老百姓过起穷日子，否则百姓也会起来造反的”（与笔者的谈话，2011）。可谓是中泰领导人之间首次超越意识形态的诚恳对话。

建交后，中泰关系平稳发展，两国间高层领导频繁互访。1978年3月，泰国时任总理江萨·差玛南将军率团访华，受到了邓小平副总理和叶剑英委员长的接见，双边关系的发展又向前进了一步。同年年底11月5日，应江萨总理的回访邀请，邓小平副总理对泰国进行了首次国事访问，这也是新中国成立以来中国国家领导人对泰国的首次访问，泰国人民的激动可想而知。会谈中，邓小平副总理针对东南亚国家对中国外交政策的种种疑虑，作了大量工作，明确宣布中国不搞革命输出，强调政府是政府，党是党，并调整了中国对东南亚的政策，譬如妥善地处理了共产党及华侨的双重国籍问题以及对泰共停止了物质上的支持，等等。邓小平副总理访泰期间适逢王子剃度，小平同志即在曼谷玉佛寺里参加了王储的剃度礼，并在当场亲自赠予王子袈裟，又一次了印证了万古长青的中泰友谊。

还值得一提的是，中苏交恶以后，苏联即大力扶持越南，使之牵制中国乃至称霸亚洲。1978年越南公然出兵侵略柬埔寨并试图推行所谓“亚洲集体安全”后，作为柬埔寨近邻且曾在越南战争中作为美军基地的泰国自然深感自身的安全受到了严重威胁。可一旦泰越爆发武装冲突，泰国则恐不敌苏联的马前卒越南，故忧心如焚而有惶惶不可终日之感。邓小平副总理对此东南亚乃至世界局势皆洞若观火，加之越南也长期构衅中国边境，故由开国上将许世友统军，于1979年兵临越南。泰国很多朋友私下有言：“泰国对越

南的所作所为敢怒不敢言，而中国的邓公竟然灭了越南威风，做了泰国多年想做而又做不了的事，实为大快人心。”

6. 冷战结束及改革开放后的中泰关系

1991年的苏联解体标志着长达半个世纪的冷战终于结束，而此时的中国已处在改革开放时期，与所谓“资本主义国家”间的意识相态差距正渐渐缩小。促使中泰关系变得更加紧密，两国互信进一步增强的中泰外交中的几个大转折事件即是发生在二十世纪九十年代末以及二十一世纪初的这一时段。现简述如下：

一、1997年7月2日，泰国的房地产泡沫破裂，随之爆发了金融危机，一夜间泰国人的财富被蒸发掉了25%，经济遭遇重创。可就在泰国上下遭难之际，泰国的传统盟友美国却对此袖手旁观，当时在泰国的最大境外直接投资来源国日本也在隔岸观火。但作为大国的中国却感同身受，勇于担当，及时伸出援助之手，除了坚持人民币不贬值的底线之外，唯泰国借钱之要求是从，助其度过难关，体现出来风雨同舟、患难与共的真情实意。路遥知马力，日久见人心，这是继1973年周总理时代中国以友谊价格把石油卖给泰国之后又一次的为泰国经济雪中送炭，中国政府和人民的善举也再一次打动了泰国。

二、2001年，中国政府第一次提出建立中国—东盟自由贸易区，在此过程中，诸如早期收获计划，零关税等诸多措施也是首先在泰国得到了落实而开始执行的。体现了中泰双方高度的相互信赖。时至今日，2023年4月10-12日的中国—东盟自由贸易区的3.0版谈判中的第二轮、也是新冠疫情以来中国与东盟双方举行的首次线下谈判，就在泰国曼谷举行。谈判双方致力于提升经贸领域开放水平，拓展新兴领域互利合作，不断丰富中国—东盟全面战略伙伴关系内涵，促进区域共同繁荣发展，以实现历史性的新跨越(Bai, 2023)。

三、2003年战胜“非典”，2004年抗击禽流感，乃至2020年防控阻击“新冠”病毒，中泰两国都是紧密协调，加强合作与沟通，及时分享情报和经验。2003年4月29日下午温家宝总理来到泰国外交部参加了中国—东盟领导人关于非典型肺炎特别会议，泰国总理他信在大厅外门口迎候中国总理一行。温家宝与他信一同进入大厅，和与会的东盟国家领导人合影。会议开始后，先是他信总理致辞欢迎温家宝总理参加这次特别会议，而后温家宝总理在会上指出：“非典型肺炎是对人类健康和生命安全的严重威胁，但是只要中国和东盟同心携手，共赴时艰，就一定能战胜非典型肺炎，转危为安，迎来亚洲更大的繁荣和发展”(Wang, 2003)。当晚，他信总理还举行了晚宴，招待温家宝总理和出席会议的其他东盟国家领导人(Sun, 2003)，又一次见证了中泰患难之交的严峻时刻。泰国中华总商会还与在2003年5月12日向中国红十字会捐款100万泰铢，泰国华人社团客属商

会也于2003年5月30日捐款60万泰铢 (Yuan, 2003), 共同援助中国抗击非典型肺炎。而2020年春, 在肆虐全球的新型冠状肺炎流行中, 泰国疫情亦几度失控。而中国政府和人民则义无反顾地将国产的口罩及新冠疫苗大量地援助泰国 (Pan and Li, 2022), 既满足泰国国内的防疫需求, 又稳定了百姓的恐慌情绪, 获得了泰国举国上下的称赞。

另外, 在2004年底泰国南部发生的海啸以及2011年底的泰国五十年一遇特大洪涝灾害中, 总有一批又一批的救灾物资从中国源源不断地运抵泰国, 中泰交往中的种种往事, 一桩桩、一件件, 都充分反映出中国政府和人民对泰国政府和人民的深情厚谊。

7. 诗琳通公主殿下与泰国王室在中泰外交中的关键作用

中泰两国的关系之所以能发展到亲如一家的程度, 与泰国王室的大力支持是分不开的, 国王除因年事已高不出国访问外, 从王后、王储、公主、王姐等王室重要成员都曾相继访华。在此, 特别值得一提的是诗琳通公主殿下在推动两国人民之间的友好交往, 促进中泰两国文化交流方面起到了不可替代的作用。

1981年5月19日, 诗琳通公主应中国政府邀请, 代表泰国王室首次访华, 开启了泰国王室成员陆续访华的大门。诗琳通公主在北京获得了中共中央副主席、中央军委副主席邓小平与中国全国人大常委会副委员长邓颖超同志的亲切接见。访华期间, 公主在首都北京游览了万里长城、故宫、颐和园和天坛公园, 随后又前往古都西安参观了秦代的兵马俑、临潼的华清池, 继而又观光了四川灌县的都江堰古代水利工程和云南的石林、西山太华寺等等名胜古迹 (Piboonsate, 2015)。此行使公主殿下深深地爱上了中华文化, 激发了公主后来学习汉语的热情。

2023年6月1日至6日, 诗琳通公主应邀第50次访华。在北京, 国家副主席韩正出席由中国对外友协举办的“庆祝诗琳通公主殿下第50次访华成功”的庆祝大会, 中共中央政治局委员、中央外办主任王毅也在钓鱼台国宾馆为公主殿下设宴。除北京外, 公主殿下还到广东省的佛山、江门地区进行了访问考察。40多年来, 诗琳通公主先后对中国进行了50次正式访问, 公主殿下的这种世界上独一无二的友华行为极大地促进了泰中友好关系的发展, 对汉语在泰国的普及和推广作出了杰出的贡献。特别令人感动的还有2008年中国汶川大地震后公主殿下捐资重建了地震中被毁的绵阳市先锋路小学, 后为铭记公主殿下的善举更名为绵阳市先锋路诗琳通公主小学校, 以作为中泰友谊的结晶与写照。

诗琳通公主每次从中国访问回来都要著书立说, 畅谈访华见闻。广大泰国人民通过阅读公主殿下的著作加深了对中国的了解。公主殿下先后翻译过唐代李白、孟浩然等大诗人的诗篇, 并翻译出版了中国当代的王蒙、方方、铁凝、池莉等作家的作品 (Ruchirushkul, 2022), 并写下了《踏访龙的国土》、《平沙万里行》和《丝绸之路》等

著作。公主的不辍笔耕极大地促进了泰中友好关系的发展，对汉语及中华文化在泰国的推广普及作出了杰出的贡献。

中国人民一直铭记着诗琳通公主殿下对中泰文化交流的贡献。2000年，中国教育部授予诗琳通公主“中国语言文化友谊奖”，2001年8月，中国作家协会中华文学基金会授予了诗琳通公主“理解与友谊国际文学奖”，2004年中国人民友好协会授予了诗琳通公主“人民友好使者”称号。2005年，北京语言大学授予了诗琳通公主名誉教授称号。2009年，诗琳通公主殿下获得了“中国缘·十大国际友人”称号。

诗琳通公主殿下作为中泰两国人民的友好使者是当之无愧的，是泰国人民学习汉语及中华文化的楷模，此外，近几年来，小公主朱拉蓬殿下更是以古筝的演奏为桥梁，进一步加深了泰中之间的友谊。朱拉蓬公主于2001年倡导和发起了亲自演奏古筝的“中泰一家亲”音乐歌舞晚会，并命名为“两国间联结的纽带”。从小公主2002年应中国文化部的邀请来华主办“中泰一家亲”晚会（Wu, 2002）到2013年12月14日，由中华人民共和国文化部和泰王国驻华大使馆在清华大学的新清华学堂主办的第6届“中泰一家亲”音乐歌舞晚会，朱拉蓬公主殿下亲自领衔的跨越中泰两国的文化盛会已经举办了六届。

可见，“中泰一家亲”不是一般的外交辞令，它有着古老、丰富、深刻、的内涵。中泰两国的友好关系，分别得到了两国领导人的高度评价。泰国政治元老、前总理、时任泰国枢密院主席炳·廷素拉暖上将于2012年11月2日在曼谷会见时任中国国务院总理温家宝时就曾指出：“泰中关系密不可分，两国传统友谊经受住了时间和国际风云变化的考验。泰中关系堪称睦邻友好合作关系的典范”（Wang, 2012）而中国国家主席习近平于2013年10月6日在北京会见时任泰国总理英拉时亦作出了“中泰关系有着坚实的政治、经济、民意基础，发展潜力巨大，发展前景看好”（Wang, 2013）对两国外交美好愿景的展望。

8. 结语：中泰交往中的汉语教学问题

最后，笔者再略谈一下中泰交往中汉语教学的各种问题。在过去很长一段时间，出于反共、恐共等原因，泰国政府把学习汉语跟加入共产党划了等号。在上个世纪中期很长一段时期里，在泰国学习汉语是非法的，而要冒坐牢乃至死刑的危险。但是当年的泰国华人华侨家长们为了能让自己的子女学习并掌握汉语，从而了解中华文化的根脉、牢记住自己本是炎黄子孙，就只好退而求其次，将子女送至汕头、潮州或香港一带学习汉语。譬如盘谷银行的创始人陈弼臣先生、创建华侨崇圣大学的郑午楼先生，乃至现在的著名侨领谢国民、陈汉士先生等等都曾有过这种经历。

而因当时条件所限而难以留华、却又不愿其汉语学业被荒废的泰国华人华侨亦大有人在，因此就在与泰国北部清莱府的美塞县只有一河之隔缅甸大其力，一所华侨公学学

校因运而生，虽事出无奈，反倒是开创了跨境办学的先河。笔者就在清莱结识了几位华侨公学的校友，如皇太后大学的前校董徐位弹先生、校董会顾问罗建华先生、清莱美塞光明华侨学校校董会主席徐秀如女士，等等。当前的泰国之所以有华文师资奇缺且中国通凤毛麟角的问题，就是在这种大背景下产生的。好在泰国政府已将汉语批准为第三大外语，全泰国上下从幼儿园、中小学乃至大学，也都开办了汉语课程。

抚今追昔，从非法到合法、从禁止到提倡、从偷偷摸摸地学到堂堂正正地学，不得不说是发生了翻天覆地的变化。近二十年来，中方跟泰方合作创办的孔子学院、孔子课堂，在泰国大有雨后春笋之势，论其天时、地利、人和方面，则可谓是千载难逢的好机会。中泰双方需要倍加珍惜这种机会，互相尊重、平等互利、合作共赢，把在泰国的汉语教学搞好搞活，做大做强。以文化交流为桥梁，为发展中泰友谊作贡献。

参考文献

- Bai, S. (2023, February 17). *Promoting China-ASEAN Economic and Trade Relations to Achieve the Historic New Leap*. 001.
- Daily, P. S. (2003, May 13). *Overseas Chinese in Thailand Show Their Love for Country through Donation*.
- Gu, Y. (2007). The story of Zhou Enlai and Thailand's "child hostages". *Party & Government Forum*, (09), 34-35.
- Pan, Y., & Li, F. (2022). Southeast Asian countries' response to China's vaccine aid. *Journal of Strategy and Decision-Making*, 13(05), 3-19+105.
- Piboonsate, W. (2015). *Research on Thailand's Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn's Royal Diplomacy* [Unpublished doctoral dissertation]. Yunnan University.
- Prime Minister Zhou Enlai's Thai Daughter Chang Yuan. (2012). *Thaiwind* (01-02), 32.
- Ruchirushkul, M. (2022). *A Study on the Translation of Chinese literature by Her Royal Majesty Princess Sirindhorn of Thailand* [Unpublished master's thesis]. Qingdao University].
- Sun, W., & Liu, G. (2003, April 30). "Special ASEAN-China Leaders' Meeting on SARS" held in Bangkok.
- The 6th "China-Thailand Family" Music-Dance Party—A Thai Princess's "Guzheng Fate". (2014). *International Talent Monthly*, (01), 38-39.
- Wang, Z. (2003). *On April 29, Premier Wen Jiabao Delivered His Important Speech at the China-ASEAN Leaders' Special Meeting on SARS held in Bangkok*. Yearbook of China's Reform and Opening-up in the New Era Issue.

- Wang, Z. (2012). *On November 21, Prime Minister Wen Jiabao Met with Regent of Thailand, General Prem Tinsulanonda, in Bangkok*. Yearbook of China's Reform and Opening-up in the New Era Issue.
- Wang, Z. (2013). *On October 6, President Xi Jinping Met with Thai Prime Minister Yingluck Shinawatra in Bali, Indonesia*. Yearbook of China's Reform and Opening-up in the New Era Issue.
- Wu, L. (2002, August 19). Thai princess holds the “China-Thailand Family” Party in Beijing.
- Yuan, Y. (2003, May 31). Chinese Communities in Thailand Donate Money to China for Fighting against SARS.

A Study on the Discourse of the Ancient Central Plains State Power to Maintain Influence via “Tianxia” Ideology in the Chinese Novel "Romance of the Three Kingdoms"

Pantagarn Uswachoke; Suree Choonharuangdej¹

Faculty of Arts, Chulalongkorn University Bangkok 10330 Thailand

E-mail: pantagarn.usw@gmail.com; suree.c@chula.ac.th

(received 19 March 2024) (revised 15 April 2024) (accepted 7 May 2024)

Abstract

This article aims to study and analyze the discourse of state power in the ancient Central Plains or the Huaxia people to maintain their influence over other ethnic groups in the Chinese novel “Romance of the Three Kingdoms” by using the Critical Discourse Analysis approach to study the language strategies used in the construction of discourse about ethnics, as well as to analyze the ideology reflected through such discourse. The results found that the text in chapters 87-91, in which Zhuge Liang led the army to conquer the south and adopted the strategy of capturing and releasing Meng Huo seven times, reproduces the so-called “Hua-Yi Distinction” discourse, which referred to the differences between the Huaxia (or Han) people and the surrounding non-Han barbarians, and reflected the ideology of Tianxia or the world under the sky which supports a monarchical form of state power centered around Huaxia and emphasizes the Confucian ritual culture, thus placing Huaxia in a dominant position compared to other surrounding ethnic groups. As for the language strategies used for constructing the above-mentioned “Hua-Yi distinction” discourse under the ideology of Tianxia, we found that the novel “Romance of the Three Kingdoms” uses a variety of language strategies, such as word choice, reference, storytelling, analogy, metaphor, simile, hyperbole, etc.

Keywords: Romance of the Three Kingdoms; discourse; state power; ideology; tianxia

¹ Asst. Prof. Suree Choonharuangdej, Ph.D.; Corresponding Author

การศึกษาวาทกรรมเพื่อรักษาอิทธิพลอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางจีนโบราณ ผ่านอุดมการณ์ “โลกหล้าได้ฟ้า” ในนวนิยายจีนเรื่อง “สามก๊ก”²

พันธกานต์ อัสวโชค³ สุรีย์ ชูณหเรืองเดช⁴

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร 10330 ประเทศไทย

อีเมล pantagarn.usw@gmail.com; suree.c@chula.ac.th

วันรับบทความ 19 มีนาคม 2567 วันแก้ไขบทความ 15 เมษายน 2567

วันตอบรับตีพิมพ์บทความ 7 พฤษภาคม 2567

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์วาทกรรมอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางจีนโบราณหรือชาว 华夏 เพื่อรักษาอิทธิพลของตนเหนือกลุ่มชนชาติอื่นๆ ในนวนิยายจีนสามก๊ก โดยใช้แนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ศึกษา กลวิธีทางภาษาที่ใช้ประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับชนชาติ รวมทั้งวิเคราะห์อุดมการณ์ที่สะท้อนผ่านวาทกรรมดังกล่าว ผลการวิจัยพบว่าตัวบทในตอนที่ 87-91 ที่ขงเบ้งนำทัพไปพิชิตแดนใต้ ใช้กลยุทธ์จับแล้วปล่อยเบี่ยงเหี้ยมถึง 7 ครั้งได้ผลิตซ้ำวาทกรรมที่เรียกว่า 华夷之辨 ซึ่งพูดถึงความแตกต่างระหว่างชาว 华夏 หรือชนชาติฮั่น กับพวก 蛮夷 ที่อยู่โดยรอบ และสะท้อนถึงอุดมการณ์ 天下 หรือโลกหล้าได้ฟ้าที่ให้การสนับสนุนรูปแบบราชาธิปไตยของอำนาจรัฐที่มี 华夏 เป็นศูนย์กลางและให้ความสำคัญกับชนบจาริตตามหลักคำสอนของลัทธิขงจื๊อ จัดวางให้ 华夏 อยู่ในสถานะตำแหน่งที่เหนือกว่ากลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบ สำหรับกลวิธีทางภาษาที่ใช้ประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับชนชาติ 华夷之辨 ภายใต้อุดมการณ์ 天下 ดังกล่าวข้างต้น พบว่านวนิยายจีนสามก๊กมีการใช้กลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย เช่น การเลือกใช้คำศัพท์ การกล่าวอ้าง การเล่าเรื่อง การใช้ความเปรียบ อุปลักษณ์อุปมา โวหารเกินจริง เป็นต้น

คำสำคัญ สามก๊ก วาทกรรม อำนาจรัฐ อุดมการณ์ โลกหล้าได้ฟ้า

บทนำ

ในปลายสมัยราชวงศ์หยวน (ค.ศ. 1271–1368) ต่อกับช่วงต้นราชวงศ์หมิง (ค.ศ. 1368–1644) มีการประพันธ์นวนิยายเรื่องยาวแบบแบ่งตอน (章回小说) ซึ่งเป็นนวนิยายขนาดยาวแบบดั้งเดิมของจีนประเภทหนึ่ง

² บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิตเรื่อง “การศึกษาวาทกรรมการต่อสู้เพื่ออำนาจในนวนิยายจีนเรื่อง “สามก๊ก” (A DISCURSIVE STUDY OF THE STRUGGLE FOR POWER IN CHINESE NOVEL ROMANCE OF THE THREE KINGDOMS) สาขาวิชาภาษาจีน ภาควิชาตะวันออก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³ นิสิตหลักสูตรอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาจีน ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พัฒนามาจากวรรณคดีมุขปาฐะในช่วงระหว่างสมัยราชวงศ์ซ่ง (ค.ศ. 960–1279) กับราชวงศ์หยวนที่รู้จักกันในชื่อ 讲史话本 หรือ 平话 อันเป็นการบอกเล่าเกี่ยวกับเหตุการณ์เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ตัวละคร วัฒนธรรม ฯลฯ และสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นด้วยภาษาพูด (白话) โดยแต่ละตอนจะมีการขึ้นต้นด้วยหัวเรื่อง (回目) ที่เป็นประโยคคู่ขนานสองประโยค และมีจุดสิ้นสุดของเรื่องในตอนท้ายอย่างเป็นระเบียบชัดเจน จนในสมัยราชวงศ์หมิง มีนวนิยายที่ได้รับความนิยมอย่างสูงว่า หนังสือมหัศจรรย์ทั้งสี่ (四大奇书) อันประกอบด้วย สามก๊ก (三国演义) ซ้องกั๋ง (水浒传) ไซอิ๋ว (西游记) และจินผิงเหมย (金瓶梅) กลายเป็นตัวแทนของงานวรรณกรรมในสมัยนั้น

นวนิยายจีนเรื่องสามก๊กเป็นผลงานประพันธ์โดย Luo Guanzhong (罗贯中 ราว ค.ศ. 1330-ราว ค.ศ. 1400) ในชื่อว่า Sanguo zhi tongsu yanyi (三国志通俗演义) ซึ่งเป็นลักษณะนิยายพงศาวดารที่อ่านเข้าใจง่ายสำหรับคนทั่วไปจึงได้รับความนิยมเป็นวงกว้าง ตัวบทสามก๊กเมื่ออยู่ในรูปแบบนวนิยายแล้วยังได้ถูกชำระและปรับปรุงอีกหลายครั้ง จนมีตัวบทหลายฉบับ หนึ่งในฉบับที่มีชื่อเสียงที่สุดได้แก่ “ฉบับเหมา” (毛本) ซึ่งปรับปรุงโดยคู่พ่อลูกนักวิจารณ์วรรณกรรมคือ Mao Lun (毛纶) และ Mao Zonggang (毛宗纲) ในสมัยของจักรพรรดิ Kangxi (康熙 ค.ศ. 1654-1722) แห่งราชวงศ์ชิง ฉบับเหมาได้ปรับใช้การเล่าเรื่องราวแบบบันทึกชีวประวัติ (志传) ปรับแก้ชื่อตอนย่อย เพิ่มข้อคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับคุณธรรมลงไปในเรื่องหา สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้ฉบับเหมาได้กลายเป็นสามก๊กฉบับที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจวบจนปัจจุบัน (Yuan Xingpei, 2014, p.23)

ความนิยมของนวนิยายสามก๊กยังแพร่ขยายไปยังที่ต่างๆ นอกประเทศจีนในเวลาต่อมา มีการแปลเป็นภาษาอื่นๆ อีกหลายภาษาเช่น ภาษาญี่ปุ่น (ปีค.ศ. 1691) เกาหลี (ปีค.ศ. 1895) และญวน/เวียดนาม (ปีค.ศ. 1905) ส่วนภาษาไทยมีการแปลขึ้นในราวปี ค.ศ. 1802 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (Somdet Phrachao Boromwongthoe Kromphraya Damrong Rajanubhab, 1928, p.9) นอกจากจะมีพระราชประสงค์ให้เป็นงานวรรณกรรมของชาติที่ประชาชนสามารถอ่านทั่วไปแล้ว ยังมีข้อความกำกับที่ปรากฏในคำนำของสามก๊กหลากหลายฉบับอีกด้วยว่าใช้เป็นตำราพิชัยสงคราม Kannikar Sartraproong (1993, p.51-62) เห็นว่าจุดประสงค์ของการแปลสามก๊ก (รวมไปถึงราชาธิราช และไซอิ๋ว) มีความซับซ้อน ไม่ใช่เพียงเพื่อเป็นวรรณคดีให้อ่านโดยทั่วไปและเป็นตำราพิชัยสงครามเท่านั้น แต่ยังสะท้อนโลกทัศน์ของชนชั้นนำของประเทศไทยอีกด้วย เนื้อหา ภาษา กลวิธีการเขียน ฯลฯ ในตัวบทสามก๊กก็คล้ายคลึงกับที่ปรากฏในพงศาวดารไทยหลายเล่ม เช่น พระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา พระราชพงศาวดารกรุงธนบุรี เป็นต้น ซึ่งความคล้ายคลึงดังกล่าวอธิบายได้ว่าตัวบทสามก๊กสื่อความหมายแฝงโดยผู้แปลที่มุ่งสร้างความชอบธรรมให้กับผู้ปกครอง และความศักดิ์สิทธิ์ของสถาบัน สามก๊กฉบับภาษาไทยฉบับแรกมีการแปลโดยผู้เชี่ยวชาญภาษาจีนเป็นขั้นต้น และแก้ไขสำนวนโดยผู้เชี่ยวชาญภาษาไทยอีกครั้งหนึ่ง อำนวนการแปลโดยเจ้าพระยาพระคลัง (หน) ซึ่งอยู่อำนวนการแปลไม่ทันตลอดเรื่อง (Somdet Phrachao Boromwongthoe Kromphraya Damrong Rajanubhab, 1928, p.30) ในต้นฉบับของเจ้าพระยาพระคลังยังถอดเสียงออกมาเป็นภาษาจีนถิ่นจากหลายท้องที่ โดยมีภาษาจีนฮกเกี้ยนเป็นหลัก เสริมด้วยภาษาจีนแต้จิ๋ว ภาษาจีนแคะ ภาษาจีนกวางตุ้ง และ

ภาษาจีนไหหลำ ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนคณะบรรณาธิการระหว่างการแปล (Sang Phatthanothai, 2010, p.15)

นวนิยายสามก๊กเล่าเรื่องตามประวัติศาสตร์จีนตั้งแต่ปี ค.ศ. 170 ในรัชกาลพระเจ้าอั้นเลนเต้ (汉灵帝 ค.ศ. 156-189) จักรพรรดิองค์ที่ 11 แห่งราชวงศ์ฮั่นตะวันออก (ค.ศ. 25-220) ที่ช่วงปลายรัชกาลประสบปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งมีการแทรกแซงการบริหารประเทศจากหลายส่วน ไม่ว่าจะเป็นวังหลัง ทั้งพระมเหสี นางสนม และขันทีผู้รับใช้ หรือการแทรกแซงโดยขุนศึก (军阀) จากหัวเมืองต่าง ๆ ที่มีอำนาจการบังคับบัญชาทหารท้องถิ่นของตนเอง จนเกิดจลาจลขึ้นโดยกบฏโจรโพกผ้าเหลืองที่นิยมลัทธิเต๋าในปี ค.ศ. 184 ตั้งโต๊ะ (董卓 ค.ศ. ?-192) เจ้าผู้ครองเมือง Liang zhou (凉州) ได้ฉวยโอกาสที่เกิดความวุ่นวายในเมืองหลวงเข้ายึดอำนาจ ปลดพระเจ้าอั้นเส้าเต้ (汉少帝 ค.ศ. 173-190) ผู้ทรงเป็นจักรพรรดิสืบต่อจากพระราชบิดาคือพระเจ้าเลนเต้ และได้ตั้งพระอนุชาต่างมารดาขึ้นเป็นจักรพรรดิแทน ทรงพระนามว่าพระเจ้าอั้นเหียนเต้ (汉献帝 ค.ศ. 190-220) ระหว่างรัชกาลพระเจ้าเหียนเต้มีการย้ายเมืองหลวงไปยังเมืองลกเอียง (洛阳) ก่อนที่ตั้งโต๊ะจะถูกโจโฉ (曹操 ค.ศ. 155-220) ผู้เคยเป็นแม่ทัพได้สังกัดยึดอำนาจและเชิญเสด็จพระเจ้าเหียนเต้มายังเมืองฮูโต (许都 หรือก็คือ 许昌) โจโฉรวบรวมดินแดนทางภาคเหนือจนมีเอกภาพ ขณะเดียวกันทั้งเล่าปี่ (刘备 ค.ศ. 161-223) และซุนกวน (孙权 ค.ศ. 182-252) ต่างก็สั่งสมกำลังของตนเองจนมีเขตปกครองที่เสฉวน (四川) และกังต้ง (江东) ตามลำดับ เมื่อโจผี (曹丕 ค.ศ. 187-226) ซึ่งสืบทอดตำแหน่งต่อจากโจโฉผู้เป็นบิดาในปี ค.ศ. 220ปราบดาภิเษกตนเองขึ้นเป็นจักรพรรดิแห่งราชวงศ์เว่ย ที่ผู้อ่านชาวไทยรู้จักกันในชื่อว่า เวยก๊ก (魏国) เล่าปี่จึงได้ตั้งตนเองเป็นจักรพรรดิแห่งรัฐในชื่อว่า สู่ฮั่น (蜀汉) หรือจ๊กก๊ก (蜀国) ในปี ค.ศ. 221 ขณะที่ซุนกวนก็ตั้งตนเองเป็นจักรพรรดิแห่งรัฐอู๋หรืออ๊กก๊ก (吴国) ในปี ค.ศ. 229 ตามลำดับ เกิดสภาพการณ์สามก๊กที่เผชิญหน้าและทำสงครามซึ่งกันและกันนานกว่า 60 ปี จวบจนสุมาเอี้ยน (司马炎 ค.ศ. 236-290) หลานของสุมาอี้ (司马懿 ค.ศ. 179-251) แห่งเวยก๊กก็ได้รวบรวมแผ่นดินจีนเข้าเป็นอาณาจักรเดียวอีกครั้งปี ค.ศ. 280

ในที่นี้การศึกษาวิจัยเรื่องสามก๊กในประเทศจีนอาจย้อนกลับไปถึงช่วงขบวนการ 4 พฤษภาคม หลังการก่อตั้งสาธารณรัฐประชาชนจีนในปี ค.ศ. 1949 หัวข้อที่ศึกษาวิจัยมักจะวนเวียนใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1) มุมมองที่มีต่อการสืบสันตติวงศ์ 2) กระแส "สนับสนุนเล่าปี่ต่อต้านโจโฉ" ภายใต้ตัวบท 3) ความซื่อสัตย์ภายใต้ตัวบท 4) ภาพสะท้อนทางวัฒนธรรมจากตัวบทสามก๊ก และ 5) การสรรเสริญผู้กล้าและผู้มีความสามารถในตัวบท อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษที่ 1960 โดยเฉพาะระหว่างปี ค.ศ. 1966 ถึง ค.ศ. 1972 ที่ "แก๊งสี่คน" (四人帮) สาละวนอยู่กับการ "วิพากษ์กฎหมายวิจารณ์ลัทธิขงจื้อ" (评法批儒) นวนิยายจีนเรื่องสามก๊กถูกวิพากษ์วิจารณ์ซ้ำแล้วซ้ำเล่าและถูกตราหน้าว่าเป็นงานที่ "เคารพลัทธิขงจื้อต่อต้านกฎหมาย" (尊儒反法) อาจกล่าวโดยสรุปว่า ในช่วงเวลา 30 ปีนับตั้งแต่ก่อตั้งสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นต้นมา การศึกษาวิจัยนวนิยายจีนเรื่องสามก๊กยังคงไม่กว้างขวางหรือลึกซึ้งเพียงพอ จำนวนผลงานหรือบทความที่ศึกษาวิจัยก็เทียบไม่ได้กับจำนวนผลงานหรือบทความที่ศึกษาวิจัยนวนิยายจีนเรื่อง ความฝันในหอแดง (红楼梦) และ ซ้องกั๋ง (水浒传) แต่หลังผ่านช่วงปฏิวัติวัฒนธรรม (文化大革命) สามก๊กก็เริ่มกลับมาถูกพูดถึงและใช้เป็นวัตถุดิบในงานวิจัยมากขึ้น



ในระหว่างปี ค.ศ. 1990-2000 นอกเหนือจากการศึกษาแนวคิดที่แฝงอยู่ในตัวบทแล้ว ยังสนใจศึกษาตัวตน (ทั้งในแง่ประวัติและภูมิหลัง) ของผู้ประพันธ์สามก๊กเพื่อเข้าใจวัตถุดิบที่ประกอบสร้างเข้าเป็นตัวบทสามก๊กในสมัยราชวงศ์หมิง และความเกี่ยวข้องระหว่างสามก๊กกับนวนิยายแบบแบ่งตอนเรื่องอื่น ๆ เช่น ซ้องกั๋ง เป็นต้น (Shen Bojun, 2000, p.108) และนับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา มีการศึกษาวิจัยนวนิยายสามก๊กในแนวทางใหม่ ๆ โดยบูรณาการกับองค์ความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ มากขึ้น เช่น การใช้แนวคิดต่างๆ ศึกษาความขัดแย้งทางวัฒนธรรมในตัวบท การศึกษาทางโบราณคดีควบคู่ไปกับการศึกษาทางเอกสารเพื่อคะเนช่วงเวลาในการเผยแพร่นวนิยายสามก๊กในเกาหลี เป็นต้น รวมทั้งยังมีการเปิดมิติใหม่อันได้แก่การใช้กระบวนการเทคโนโลยีดิจิทัล (Digitization) ปรับเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ ของสามก๊กจากอนาล็อกให้เป็นดิจิทัลในหลากหลายฉบับอีกด้วย สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่องสามก๊กของนักวิชาการไทย เช่น Prapin Manomaivibool (1966) Malinee Dilokwanich (1983,) Thavorn Sikkhakosol (1989) Yosakrai S.tansakul (2015) ฯลฯ พบว่ามีเนื้อหาทั้งที่เกี่ยวกับภูมิหลังและปัญหาในการแปลจีน-ไทยของสามก๊ก บทบาทของผู้หญิงในนวนิยาย อิทธิพลของสามก๊กต่อประเทศไทย คุณค่าของแนวคิดที่ปรากฏภายในตัวบท เป็นต้น

แม้ว่าที่ผ่านมา นวนิยายสามก๊กจะมีการศึกษาวิจัยในประเด็นหัวข้อ มุมมอง แนวทางหรือวิธีการที่แตกต่างกันโดยนักวิชาการทั้งในประเทศจีนและนอกประเทศจีนเป็นจำนวนไม่น้อยก็ตามที่ แต่ด้วยเหตุที่ภายใต้ตัวบทของสามก๊กนั้น นอกจากเนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้องกับการทำสงครามระหว่างก๊กหรือกลุ่มอำนาจต่างๆ แล้ว ยังมีมิติอื่นๆ อีกหลากหลายมิติ ทั้งในด้านการเมือง การปกครอง สังคม ภาษา วัฒนธรรม ฯลฯ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าประเด็นเรื่องการประกอบสร้างวาทกรรมการต่อสู้เพื่ออำนาจที่ปรากฏในนวนิยายสามก๊ก รวมทั้งอุดมการณ์ที่สะท้อนผ่านวาทกรรมเหล่านั้น เป็นสิ่งที่ควรแก่การศึกษาวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการต่อสู้เพื่อรักษาอำนาจในบริบทความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางจีนโบราณ (古代中原) (ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นที่ตั้งของศูนย์กลางทางการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรมในประวัติศาสตร์ส่วนใหญ่ของจีนและมีบทบาทสำคัญที่ครอบงำพัฒนาการของอารยธรรมจีนทั้งหมดมาแต่โบราณ) กับกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบในยุคสมัยดังกล่าว ซึ่งไม่ใช่ Huaxia (华夏) ที่เป็นชื่อเรียกจีนในสมัยโบราณ และยังเป็นชื่อที่ใช้เรียกชนชาติอื่น (汉族/汉民族) อีกชื่อหนึ่งด้วย

ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์วาทกรรมของอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางจีนโบราณ ในการต่อสู้เพื่อรักษาอิทธิพลของตนเหนือกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบ (周边民族) ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยเอกสาร (documentary research method) ด้วยการศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวม วิเคราะห์ และตีความข้อมูลตัวบท (text) ภาษาจีนที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ Sanguo yanyi (三国演义) ที่มี Liu Shide (2011) เป็นบรรณาธิการ โดยใช้แนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (critical discourse analysis) ในการแยกแยะองค์ประกอบต่างๆ ที่ก่อรูปขึ้นเป็นวาทกรรมในเชิงโครงสร้างของตัวบท รูปแบบการใช้คำ รวมทั้งสถานการณ์หรือบริบททางสังคมที่ตัวบทเหล่านั้นทำงานและส่งผ่านความหมาย ซึ่งวิธีที่จะช่วยเปิดเผยสิ่งที่แฝง

หรือซ่อนอยู่เบื้องหลังตัวบทเหล่านั้นก็คือการศึกษาทวิทางภาษาต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับชนชาติในตัวบทภาษาจีนของนวนิยายสามก๊ก รวมทั้งวิเคราะห์อุดมการณ์ที่สะท้อนผ่านวาทกรรมดังกล่าวเพื่ออธิบายว่าสิ่งเหล่านี้ถูกนำเสนอเป็นเครื่องมือในการต่อสู้เพื่อรักษาอิทธิพลอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางจีนโบราณหรือชนชาติอื่นที่มีต่อกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบอย่างไร

1. วาทกรรม อุดมการณ์ กับแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

Chris Barker (2004, p.54) ได้กล่าวถึง “วาทกรรม” (discourse) ว่าเป็นภาษาสื่อสารในรูปแบบของตัวบทหรือคำพูดที่สามารถส่งความหมายในตัวเอง เป็นกระบวนการผลิตผ่านภาษาที่ให้ความหมายกับสิ่งของและพิธีกรรมทางสังคม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้สามารถเรียกว่าเป็นปฏิบัติการทางวาทกรรม (discursive practices) ที่จะให้คำนิยาม ประกอบสร้าง และผลิตชุดความรู้ต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวผู้คนในสังคม วาทกรรมล้วนแทรกตัวอยู่ในสื่อที่เห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน และทำหน้าที่เหมือนกระบวนการควบคุมหรือจัดการวิถีคิดของมนุษย์ทุกคน แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรมซึ่งไม่ใช่ระบบทางภาษาศาสตร์ที่บริสุทธิ์ แต่เกี่ยวกับภาษาและการปฏิบัติดังกล่าวข้างต้นนี้เป็นผลมาจากอิทธิพลของ Michel Foucault นักปรัชญาชาวฝรั่งเศส วาทกรรมสำหรับ Foucault หมายถึงถ้อยคำภาษาซึ่งมีผลต่อสังคมภายนอก ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีแบบแผนธรรมเนียมการใช้ภาษาของตัวเอง และแบบแผนหรือธรรมเนียมทำให้เกิดภาษาอย่างที่ใช้กันในสังคม ทั้งนี้ Foucault เชื่อว่าความรู้หรือความจริงที่ถูกยอมรับในสังคมล้วนขึ้นอยู่กับบริบทและสายสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับอำนาจ วาทกรรมมีแรงจูงใจจากอำนาจ มาจากความต้องการควบคุมผู้อื่น วาทกรรมจึงถูกผลิตขึ้นด้วยสาเหตุที่ผู้พูดแสวงหาอำนาจ ไม่ใช่แสวงหาข้อเท็จจริง หรือกล่าวได้ว่าความจริงเป็นสิ่งสมมุติที่กลุ่มใดที่มีความชอบธรรมในการระบุว่าสิ่งใดเป็นความจริงหรือความรู้กลุ่มดังกล่าว จะมีอำนาจในการตีกรอบความคิดของผู้คนในสังคมให้เห็นควรไปในทิศทางที่กลุ่มต้องการ (Suradech Chotiudompant, 2017, p.110) Foucault ยังมีความคิดเห็นว่าการบวนการในการสร้างระเบียบหรือข้อปฏิบัติเหล่านี้ได้ถูกกระทำผ่านปฏิบัติการทางวาทกรรม และการวิเคราะห์วาทกรรมเป็นการพยายามศึกษาและสืบค้นถึงกระบวนการและรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ในการสร้างเอกลักษณ์ และความหมายให้กับสิ่งต่างๆ (ไม่ว่าความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง) ที่หล่อหลอมเราอยู่ในสังคมในรูปของวาทกรรมและปฏิบัติการทางวาทกรรม (Chairat Charoensin-o-larn, 2000, p.27-28) จึงเป็นหนึ่งในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงอำนาจภายใต้วาทกรรมที่ซ่อนเร้นในตัวบท เป็นการศึกษาภาษาร่วมกับกิจกรรมหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ทางสังคม เพื่อวิเคราะห์ถึงอำนาจของภาษาที่มีต่อสังคมซึ่งเกิดจากกระบวนการในการสร้าง เผยแพร่ หรือผลิตซ้ำความหมายหรืออัตลักษณ์ให้กับสิ่งต่างๆ อย่างเป็นระบบ และทำสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นให้คงอยู่และเป็นที่ยอมรับในสังคม ในขณะที่ “อุดมการณ์” (ideology) หมายถึงความคิดความเชื่ออย่างเป็นระบบที่สมาชิกในกลุ่มสังคมหนึ่งมีร่วมกัน เป็นความคิดที่เกิดจากการสืบทอดต่อกันมาโดยคนในสังคม ทำหน้าที่จัดระเบียบความคิดความเชื่อจนเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมและการกระทำของคนในสังคม ซึ่งรวมทั้งพฤติกรรมในการใช้ภาษาด้วย อุดมการณ์จึงเป็นส่วนหนึ่งของระบบความคิดของมนุษย์ที่เชื่อมโยงวาท



กรรมกับสังคมเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะในแง่อำนาจและการใช้อำนาจในสังคมและมีบทบาทสำคัญในการตีความวาทกรรม สำหรับแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เป็นแนวทางในการศึกษาภาษาในฐานะองค์ประกอบของวาทกรรม มุ่งวิเคราะห์บทบาทของวาทกรรมในแง่การสื่ออุดมการณ์หรือชุดความคิดซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคมและอาจทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในสังคม โดยจะช่วยให้เห็นถึงอุดมการณ์หรืออำนาจที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบท และยังช่วยให้เห็นถึงปัญหาทางสังคมบางประเด็นได้ เช่น ความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม การเลือกปฏิบัติ การครอบงำทางความคิด การเหยียดเชื้อชาติหรือเพศ เป็นต้น

2. ภูมิหลังความสัมพันธ์ระหว่าง Huaxia กับกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบที่ราบภาคกลาง

ชื่อเรียก 华夏 ยังสามารถเรียกด้วยชื่ออื่นๆ ได้อีก เช่น Hua (华), Xia (夏), Zhu Xia (诸夏) Zhu Hua (诸华) เป็นต้น ในหนังสือจินโบราณ 华 และ 夏 ใช้หมายถึงที่ราบภาคกลาง (中原) ซึ่งในทางประวัติศาสตร์ก็ปรากฏใช้ด้วยชื่อเรียกอื่นๆ Zhongguo (中国), Zhongtu (中土), Jiuzhou (九州), Shi'erzhou (十二州), Shenzhou (神州) เช่นเดียวกัน Du (2023) กล่าวว่าที่ราบภาคกลางถือเป็นแหล่งกำเนิดของ 华夏 ซึ่งก็เชื่อกันว่าชนชาติ 华夏 ถูกสร้างขึ้นร่วมกันโดยบรรพบุรุษของกลุ่มชนชาติต่างๆ โดยดูได้จากการอยู่ร่วมปะปนกันระหว่าง 华夏 กับกลุ่มต่างชนชาติอื่นๆ ตั้งแต่สมัยราชวงศ์เซี่ย ซาง และโจว ชื่อเรียก 华夏 ดังกล่าวใช้เพื่อแยกความแตกต่างจากกลุ่มชนชาติอื่นๆ โดยรอบทิศทั้งสี่ (四方) ของที่ราบภาคกลาง ซึ่งสามารถเรียกชื่อโดยรวมว่า Si Yi (四夷) หรืออาจเรียกชื่อไล่เรียงกันเป็น Yi, Man, Rong, Di (夷蛮戎狄) ตามทิศทางของถิ่นที่อยู่อาศัยของแต่ละกลุ่ม ขงจื๊อถือว่าทั้ง 华 และ 夏 เป็นคำพ้องความหมายสามารถใช้แทนกันได้ ในที่นี้คำ zhonghua (中华) ก็เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า zhongxia (中夏) ดังเช่นหนังสือ Zuozhuan (左传) มีบันทึกไว้ว่าในปีที่ 10 แห่ง Ding Gong (定公) ขงจื๊อมีคำกล่าวว่า “ไม่ยอมให้กลุ่มชนชาติที่ไม่ใช่ 华夏 วางแผนมุ่งร้ายที่ราบภาคกลาง ไม่ยอมให้กลุ่มชนชาติที่ไม่ใช่ 华夏 ล่วงละเมิดพันธมิตร กำลังไม่สามารถเร่งรัดบีบบังคับมิตรภาพได้” (裔不谋夏，夷不乱华) จึงอาจสรุปได้ว่าเดิมที่มีการใช้ 华夏 (ซึ่งก็เป็นชื่อที่ราชวงศ์โจวใช้เรียกตัวเองด้วย) ในเชิงแนวคิดทางวัฒนธรรม (文化概念) จนภายหลังนับตั้งแต่ราชวงศ์ช้านเป็นต้นไปเริ่มมีการใช้ 华夏 ในเชิงแนวคิดชนชาติ (民族概念) กลายเป็นชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งของชนชาติช้าน

ในหนังสือ Liji (礼记) บทที่ชื่อว่า Wangzhi (王制) ยังบรรยายถึงลักษณะนิสัยการใช้ชีวิตของผู้คนในที่ราบภาคกลางและชนกลุ่มน้อยในทิศทั้งสี่ที่อยู่โดยรอบว่าแตกต่างกันและไม่สามารถสับเปลี่ยนกันได้ (中国、戎夷，五方之民，皆有性也，不可推移) ชนชาติที่อยู่ทางทิศตะวันออกเรียกว่า 夷 ค่อนข้างกับการสักรายบนร่างกาย โคนีรยะ บางคนไม่กินอาหารปรุงสุก ชนชาติที่อยู่ทางทิศใต้เรียกว่า 蛮 มีรอยสักลายบนหน้าผาก เวลาเดินหันนิ้วเท้าเข้าหากัน บางคนก็ไม่กินอาหารปรุงสุก ชนชาติที่อยู่ทางทิศตะวันตกเรียกว่า 戎 จะสยายผมและสวมเสื้อผ้าที่ทำจากหนังสัตว์ ไม่กินธัญพืช และกินเฉพาะเนื้อสัตว์เท่านั้น ชนชาติที่อยู่ทางทิศเหนือเรียกว่า 狄 ใช้ขนนกมาทำเป็นเสื้อผ้า อาศัยอยู่ในถ้ำ ไม่กินธัญพืชและกินเฉพาะเนื้อสัตว์เช่นกัน แม้ว่า

นิสัยการใช้ชีวิตของผู้คนทั้งห้าทิศ (五方) ดังกล่าวข้างต้นจะแตกต่างกัน แต่ทุกกลุ่มชนชาติต่างคิดว่าพวกเขามีที่อยู่อาศัยที่สะดวกสบาย มีอาหารอร่อย มีเสื้อผ้าที่เหมาะสม มีเครื่องมือและของใช้ต่างๆ ที่พวกเขาเองคิดว่าสะดวกและพร้อมมูล (中国、夷、蛮、狄、戎，皆有安居、和味、宜服、利用、备器) ถึงแม้ผู้คนทั้งห้าทิศจะมีภาษาและงานอดิเรกต่างกัน แต่เมื่อพวกเขาต้องการแสดงความคิด ก็จะมีคนที่สามารถเข้าใจทั้งสองภาษามาช่วยเหลือ คนประเภทนี้ทางตะวันออกเรียกว่า ji (寄) ทางทิศใต้เรียกว่า xiang (象) ทางตะวันตกเรียกว่า didi (狄鞮) ทางเหนือเรียกว่า yi (译)

โดยทั่วไปเชื่อกันว่าที่ราบภาคกลางจีนโบราณที่กลุ่มชนเผ่า 华夏 มารวมตัวและกระจายอยู่อาศัยกันนั้นหมายถึงบริเวณตอนกลางและตอนล่างของแม่น้ำฮวงโห มีศูนย์กลางคือพื้นที่ Yu Zhou โบราณ (古豫州 ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือมณฑลเหอหนานในปัจจุบัน) ราชวงศ์จีนโบราณจำนวนมากที่ได้สถาปนาและพัฒนาเติบโตขึ้นในบริเวณที่ราบภาคกลางมักได้รับการยอมรับว่าเป็นราชวงศ์ที่เป็นทางการตามประเพณี (正统王朝) ที่มีอำนาจรัฐส่วนกลาง ส่วนชนเผ่าหรือกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบซึ่งถูกพิชิตเอาชนะมาได้ (被征服) ส่วนใหญ่ก็ยอมอยู่ใต้อำนาจรัฐในที่ราบภาคกลาง (中原政权) ดังกล่าว

จากมุมมองในเชิงโครงสร้างองค์กรของอำนาจรัฐและวิธีปกครอง การพัฒนาของรัฐจีนโบราณสามารถแบ่งออกเป็นสองช่วง ช่วงแรกประกอบด้วยราชวงศ์เซี่ย ซาง และโจว การสร้างรัฐในขณะนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานของพันธมิตรชนเผ่า (部族联盟) และระบบศักดินาการถือครองที่ดิน (分封制) ในรูปแบบชนชั้นสูงและกษัตริย์ (贵族君主制) ที่มีการรวมศูนย์อำนาจในระดับต่ำและบริหารจัดการแบบหลวมๆ ช่วงที่สองเริ่มต้นจากราชวงศ์ฉินต่อเนื่องไปจนถึงราชวงศ์ซิง โครงสร้างองค์กรของอำนาจรัฐจะกระชับแน่นยิ่งขึ้น อำนาจปกครองก็แข็งแกร่งขึ้นอย่างมาก เป็นการปกครองแบบระบบราชการ (官僚制) ของระบอบราชาธิปไตยที่มีอำนาจเด็ดขาด (君主专制) และรวมศูนย์อำนาจ (中央集权) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะพื้นฐานของระบบจักรพรรดิจีนโบราณ (古代皇帝制度) ทั้งนี้ Zhang (2016) เห็นว่ายุคสมัยของผู้ปกครองส่วนน้อยที่เป็นทาส (เช่น จักรพรรดิสุยหยางตี้ 隋炀帝) แล้ว การปกครองแบบเผด็จการ "บริสุทธิ์" (纯粹) หรือ "อุดมคติ" (理想) ดังเช่นราชวงศ์ฉินซึ่งได้รับอิทธิพลจากแนวคิดนิตินิยม (法家思想) ไม่เคยปรากฏในราชวงศ์จีนที่ตามมาภายหลังกษัตริย์ฉินอีกเลย เนื่องจากโดยส่วนใหญ่แล้วกลไกระบบราชการ ลัทธิขงจื๊อ เศรษฐกิจทางการเมืองของชนชั้นสูงที่ยังเหลือคั่งอยู่ กลุ่มปัญญาชนและขุนนาง ฯลฯ ต่างมีบทบาทอิทธิพลในการจำกัดหรือยับยั้งการพัฒนาอำนาจเผด็จการของจักรพรรดิไปสู่รูปแบบ "บริสุทธิ์" หรือ "อุดมคติ" ดังกล่าวข้างต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าระดับความเป็นราชาธิปไตยในแต่ละยุคสมัยของราชวงศ์จีนจะมีการแสดงออกที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญๆ เช่น ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ สถานการณ์ทางการเมือง และอุปนิสัยบุคลิกภาพของกษัตริย์หรือจักรพรรดิเอง

ในแง่อำนาจการปกครองตามหลักกฎหมายประเพณีจีนสมัยโบราณ พระราชอำนาจของกษัตริย์หรือจักรพรรดิได้มาจากอาณัติสวรรค์ (天命王权) เพื่อมาบริหารปกครองประชาชนในนามของสวรรค์ (代天牧



民) ดังปรากฏในหนังสือ Hanshu (汉书) ที่ว่า “天下 เป็นโลกหล้าได้ฟ้าของสวรรค์ ได้ฟ้าพระบาททรงเป็น โอรสแห่งสวรรค์เบื้องบน ทรงเป็นบิดามารดาของไพร่ฟ้าอาณาประชาราษฎร์เบื้องล่าง ทรงปกครองดูแลปวงชนทั้งหลายเพื่อสวรรค์” (天下乃皇天之天下也，陛下上为皇天子，下为黎庶父母，为天牧养元元) สำหรับแนวคิดหรืออุดมการณ์ทางการเมืองของจีนโบราณ ไม่ว่าจะเป็นยุคศักดินาหรือยุคราชานิปไตยที่มีอำนาจเด็ดขาด และไม่ว่าจะมีเนื้อหาเป็นเช่นไร ก็มักจะอภิปรายถกเถียงเกี่ยวกับ 天下 กันมากมาย ในที่นี้ Wang (2020) เห็นว่าแนวคิดหรืออุดมการณ์ 天下 หรือโลกหล้าได้ฟ้า เป็นเนื้อหาหลักของอารยธรรมจีนและมีคุณลักษณะที่สำคัญคือการไม่ได้ถือว่า 天下 เท่ากับ จีน (中国) และไม่ได้จำกัด 天下 ไว้ที่ 中国 กล่าวคือ ในขณะที่ระบบ 天下 อธิบายสถานะตำแหน่งของ 中国 อยู่ นั่น ก็ได้กำหนดสถานะตำแหน่งของกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบในระบบดังกล่าวพร้อมไปด้วย ทั้งนี้ 天下 ตามความเข้าใจของราชวงศ์จีนโบราณที่เป็นทางการตามประเพณี ในเชิงภูมิศาสตร์ (地理) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ส่วนที่เป็น jiuzhou (九州部分) ซึ่งหมายถึงจีน กับ 2) ส่วนที่อยู่นอก jiuzhou (九州之外) และ ภายในทะเลทั้งสี่ (四海之内) ซึ่งในสมัยโบราณเชื่อกันว่า 四海 หมายถึงทะเลทั้ง 4 ทิศที่ล้อมรอบแผ่นดินใหญ่จีน และหนังสือ Erya (尔雅) ยังมีกล่าวไว้ว่า 四海 เป็นพื้นที่อยู่อาศัยของกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบ อันประกอบด้วย Jiu Yi (九夷 หมายถึง Yi ทั้ง 9 กลุ่มย่อย), Ba Di (八狄 หมายถึง Di ทั้ง 8 กลุ่มย่อย), Qi Rong (七戎 หมายถึง Rong ทั้ง 7 กลุ่มย่อย), Liu Man (六蛮 หมายถึง Man ทั้ง 6 กลุ่มย่อย) ในด้านทิศทางตำแหน่ง (方位) สามารถแบ่งออกเป็น 中国 กับ 四夷 ส่วนในแง่การรวมกันของกลุ่มชนชาติ ก็สามารถแบ่งออกเป็น 华夏 กับ 蛮, 夷, 狄, 戎 จึงเห็นได้ว่าในระบบ 天下 ซึ่งเป็นเชิงซ้อนมีหลายแง่มุม (多重型) ดังกล่าวข้างต้น กลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่ไม่ใช่ 华夏 ก็ถูกรวมอยู่ด้วย ทำให้หลุดพ้นจากการอาศัยจิตสำนึกความมีสายเลือดเดียวกัน (血缘意识) ในการแบ่งกลุ่มชนชาติ หากแต่เป็นการนำการเมืองและวัฒนธรรมมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งแทน

ในหนังสือจีนโบราณทั้ง Chunqiu (春秋), Yili (仪礼), Zhouli (周礼), Liji (礼记), และ Shangshu (尚书) ต่างมีกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างชาว 华夏 กับ กลุ่มชนต่างชนชาติ 蛮夷 ที่อยู่โดยรอบและเป็นที่มาของวาทกรรมที่เรียกว่า Hua-Yi zhi bian (华夷之辨 หรืออาจเรียกว่า 夷夏之辨 หรือ 夷夏之防 ก็ได้) ซึ่งมีนัยยะว่าชาว 华夏 อยู่ในที่ราบภาคกลางอันเป็นศูนย์กลางของ 天下 และมีอารยธรรมแห่งขนบจารีตและดนตรี (礼乐文明) จึงอยู่ในสถานะเป็นผู้นำทางวัฒนธรรมโดยรวมเมื่อเทียบกับกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่ห่างไกลและล้าหลังกว่า (Zeng & Liu, 2023) ทำให้เกิดเป็นรูปแบบของระเบียบโลกหล้าได้ฟ้า (天下秩序) แบ่งความสัมพันธ์ตามระดับชั้นออกเป็นภายในกับภายนอก ดังปรากฏในหนังสือ 春秋 ที่ว่า 内其国而外诸夏，内诸夏而外夷狄 ซึ่งถูกมองว่าเป็นการดูหมิ่นกลุ่มชนชาติอื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบ กล่าวคือหากเป็นภายในขอบเขตปกครองของราชวงศ์โจวจะถือเป็นภายใน แต่หากเป็นกลุ่มชนเผ่า 诸夏 อื่นๆ ที่อยู่โดยรอบจะถูกรวมไว้เป็นภายนอก ถัดจากนั้นไป หากเป็นกลุ่มชนเผ่า 诸夏 อื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบจะถือเป็นภายใน แต่หากเป็นกลุ่มชนชาติอื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบก็จะรวมไว้เป็นภายนอก (Liang, 2018)

จากการแบ่งความสัมพันธ์ข้างต้นจะเห็นว่าระเบียบความสัมพันธ์ระหว่าง 华夏 กับ กลุ่มชนชาติอื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบ (华夷秩序) ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (Xu, 2017) อย่างไรก็ตาม Li & Kong (2022) ได้เน้นย้ำว่าที่จริงแล้ววาทกรรม 华夷之辨 ดังกล่าวไม่ได้มีรากฐานมาจากความหวาดระแวงถึงการเลือกปฏิบัติทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม หากแต่เป็นเพราะบรรพบุรุษชาว 华夏 อาศัยอยู่ในที่ราบภาคกลางซึ่งสภาพทางภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติเอื้ออำนวยประโยชน์มากกว่า สามารถพัฒนาเกษตรกรรมที่มีผลผลิตสูงและวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของสังคม ในขณะที่กลุ่มชนชาติอื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบถูกจำกัดด้วยสภาพที่เป็นจริงตามธรรมชาติ กิจกรรมการผลิตส่วนใหญ่จึงยังอาศัยการเร่ร่อนเลี้ยงสัตว์ ตกปลาล่าสัตว์ ฯลฯ ระดับวัฒนธรรมจึงดูเหมือนจะด้อยกว่า ซึ่งข้อเท็จจริงข้างต้นนี้เป็นเหตุส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกที่เหนือกว่าทางวัฒนธรรม (文化优越感) ขึ้นในกลุ่มชาว 华夏 ได้ และพลอยทำให้ 华夷之辨 ถูกประทับตราแบบผิด ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ว่าเป็นการแสดงถึงความเหนือกว่าของชนชาติ 华夏 ไปด้วย แต่เมื่อได้ศึกษาหนังสือหรือคัมภีร์โบราณแล้วจะทราบว่าสิ่งที่วาทกรรม 华夷之辨 ตัดสินประเมินนั้นเป็นเรื่องอำนาจทางการเมืองหรืออำนาจรัฐ และไม่ใช่เรื่องของชนชาติหรือกลุ่มชาติพันธุ์ ดังปรากฏในหนังสือ 春秋 มีกล่าวถึงรัฐหรือแคว้นเช่น Jin (晋), Qi (齐), Chu (楚) ฯลฯ ซึ่งบางครั้งก็เรียกว่า 诸夏 แต่บางครั้งก็เรียกว่า 夷狄 ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมทางการเมืองของรัฐหรือแคว้นนั้นๆ ทำให้เห็นได้ว่าความเป็น 华 หรือ 夷 ของประชาชนภายใต้อำนาจรัฐหนึ่งๆ ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของอำนาจรัฐที่ตนสังกัดอยู่ และอาจกล่าวสรุปได้ว่าวัตถุประสงค์ของวาทกรรม 华夷之辨 ก็คือการสร้างระเบียบโลกห้าได้ฟ้าที่มีอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางที่เป็นทางการตามประเพณีเป็นจุดศูนย์กลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางกับกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบตามแนวคิดหรืออุดมการณ์ tianxia ในนวนิยายสามก๊ก

Zhang (2015, p.8-11) กล่าวถึงการรับรู้เข้าใจของผู้คนในสมัยราชวงศ์ฮั่นเกี่ยวกับวาทกรรม 华夷之辨 ว่าสะท้อนถึงการเพ่งความสนใจไปที่การจัดการความสัมพันธ์กับกลุ่มชนต่างชนชาติ xiongnu (匈奴) อันเนื่องมาจากสภาพความเป็นจริงของบริบททางสังคมการเมืองในขณะนั้นที่อยู่ภายใต้แรงกดดันจากการโจมตีอย่างต่อเนื่องของ 匈奴 มีการเน้นย้ำถึงความไม่เข้ากันและแตกต่างกันไกลลิบระหว่าง 华夏 กับ 夷狄 ในด้านสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย ประเพณีและวัฒนธรรม (强调华夷之间生活环境, 风俗文化方面的悬殊和不相融性) ตลอดจนมีมุมมองว่าแม้แต่สามกษัตริย์ห้าจักรพรรดิในตำนานของจีนก็ไม่สามารถควบคุมหรือทำให้พวก 夷狄 เหล่านี้อยู่ใต้อำนาจได้ (视夷狄为五帝所不能臣, 三王所不能制) ดังนั้นจึงมีนโยบายสนับสุนนการไม่ก่อวุ่นวายกันและกัน (互不侵扰) และรักษาสภาพที่เป็นอยู่ด้วยหลักการ “ลงโทษและต่อต้านป้องกันยามที่ (匈奴) เข้ามา (โจมตี) เตรียมพร้อมและเผื่อระวังป้องกันยามที่ (匈奴)



(โยกย้าย) จากไป” (来则惩而御之, 去则备而守之) เพื่อที่จะรักษาสถานะความเป็นศูนย์กลางของจีนทั้งในด้านตำแหน่งที่ตั้งและด้านวัฒนธรรม

เรื่องราวในนวนิยายสามก๊กเกิดขึ้นในช่วงปลายสมัยราชวงศ์ฮั่นไล่มาตั้งแต่รัชกาลของพระเจ้าเลนเต้ พระเจ้าเส้าเต้ และพระเจ้าเหี้ยนเต้ แม้ว่าในความเป็นจริงอำนาจของจักรพรรดิในช่วงเวลาดังกล่าวได้ลดทอนลงไปมากอันเนื่องมาจากปัจจัยหลายๆ ด้าน แต่ยังคงถือเป็นอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางที่เป็นทางการตามประเพณี สำหรับลัทธิขงจื้อแล้ว หลักการผนึกรวมกันของ 天下 คือหลักการผนึกเชื่อมกันทางวัฒนธรรมที่มีขนบจารีต (礼) เป็นศูนย์กลาง เนื่องจากทั้ง 蛮, 夷, 狄, 戎 ในทางการเมืองและวัฒนธรรมมีระยะห่างจากราชวงศ์จีนโบราณที่เป็นทางการตามประเพณีอยู่มาก สถานะในระบบ 天下 ของกลุ่มชนต่างชนชาติเหล่านี้จึงต่ำกว่าสถานะพวกที่อยู่ใกล้เมืองหลวงและบรรดาเจ้านครรัฐทั้งหลายที่อยู่ภายในจีน และตาม "ระบบขนบจารีต" (礼制) เมื่อสถานะในระบบ 天下 นั้นแตกต่างกัน สิทธิ หน้าที่ และความสัมพันธ์แบบยอมเชื่อฟังอยู่ในโอวาทของจักรพรรดิก็แตกต่างกันออกไปด้วย อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุที่ไอรสสวรรค์ (คือจักรพรรดิ) เป็นตัวแทนสวรรค์ จึงต้องปกครองด้วยคุณธรรม (德治) พร้อมกับต้องเน้นกล่อมเกลาสั่งสอนคุณธรรมแก่ประชาชน (道德教化/以德化民) เนื่องจากมีเพียงการประจักษ์แจ้งในคุณธรรม (明德) เท่านั้นที่ทำให้ 天下 รวมเป็นหนึ่งเดียวกันได้ คุณธรรมจึงเป็นมาตรฐานที่ใช้ตัดสินความชอบธรรมของอำนาจรัฐ ไม่ใช่ภูมิหลังเรื่องชนชาติหรือกลุ่มชาติพันธุ์ของผู้ปกครองแต่อย่างใด (Wang, 2020) เมื่อรวมกับความคิดที่ว่าอาณัติสวรรค์ไม่คงที่ถาวร (天命靡常) เมื่อใดที่การกระทำของกษัตริย์หรือจักรพรรดิไม่สอดคล้องกับวิถีแห่งสวรรค์ (天道) สวรรค์ก็จะสถาปนาบุคคลใหม่ขึ้นมา ราชวงศ์ใหม่ที่เป็นทางการตามประเพณีได้สร้างขึ้นตามอาณัติสวรรค์เพื่อปกครอง 天下 สืบต่อไป การเปลี่ยนราชวงศ์จึงเป็นสิ่งที่ชอบธรรมและสอดคล้องกับวิถีแห่งสวรรค์ (Ma, 2023) แม้ในภาวะที่อำนาจของจักรพรรดิไม่มีอยู่จริง ขาดระเบียบโลกหล้าได้ฟ้า ซึ่งคนสมัยโบราณเห็นว่าเป็นเหตุเพราะขาดทกบกพร่องเรื่องขนบจารีต (礼的缺失) (Zeng & Liu, 2023) ดังเช่นปลายสมัยราชวงศ์ฮั่น อำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางที่เป็นทางการตามประเพณีถูกแบ่งแยกไม่ได้รวมเป็นหนึ่งเดียวกันก็จริงอยู่ แต่ผู้นำทั้งสามก๊กที่ต่างประสงค์จะเข้ามาแทนที่จักรพรรดิราชวงศ์ฮั่นยังคงรู้สึกถึงสถานะของตนเองในระบบ 天下 ที่เหนือกว่าพวกกลุ่มชนชาติอื่นๆ (ซึ่งไม่มีอารยะแห่งขนบจารีตและดนตรี) จึงมีความชอบธรรมที่จะทำให้กลุ่มชนชาติอื่นๆ โดยรอบทิศทั้งสี่ยอมอ่อนน้อมและรับการกล่อมเกลาสั่งสอน (归服而受其教化) ให้มาเป็นส่วนหนึ่งในระบบ 天下 ที่มี 华夏 หรือจีนเป็นศูนย์กลางและมีค่านิยมหลักของสังคมวัฒนธรรมจีนเป็นบรรทัดฐาน (Du, 2023) โดยที่อำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางนับแต่สมัยโบราณมาได้ผสมผสานใช้ทั้งกำลังทหารและการเจรจาให้ยอมจำนนโดยไม่เอาโทษ (以武力和招抚并用) ในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ กล่าวคือขอเพียงแต่กษัตริย์หรือผู้นำของกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบยอมจำนนหรือสวามิภักดิ์ต่อไอรสสวรรค์ของจีน และไม่ทำให้ระเบียบโลกหล้าได้ฟ้าเสียกระบวน ก็สามารถรักษาการปกครองดั้งเดิมของตนที่มีอยู่ก่อนแล้วได้ หากไม่แล้วก็อาจได้รับการสั่งสอนตักเตือน แนะนำจูงใจ และแม้แต่การปราบปรามด้วยกำลังทหารจากไอรสสวรรค์ ซึ่งการ

ปราบปรามแบบนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อครอบครอง แต่เพื่อแก้ไขและฟื้นฟูความสงบเรียบร้อยของระเบียบโลกให้ได้ฟ้า (Liang, 2018) ดังตัวอย่างการเดินทัพลงใต้ของจูถัดเหลียงหรือขงเบ้งเพื่อไปปราบปรามเบ้งเฮ็ก (孟获) เป็นต้น

เมื่อพูดถึงกลุ่มชนต่างชนชาติต่างๆ ที่อยู่โดยรอบที่ราบภาคกลางจีนโบราณในยุคสมัยสามก๊ก พบว่ามีทั้งชนเผ่า wuhuan (乌桓), qiang (羌), xiongnu (匈奴), nanman (南蛮), xianbei (鲜卑) เป็นต้น ในที่นี้กลุ่มชนที่มีกล่าวถึงมากที่สุดในนวนิยายสามก๊กก็คือพวกล้านนหรือ 南蛮 ซึ่งก็คือกลุ่มชนชาติพม่าทางตอนใต้ ตั้งอยู่ใน Yi zhou (益州) ซึ่งในทางประวัติศาสตร์จะเรียกว่า 西南夷 หลังจากการเสียชีวิตของเล่าปี่ ในปี ค.ศ. 223 เทศมณฑลต่าง ๆ (诸郡) ทางตอนใต้ของ 益州 ได้ตั้งกองกำลังขึ้นก่อกบฏอย่างต่อเนื่อง จนถึงขั้นที่ขงเบ้งต้องยกทัพใหญ่ลงไปปราบปรามด้วยตนเอง ในส่วนของผู้นำของพวก 南蛮 นอกจากเบ้งเฮ็กผู้เป็นอ๋องชาวพม่าที่เทศมณฑล Jianning (建宁郡) ใน 益州 (ซึ่งก็คือยูนนานในปัจจุบัน) ดังกล่าวแล้วข้างต้น พบว่านวนิยายสามก๊กตอนที่ 82 ยังมีพูดถึงกองทัพของสะโมโหผู้เป็นอ๋องชาวพม่าที่อยู่ใกล้กับเทศมณฑล Wuling (武陵郡) กับทหารหลายหมื่นนาย (及蛮王沙摩柯番兵数万) ซึ่งพลีชีพพร้อมทหารจ๊กก๊กในยุทธการอิเหลง (夷陵之战) ที่เล่าปี่ยกทัพมาทำสงครามกับซุนกวนเพื่อล้างแค้นให้กับน้องชายร่วมสาบานทั้งสองคือกวนอู (关羽) และเตียวหุย (张飞) และในตอนี่ 90 ก็พูดถึงลูดัดกุด (兀突骨) ชาวพม่าผู้เป็นเจ้าของแห่งอโกก๊ก (南蛮乌戈国之主) ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นตัวละครที่นวนิยายสามก๊กสร้างขึ้นมา ส่วนกลุ่มชนชาติที่มีกล่าวถึงรองลงมาจากพวก 南蛮 ก็คือ พวก 羌 ที่คนไทยรู้จักกันในชื่อ เกียง ผู้วิจัยพบว่าตัวบทได้พูดถึงเกี่ยวกับชนเผ่าเกียงอยู่หลายตอนด้วยกัน (เช่น ตอนที่ 7, 13, 57, 59 ฯลฯ) นอกจากนี้ ในตอนที่ 33 ของนวนิยายสามก๊กยังมีพูดถึงเป็กตัน (蹋顿) ผู้นำของพวก 乌桓 หรือ ออหวน ที่พยายามช่วยเหลืออ้วนซง (袁尚) ในการกู้พื้นที่ทางตอนเหนือของจีนคืนจากโจโฉแต่ไม่ประสบผลสำเร็จ ระหว่างการรบในยุทธการเขาเป็กตงซาน (白狼山之战) กับกองทัพฝ่ายวุยก๊กที่นำโดยโจซุน (曹纯) ลูกพี่ลูกน้องของโจโฉ เป็กตันถูกจับตัวและภายหลังได้ถูกสังหารโดยเตียวเลี้ยว (张辽) ซุนพลของโจโฉ (辽拍马斩蹋顿于马下) ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงกลวิธีทางภาษากับการประกอบสร้างวาทกรรมความแตกต่างระหว่าง 华夏 กับ กลุ่มชนต่างชนชาติที่อยู่โดยรอบที่ราบภาคกลางจีนโบราณซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์ 天下 โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับพวกชนเผ่าเกียงและชนเผ่าพม่าในลำดับถัดไป

4. การประกอบสร้างวาทกรรมความแตกต่างระหว่าง Huaxia กับ กลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบซึ่งสะท้อนถึงอุดมการณ์ tianxia ผ่านกลวิธีทางภาษาต่างๆ ในนวนิยายสามก๊ก

จากการศึกษาวิเคราะห์ตัวบทภาษาจีนที่ได้กล่าวถึงกลุ่มชนต่างชนชาติที่อยู่โดยรอบที่ราบภาคกลางจีนโบราณ ผู้วิจัยเห็นว่านวนิยายสามก๊กได้ผลิตซ้ำการประกอบสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับชนชาติ 华夷之辨 อันแสดงถึงความแตกต่างระหว่างชาว 华夏 ที่มองตนเองว่าเป็นอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางที่เป็นทางการตาม



ประเพณี กับกลุ่มชนชาติอื่นๆ ในรูปแบบที่ระเบียบความสัมพันธ์ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการผลิตซ้ำแนวคิดหรืออุดมการณ์หลัก 天下 ที่ให้การสนับสนุนคำจูนอำนาจรัฐตามระบอบราชาธิปไตยที่มี 华夏 เป็นศูนย์กลาง รวมทั้งให้ความสำคัญกับชนบจาริตอันเป็นกรอบการประพฤติปฏิบัติตนของผู้คนในสังคมตามหลักคำสอนของลัทธิขงจื๊อ ซึ่งทำให้ชนบจาริตรวมทั้งดนตรีถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือแบ่งแยกสถานะทางสังคมวัฒนธรรมระหว่างความเป็นอารยะดังเช่นชาว 华夏 กับความเป็นอนารยะหรือป่าเถื่อน (ไร้ชนบจาริตและดนตรี) ดังเช่นกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบ ในที่นี้ผู้วิจัยขอเสนอกลวิธีทางภาษาต่างๆ ในการประกอบสร้างวาทกรรม 华夷之辨 ดังกล่าวข้างต้นผ่านชุดความคิดหรืออุดมการณ์ย่อย 3 ชุดที่อยู่ภายใต้แนวคิดหรืออุดมการณ์หลัก 天下 และหลักคำสอนของลัทธิขงจื๊อ อันได้แก่ 1) อุดมการณ์ความเป็นศูนย์กลางอำนาจและความยิ่งใหญ่ 2) อุดมการณ์ความชอบธรรมในการสร้างระเบียบโลกห้าได้ฟ้า และ 3) อุดมการณ์ความเป็นอารยะที่มีชนบจาริตเป็นศูนย์กลาง ดังนี้

4.1 กลวิธีทางภาษากับการประกอบสร้างวาทกรรม Hua-Yi zhi bian ผ่านอุดมการณ์ความเป็นศูนย์กลางอำนาจและความยิ่งใหญ่

ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น แม้ว่าในความเป็นจริงเสถียรภาพและอำนาจของจักรพรรดิช่วงปลายสมัยราชวงศ์ฮั่นจะคลอนแคลนและไม่แข็งแกร่งดังเดิม แต่ยังคงถือเป็นอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางที่เป็นทางการตามประเพณี ดังนั้นจึงพบว่านวนิยายสามก๊กมีการเลือกใช้คำศัพท์ ทั้งการใช้คำเรียกชื่อแทนราชวงศ์ฮั่น (เช่น 大汉, 汉祀, 汉家, 汉室, 汉统, 汉天下 ฯลฯ) และการใช้คำเรียกชื่อแทนจักรพรรดิฮั่น (เช่น 汉帝, 汉鼎者, 汉君, 汉主, 汉祚, 汉天子 ฯลฯ) แทรกอยู่ในตัวบทตลอดความยาว 120 ตอนในการสร้างภาพแทน (representation) ความเป็นศูนย์กลางอำนาจและความยิ่งใหญ่ของราชาธิปไตยในที่ราบภาคกลางที่มีจักรพรรดิราชวงศ์ฮั่นเป็นศูนย์กลางของ 天下 ซึ่งต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการใช้คำเรียกชื่อกลุ่มชนต่างชนชาติที่อยู่โดยรอบอันเป็นส่วนหนึ่งของระบบ 天下 ตามชื่อเรียกของแต่ละชนเผ่าเป็น 蛮, 夷, 狄, 戎, 羌, 鲜卑, 乌桓 เป็นต้น หรือในตอนที่ 91 คราวที่ขงเบ้งต้องยกทัพข้ามแม่น้ำลกซุย (泸水) เพื่อกลับเมืองเซ่งโต (成都) ยังมีการใช้กลวิธีกล่าวอ้างคำพูดผ่านคำบวงสรวง (祭文) ของขงเบ้งที่ว่า 我大汉皇帝, 威胜五霸, 明继三王。เพื่อผลิตซ้ำอุดมการณ์ความยิ่งใหญ่เกรียงไกรของราชาธิปไตยสมัยราชวงศ์ฮั่นว่ามีอำนาจบารมียิ่งกว่าเจ้าเหนือหัวทั้งห้าที่ครองความเป็นใหญ่เหนือแคว้นอื่นในยุคหวงซันตส์สารท (春秋五霸) และได้สืบทอดความมีปรีชาญาณจากกษัตริย์ผู้ก่อตั้งราชวงศ์ทั้งสาม (三王) อันได้แก่ เซี่ย ซาง และโจว

ทั้งนี้คำบวงสรวงในตอนที่ 91 ยังได้ใช้กลวิธีการเล่าเรื่องและการใช้ความเปรียบโดยนำสัตว์ในตำนาน คือ 貔貅 มาใช้เป็นอุปลักษณ์หมายถึงกองทัพฮั่นที่กล้าหาญ (雄军) นำทัพโดยขงเบ้งอัศวินเสนาบดีแห่งจ๊กก๊ก ในขณะที่ 蝼蚁 (แมลงกระซอนและมด) ก็ใช้เป็นอุปลักษณ์เปรียบได้กับกองทัพชนเผ่าหมานที่เป็นข้าศึกผู้รุกรานที่บ้าระห่ำ (狂寇) ที่มีกำลังน้อยและอ่อนแออย่างมาก เพื่อแสดงให้เห็นแสนยานุภาพทางการทหารอันยิ่งใหญ่ของอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลาง ดังข้อความที่ว่า

大举貔貅，悉除蝼蚁；雄军云集，狂寇冰消；才闻破竹之声，便是失猿之势。(第 91 回)
กองทัพ (ฮั่น) อันยิ่งใหญ่เมื่อไปถึงที่ใด ก็จะทำจัดพวกที่มีกำลังน้อยอ่อนแอเหมือนแมลงกระซอนและมด
เมื่อกองทหารที่มีอำนาจแข็งแกร่งมารวมตัวกัน ข้าศึกผู้รุกรานที่บารระห้าย่อมล่มสลายพังทลายลงไป
กองทัพ (ฮั่น) จะบุกเป็นพายุราบรื่นประดุจผ่ากระบอกไม้ไผ่ กวาดล้าง (กองทหารหมาน) ให้เรียบวุธ

นอกจากนี้ ยังปรากฏการใช้อุปลักษณ์และโวหารเกินจริงที่เป็นเชิงลบในถ้อยคำปราชญ์ที่ผลิตซ้ำภาพ
ความอ่อนด้อยกว่าในด้านความสามารถในการสู้รบของกลุ่มชนต่างชนชาติว่าเป็นคนละระดับชั้นเมื่อเทียบกับ
ขุนพลแห่งจ๊กก๊กผู้มีชื่อเสียงเกรียงไกร ดังตอนที่ 74 เมื่อกวนเป๋ง (关平) บุตรชายของกวนอูกล่าวถึงกรณีที่บ้าน
เต็ก (庞德) ขุนพลผู้แรกเริ่มเคยรับใช้ม้าเต้ง (马腾) และม้าเฉียว (马超) ภายหลังจึงมารับใช้โจโฉ ได้หาญกล้า
มาสู้รบต่อกรกับขุนพลผู้เชี่ยวชาญในการยุทธ์จนหาคนเทียบได้ยากเช่นกวนอูว่าเปรียบเสมือนลูกวัวแรกเกิดที่
ด้อยประสบการณ์จึงไม่รู้จึกกลัวเสือนำเกรงขาม แม้กวนอูจะสังหารบังเต็กเสีย ก็เป็นเหมือนการฆ่าทหาร
ชนเผ่าเถียงตะวันตกตัวเล็กๆ คนหนึ่งเท่านั้น ไม่ถือเป็นความดีความชอบอันยิ่งใหญ่แต่อย่างใด

俗云：初生之犊不惧虎，父亲纵然斩了此人，只是西羌一小卒耳。倘有疏虞，
非所以重伯父之托也。(第 74 回)

ดังภาษิตกล่าวไว้ ลูกวัวแรกเกิดไม่กลัวเสือ มาตราว่าท่านพ่อจะฆ่าคนๆ นี้ ก็เป็นเพียงการฆ่าทหารชาวเถียง
ตะวันตกตัวเล็กๆ เท่านั้น หากว่าท่านพ่อเกิดประมาทหรือผิดพลาดขึ้นมา จะไม่เป็นการใช้ชื่อเสียงของท่าน
เพื่อส่งเสริมเขาหรือหรือ

อนึ่ง ตามบันทึกทางประวัติศาสตร์ของสามก๊ก (三国志) ในการรบครั้งนี้กวนอูไม่ใช่ว่าได้เปรียบและกลับถูก
บังเต็กยิงเกาทัณฑ์เข้าที่หน้าผาก (额头) ด้วย ซึ่งต่างจากตัวบทในนวนิยายที่กวนอูถูกยิงเข้าที่แขนซ้าย (左臂)
อย่างไรก็ดีในท้ายที่สุดด้วยเหตุที่ฝนตกหนักทำให้เกิดน้ำท่วมหลากในฮั่นต้ง (汉中) กวนอูได้ให้ทหารสร้างเขื่อน
กันน้ำรอให้น้ำหลาก จึงพังเขื่อนปล่อยน้ำท่วมจมทัพของบังเต็ก สุดท้ายกองทัพกวนอูก็สามารถจับและสังหาร
บังเต็กได้

ส่วนในตอนี่ 85 ก็ใช้กลวิธีกล่าวอ้างด้วยอุปมาโวหารเกินจริงอีกครั้งผ่านถ้อยคำของขงเบ้งที่ประเมิน
แล้วว่า ด้วยเหตุที่ม้าเฉียวมีภูมิหลังจาก 西川 มาหลายชั่วอายุคน และสามารถครองใจชาวเถียงมาโดยตลอด
ผ่านความสัมพันธ์ที่โยงใยใกล้ชิดกับชาวเถียง จนแม้ชาวเถียงเองล้วนยอมรับนับถือม้าเฉียวเป็นดังแม่ทัพผู้มี
อำนาจศักดิ์สิทธิ์ราวกับเทพเจ้า (臣料马超积祖西川人氏，素得羌人之心，羌人以超为神威天
将军) จึงได้ใช้คติความเชื่อหรือกระแสมความชมชอบที่ชาวเถียงมีต่อม้าเฉียวดังกล่าวให้เป็นประโยชน์ โดย
วางแผนให้ม้าเฉียวคอยเฝ้ารักษาด่านเซเป่งกวน (西平关) ไว้ให้มั่นเนื่องจากได้รับทราบมาก่อนหน้านี้แล้วว่า
ห่อปี (轲比能) ผู้นำชนเผ่า 鲜卑 ซึ่งถูกยุยงก็คิดสินบนให้เป็นพันธมิตรไปโจมตีจ๊กก๊กจะยกทัพมาบุกด่าน
เซเป่งกวนดังกล่าว (老臣先知西番国王轲比能，引兵犯西平关) แต่ท้ายที่สุดกองทหารของห่อปีก็



ถอยหนีด้วยความหวาดกลัวเมื่อได้รู้ว่าขุนพลม้าเดียวของจ๊กก๊กซึ่งมีชื่อเสียงว่าเป็นนักรบผู้ยิ่งใหญ่ในหมู่ชนเผ่าเกียงเป็นผู้บัญชาทหารยกมาสกัดเอง

แม้ว่าในตอนที 94 เมื่อเตยตลิกเกียด (彻里吉) ผู้เป็นประมุขชนเผ่าเกียงตะวันตก (ซึ่งก็เชื่อกันว่าเป็นตัวละครที่นวนิยายสามก๊กสร้างขึ้นมา) สั่งให้อัครมหาเสนาบดีแฉ่งตัน (雅丹) และขุนพลอดกิด (越吉) นำทัพที่มีทหารชนเผ่าเกียง 150,000 นายไปยังด่านเซเปงก้วนเพื่อช่วยเหลือแม่ทัพโจจิ้น (曹真) แห่งวุยก๊กตามคำร้องขอ และในทางปฏิบัติขนาดของกองกำลังชาวเกียงในขณะนั้นมีมากกว่ากำลังพลของกองทัพจ๊กก๊กที่นำโดยขงเบ้ง (ซึ่งมีประมาณ 30,000 นาย) ก็จริงอยู่ แต่หากพิจารณาถึงลักษณะเครื่องมือหรืออาวุธชนิดต่างๆ ที่ใช้ในการสู้รบของกองทัพชาวเกียงจะเห็นว่ายังคงทำมาจากวัตถุดิบแบบดั้งเดิมเท่าที่หาได้ในพื้นที่นั้น ดังข้อความที่ว่า

即命雅丹与越吉元帅起羌兵一十五万，皆惯使弓弩、枪刀、蒺藜、飞锤等器；又有战车，用铁叶裹钉，装载粮食军器什物：或用骆驼驾车，或用骡马驾车，号为“铁车兵”。(第 94 回)

(เตยตลิกเกียด) จึงให้แฉ่งตันกับอดกิดนำทหารเกียง 15 หมื่นซึ่งล้วนเก่งในการใช้อาวุธต่างๆ เช่น คันธนูและหน้าไม้ ดาบและหอก กอหนาม (蒺藜) โซ่ลูกตุ้ม (飞锤) ฯลฯ และยังมีรถศึกที่ใช้แผ่นเหล็กหุ้มด้วยตะปูสำหรับบรรทุกเสบียงอาหาร อาวุธ และข้าวของอื่นๆ บ้างใช้ธนูลากเทียมรถ บ้างใช้ล้อและม้าเทียมรถ จึงได้รับฉายาว่า “กองทัพรถเหล็ก”

ส่วนด้านกลยุทธ์ที่ชนเผ่าเกียงใช้ในการสู้รบข้างต้นก็ถูกมองว่าย่ำแย่ห่างชั้นกว่าฝ่ายจ๊กก๊กอยู่มาก ดังนั้นเมื่อขงเบ้งถามเกียงอูย (姜维) ว่ารู้วิธีที่จะทำลายกองทัพรถเหล็กของชนเผ่าเกียงดังกล่าวแล้วหรือไม่ (伯约知破车之法否?) จึงได้รับคำตอบซึ่งสะท้อนถึงการถูกศัตรูจากเกียงอูยว่าทหารชาวเกียงรู้จักแต่ใช้พลังกำลังอย่างบ้าบิ่นเท่านั้น แต่ไม่มีทางอ่านกลยุทธ์อันแยบยลของขงเบ้งได้ออกอย่างแน่นอน (羌人惟恃一勇力，岂知妙计乎?) ซึ่งในท้ายที่สุดภายใต้ทัศนวิสัยที่เส้นทางบนภูเขาปกคลุมไปด้วยหิมะที่ตกหนัก มองไปรอบๆ ดูเหมือนเป็นที่ราบกว้างใหญ่ ด้วยความไม่รู้เท่าทันจึงทำให้ทหารชาวเกียงและกองทัพรถเหล็กถูกล่อให้ตกลงไปในหลุมสนามเพลาะที่ฝ่ายจ๊กก๊กได้ขุดเอาไว้แล้ว ในที่สุดอดกิดก็ตายในที่รบ ส่วนแฉ่งตันก็ถูกจับตัวไปหาขงเบ้ง

นอกจากแสนยานุภาพและความเก่งกาจทางการทหารของกองทัพฮั่นจากที่ราบภาคกลางหรือกำลังพลของจ๊กก๊กอย่างเป็นรูปธรรมข้างต้นแล้ว นวนิยายสามก๊วยังได้ใช้กลวิธีการเล่าเรื่องที่ป็นลักษณะปาฏิหาริย์เหนือความเป็นจริงเพื่อสะท้อนถึงอำนาจพลังศักดิ์สิทธิ์หรือสิ่งที่เหนือธรรมชาติที่เข้ามาแทรกแซงในลักษณะเป็นใจหรือคอยช่วยเหลือทำให้ฝ่ายฮั่นหรือจ๊กก๊กทำอะไรก็ลงตัวอีกด้วย ดังตอนที่ 94 ในจังหวะที่กวนฮิน (关兴) กำลังต่อสู้และตกเป็นฝ่ายเพลี่ยงพล้ำให้แก่อดกิดอยู่นั้น ก็มีขุนพลใหญ่คนหนึ่งปรากฏตัวขึ้นมาอย่างไม่คาดคิด ทำให้ทหารชาวเกียงต้องล่าถอยไป (只见岸上一员大将，杀退羌兵) ต่อมากวนฮินจึงตระหนักว่าผู้ที่ช่วยให้ตนรอดชีวิตก็คือวิญญาณของกวนอูผู้เป็นบิดาที่ได้ลงลับไปแล้ว โดยตัวบทได้บรรยายว่า ทันใดนั้น

ก็เห็นกวนอูชี้มือไปทางตะวันออกเฉียงใต้แล้วพูดว่า “ลูกเอ๋ย เจ้าจงรีบไปทางเส้นนี้โดยเร็วเถิด พ่อจะปกป้องเจ้า กลับสู่ค่ายที่มั่นเอง” เมื่อกล่าวจบแล้วก็หายตัวไป (忽见关公以手望东南指曰：“吾儿可速望此路去。吾当护汝归寨。”言讫不见。) หรือในตอน ที่ 89 เมื่อฝ่ายจ๊กก๊กตกอยู่สภาวะอับจน ทหารในกองทัพดื่มน้ำในลำธารที่มีพิษเข้าไปแล้วเกิดอาการเป็นไข้ปวดไม่ได้อีก ขงเบ้งจึงได้มาไหว้ศาลเจ้าม้าอ้วน (马援) อดีตแม่ทัพผู้มีความสามารถและเคยกรีธาทัพไปรบจากเหนือจรดใต้มาก่อนจนได้รับแต่งตั้งจากจักรพรรดิกว๋งอู่ แห่งราชวงศ์ฮั่น (汉光武帝) ให้ดำรงตำแหน่งขุนพลผู้สงบคลื่น (伏波将军) เพื่ออธิษฐานขอให้ดวงวิญญาณ ม้าอ้วนช่วยเหลือ ก็ปรากฏว่ามีชายชราคนหนึ่งเข้ามาที่ศาลเจ้าแล้วบอกว่า ตัวเองเป็นเทพแห่งภูเขานี้และได้รับ คำสั่งจากม้าอ้วนให้มาชี้แนะหาทางออกให้แก่ขงเบ้งโดยเฉพาะ (吾乃本处山神，奉伏波将军之命，特来指引。) ขงเบ้งจึงมีโอกาสพบกับเบ้งเจียด (孟节) หรือ ผู้สันโดษแห่งบ้านอัน (万安隐者) ผู้เป็นพี่ชายของ เบ้งเฮ็ก (ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นอีกหนึ่งตัวละครที่นวนิยายสามก๊กสร้างขึ้น) และได้รับน้ำศักดิ์สิทธิ์จากตาน้ำพุอัน ลกจ้าว (安乐泉) รักษาอาการเป็นไข้ของเหล่าทหารจ๊กก๊กได้สำเร็จ (赐神水以救众兵残生) รวมทั้งได้ใบ จากต้นไม้หอมฮุยเหียบ (薤叶芸香) มาให้ทหารใส่ปากไว้ป้องกันไม่ให้พิษเข้าสู่ตัว (各人口含一叶，自然瘴气不侵) หรือในตอน ที่ 89 เดียวกันนี้ ตัวบทได้ใช้กลวิธีกล่าวอ้างถึงบทกวีของคนรุ่นหลัง (后人诗曰) เล่าย้อนเหตุการณ์ในอดีตตอนที่กองทัพของขุนพล Geng Gong (耿恭) แห่งราชวงศ์ฮั่นตะวันออกสู้รบอยู่ กับชนเผ่า xiongnu ทางตอนเหนือ (北匈奴) ได้ประสบปัญหาไม่มีน้ำดื่มกิน ครั้นเมื่อขุนพล耿恭 บุกหาพบตาน้ำ เพื่ออธิษฐานขอน้ำ ก็มีน้ำไหลพุ่งออกมาอย่างน่าอัศจรรย์ สร้างความประหลาดใจแก่ชาว 北匈奴 ทำให้คิดว่า มีเทพเจ้าคอยช่วยเหลือกองทัพฮั่นอยู่ จึงนำกองกำลังของตนล่าถอยไป ซึ่งเทียบเคียงได้กับเหตุการณ์ในนวนิยายสามก๊กเมื่อขงเบ้งกลับมาถึงค่ายใหญ่ ได้สั่งให้ทหารขุดบ่อน้ำเอาไว้ แต่แม้จะขุดบ่อลึกมากเพียงใด ก็ไม่มี น้ำสักรหยด (掘下二十余丈，并无滴水) ในตอนคำขงเบ้งจึงจุดธูปเทียนขึ้นบูชาเทพยดา (焚香告天) เพื่ออธิษฐานขอน้ำ พอถึงเวลาเข้าบ่อซึ่งขุดไว้นั้นก็มีน้ำขึ้นเต็มทุกบ่อ (耿恭拜井甘泉出，诸葛亮虔诚水夜生) จึงสร้างความประหลาดใจแก่กองทหารชาวหมานที่เห็นฝ่ายจ๊กก๊กยังคงมีน้ำให้คนและม้าได้ใช้ดื่มกินกันเป็น ปกติ จนกระทั่งได้รู้ได้อ้อง (朵思大王) ขุนพลผู้นำทัพแห่งถ้ำทูลงบนเขาอิมตองสัน (山阴秃龙洞) ผู้เป็น เพื่อนของเบ้งฮิว (孟优) น้องชายของเบ้งเฮ็ก (ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นตัวละครที่นวนิยายสามก๊กสร้างขึ้น) หลังได้ เห็นเหตุการณ์น่าอัศจรรย์ดังกล่าวถึงกับขนลุกด้วยความเกรงกลัว (毛发耸然) และกล่าวกับเบ้งเฮ็กว่า นี่คือกอง ทหารที่เทพเจ้าส่งมา (此乃神兵也！)

อนึ่ง แม้จะมีการเล่าปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติของกองทัพหมานในตอน ที่ 90 เมื่อบลกได้อ้อง (木鹿大王) ผู้นำชนเผ่าหมานแห่งถ้ำปัดหลับตอง (八纳洞) ที่เป็นพันธมิตรของเบ้งเฮ็ก (ซึ่งเป็นตัวละครที่ นวนิยายสามก๊กสร้างขึ้นเช่นกัน) ใช้เวทมนต์คาถา (法术) เรียกลมพายุให้เกิดขึ้นเฉียบพลัน หินและทราย ปลิวว่อนขึ้นเหมือนห่าฝน พอเสียงเป่าเขาสัญญาณดังขึ้น ทั้งเสือ เสือดาว หมาจิ้งจอก หมาป่า งูพิษ และสัตว์ป่า คุรายต่างเหินลมออกมา แล้วแยกเขี้ยวยิงฟันพุ่งเข้าหากองทัพจ๊กก๊ก (忽然狂风大作，飞砂走石，如同



驟雨；一声画角响，虎豹豺狼，毒蛇猛兽，乘风而出，张牙舞爪，冲将过来。) แต่ในท้ายที่สุดแค่เพียงขงเบ้งแกว่งพัดชนนกเท่านั้น ลมพายุดังกล่าวก็นพัดกลับไปทางกองทัพพหมาน (孔明将羽扇一摇，其风便回吹彼阵中去了) ส่วนสัตว์ป่าแท้ (真兽) ที่ถูกควบคุมด้วยเวทมนต์ก็ต้องพ่ายแพ้ให้แก่สัตว์ป่าปลอม (假兽) ขนาดยักษ์ที่กองทัพจ๊กก๊กสร้างขึ้นจากไม้ใช้สีทา (木刻彩画) และสามารถพ่นเปลวไฟออกจากปากได้ (巨口吐火焰) ตัวบกลกได้อ่องเองก็ตายในที่รบ

4.2 กลวิธีทางภาษากับการประกอบสร้างวาทกรรม Hua-Yi zhi bian ผ่านอุดมการณ์ความชอบธรรมในการสร้างระเบียบโลกห้าได้ฟ้า

ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น อำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางที่เป็นทางการตามประเพณีมองว่าตนเองเป็นศูนย์กลางของ 天下 และมีสถานะทางสังคมวัฒนธรรมที่เหนือกว่ากลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่ไม่ใช่ 华夏 ที่อยู่โดยรอบ จึงมีความชอบธรรมในการสร้างระเบียบโลกห้าได้ฟ้าและต้องใช้อิทธิพลโน้มน้าวสั่งสอนกลุ่มชนชาติอื่นๆ ให้ปฏิบัติตามโดยไม่ขัดต่อความประสงค์ของตนเอง ในที่นี้พบว่านวนิยายสามก๊กได้พูดถึงระบบบรรณาการ (朝贡或进贡体系) ซึ่งเป็นธรรมเนียมการแลกเปลี่ยนสิ่งของในรูปแบบพิธีการที่อยู่บนพื้นฐานต่างตอบแทน โดยกลุ่มชนต่างชนชาติต่างๆ จะส่งเครื่องบรรณาการมาถวายแด่จักรพรรดิหรือผู้ปกครองที่เป็นอำนาจรัฐส่วนกลางเพื่อแสดงความอ่อนน้อมและยอมอยู่ภายใต้การคุ้มครอง ส่วนจักรพรรดิเองเมื่อได้รับเครื่องบรรณาการแล้วก็ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ด้วยการมอบของกำนัลตอบแทน (赏赐) อย่างเอื้อเฟื้อใจกว้าง ดังตัวอย่างในตอนที่ 94 ที่ใช้กลวิธีการเล่าเรื่องชนเผ่าเกียงตะวันตกที่ส่งเครื่องบรรณาการมาให้ทุกปีนับตั้งแต่สมัยจักรพรรดิไท่จู (หรือโจโฉ) อีกทั้งจักรพรรดิเหวินตี้ (หรือโจผี) ก็ยังให้ความเอื้อเฟื้อสมนาคุณแก่ชาวเกียงมากมาย (西羌之人，自太祖时连年入贡，文皇帝亦有恩惠加之)

แม้จะได้เห็นการแสดงออกโดยเปลื่อนอกถึงความสัมพันธ์และผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่ายในรูปแบบบรรณาการดังกล่าวข้างต้นก็ตาม แต่ในส่วนลึกแล้วแต่ละฝ่ายก็ยังยึดติดกับมุมมองของตนเองที่คิดเห็นต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือฝ่ายอำนาจรัฐส่วนกลางดูเหมือนจะรู้เท่าใจดีว่ากลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่ไม่ใช่ 华夏 ไม่ได้ยอมจำนนเชื่อฟังการสั่งสอนกล่อมกลืนภายใต้อำณัติแห่งจักรพรรดิอย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้จึงพบกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์ ทั้งการใช้คำที่ดูเหมือนการตีตรากล่าวหาพวก 南蛮 ตลอดจนตัวเบ้งเฮ็กซึ่งเป็นผู้นำว่าไม่ได้สวามิภักดิ์อย่างจริงใจต่อจ๊กก๊ก เช่น 不习王化 ในตอนที่ 87 และ 不遵王化，不归王化 ในตอนที่ 89 และการใช้คำที่สื่อถึงพฤติกรรมแข็งข้อต่อต้าน เอาใจออกห่าง หรือก่อกบฏ เช่น 不服，欲反，复叛，造反 ดังตัวอย่าง

吕凯遂取一图，呈与孔明曰“某自历仕以来，知南人欲反久矣，.....” (第 87 回)

ลี้จี้จึงหยิบแผนที่ (ทางภูมิศาสตร์) แผ่นหนึ่งออกมามอบให้แก่ขงเบ้งและกล่าวว่า ภายหลังจากข้าพเจ้าได้

เข้ารับราชการ ก็รู้อยู่แล้วว่าคนทางใต้ต้องการก่อกบฏ

南蛮恃其地远山险，不服久矣；虽今日破之，明日复叛。(第 87 回)

(ม้าเจ็ก – 马谡 กล่าวแก่งเบ้งว่า) พวก 南蛮 อาศัยภูมิประเทศที่ห่างไกลรวมทั้งอันตรายทางธรรมชาติ
ของตน ไม่ยอมจำนนอยู่ใต้อาณัติแห่งจักรพรรดิมาเป็นเวลานานแล้ว แม้ว่าเราจะเอาชนะพวกเขาได้
ในวันนี้ แต่พวกเขาก็จะยังคงกบฏต่ออีกในวันพรุ่งนี้

今辱弟造反，又劳丞相深入不毛之地，如此生受，孟节合该万死，故先于丞相
之前请罪。(第 89 回)

ตอนนี้น้องชายที่น่าละอายของข้าพเจ้าก่อกบฏ ทำให้ท่านอัครมหาเสนาบดีต้องลำบากเดินทางลึกเข้าไปใน
ดินแดนที่ทุรกันดาร ทำงานหนักเหนื่อยยากถึงเพียงนี้ ข้าพเจ้าบังเจียดสมควรตายจริงๆ ดังนั้นข้าพเจ้าจึง
มาขอโทษต่อหน้าท่านอัครมหาเสนาบดีก่อน

ด้วยเหตุนี้ฝ่ายจ๊กก๊กที่นำโดยง่เบ้งจึงถือเป็นหน้าที่ที่จะต้องนำความสงบเรียบร้อยกลับคืนมาสู่ระเบียบโลกหล้า
ได้ฟ้า (平蛮) โดยใช้มาตรการทั้งไม้แข็งและไม้นวม ดังคำบรรยายสรุปถึงการเดินทางพิชิตแดนใต้ (南征) ใน
ตอนที่ 90 ว่าง่เบ้งสามารถเอาชนะและจับกุมตัวง่เฮ็กได้ ก่อนจะจงใจปล่อยตัวให้กลับไปรวบรวมไพร่พล
เพื่อมารบใหม่ในครั้งถัดไป เป็นเช่นนี้ถึง 7 ครั้งด้วยกันจนกระทั่งง่เฮ็กละอายใจยอมสวามิภักดิ์แต่โดยดีใน
ที่สุดและเป็นที่มาของสำนวนจีน 七擒七纵 “จับเจ็ดครั้งปล่อยเจ็ดครั้ง” ทั้งนี้ก็เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งอำนาจ
อิทธิพลของตนเองที่มีมาแต่เดิมรวมทั้งอุดมการณ์ความชอบธรรมในการสร้างระเบียบโลกหล้าได้ฟ้าดังกล่าว

แต่ในมุมมองของฝ่าย 南蛮 และง่เฮ็กซึ่งครอบคลุมความคิดไม่ได้อยู่บนพื้นฐานอุดมการณ์หลัก 天下
และหลักคำสอนของลัทธิขงจื้อ กลับเห็นว่าเป็นฝ่ายจ๊กก๊กเองที่ใช้อำนาจรุกรานเข้ามาในดินแดนบ้านเกิดของ
พวกตน ดังวาทกรรมโต้ตอบที่ปรากฏในตอนที 87 ความว่า

“两川之地，皆是他人所占土地，汝主倚强夺之，自称为帝。吾世居此处，
汝等无礼，侵我土地：何为反耶？”

ดินแดนทั้งสอง (ได้แก่ 东川 และ 西川) ล้วนเป็นดินแดนในครอบครองของผู้อื่น เจ้านายของท่านใช้
กำลังข่มเหงแย่งชิงมันไปจากผู้อื่น แล้วตั้งตนขึ้นเป็นจักรพรรดิ ตัวข้าอยู่ที่นี่มาหลายชั่วอายุคน พวกท่าน
ต่างหากที่ไร้ซึ่งขนบจารีต บุกรุกเข้ามาในดินแดนของข้า: จะมาพูดว่าข้าก่อกบฏได้อย่างไรกันเล่า

4.3 กลวิธีทางภาษากับการประกอบสร้างวาทกรรม Hua-Yi zhi bian ผ่านอุดมการณ์ความเป็น อารยะที่มีขนบจารีตเป็นศูนย์กลาง

ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น อุดมการณ์หลัก 天下 ให้ความสำคัญกับขนบจารีตอันเป็นกรอบการประพฤติ
ปฏิบัติตนของผู้คนในสังคมตามหลักคำสอนของลัทธิขงจื้อ ซึ่งทำให้ขนบจารีตรวมถึงดนตรีถูกนำมาใช้เป็น
เครื่องมือแบ่งแยกสถานะทางสังคมวัฒนธรรมระหว่างความเป็นอารยะดังเช่นชาว 华夏 ในที่ราบภาคกลางกับ
ความเป็นอนารยะหรือป่าเถื่อน (ไร้ขนบจารีตและดนตรี) ดังเช่นกลุ่มชนต่างชนชาติที่อยู่โดยรอบ ในที่นี้จึงพบ
กลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์และการกล่าวอ้างคำพูดในตอนที 88 ที่ง่เบ้งเฮ็กอวดตัวว่าไม่ด้อยกว่าง่เบ้ง เพราะ

ถึงแม้ตนเองจะเป็นชนเผ่าหมาน แต่ก็รู้เรื่องยุทธพิชัยสงครามอย่างดี (吾虽蛮人，颇知兵法) หรือในตอน
89 เมื่อขงเบ้งถามสาเหตุที่เบ้งเฮ็กยังคงไม่ยอมจำนนแม้ว่าในขณะนั้นตนเอง (ซึ่งเป็นฝ่ายรบชนะ) ได้ปฏิบัติต่อ
เบ้งเฮ็กด้วยมารยาทและความสุภาพถึง 4 ครั้งแล้วก็ตาม (吾今四次以礼相待，汝尚然不服，何也?)
เบ้งเฮ็กก็ได้ใช้วาทกรรมโต้ตอบโดยกล่าวหาว่าถึงแม้ตนเองจะเป็นคนในดินแดนรอบนอกที่ห่างไกลวัฒนธรรมคำ
สอนขงจื้อ แต่ไม่เหมือนขงเบ้งที่เชี่ยวชาญในการใช้เล่ห์เหลี่ยม แล้วจะให้ตนเองยอมจำนนได้อย่างไร (吾虽化
外之人，不似丞相专施诡计，吾如何肯服?) หรือในตอน 90 ภายหลังเกิดเหตุการณ์ “จับเจ็ด
ครั้งปล่อยเจ็ดครั้ง” เบ้งเฮ็กก็ยอมศิโรราบต่อขงเบ้งโดยกล่าวว่าถึงแม้ตนเองจะเป็นคนในดินแดนรอบนอกที่
ห่างไกลวัฒนธรรมคำสอนขงจื้อ แต่ก็รู้จักขนบธรรมเนียมประเพณีและมารยาท จนถึงขนาดนี้แล้วจะไม่มีควม
ละอายใจได้อย่างไรเล่า (吾虽化外之人，颇知礼义，直如此无羞耻乎?)

ด้วยเหตุที่ 仁 หรือความเมตตากรุณาถือเป็นหลักมาตรฐานทางศีลธรรมสูงสุดและเป็นแกนหลักเชิง
ทฤษฎีของลัทธิขงจื้อ ในที่นี้จึงพบกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์และการกล่าวอ้างคำพูด ดังเช่นตอนที่ 90 เมื่อทหาร
อโอกิกของลุดตักกุดที่เรียกว่า ดินกะเป้ง (藤甲兵) ซึ่งสวมเกราะหวายทำให้มีความแข็งแกร่งอาวุธฟันแทงไม่เข้า ทั้ง
ยังมีน้ำหนักเบาสามารถลอยน้ำได้ สามารถเอาชนะกองทัพจ๊กก๊กได้ในครั้งแรก แต่ภายหลังกลับหลงกลอุบายเข้า
ไปในหุบเขาจั่วปั่วสวก (盘蛇谷) ขงเบ้งจึงสั่งให้ทหารจุดเพลิงและทิ้งไปในหุบเขา เนื่องจากเกราะหวายเป็นเกราะ
ชุบน้ำมันจึงติดไฟได้ง่าย ทหารเกราะหวายจึงถูกเพลิงเผาทั้งเป็นตายสิ้นรวมทั้งลุดตักกุดด้วย เมื่อขงเบ้งเห็น
สภาพการตายที่น่าอนาถดังกล่าวก็นึกถึงกับน้ำตาคลอทอดถอนใจกล่าวว่าแม้ว่าตนเองได้สร้างคุณูปการให้แก่จ๊กก๊ก
ก็จริง แต่การกระทำ (ที่ขาดความเมตตาปราณีหรือมนุษยธรรม) เช่นนี้จะทำให้ตนเองอายุสั้นแน่นอน (吾虽有
功于社稷，必损寿矣!) แม้เมื่อกลับถึงค่ายทหารฝ่ายจ๊กก๊กแล้ว ก็ยังกล่าวแก่แม่ทัพนายกองว่าตนเองไม่
มีทางเลือกจำใจต้องใช้กลอุบายดังกล่าว ซึ่งจะทำให้คุณความดีหรือบุญกุศลที่สร้างไว้เสียหายอย่างมาก (吾今
此计，不得已而用之，大损阴德) แต่ถ้าไม่โจมตีด้วยไฟจะสามารถเอาชนะได้อย่างไร การทำให้
เผ่าพันธุ์ชาวอโอกิกไม่หลงเหลือเลย ถือเป็นบาปหนักของตนเอง (非火攻安能取胜? 使乌戈国之人不
留种类者，是吾之大罪也!) หรือพบการใช้กลวิธีการเล่าเรื่องและการใช้ความเปรียบดังเช่นตอนที่ 91
ขณะที่กองทัพจ๊กก๊กจะข้ามแม่น้ำลกซุย ท้องฟ้าก็เกิดมีดครึ้มมีคลื่นลมแรงปั่นป่วนเป็นเหตุอาเพศ เหมือนมีผี
สาวเทวดามาก่อวุ่น ซึ่งตามธรรมเนียมปฏิบัติพื้นถิ่นแต่ดั้งเดิมต้องใช้ศีรษะมนุษย์ 49 คนรวมทั้งสัตว์อันได้แก่
วัวดำและแพะขาวในการเซ่นสังเวยเพื่อระงับเหตุอาเพศดังกล่าว (旧时国中狴神作祸，用七七四十九
颗人头并黑牛白羊祭之) แต่ขงเบ้งกลับเห็นว่าเดิมทีก็มีคนที่ตายกลายเป็นผีด้วยความเจ็บปวดคับแค้นใจ
อยู่แล้ว จะไปคร่าชีวิตคนเป็นให้สิ้นไปอีกได้อย่างไร (本为人死而成怨鬼，岂可又杀生人耶?) เพื่อ
สะท้อนถึงความพยายามของขงเบ้งที่จะปฏิบัติตามหลักแห่งความเมตตากรุณา จึงปฏิเสธไม่ทำตามธรรม
เนียมพื้นถิ่นนั้นและสั่งให้เอาเป้งมานวดปั้นให้เหมือนหัวคน ช่างในมีไส้ทำจากเนื้อสัตว์เช่นวัว แพะ ฯลฯ เพื่อใช้
เซ่นสังเวยแทนศีรษะมนุษย์ โดยตั้งชื่อว่า หมานโถว (馒头 ซึ่งพ้องเสียงกับ 蛮头 ที่หมายถึงศีรษะชาวหมาน)

ในที่นี้ยังพบกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์สื่อความหมายในเชิงลบสร้างภาพแทนความเป็นอนารยะของกลุ่มชนต่างชนชาติในแง่มุมต่างๆ เช่น การพูดถึงสภาพถิ่นที่อยู่ในตอนที่ 87 เมื่อองเลี่ยน (王连) กล่าวทัดทานห้ามปรามไม่ให้ขงเบ้งนำทัพไปยังดินแดนทางใต้ด้วยตนเองเนื่องจากเห็นว่าเป็นพื้นที่รกร้างแห้งแล้งและเป็นแหล่งกำเนิดของไข้ป่าและโรคระบาดต่างๆ (南方不毛之地，瘴疫之乡) หรือในตอนที่ 89 ได้สู้ได้อ่องได้กล่าวแก่เบ้งเฮ็กถึงอันตรายของเส้นทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือว่ามีภูเขาสูงชันและถนนแคบๆ ถึงแม้จะมีเส้นทางเล็กๆ แต่ส่วนใหญ่ก็มีภูเขามากและแมงป่องซ่อนตัวอยู่ (山岭险峻，道路狭窄，其中虽然有小路，却大多藏着毒蛇恶蝎) และสถานที่แห่งนี้ยังมีบ่อน้ำพุที่มีพิษถึง 4 แห่งด้วยกัน (此处更有四个毒泉) หรือการพูดถึงสภาพความเป็นอยู่และขนบประเพณีพิธีกรรมท้องถิ่นในตอนที่ 90 ยามฟ้าฝนกระจายทั่วดินในทุกปีก็จะปลูกข้าว ถ้าในช่วงที่ข้าวยังไม่สุก ก็จะฆ่างูและช้างเพื่อเป็นอาหาร (倘若不熟，杀蛇为羹，煮象为饭) หรือการฆ่าวัวและม้าเพื่อบูชายี่ถูลอดทั้ง 4 ถูซึ่งเรียกว่า “ปกกุย” (卜鬼) และแต่ละปีก็มักจะจับคนจ๊กก๊กและคนต่างถิ่นมาเช่นสังเวด้วย (每年常以蜀人并外乡之人祭之) หรือยามเจ็บไข้ได้ป่วยก็ไม่นิยมกินยา แต่จะอธิษฐานต่อพอมดเท่านั้นซึ่งเรียกว่า “ผียา” (只祷师巫，名为“药鬼”) ที่แห่งนี้ไม่มีกฎหมายอาญา แต่ใครก็ตามที่ก่ออาชญากรรมจะต้องถูกตัดศีรษะ (其处无刑法，但犯罪即斩) และเมื่อเด็กผู้หญิงโตเป็นสาวก็จะอาบน้ำในลำธาร ผู้ชายสามารถลงน้ำไปทะเลาะเคล้าปะปนกับผู้หญิงและจับคู่มีเพศสัมพันธ์ตามใจชอบโดยพ่อแม่ไม่ห้ามซึ่งเรียกว่า “การเรียนรู้ศิลปะ” (有女长成，却于溪中沐浴，男女自相混淆，任其自配，父母不禁，名为“学艺”) ซึ่งเรื่องดังกล่าวนี้ดูจะเป็นวาทกรรมโต้ตอบขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของจีนที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายและหญิงถูกจำกัดและควบคุมอย่างเข้มงวด ดังนั้นการแต่งงานจึงมักเป็นแบบคลุมถุงชนที่ยึดตามคำสั่งพ่อแม่ คำพูดแม่สื่อ (父母之命，媒妁之言)

นอกจากนี้ ยังพบการพูดถึงรูปลักษณ์ภายนอกในตอนที่ 89 เมื่อเบ้งเฮ็กนำกองทหาร 南蛮 ไปทำรบที่หน้าค่ายกองทัพจ๊กก๊ก ขงเบ้งซึ่งอยู่ในเครื่องแต่งกายที่มีภาพแทนความเป็นอารยะ ไม่ว่าจะเป็นผ้าโพกศีรษะที่ประกอบด้วยเส้นไหมสีเขียว เสื้อคลุมนกกระเรียน พัดขนนก (孔明头戴纶巾，身披鹤氅，手执羽扇) ก็ได้เห็นตัวเบ้งเฮ็กในชุดแต่งกายที่ต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือสวมเกราะหนังแรด สวมหมวกสีแดงบนศีรษะ มือซ้ายถือโล่ มือขวาถือดาบ (身穿犀皮甲，头顶朱红盔，左手挽牌，右手执刀) หรือในตอนที่ 88 เมื่อเบ้งฮิวนำทหาร 南蛮 ร้อยกว่าคนขนย้ายทรัพย์สินของมีค่าไปมอบให้แก่ขงเบ้ง ทำให้เป็นยอมสวามิภักดิ์ ขงเบ้งจึงได้เห็นรูปร่างหน้าตาของทหาร 南蛮 ที่ล้วนมีดวงตาสีเขียวใบหน้าสีดำ ผมสีเหลืองหนวดเคราสีม่วง หูใส่ห่วงสีทอง ผมเป็นกระเซิงเท้าเปล่า รูปร่างสูงใหญ่กำยำล่ำสัน คู่มือและกำลังอย่างมาก (皆是青眼黑面、黄发紫须、耳带金环、髯头跣足、身长力大之士) หรือตอนที่ 89 ก็เห็นภาพทหาร 南蛮 ของบกลกได้อ่องที่ส่วนใหญ่ไม่ได้สวมเสื้อผ้าและชุดเกราะ ร่างกายเปลือยเปล่า หน้าตาน่าเกลียด พกมีดคมสีเล่มไว้กับตัว (人多不穿衣甲，尽裸身赤体，面目丑陋；身带四把尖刀) เช่นเดียวกับตอนที่ 90 ที่ใช้โวหารเกินจริงบรรยายภาพทหาร 南蛮 ของลุดตัดกุดว่า แทบไม่เหมือนมนุษย์ ดูอัปลักษณ์ชั่วร้ายยิ่งนัก (不类人形，



甚是丑恶) หรือในตอนที 90 เดียวกันนี้ ขณะที่ขงเบ้งขับเคลื่อนกองทัพไปข้างหน้าด้วยการตีกลองและเป่าแตรส่งสัญญาณ (孔明驱兵大进, 鼓角齐鸣) แต่กองทัพของบกลกได้อ้องไม่ได้ตีกลองเป่าแตร แต่ส่งสัญญาณด้วยการตีฆ้อง (军中不鸣鼓角, 但筛金为号) อีกทั้งยังพบการปรากฏตัวของนางจกหยง (祝融夫人) ภรรยาเบ้งเฮ็ก (ซึ่งก็เป็นตัวละครที่นวนิยายสามก๊กสร้างขึ้นมา) ที่มีฝีมือในการใช้มีดบินโดยไม่พลาดเป่าเลยสักครั้ง (善使飞刀, 百发百中) และได้กล่าวคำพูดว่าแม่ตนเองจะเป็นผู้หญิง แต่ต้องการออกรบร่วมกับสามี (我虽是一妇人, 愿与你出战) ซึ่งเรื่องนี้ดูเหมือนเป็นวาทกรรมโต้บทหลักคำสอนของลัทธิขงจื้อที่ต้องการปลูกฝังให้ผู้หญิงปฏิบัติตามหลักการ “สามเชื่อฟังสี่จรรยา” (三从四德) และกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงโดยผูกไว้กับเรื่องภายในบ้านเป็นสำคัญ

5. บทสรุป

จากการศึกษาข้อมูลตัวบทภาษาจีนในนวนิยายสามก๊กเพื่อวิเคราะห์วาทกรรมในประเด็นการต่อสู้เพื่อรักษาอำนาจในบริบทความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางจีนกับกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบ ผู้วิจัยพบว่าวาทกรรมเกี่ยวกับชนชาติที่เรียกว่า 华夏之辨 ซึ่งกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างชาว 华夏 หรือจีนกับกลุ่มชนต่างชนชาติ 蛮夷 ที่อยู่โดยรอบและปรากฏใช้ในหนังสือจินโบราณ สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดหรืออุดมการณ์หลัก 天下 หรือโลกหล้าใต้ฟ้าที่มีมาแต่ดั้งเดิมในอารยธรรมจีนซึ่งสนับสนุนอำนาจรัฐตามระบอบราชาธิปไตยที่มี 华夏 เป็นศูนย์กลาง และได้กำหนดสถานะตำแหน่งรวมทั้งจัดวางระเบียบความสัมพันธ์ให้ชาว 华夏 ซึ่งอยู่ในที่ราบภาคกลางอันเป็นศูนย์กลางของ 天下 และมีอารยะแห่งขนบจารีตตามหลักคำสอนของลัทธิขงจื้ออยู่ในสถานะเป็นผู้นำทางวัฒนธรรมเมื่อเทียบกับกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่ห่างไกลและล้าหลัง อีกทั้งยังมีความชอบธรรมที่จะทำให้กลุ่มชนชาติอื่นๆ โดยรอบยอมอ่อนน้อมและรับการกล่อมเกลาสั่งสอนให้มาเป็นส่วนหนึ่งในระบบ 天下 ที่มี 华夏 หรือจีนเป็นศูนย์กลางและมีค่านิยมหลักของสังคมวัฒนธรรมจีนเป็นบรรทัดฐาน โดยการประกอบสร้างวาทกรรมซึ่งสะท้อนถึงอุดมการณ์ดังกล่าวข้างต้นได้รับการผลิตซ้ำในตัวบทนวนิยายสามก๊ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตอนที 87-91 เมื่อเบ้งเฮ็กซึ่งเป็นเหมือนตัวแทนของกลุ่มชนชาติอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบแสดงพฤติกรรมกระด้างกระเดื่องต่อจ๊กก๊ก ทำให้ระเบียบโลกหล้าใต้ฟ้าเสียกระบวน ขงเบ้งซึ่งเป็นเหมือนตัวแทนของอำนาจรัฐในที่ราบภาคกลางจึงต้องเดินทางพิชิตแดนใต้เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งอิทธิพลที่มีมาแต่เดิมนำความสงบเรียบร้อยกลับคืนมาสู่ระเบียบโลกหล้าใต้ฟ้าอีกครั้ง สำหรับกลวิธีทางภาษาต่างๆ ที่ใช้ในการประกอบสร้างวาทกรรม 华夏之辨 นั้น พบว่ามีการใช้กลวิธีทางภาษาที่หลากหลายในนวนิยายสามก๊ก เช่น การเลือกใช้คำศัพท์ การกล่าวอ้าง การเล่าเรื่อง การใช้ความเปรียบ อุปลักษณ์ อุปมา โวหารเกินจริง เป็นต้น

บรรณานุกรม

- Barker, C. (2004). *The Sage dictionary of cultural studies*. London: Sage Publications.
- Charoensin-o-larn. (2000). *Development discourses: Power, knowledge, truth, identity, and otherness*. Bangkok: Wiphasa. (in Thai)
- Chotiudompant, S. (2017). *Literary criticism theories in the 20th century in the Western world*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Dilokwanich, M. (1983). *Samkok: A study of Thai adaptation of a Chinese novel* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Washington, Seattle.
- Du, Y.H. (2023, January 13). “Tianxia” neihan ji yu jindai zhonghua minzu de guanxi. https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI2NTI5MzMwMg==&mid=2247487995&idx=1&sn=b287fd5bc1bc0ad1ee44d25547171ced&chksm= (in Chinese)
- Li, Y.J. & Kong, W.J. (2022, January 4). Shi zhi yu dao—“Hua-Yi zhi bian” yu lishi wenhua rentong. https://www.sohu.com/a/514162247_121119243 (in Chinese)
- Liang, Z.P. (2018, November 28). “Tianxia” guannian, cong gudai dao xiandai. https://www.sohu.com/na/278200937_488646 (in Chinese)
- Liu, S.D. (2011). *Sanguo yanyi*. Beijing: Beijing zhonghua shuji.
- Ma, K.Y. (2023, September 25). Lun jia guo yi ti wenti. https://history.sohu.com/a/723315565_121123711 (in Chinese)
- Manomaivibool, P. (1966). *Samkok: A comparative study* [Unpublished master’s thesis]. Chulalongkorn University. (in Thai)
- Phathanothai, S. (2010). *Samkok’s art of war: Integrated edition*. Bangkok: Sukkhapabjai. (in Thai)
- S.tansakul, Y. (2015). *The production of “The Romance of Three Kingdoms” in Thai society, 1937-2007* [Unpublished master’s thesis]. Thammasat University. (in Thai)
- Sartraproong, K. (1993). *The political worldview of the elite in the reign of King Rama I : A study of Rajadhiraj, Samkok and Saihan* [Unpublished master’s thesis]. Chulalongkorn University. (in Thai)
- Shen, B.J. (2000). 1999 nian Sanguo yanyi yanjiu zongshu. *Journal of Hubei University (Philosophy and Social Sciences)*,27(4), 108-110. (in Chinese)

- Sikkhakosol, T. (1989). A look at Samkok from the original Chinese version. *Thai Journal of East Asian Studies*, 2(2), 95-98. (in Thai)
- Somdet Phrachao Baromwongthoe Kromphraya Damrong Rajanubhab. (1928). *The legend of the book Samkok*. Bangkok: Rongphim Sophon Phiphattanakon. (in Thai)
- Wang, K. (2020, June 8). *Wang Ke: Zhongguo duo minzu tongyi guojia sixiang de xipu*. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_7650375 (in Chinese)
- Wei Q.Y. (1989). *Zhongguo zhengzhi zhidu shi*. Beijing: China Renmin University Press. (in Chinese)
- Xu, B. (2017). Dui gudai Dongya chaogong tizhi de zai sikao. *Guoji Zhengzhi Yanjiu*, 3, 85-102. (in Chinese)
- Yuan, X.P. (2014). *Zhongguo Wenxueshi*. Beijing: Higher Education Press. (in Chinese)
- Zeng, Z.Y. & Liu, F.F. (2023, July 4). *Rujia tianxia guan: Cong Hua Yi zhi bian dao jiazhi rentong*. https://www.sohu.com/a/694478383_121124729#google_vignette (in Chinese)
- Zhang, F. (2016, November 14). *Beida jiaoshou Zhang Fan: Lishi jiaoxue zhong ruhe jiangqing “junzhu zhuanzhi” wenti*. https://guoxue.ifeng.com/a/20161114/50253858_0.shtml (in Chinese)
- Zhang, X.J. (2015). The distinction of “Hua” & “Yi” under the political situation—Its historical context and meaning generation after Qin and Han dynasties. *Wuhan University Journal (Philosophy & Social Sciences)*, 68(5), 5-14. (in Chinese)

Structures Containing, but not Representing, Numbers in Boya Chinese Textbooks: A Survey and Teaching Suggestions

Nattanit Chamsuwanwong¹

School of Foreign Languages, Peking University, Beijing 100871 P.R. China

E-mail: nathnisth.c@gmail.com

(received 22 December 2023) (revised 24 April 2024)

(accepted 25 September 2024)

Abstract

In Chinese, numerical structures of numerals may convey non-literal meaning. They are used to express unclear concepts in clear numeric form (non-num structures). These structures are subjective forms of expressions in Chinese culture. This article examined teaching contents and arrangements of non-num structures in the Boya Chinese textbooks. Non-num structures were divided into four categories: fixed, almost fixed, somewhat fixed, and contextual. Results were that 53 fixed expressions appeared, three almost fixed forms, and 12 somewhat fixed forms. However, if variant somewhat fixed forms are classified in a single unit, 9 may be counted. The textbooks do not mention the contextual category. Some non-num structures are repeatedly introduced, while others are briefly mentioned. These findings suggest that textbooks should scrutinize the non-num structure, adding those commonly used in daily life.

Keywords: Non-num structure, Boya Chinese textbooks, Chinese as a foreign language, Numeric culture

¹ Visiting Thai Lecturer at the School of Foreign Languages, Peking University

《博雅漢語》系列中漢語數量表達的主觀性語法形式的考察情況及教學建議²

陳麗君³

中國 北京 北京大學 外國語學院 郵編 100871

郵箱: nathnisth.c@gmail.com

收稿日期 2023. 12. 22 修回日期 2024. 4. 24 接收日期 2024. 9. 25

摘要

漢語中數量表達的主觀性語法形式（以下稱“non-num 結構”）是漢語的一種主觀性表達形式，以明確的數詞形式來表示模糊的概念。本文將 non-num 結構分成四種類型，即固定類、較為固定類、相對固定類和語境類，並考察了這四種 non-num 結構在全套《博雅漢語》系列教材中的教學安排。考察結果發現，固定類出現了 53 種表達，較為固定類出現了 3 種形式，相對固定類出現了 12 種形式。若把相對固定類的變體形式歸入為一種形式，出現的形式為 9 種。至於語境類的 non-num 結構，教材中沒有出現。該套教材對每類 non-num 結構形式的側重不一樣。有的 non-num 結構被反復解釋，而有的一帶而過。本文主張教材應更加重視 non-num 結構，並建議在教材中加入普遍使用的 non-num 結構。

關鍵詞：non-num 結構、《博雅漢語》、數字文化、教學

1. 引言

眾所周知，關於漢語作為第二語言的教學目的，無疑是培養學習者的漢語交際能力。“漢語作為第二語言教學的終極目標，是培養學習者具有在現實生活中自由運用漢語進行交際的能力，而且要在最短的時間內取得最佳的學習效果，因此關注與培養綜合語言運用能力相關的各種因素不僅是十分必要的，而且應該引起我們的高度重視。”（Zhao, 2018:94）雖然學生能自由運用漢語進行交際是漢語教師的理想和目標，但是值得思考的問題是，在教學內容上或教學過程中，教師是否周全地考慮到教學內容。換言之，是否忽視了漢語中的一些普遍現象。譬如，數詞和量詞的組合在某些結構中所帶來的主觀含義。

² 這篇研究論文為“教材中漢語數量表達的主觀性語法形式的考察情況及教學策略——以《博雅漢語》系列全套為例”的一部分。

³ 北京大學外國語學院泰籍訪問教師

數詞和量詞的組合通常用來計數。例如“他買了六瓶橙汁、三四瓶汽水”中的“六瓶” “三四瓶”。前者是確數+量詞，後者是概數+量詞。不論是哪一個，都是用來計算所賣飲料的數量。這種量是實在的，可以度量的，所以是客觀量。無論如何，數詞和量詞的組合還可以脫離計數功能而體現主體的主觀評價，這種用法修辭性很強。（Li, 2000; Hu, 2006 ; Chu, 2011; Wen, 2012; Wang & Wang, 2012; Chen, 2020）。不妨以“一百個”為例，以下第一組和第二組的例子都是由數量成分“一百個”構成的，不過主客觀量有所不同。第一組的例子（1a,b）表示客觀量；第二組的例子（2a,b）和（3a,b）都表示主觀量，後者的量比前者虛：

第一組：

- （1）a. 好了，設立一個規則，什麼規則呢？那就是先來先到，我就收這一百個人，你們進來別人都回家。100 個人要 100 臺彩電。（《郎鹹平博客》）
- b. 中國航海模型選手獲得第一百個世界冠軍。（新華社 2001 年 8 月 新聞報道）

第二組：

- （2）a. 佑才有沒有兒女，是他命中註定，他命中註定沒有兒女，娶一百個女人也不會有後代。（岑凱倫《合家歡》）
- b. 每個人寫的字結構都不同，同樣一個字，一個“張”字，一百個姓張的寫出來一百個樣子。（金開誠《書法藝術的理解與觀賞》2003 年 6 月 17 日）
- （3）a. 戰士的父母感動不已：“孩子有這樣貼心的好兄長，我們一百個放心！”（新華社 2001 年 6 月份新聞報道）
- b. 一是要合情合理，二是要信守承諾。即使自己一百個不情願也必須遵守這種無文的“法規”。他不由嘆了口氣。（尤鳳偉《石門絕唱（3）》）

例（1a）、（1b）的“一百個”都是客觀量，是確數，表示真實的量。例（2a）、（2b）中“一百個”是主觀量，表示“多”的意思，不能確定“多”是多到什麼程度，不表真實的量。兩者的數量結構都是“一百+量（個）+名”。這對母語不是漢語的外國人來講，理解前者不是難題，因為字面的數量表達和真實的量是一樣的，而後者字面表達和真實的量有關聯，通過語境和解釋也不難理解。

例 (3a)、(3b) 中“一百個”也是主觀量，表示程度之多，不表真實的量。這兩例的量比 (2a) 和 (2b) 虛，這是因為雖然是由“一百+量(個)”構成的，可是量詞“個”後面的成分卻以動詞的形式出現，而一般的情況下“個”是跟名詞組合的。

像第三種具有主觀性的數量表達，對母語不是漢語的外國人來說，即使漢語為高水平的外國人，也容易產生理解上的偏差。(參看 Chen, 2020: 276) 對於漢語為高水平的外國人對主觀性的數量表達的理解情況，Chen, L. J. (2020) 發現，不理解的被試是因為他們沒有學過，或雖然學過，但學的時候老師在教學中一帶而過；而理解的被試是因為他們在中國生活中能夠習得或其母語的正遷移所致，而不是通過正規的學習方式獲得的知識。我們認為這種現象的呈現是與漢語作為第二語言教學的終極目標相悖，主觀性的數量表達是漢語數字文化的一種承載，是普遍使用的形式，而連漢語水平很高的外國被試都產生了理解上的問題。這暗示著學習過程出現了空洞，而學習離不開教材。

教材可以反映出主觀性的數量表達的教學情況及安排。考慮到 Chen 文的研究的大部分被試者都用過《博雅漢語》，因此，本文選用權威的漢語作為第二語言教學的教材中《博雅漢語》系列教材全套書為研究對象，考察相關主觀性的數量表達的教學內容，著眼於句子層面的表達，通過考察就可以知道這種表達形式是否得到重視，是否能達到漢語作為第二語言教學的終極目標。

由于主觀性的數量表達是不表數量本義的數量表達，所以在下文統一稱為“non-num 結構”。

2. non-num 結構的界定與類型

本文的 non-num 結構指的是在由“數詞 + 量詞 + (X)”組成的，結構中數詞表達數目之外的意義，並且只研究“由單個數詞”組成的結構。Non-num 結構是以數詞形式出現但意思並不是所看到的具體數量的結構，而數量或帶該數量詞的結構具有具體數量以外的特殊含義。因為它借以明確的數量來表達說話人的某種看法，所以本文認為的 non-num 結構是漢語的一種特殊的主觀語法形式，這種表達形式體現出中國人的數字文化。Givón (1971) 認為各語言單位之間是連續統。根據其觀點，Chen, L. J. (2017) 認為漢語中詞法和句法並沒有截然分開。⁴ 本文借鑒她的這一觀點來劃分

⁴ Chen, L. J. (2017: 11-17) 認為不同表達形式在連續統上所處的位置不一樣，從表達形式看，可以分成 3 大類：第一，詞彙詞法帶來的不表數量本義的意義。內部分為兩次類，即詞語本身所帶有的不表數量本義的意義和構詞法所帶來的不表數量本義的意義；第二，熟語帶來的不表數量本義的意義；第三，句法帶來的不表數量本義的意義。第三類里又分為三次類，即，由數量組合結構構成的固定結構、由數量組合結構構成的相對固定結構以及由相對固定的數量組合結構構成的句式。

non-num 結構的類型。根據結構的固定程度，本文把 non-num 結構分為 4 類。即固定類、較為固定類、相對固定類和語境類。

固定類 non-num 結構：其結構固定，其中的詞語不能更改，包括熟語和常用語等固定說法。例如“不一會兒”“一舉兩得”“說三道四”；

較為固定類 non-num 結構：其結構較為固定，所以其中某個成分可以有限制地更改。但即使某個成分可以被更改，還是受到很大的限制。例如“有（一）點兒……”中的“一”可以省略，但不能換成其他數詞；“有一/兩手兒”中只能用“一”或“兩”，不可以用其他數詞；

相對固定類 non-num 結構：其結構相對固定，是一種含有數詞形式的句式，所以大框架的結構固定，但是結構中某個特定的成分可以被更改。以“一 NP + 也/都 + 否定 VP”為例，其中“NP”和“VP”都可以加入很多詞語，如“一口飯/一粒米/一塊兒糖也不吃”“一個人也不去/來/看”。

語境類 non-num 結構：指具有不定量“兩”的結構，即表示“幾”的“兩”。“兩”與言說詞語或視覺詞語同時出現時，傾向於表“幾”，例如“說兩句”“看兩眼”。但是“兩”與其他詞語出現時，一般得靠語境才知道是“二”還是“兩”，例如“兩杯”。在“他只喝兩杯”中“兩”表示“二”，而在“多喝兩杯吧”中“兩”表示幾。

3. 研究目的

考察《博雅漢語》系列教材全套書中 non-num 結構並提出對該結構的教學策略。

4. 研究範圍及研究方法

研究範圍：《博雅漢語》系列教材全套書中的 non-num 結構。該系列教材分 4 個級別——初級、準中級、中級和高級，共 9 冊——《初級起步篇》（I、II）、《準中級加速篇》（I、II）、《中級沖刺篇》（I、II）和《高級飛翔篇》（I、II、III）。

研究方法：考察並統計《博雅漢語》系列教材全套書的 4 種 non-num 結構，重點放在處於句法層面的 non-num 結構。即出現了由數詞形式或數詞和量詞組合但脫離表面的計數功能的結構。教材中所考察的部分為詞語表、課文、語言點、練習題及副課文。我們首先考察詞語表和語言點，因為我們認為這兩部分是教材中所體現的特色和目標的代表，然後再結合考察課文、練習題和副課文。

5. 主觀性與 non-num 結構

5.1 “主觀”和“客觀”概念的區分

談到主觀性前，首先得從“客觀”和“主觀”談起。客觀和主觀是相對的概念。《現代漢語詞典（第7版）》和《現代漢語用法詞典》給“客觀”和“主觀”下的定義如下：

客觀

- ① 屬性詞。在意識之外，不依賴主觀意識而存在的。（跟“主觀”相對，下同）：~存在/~事物/~規律。
 - ② 按照事物的本來面目去考察，不加個人偏見的：他看問題比較~。
- （《現代漢語詞典（第7版）》：741 頁）

- ① 名。哲學上指人的一是以外的物質世界：~存在 /~事實。
 - ② 形。指一個人思想和行動與實際情況相一致：他看問題比較~。
- （《現代漢語用法詞典》：591 頁）

主觀

- ① 屬性詞。屬於自我意識方面的（跟“客觀”相對，下同）：~願望 /~能動性。
 - ② 不依據實際情況，單瓶自己偏見的：看問題不要~片面。
- （《現代漢語詞典（第7版）》：1710 頁）

形。與“客觀”相對。

- ① 哲學上指屬於一個人的思想認識方面的；不加程度副詞，不單獨作謂語，多作定語：~意識 /~思想。
- ② 指不依據實際情況，單瓶自己的願望、偏見辦事：~臆斷 /你在工作中心太~。

（《現代漢語用法詞典》：1443 頁）

從上述兩部詞典的定義可知，所謂“客觀”，是指人的意識以外的物質世界，是事實的存在；所謂“主觀”，則是指人的意識、精神、想法和感受，是人的一種思考方式。具體說就是憑借自己的感情去看待事物，並作結論或者行為反應。

我們不妨簡單舉例，對於“一加一等於幾？”的問題，如果是客觀上的話，那麼“一加一等於二”，可是在說話人看來“一加一”可能不等於“二”，等於什麼取決

於說話人的想法、答案各不相同。有的人認為“一加一等於三”或者“一加一等於四”。這是因為說話人認為第一個“一”代表爸爸，第二個“一”代表媽媽，兩個人如果有一個孩子，那麼“一加一”就等於“三”，如果生出一對雙胞胎，那麼結果就等於“四”。在面試的時候，面試官如果問“一加一等於幾”，他想要的答案可能不是數學中的“二”，而是其他可以表示面試人的智慧和反應能力的答案。如，“一加一等於王”，這種觀點來自“王”字的筆畫，甚至答案可能是成語的“不三不四”。一些化妝品廣告就會用“一加一等於三”來說明他們的產品很好、很值得買，指便宜的價錢可以買到質量非常好的東西。這是中國人對數字的認識。這種數字玩法比較靈活。這些例子很好地表示主觀的概念。

5.2 主觀性和漢語的主觀性表達

語言中的語法格式和意義多種多樣，不只是用來表達客觀性的命題式思維，還可以體現說話人的主觀性表達。所謂“主觀性”（subjectivity），是指“說話人在說出一段話的同時表明自己對這段話的立場、態度和感情，從而在話語中留下自我的印跡”（Lyons, 1977, 轉引自 Shen, 2001）。Finegan, E. (1995) 認為主觀性和主觀化的研究領域主要集中在說話人的觀點（perspective）、情感（affect）和認識（epistemic modality）三個方面（中文翻譯參考 Shen, 2001）。Shen, J. X. (2001) 還指出，語言的“主觀化”（subjectivisation）指語言為了表現某種主觀性而採用相應的結構或形式來表示的過程。本文認為現代漢語中的 non-num 結構都表示一種獨特的主觀認識和認知機制，是一種主觀語法形式的體現，而這種形式支持了 Dong, X. F. (2016: 561) “漢語中的一些主要的語法形式的出現都與主觀性表達有關”的主張。她闡明了主觀性在詞法和句法中的表現及特征。主觀表達是一種自我精神世界的表達方式，通過對客觀現實的篩選獲取信息而形成。我們認為數量成分的特殊組合很好地體現了漢語語法形式的主觀性。

主觀性與漢語中 non-num 結構的另一種重要的觀念涉及到 Li, Y. M. (1997、2000) 所主張的量範疇表達的“主觀量”。主觀概念是同客觀概念相對的。那麼，主觀量是同客觀量相對的量。

說話人所說出的不表數量本義的數量表達形式是她以自己的主觀性表達出某種主觀量，這種表達方式也受到了句法強制。不防舉例子闡釋“客觀”、“主觀”、“主觀性”、“主觀量”、“句法強制”概念與漢語中不表數量本義的數量表達的關係：



我們以教室的空間為例。上課時間，老師一進教室就看到教室裡只有桌子和椅子，沒有學生，如圖 1 所示：

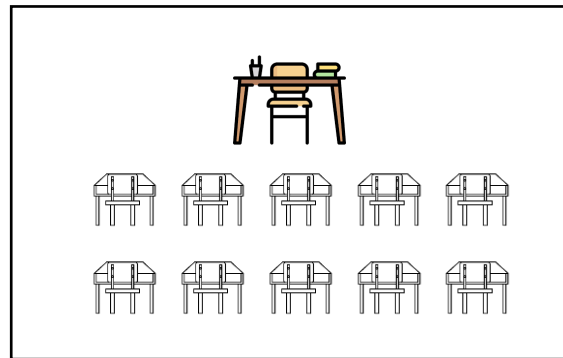


圖 1：教室和桌椅

老師所看到的教室是客觀世界，是客觀事實的教室，即教室裡沒有學生，裡面有桌椅擺著。學生的客觀量為“零”。那麼，老師看到這種教室後的想法就是他的主觀看法。不論是客觀事實還是人們對客觀事實的看法，都可以用語言轉達。

先講接下來的故事再舉漢語表達。那位老師發現教室裡沒有學生後就回辦公室。他的同事問“你怎麼回來了？”。如果老師回答“沒有人”，那就是他只對客觀事實的陳述，沒有把感情色彩帶到語言中（在不考慮語調的情況下）。相反，如果老師覺得這個時間教室裡應該有學生，一旦發現沒有就很生氣。那麼他說的話會帶有表示主觀性的形式（如某個成分或者結構），這時候他會用“一個人也沒有！”回答。“一個人也沒有！”這句話不僅僅對事件的客觀陳述，還帶有那位老師的主觀評價。除了他的語氣以外，這個句子中的結構和語法成分也起了很重要的作用——結構體現在全稱否定“一 NP + 也 + 否定 VP”結構。在這個結構中數詞必須是極小量“一”，否則句子不成立或者接受度大大降低。Wen, S. L. (2012) 把由“一”構成的否定句稱作周遍性主語句，指出周遍性主語句具有表主觀虛設量的功能。帶有主觀性的詞語體現在“一個人、也”上。可以看出，數量成分“一個人”在“一 NP + 也 + 否定 VP”結構中起了很關鍵的作用，與否定形式一起用來強調量的“無”，“一”是句子中的極小量。在說話人看來，“一”是結構中最小的主觀量。Hu, Q. G. (2004、2007) 認為結構中的“一+量詞(+名詞)”是該句式的焦點成分(focused constituent)，具有凸顯度並受主觀性的制約。再者，“一個人也沒有”前面還可以加上介詞“連”，說成“連一個人也沒有！”。這時，說話人的主觀態度更加強烈，“連”也是具有主觀性的詞。由此，“連……也(否定)……”結構當然帶有很強的主觀性。

再舉與圖 1 相反的情況。在上課時間，如果老師一進教室就看到教室裡全都是人，除了他的班的學生，還有別的班的學生，如下圖 2 所示：

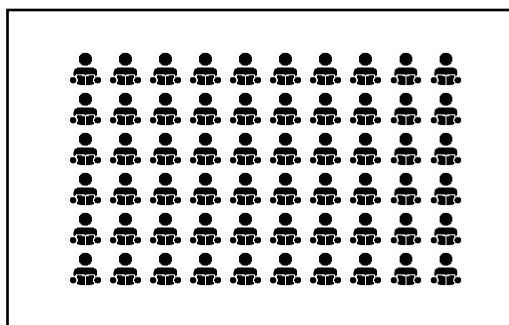


圖 2：教室和學生（人數為 60 人）

客觀事實是屋子裡有六十個學生。老師如果感覺教室裡的學生比他想象的多，那麼，他可能用主觀表達形式“滿屋子人！”或“一屋子人！”來表示。兩者都用數詞表達。不同之處在於“滿”和“一”雖然都是數詞，可是兩者在“數詞+量詞+名詞”結構中的性質有所區別。“滿”字的形式與其意義相同，指達到容量的極點，而“一”字的形式與其意義不同，“一”的字面表達是正整數，可是在“數詞+量詞+名詞”中，它的意思相當於“滿”。“一”當“滿”解讀是不表數量本義的數量表達，是主觀量，是說話人的主觀性表達形式（Chen, 2010、2017）。

從上述的例子可知，“（連）一個人也沒有”和“一屋子人”都是以客觀事實為依據，選用數量成分轉達不表數量本義的意義。並且，句法和數量成分相互制約——這兩個句子的數詞“一”不能任意更換。這是本文主觀性的表達形式的例子之一。

本文 non-num 結構的出現是同主觀性表達有關，以數量表達表示說話者的評價與態度，結構中的數詞可大可小。

6. 研究結果與討論

6.1 《博雅漢語》所出現的 non-num 結構

《博雅漢語》系列全套出現了三類 non-num 結構，即固定類、較為固定類和相對固定類，未出現語境類。如表 1 所示：



表 1: 《博雅漢語》系列中出現的 non-num 結構

《博雅漢語》		non-num 結構			
		固定類	較為固定類	相對固定類	語境類
《初級起步篇》	(I)	0	1	0	0
	(II)	1	0	5	0
《準中級加速篇》	(I)	3	0	1	0
	(II)	1	0	2	0
《中級沖刺篇》	(I)	7	0	0	0
	(II)	11	1	1	0
《高級飛翔篇》	(I)	10	0	2	0
	(II)	14	1	1	0
	(III)	6	0	0	0
總計		53	3	12	0

從表 1 可知，《博雅漢語》系列全套出現了固定類、較為固定類和相對固定類三種 non-num 結構。闡述如下：

第一、關於固定類的 non-num 結構，即結構固定，詞語不能更改，包括熟語和常用語等固定說法。教材標為成語的熟語如 “三三兩兩” “一路平安” “一舉兩得” “一無所長” “三十年河東，三十年河西” “千方百計” “五花八門” “說三道四” “大吃一驚” 等；教材沒有標上是什麼的固定短語如 “一模一樣” “不一會兒” “五顏六色” “九牛二虎之力” “萬壽無疆” “十里洋場” “一諾千金” “言行不一” 等⁵。固定類的 non-num 結構在詞語表上總共出現了 53 個，學習者在記這些固定短語時相當於在記生詞。我們把它們放在詞彙層面處理。在《中級沖刺篇》(II) 也把這些成語、常用語、固定說法等看成是一種詞彙。（《博雅漢語·中級沖刺篇》(II)：3 頁）

第二、關於較為固定類的 non-num 結構，《博雅漢語》全套出現了 3 個。（詳情請參看表 2）

第三、關於相對固定類的 non-num 結構，《博雅漢語》全套所列出了 12 個形式。其中有的形式其實同樣的結構的不同寫法，換言之，是重複出現的結構。如果排除了重複的結構，那麼相對固定類的 non-num 結構一共有 9 種。（詳情請參看表 2）

下述表 2 是較為固定類和相對固定類的 non-num 結構：

⁵ 教材未標的固定短語有一些是熟語。這裡舉的例子有成語 “萬壽無疆” “一諾千金”，有俗語 “九牛二虎之力”。

表 2：出現於《博雅汉语》系列的較為固定类和相對固定類的 Non-num 結構

級別	《博雅漢語》	較為固定的結構	相對固定的結構	
			出現形式	總計
初級	《初級起步篇》(I)	1. 有(一)點兒+形 他有(一)點兒不高興。	—	0
	《初級起步篇》(II)	—	1. —V, …… * 安娜拿起電話一聽, 是媽媽打來的。 2. 一邊……一邊…… 他們一邊走, 一邊聊天兒。 3. —+MW+N+也+不/沒+V** 我一個字也不認識, 怎麼辦? 4. 一點兒也不+adj. ** 這個問題一點兒也不難。 5. —MW(N)+—MW(N)+V 飯要一口一口地吃, 事兒要一件一件地做。	5
準中級	《準中級加速篇》(I)	—	1. —……也不(沒)** ……, 填漢字一个也沒寫對。 現在一點兒也不想吃茄子了。	1
	《準中級加速篇》(II)	—	1. 一方面…, (另)一方面 聽說能參加比賽我一方面很興奮, 一方面也很擔心。 2. —+动词* 打開冰箱一看, 黑乎乎的全是凍的魚。	2
中級	《中級沖刺篇》(I)	—	—	0
	《中級沖刺篇》(II)	1. 留一手兒 但我還是留了一手的, ……。[課文]	1. “—+身體部位詞語+名詞/形容詞”結構 “—”表示整個: 全; 滿。例如: 妻子和孩子也惊醒了, 一脸惊讶。 他剛修完車, 一手機油。	1



級別	《博雅漢語》	較為固定的結構	相對固定的結構	
			出現形式	總計
高級	《高級飛翔篇》 (I)	—	1. 一（張）一（合） （“一……一……”）： 1) 分別用在兩個意義相對的單音節動詞前面時，表示兩種動作協調配合或交替進行。 一問一答/一唱一和/一起一落/一張一弛 2) 分別用在兩個反義的方位名詞或形容詞等的前邊時，表示對應或對比。 一左一右/一前一後/一南一北/一長一短/一胖一瘦/一大一小 2. 一分 分 [量]：表示事物或行為的程度的等級或成數。多用在“一、三、七”等數詞或“几”之後。 七分優點，三分缺點/七分功勞，三分過失/ 三分像人，七分像鬼/一分耕耘，一分收穫/有一分熱，發一分光/幾分相似/幾分失落/幾分尷尬	2
	《高級飛翔篇》 (II)	—	1. （八）成（新） 八成：即十分之八，在這裡作副詞用，即（八）成+形容詞，表示某種程度；八成+動詞，表示推測。 現在有一個流行的觀點，就是吃飯吃七成飽對健康有好處。	1
		1. 一無：完全沒有；沒有一點兒。 一無是處/一無所知/ 一無所有/一無所得/ 一無所見	—	
	《高級飛翔篇》 (III)	—	—	0
總計				12
排除重複的結構以後的總計				9

注釋：1. 表中的結構形式均為《博雅漢語》所寫。同樣的結構出現在不同的地方時，有時教材以不同的寫法顯示，我們將保持原樣的寫法，但會以星號來表示其重複。

2. 帶星號（*）和雙星號（**）的結構為同樣的結構。

從表 2 可知,《博雅漢語》全套出現了某些成分可以有限地更改的較為固定類和相對固定類的 Non-num 結構:

第一、關於較為固定類的 non-num 結構,《博雅漢語》全套出現了 3 個。分別出現在《初級》(I)、《中級》(II)和《高級》(II)。出現的結構分別為:1. 有(一)點兒+形(他有(一)點兒不高興。);2. 留一手兒;3. 一無……(一無所知、一無所有)。我們之所以把“留一手兒”歸入較為固定類是因為,數詞“一”可以換成“兩”,而“留”可以換成“有”“露”,構成“留一/兩手”“有一/兩手”“露一/兩手”,都指有本領或技能。”

第二、關於相對固定類的 Non-num 結構,按《博雅漢語》全套所列出,出現了 12 個形式,如果排除了重複的結構的變體形式,那麼相對固定類的 Non-num 結構一共有 9 種。即:1. “一 NP + 也/都 + 否定 VP”結構(我一個字也不認識。);2. “一 MW (N) + 一 MW (N) + V”結構(飯要一口一口地吃,……);3. “一 V, ……”結構(安娜拿起電話一聽,是媽媽打來的。);4. “一邊……一邊……”結構(他們一邊走,一邊聊天兒。);5. “一方面……, (另)一方面”(聽說能參加比賽我一方面很興奮,一方面也很擔心。);6. “一+身體部位詞語+名詞/形容詞”結構(他剛修完車,一手機油。);7. “一……一……”結構(一問一答);8. “數詞+分”結構(三分像人,七分像鬼);9. “數詞+成+形/動詞”結構(八成新)。

需要注意的是,整套教材的 9 冊中,有 7 冊出現了 non-num 結構,有兩冊未出現。未出現該表達形式的教材為《中級沖刺篇》(I)和《高級飛翔篇》(III)。

6.2 《博雅漢語》對 non-num 結構的安排情況

從上述 10 種 non-num 結構的安排可看出,每種結構都是由易到難,從淺入深。比如,“有(一)點兒+形”結構出現在《初級起步篇》(I)的第 14 課。該結構出現於對話(“藍的有點兒深,我喜歡淺顏色的”(《初級起步篇》(I):102 頁))和語言點。語言點對該結構的解釋是“放在形容詞前面,表示不多、稍微,“一”可以省略。多用於不如意的事情”(同上:104 頁)我們認為“有(一)點”是常用的比較固定的結構,可把它當一個詞看待,放在初級階段也是合適的。與“有(一)點兒+形”相比,“數詞+成+形/動詞”結構更為抽象,更難把握所以把它放在高級階段也是合適的。

除此之外,值得注意的是,有些 non-num 結構,《博雅漢語》的編者非常被強調,而有些結構只是點出來,並沒有著重解釋或有專門的練習。舉例如下:

《博雅漢語》非常強調“一 NP + 也/都 + 否定 VP”結構和“一 V, ……”結構，在全系列的教材中在語言點出現兩次。第一次它們都出現於《初級起步篇》（II），前者再次出現於《準中級加速篇》（I），後者再次出現於《準中級加速篇》（II）。“一 NP + 也/都 + 否定 VP”結構和“一 V, ……”結構相比，我們認為教材更注重前者。因為“一 NP + 也/都 + 否定 VP”結構在《初級起步篇》（II）出現了兩個變體。而且，可以認為該結構是學習《高級飛翔篇》（II）中“一無……”結構（一無所有）的基礎。值得一提的是，有些結構雖然在語言點有介紹，可是不太受重視。以《中級沖刺篇》（II）中語言點的“一+身體部位詞語+名詞/形容詞”結構（一身汗、一臉興奮）為例，這會影響學習者的學習狀態，可能會以為該語法形式不重要，後來就不放在心上，結果是不能掌握、運用。下文將闡述分析教材中受重視的 non-num 結構和不受重視的 non-num 結構。其中前者分成非常受重視的 non-num 結構和普通受重視的 non-num 結構兩種。

6.2.1 出現頻率高的 non-num 結構

1) 非常受重視的 non-num 結構——以“一 NP + 也/都 + 否定 VP”格式為代表

從《博雅漢語》的安排可知，全稱否定“一 NP + 也/都 + 否定 VP”結構很受重視。該結構是書中語言點的重要結構，出現在很早的階段，並重複出現。即該結構在全套書中出現兩次。第一次在《初級起步篇》（II），教材中介紹了該結構的兩種變體。即一是“一+MW+N+也+不/沒+V”，如“我一個字也不認識，怎麼辦？”，二是“一點兒也不+adj.”，如“這個問題一點兒也不難。”；第二次出現是在《準中級加速篇》（I）以“一……也不（沒）”結構出現，舉的例子如“……，填漢字一个也沒寫對。”和“現在一點兒也不想吃茄子了。”這次介紹的形式包括了《初級起步篇》（II）的兩種變體形式。教材用主觀性的概念加以解釋該結構的語法意義，即“表示強調，有時有誇張意味”。（《初級起步篇》（II）：133 頁；《準中級加速篇》（I）：22 頁），把此結構稱為“強調否定”。可以看出，此結構在初級階段就會學到，然後準中級階段還繼續學習。

此外，“一 NP + 也/都 + 否定 VP”結構還跟《高級飛翔篇》（II）中的固定短語和“一無……”結構（一無所有）有聯繫。《高級飛翔篇》（II）第 5 課《上天自有安排》出現了“一聲不吭”四字格，解釋為“一句話也不說”（125 頁）。我們認為，“一聲不吭”也可以歸入“一 NP + 也/都 + 否定 VP”類結構，只不過結構更加固定化。接著，《高級飛翔篇》（II）還不斷地介紹“一無……”結構，可是，在

解釋“一無……”結構之前，先在教材的生詞語⁶部分以四字格的形式來加以介紹，即在第6課《球迷種種》中生詞語部分出現“一無所長”，解釋為“沒有一點兒專長或長處。”（148頁）；第9課《“天威·逍遙·不設防”》中再次出現“一無所長”，但是不出現在生詞語部分了，而直接出現於課文（……都是一無所長，毫無自信的結果，……）（222頁）和語言點。在語言點中，把“一無”解釋為“完全沒有；沒有一點兒”，並再舉例——“一無是處/一無所知/一無所有/一無所得/一無所見”（243頁）。我們認為“一NP + 也/都 + 否定VP”結構是解釋“一無……”結構的基礎。

再者，關於“一NP + 也/都 + 否定VP”結構和“一無……”結構，教材都提供了充分的例子和練習題。

2) 普通受重視的 non-num 結構——以“數詞+分/成”格式為代表

解釋和練習較多的 non-num 結構“數詞+分”和“數詞+成”格式是用數量成分表達程度虛量的形式。此類表達分別出現在《博雅漢語》系列教材中的《高級飛翔篇》（I）和《高級飛翔篇》（II）。

《高級飛翔篇》（I）介紹程度虛量“數詞+分”的用法，該結構出現於課文（“所以說狗不算太聰明，雖然它有那麼一分義氣”（《高級飛翔篇》（I）：160頁））和語言點。在語言點部分，教材解釋了“該結構表示事物或行為的程度的等級或成數。多用在‘一、三、七’等數詞或‘幾’之後”（同上：168頁）。並給出例子，如“三分像人，七分像鬼”、“有一分熱，發一分光”、“幾分相似”、“幾分失落”等。此外，還有專門的練習題（參看《高級飛翔篇》（I）：168-169頁）。

《高級飛翔篇》（II）闡述程度虛量“數詞+成”的用法。該結構也出現於課文（“一條還是八成新的綠軍褲，腰圍很肥，……”（《高級飛翔篇》（II）：61頁））和語言點。在語言點部分，教材解釋了課文裡的“八成”是“十分之八，在這裡做副詞用，即（八）成+形容詞，表示某種程度；八成+動詞，表示推測”。（同上：77頁）舉的例子都是以句子為例，如“好久沒有看到他，他八成已經離開這裡了”。此外，還提到了由“數詞+成”構成的“動詞+（了）+（八）成”（明白了八成）和“八”成+名詞（七成的可能性）。從結構和所舉的例子可以看出，數詞是不限於“八”的。而且還有專門的練習題（參看《高級飛翔篇》（II）：77頁）。

程度虛量“數詞+分”和程度虛量“數詞+成”在漢語環境中是很常用的形式，無疑是應該安排在教學過程中。這兩種形式的基礎皆來自數學上的“十分之多少”。

⁶ 《博雅漢語》把“生字新詞/生字詞”寫成“生詞語”。



6.2.2 不受重視的 Non-num 結構——以表全量的“一+身體部位詞語+名詞/形容詞”格式為代表

表全量的“一+身體部位詞語+名詞/形容詞”（一身汗、一嘴巧克力）出現在《中級衝刺篇》（II）第8課《清晨的忠告》的語言點。雖然出現在語言點部分，可是這種結構似乎不太受重視。我們首先看第8課對該結構的解釋，如下：

（4）一+身體部位詞語+名詞/形容詞

- 妻子和孩子也驚醒了，一臉驚訝。

說明：“一”表示整個：全；滿。例如：

1. 他剛修完車，一手機油。
2. 母親一大早走了二十多里路，走得一身汗。
3. 警察示意我靠邊停車，搞得我一頭霧水。
4. 剛進門時他一臉興奮，怎麼這會兒又一臉陰沉了？

（《博雅漢語·中級衝刺篇》（II）：185 頁）

從以上解釋可看出，教材已經把使得“一”獲得“滿/全”義最關鍵的條件寫下來了，即“一”後是“身體部位詞語”，例子中身體部位詞語有“手”“身”“頭”“臉”。

即使教材已經提出了使“一”獲得“滿/全”義的條件。需要注意的是，對於“一+身體部位詞語+名詞/形容詞”，語言點的練習僅出現一道題，不像其他語言點的詞語那樣有比較多的練習。該形式是在用本課學習的語言點回答問題這一練習中出現的，具體練習的出現如下所示：

（5）怎麼搞的？你好像剛從水裡撈出來一樣。（一+身體部位詞語）⁷

（同上：187 頁）

我們認為，教材中這種形式的例子不夠多，練習太少。這種現象反映了編寫者不夠重視這種表達。教師如果不強調這一點，學生很可能不認為這種表達是常見形式，可能不把這種結構放在心上。結果是他們可能只記得教材上出現的具體表達形式，而當見到這種結構的不同形式就不明白是什麼意思。我們的這種看法是對 Chen 文中理解上出現問題的被試者進行採訪後得出的結論。正如 Chen, L. J. (2020) 在調查中發現，被試之所以不明白“一嘴巧克力”的意思但明白“一身汗”的意思是因為他

⁷ 指的意思是用“一+身體部位詞語”改寫句子。

們不會類推。（278-279 頁） 我們認為，此結構應該在不同的課文中反復出現，而且以不同詞語表達形式出現，譬如，既然第8課中出現“一身汗”，而且也專門講解“一+身體部位詞語+名詞/形容詞”表示“滿/全”的意思了，那麼接下來的課文也應該出現類似的表達形式，把“身”更換成其他詞語或把“汗”換成其他詞語。這樣，學習者就可以在別的課文中反復操練這種表達形式，加強記憶並養成類推的學習技能。此外，學習者熟悉了該結構後，應該告訴他們，實質上使“一”獲得“滿”的意思不限為後面是身體部位詞語，而過“一”後是“名詞”，“一”就解讀為“滿”。（參見 Chao, 1968/1979; Zhu, 1982; Hu, 1984; Guo, 1987; Li, 2000; Guo, 2004; Zhou, 2006 等）例如“一桌子灰”“一地水”“（寫了）一书架的小说”等。

從上述非常受重視的 non-num 結構、普通不受重視的 non-num 結構和不受重視的 non-num 結構之分析可見，教材對每個 non-num 結構的側重有區別。我們認為這將直接影響學習者學習漢語的成效，教材強調的結構，他們自然會覺得很重要，而不強調的自然會覺得不重要。

更需要思考的是，有些 non-num 結構雖然在中國是很普遍的用法，可是這套教材中也未提及。這是很可惜的事情。下面我們將專門討論這一問題。

7. 《博雅漢語》未提及的其他普遍使用的 non-num 結構

在實際交際中，除了《博雅漢語》中所列出的 non-num 結構，還有不少中國人日常生活中普遍使用的 non-num 結構。從本文上述所討論的情況，似乎中國人數字文化的這種思維方式被忽視了。上述我們提過，整套教材的9冊中，有兩冊未出現 non-num 結構。一是《中級沖刺篇》（I），二是《高級飛翔篇》（III）。無論如何，在前者的使用說明中也有這樣的一句話：“使學習者在語言學習的同時，自然而然地接觸並了解包括中國人思維方式在內的文化因素”（《中級沖刺篇》（I）：4 頁），但是這冊教材中卻沒有一個地方出現 non-num 結構。如果說這種結構的有些形式比較難掌握，那麼到高級階段就應該出現，但是全套教材中的最後一本——《高級飛翔篇》（III）也未出現 non-num 結構。這說明 non-num 結構在《博雅漢語》系列教材的眼裡並不是處於重要的地位。這使得它往往是漢語中語法難點。

需要特別指出的是，我們認為語境類的 non-num 結構，如“多說兩句”“沒走兩步，天下起大雨來”是有必要加上去的。正是因為這是中國人在生活中常用的表達，這裡的“兩”相當於“幾”的意思，而不是一加一。其他 non-num 結構，如“（舉）



雙手+VP”（舉雙手讚成）、“一百个（不）+VP”（一百個放心、一百个不高興）、“十二分的……”（十二分的小心）、“三天三夜……”等也應該考慮加上去。限於篇幅，我們僅挑出不定量“兩” “（舉）雙手+VP”和“一百个（不）+VP”作為講述對象並提出教學方式。

7.1 關於“兩”解讀成“幾”的教學方式

在口語中，“兩”作“幾”解讀的使用非常普遍。應該安排在漢語作為第二語言教學的過程中，不然學習者會認為漢語的“兩”的意思只能是“二”。那應該在哪個階段開始介紹這種形式還需要再討論，不過，在我們看來，先讓學習者熟悉之前學過的不定量表達，如“四五個人”“三個左右”“八十歲上下”等），再進行不定量“兩”的教學。這是因為要判斷“兩”的意思是“二”還是“幾”時，往往需要結合上下文才知道。

在開始對不定量“兩”進行教學的時候，教師可以給學生指出漢語對數詞“2”很特殊，之前學過有“二”和“兩”的讀法，那還有另一種特殊含義。用“兩”的時候，意思可能不是表示“2”这个数量（two），而可以表示“一些”（a couple of/a few）的意思，即相當於“幾”的意思，表示少量，是口語的用法。有時可以從短語中知道意思，但有時要結合語境。如果出現言說詞語或視覺詞語，一般“兩”是“几”的意思。例如：

（6）多說兩句、少說兩句、叫兩聲、开两句玩笑、看了兩眼

有時要結合語境之後才能判斷“兩”是“二”還是“幾”的意思，比如“兩步”和“兩天”。以下例（7a,b）結合語境後才知道“兩”相當於“幾”：

（7）a. 胡雪巖固執地說，“你叫個人，多走兩步路去找，一定要買來！”

（高陽 《紅頂商人胡雪巖》）

b. 今天我實在是沒時間陪你了，你還有什麼話沒說出來，那就兩天再說吧！（BCC 語料庫）

舉的例子可從短語到句子，從句子到語篇，讓學生注意“兩”字面以外的含義。以下是從篇章看不定量“兩”的解讀：

（8）到了下午開席的時候，我們舉目一看：除了隊裏原來吃飯的三十二桌人外，還給客人開了六桌，每桌按照食堂初一和十五改善生活的標準，又格外增添了一個油煎盤子。所有這一些，使大媽都感到滿意，她帶領著兒子和新娘每

桌按序敬一杯酒。走到我們桌子跟前時，大媽笑著說：“同志，你們要多喝兩杯呀。”（《人民日報》1960年04月05日）

例（8）的“兩杯”解讀為“幾杯”之意是勸酒，而且是在口語中，說話人的語氣很隨和。

7.2 表程度高的“（舉）雙手+VP”格式的教學方式

關於“（舉）雙手+VP”的教學方式，教師可以先舉例讓學生猜是什麼意思。例如，問“（舉）雙手贊成”是什麼意思。然後再給他們答案並解釋。“（舉）雙手贊成”的意思是“非常讚成、特別讚成”。這跟人類身體語言和認知機制有關，人類具有兩隻手，一般舉起一隻手就足以表達同意的態度，那麼如果兩只手都舉起了，就代表讚成的程度已經達到了兩邊器官數量的極限。先讓學生明白身體表達法的意思，可以讓他們看圖片，如下：

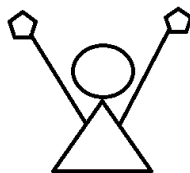


圖3：舉雙手圖

接下來在解釋“雙手贊成”是以“（舉）雙手+VP”結構構造而成的。這種結構不一定要帶動作。說話人以達到極限的身體部位來表達自己對極高程度的主觀看法，正常人最多只能有兩隻手，所以對於手的數量來說，兩隻手是極限。“（舉）雙手+VP”結構中的“（舉）雙手”意思相當於“非常/十分/特別”，該結構中VP 必須跟表達同意的看法有關，如“贊成、同意、贊同、歡迎、支持、點讚、用戶”等。以下例子的“（舉）雙手+VP”從語境中可知，說話者並沒有真正地舉起雙手：

- （9） a. 地委書記一拍大腿，說：“好、好，我雙手贊成，往後相互走訪慰問，誰家也不準擺酒席。（《人民日報》1991年12月27日）
- b. 政府能給經營狀況好的企業“錦上添花”，給暫時有困難的企業“雪中送炭”，我們能不舉雙手稱贊？（《人民日報》2000年11月11日）
- c. 對於動物，特別是益鳥益獸益蟲，僅僅保護還不夠，還須適當地給以福利待遇。我舉雙手擁護。（《人民日報》2016年01月18日）



7.3 表程度高的“一百個（不）+VP”格式的教學方式

“百、千、萬”自古就有表示“多”的意思，如熟語“千方百計、千言萬語、萬變不離其宗、萬壽無疆”都代表“多”之義。“一百個（不）+VP”中“一百個”也代表程度之多。關於“一百個（不）+VP”帶有主觀性的格式的教學方式，我們可以先舉例給學生看。讓學生猜是什麼意思，如舉出“一百個不高興”，然後把這種表達放入上下文，再讓他們猜一次。例如：

(10) 為了這個，她們是有一百個不高興，說區長、村長都輕視婦女。（劉流《烈火金剛》）

也可以再舉沒有帶否定詞的例子，例如：

(11) 茜平看看身邊歡跳的小太行，想想剛來時大姐說過的話，心裏一百個高興，當天就帶著太行到了中央托兒所報到。（小蒙《她是李鐵映、劉太行的保育員》）

接下來再給他們答案，即“一百個（不）高興”表示“非常/十分（不）高興”。需要強調學生該表達不是“各種各樣的不高興的感覺”，也不是“有很多人不高興”的意思。該表達的結構是“一百個（不）+VP”，其中“一百個”整體表極高的程度，相當於“非常、十分、特別”等程度副詞。于是，即使出現名量詞“個”，可是這裡並不是計物的單位。

然後再舉其他例子，讓他們注意“VP”位置跟說話者心理活動、知覺、認識有關的詞語。例如，“一百個（不）支持/佩服/放心/信任”（動詞）、“一百個（不）高興/痛苦/好/誠懇”（形容詞）、“一百個不”（副詞“不”本身）等。

最後，再告訴學生“一百個（不）+VP”格式對數詞有限制，限於“一百”、“一千”、“一萬”，不能任意更改。例如，“一百個（不）高興”也可以說成“一千個（不）高興”、“一萬個（不）高興”。

再深一層的話，可以告訴學生該結構可以接連出現，數詞從小到大，如“一百個（不）+VP、一千個（不）+VP”、“一千個（不）+VP、一萬個（不）+VP”，這種格式強調程度更加之深。例如：

(12) 用戶說：“有小朱送報紙，我們一千個放心、一萬個放心！”（《報刊精選》1994年）

並且，第一個VP和第二個VP可以不一樣。例如：

(13) 今天有一百個不想起床，一萬個不想上班。（BCC語料庫）

8. 結論與餘論

漢語中 non-num 結構是漢語的主觀性表達之一，帶有修辭色彩，反映了中國文化與數字密切相關。但是在漢語中普遍使用的 non-num 結構在漢語作為第二語言的教學中，並未達到良好的教學預期。這就要談到這種主觀性的表達形式是否被認為重要了。本文把 non-num 結構分成四種類型，即固定類、較為固定類、相對固定類和語境類。為了考察漢語作為第二語言教學的教材對 non-num 結構的教學安排，我們選用全套《博雅漢語》系列教材為研究對象。考察結果發現，固定類出現 53 例短語，較為固定類出現 3 種形式，相對固定類教材中列出了 12 種形式，不過若把重複的形式結合起來，出現的形式為 9 種，而未出現語境類。此外，教材對較為固定類和相對固定類的每一種 non-num 結構形式的側重不一樣，而且處在句子層面的表達形式出現得比較少，不少普遍使用的 Non-num 結構沒有被介紹。無論如何，《博雅漢語》這套教材只是漢語作為第二語言教學的教材之一，雖然不能代表所有的漢語教材，可是也可以在一定程度上反映了教材在處理該類語言點上的教學安排及形式。本文主張漢語作為第二語言教學界應更加重視句子層面的 Non-num 結構，並主張使用簡單的語言學知識為學習者進行解釋，多舉例，高級階段可以從篇章加以解釋。

參考文獻

- Chao, Y. R. (1968). *A Grammar of Spoken Chinese*. Berkeley: University of California Press.
- Chen, L. J. (2017). *Non-Literal Meaning of Numerical Expressions in Contemporary Chinese: Subjectivity and Trigger Conditions* [Doctoral dissertation]. Peking University. (In Chinese)
- Chen, L. J. (2020). Subjectivity of numeral expressions with non-numeral meaning in Chinese and second language acquirers' understanding analysis. *Current Research in Chinese Linguistics*, 99(2), 265-287. (In Chinese)
- Chu, Z. X. (1996). "man(滿) +N" and "quan(全) +N". *Studies of the Chinese Language*, 254(5), 339-344.
- Chu, Z. X. (2011). On the highly emphatic construction of mental state of yībǎi ge (bù) fāngxīn and the like. *Chinese Teaching in the World*, 25(11), 58-68. (In Chinese)
- Dong, X. F. (2016). On characteristics of subjectivity in Chinese. *Linguistic Sciences*, (6), 561-170. (In Chinese)

- Finegan, E. (1995). Subjectivity and subjectivisation: an introduction. In D. Stein & S. Wright (Eds.), *Subjectivity and Subjectivisation: Linguistic Perspectives* (pp. 1–15). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.
- Huang, B. (2012). Restriction of numbers in “number+classifier+noun” construction. *Journal of Leshan Teachers College*, 27(6), 56-60. (In Chinese)
- Hu, Q. G. (2004). *A study of the Restrictions on Constructions of Negative Forms* [Doctoral dissertation]. Central China Normal University. (In Chinese)
- Hu, Q. G. (2006). On the selection of and restriction on quantifiers in the negative construction “Yi (一) + quantifier + noun”. *Hanyu Xuebao*, 15(3), 30-34. (In Chinese)
- Hu, Q. G. (2007). Two categories of word order of the negative construction “yi (一) + quantifier + noun” and their restrictive factors. *Journal of Ningxia University (humanities & social sciences edition)*, 29(4), 16-19. (In Chinese)
- Li, Y. C. & Jia, M. L. (1982). The relationship of numbers, classifiers, and negative words in Mandarin Chinese. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (1), 47-58. (In Chinese)
- Li, Y. M. (1997). The causes of subjective quantities. *Chinese Language Learning*, (5), 3-7. (In Chinese)
- Li, Y. M. (2000). *The Exploration of Quantity Category in Chinese*. Wuhan: Huazhong Normal University Publishing House. (In Chinese)
- Li, X. Q. (Ed.) (2009). *Boya Chinese: Elementary 1*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Li, X. Q. (2009). *Boya Chinese: Elementary 2*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Li, X. Q. (2015). *Boya Chinese: Elementary 2* (2nd ed.). Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Li, X. Q. (2008). *Boya Chinese: Quasi-intermediate 1*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Li, X. Q. (2008). *Boya Chinese: Quasi-intermediate 2*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Li, X. Q. (2009). *Boya Chinese: Intermediate 1*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Li, X. Q. (2008). *Boya Chinese: Intermediate 2*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Li, X. Q. (2008). *Boya Chinese: Advanced 1*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Li, X. Q. (2007). *Boya Chinese: Advanced 2*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)

- Li, X. Q. (2008). *Boya Chinese: Advanced 3*. Beijing: Peking University Press. (In Chinese)
- Liu, Ch. F. (2007). On modern Chinese “overall negative”. *Linguistic Sciences*, 6(1), 27-39. (In Chinese)
- Lyons, J. (1977). *Semantics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shen, J. X. (2001). A survey of studies on subjectivity and subjectivisation. *Foreign Language Teaching and Research*, 33(4), 268-275. (In Chinese)
- Shen, J. X. (2009). Subjectivity of Chinese and the teaching of Chinese grammar. *Chinese Language Learning*, (1), 3-12. (In Chinese)
- Tang, B. S. & Zhang, Zh. R. (2004). Uncertainty of numerals in literature. *Journal of Yangling Vocational & Technical College*, 3(4), 77-79. (In Chinese)
- Tsai, W. T. (2002). One, two, three. *Essays on Linguistics*, 26, 301-312. (In Chinese)
- Wang, X. H. & Wang, X. D. (2012). The phenomenon of the indefinite quantitative expression for the numeral-quantifier expression “Liang + X”. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (6), 81-88. (In Chinese)
- Wen, S. L. (2012). The methods of subjectivity expressed by quantifiers in Chinese. *Studies in Language and Linguistics*, 32(2), 72-80. (In Chinese)
- Wu, Y. H. (1994). Number-classifier construction and restriction of numbers. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (4), 52-68. (In Chinese)
- Yao, X. L. (2018). Analysis of the impact of mother tongue transfer theory on cultural differences in foreign language teaching. *Course Education Research*, (43), 120-121. (In Chinese)
- Yin, Zh. P. (2000). The nature and characteristics of phrases such as “yi shen leng han”. *Chinese Language Learning*, (4), 32-34. (In Chinese)
- Yang, J. Zh. (2003). Some thoughts on compiling elementary Chinese textbooks. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (4), 52-57. (In Chinese)
- Zhao, J. M. (2018). Concept and mode of teaching Chinese as a second language. *Chinese Teaching in the World*, (1), 93-108. (In Chinese)
- Zhu, D. X. (1982). *Lectures on Grammar*. Beijing: The Commercial Press. (In Chinese)

Cognitive Differences Analysis and Instructional Recommendations of Thai Chinese Learners' Perceptions of “上” Based on Dynamic Corpus Data

Zhuang Jianing¹; Zhang Jingying

School of International Culture, South China Normal University,

Guangzhou 510000 P.R. China

E-mail: zhuangjianing35@foxmail.com

(received 19 April 2024) (revised 16 September 2024)

(accepted 25 September 2024)

Abstract

This study, framed within the metaphor theory of cognitive linguistics, analyzes the pragmatic frequency and characteristics of the Chinese spatial term "shang" among Thai learners of Chinese, based on natural learner corpora. The study explores the cognitive differences in expressing spatial relations with "shang." The results indicate that there are asymmetries in the spatial, temporal, and stative metaphorical representations of "shang" between Chinese and Thai. Consequently, Thai learners exhibit pragmatic errors in the actual use of "shang." To help learners better grasp the multidimensional usage of Chinese spatial terms and reduce error frequency, this study proposes pedagogical recommendations such as contextual-pragmatic training and contrastive grammar analysis.

Keywords: Shang; cognitive semantics; cognitive representation; metaphorical extension; language teaching

¹ Corresponding Author

基于动态语料数据的泰国汉语学习者对“上”的认知差异分析与教学建议

庄嘉宁；张晶莹

中国 广州 华南师范大学国际文化学院 510000

邮箱: zhuangjianing35@foxmail.com

收稿日期 2024. 4. 19 修回日期 2024. 9. 16 接收日期 2024. 9. 25

摘要

本研究以认知语言学的隐喻理论为框架，结合泰国汉语学习者的自然语料，分析学习者对汉语方位词“上”的语用频率和特征，探讨学习者对方位表达“上”的认知差异。研究结果显示，汉泰语言对“上”的认知表征在空间、时间、状态隐喻方面存在不对称性，进而使得泰国学习者在实际语用中出现偏误。为使学习者更好地掌握汉语方位词的多维用法，减少偏误频率，本研究在分析学习者偏误的同时，也提出如语用训练法和语法对比分析法等相应教学建议。

关键词：上、认知语义、认知表征、隐喻拓展、语言教学

1. 引言

泰国汉语学习者在汉语词汇习得过程中，常常面临语义理解和语用习得的挑战。以本研究的汉语词例“上”为例，学习者在理解运用方位表达“上”时，不仅要注意汉泰句法语序的构式差异，还要应对汉泰用词“一对多”的对照转译问题。呼应汉语“上”的泰语用词常见“บน” “เหนือ” “เข้า” “ขึ้น” “ใน” “อยู่” “ที่” “ไป” “ลง” 等，但“อยู่” “ที่” “ไป” “ลง” 等本身的语义并不具备“上”的意义，但常在泰语中被使用。因此，当学习者在区分能力不足时，容易因认知偏差而将这些词在汉泰的转译和输出中“同质化”，进而导致语用偏误。

本研究认为，探讨学习者对汉泰方位表达“上”的运用情况，既能明确学习者在方位认知上的不同之处，又能揭示汉泰方位表达“上”的共性和差异性。为保证严谨性和有效性，本研究采用动态语料库数据分析法，结合质性和量化分析，详细考察学习者在不同语境下对汉语“上”的使用情况，旨在发现学习者理解和使用“上”时的特征，分析其产生语用偏误和认知偏差的因素，并针对偏误情况提出相应教学策略。

2. 研究目的

本研究旨在通过以下几个方面实现对泰国汉语学习者对“上”的认知差异的深入分析：

第一，认知差异探究。不同语言的方位概念“上”的认知发展轨迹大致如下（Clark, 1973; Lakoff, 1993）：由1型名词（实体）“上”→2型定向性（空间范畴）方位词“上”→3型泛向性（时间范畴）方位词“上”→4型所表义虚化后的功能标志（趋向、状态、数量等范畴）。

在类似的概念进入大脑后，不同民族或地区的人基于不同的符号转码方式，其认知意象的输入处理和最终输出会产生一定差异。对泰国汉语学习者而言，母语（泰）和目的语（汉）对于“上”概念的输入型认知虽有类似之处，但在输出时的话语表达上会呈现出较明显的不对称性。学习者在解决这些不对称性时，往往会采用“同质化”的理解手段，这恰是的认知偏差及语用偏误的根源，也理应是汉语方位词“上”的教学重点与难点。

第二，影响因素分析。本研究试从泰国汉语学习者的动态语料中筛选与“上”有关的搭配，从用词的频率高低出发，探讨对应的语义、语法、语用。若是词频较高的正确用词，则可能是汉泰认知趋同，教师在实际教学中可以有所省略，但二者认知表征上的差异教师需要仔细甄别，并作出说明；若是词频较高的错误用词，教师则需要为学习者分析偏误成因；若是词频较低的用词与搭配，无论对错与否，都极有可能是两种语言的“反认知”之处，从而在使用的过程中受到学习者的规避。有效的针对性分析可为泰国汉语词汇教学提供参考。

3. 文献综述

隐喻（Metaphor）是人类固有的思维方式，隐喻的产生就是空间（Spatial）到非空间（Non-Spatial）的构建过程。人类在理解空间方位和进行隐喻拓展时，必然会搭建各种意象（Image）与图式（Schema），二者既是心理表征，也是连接概念和认知的纽带。

从现行的国别化研究来看，对汉语“上”的认知语义和隐喻延伸方面的探讨已有较为全面的研究，如沈家煊（1994）、王寅（2007）等学者均通过意象图式建构了汉语“上”的空间方位范畴，充分展示了汉语“上”的多义性和灵活性。而对泰语方位表达“上”的相关研究则有 Siebenhütter, S（2020）、Wnuk & Ito（2021）等学者针对泰语“บน

（上）”的概念和语义，描写说话人对“บน（上）”进行空间转码、推理延伸、拓展隐喻、输出话语等过程，但对于泰语中其他具备“上”语义或在实际使用中具备“上”特征的词例研究不足。

针对汉泰方位表达“上”的认知差异研究，诸如 Ornisa Wiriyathananon (2015)、徐利新 (2017)、Montanat Sinthorn (2018)、Kasempremchit (2022) 等学者都从汉泰语际和泰语内部出发进行了交叉对比。这些研究一是着重句法、词法结构的拆解，展示汉语的正确用法；二是虽有展示泰国学习对方位表达“上”的认知图式，但对于自然语料中学习者形成“上”认知的背景和汉泰转译过程中“同质化”非“上”概念的现象关注不够；三是学习者语料主要来自 HSK 动态作文语料库（现为全球汉语中介语语料库），该语料库收录的泰国学习者语料止于 2017 年，语料存在明显的滞后性，不能保证共时教学效果和习得情况的时效性。

由此，针对泰国学习者自然语料进行语用解构和认知特征的分析显得十分重要。从对泰汉语教学的角度来说，基于泰国汉语学习者的实际语用特征去论证汉泰方位认知的趋同与差异，并对学习者语料中该词的运用频次及误用情况进行考察，能够更直观地反映出学习者的认知偏差与教学重点，从而达到理论分析研究最终指向实际运用的目的。因此，本研究以泰国汉语学习者对汉语“上”的语用频次为中心，探究其语构、语用及认知特征，望能为泰国汉语教师及汉语学习者提供切实有效的教学指导。

4. 汉泰方位概念“上”的语法特征和认知表征

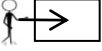
前人的研究多是在相关理论指导下对比分析汉泰方位概念“上”的语法特征和认知表征，本研究在此基础上作出整理和增补，如下表所示：

表 1：汉泰方位概念“上”的语法特征和认知表征对比

	上	บน	เหนือ	ใน	ที่	อยู่	ขึ้น	ไป	ลง	เข้า
词性	ก. น. 动词、名词	น. บ. 名词、介词	บ. 介词	บ. 介词	บ. ว. ส. 介词、修饰 语、代词	ก. บ. 动词、介词	ก. 动词	ก. 动词	ก. ว. 动词、 修饰语	ก. ว. 动词、 修饰语
认知表征	语法、语义特征									
 图 1 在高处 (不接触)	[静态] บ. บน+名词 บนฟ้า 上天{天上}	[静态] บ. เหนือ+名词 เหนือหัว 上头{头上} บ. ที่/อยู่+เหนือ+ 名词 ที่/อยู่เหนือน้ำ 在 上水{水上}	-	前置于“เหนือ”作存在句的标志	-	-	-	-		



	上	บน	เหนือ	ใน	ที่	อยู่	ขึ้น	ไป	ลง	เข้า
词性	ก. น. 动词、名词	น. บ. 名词、介词	บ. 介词	บ. 介词	บ. ว. ส. 介词、修饰语、代词	ก. บ. 动词、介词	ก. 动词	ก. 动词	ก. ว. 动词、修饰语	ก. ว. 动词、修饰语
认知表征	语法、语义特征									
 图 2 在表面	[静态] น.名词+上 水上	[静态] บ.บน+名词 บนโต๊ะ 上桌子 {桌子上} บนเรือ 上船{船上}	[静态] บ.เหนือ+名词 เหนือหลังคาโบสถ์ 上顶教堂 {教堂顶上}	-	(静态) บ.ที่+名词 ที่โต๊ะ 在桌子{桌上}	(静态) ก.อยู่+名词 อยู่โต๊ะ 在桌子{桌上}	-	-	-	-
 图 3 在内部	[静态] น.名词+上 船上、车上	[静态] บ.บน+名词 บนรถ 上车{车上}	-	[静态] บ.ใน+名词 ในรถ 里车{车上/车里}	[静态] บ.ที่+名词 ที่ตลาด 在市场{市场上/市场里}	[静态] บ.อยู่+名词 อยู่รถ 在车{车上/车里}	-	-	-	-
 图 4 垂直表面	[静态] น.名词+上 脸上、墙上、门上	[静态] บ.บน+名词 บนหน้า 上脸{脸上}	-	-	[静态] บ.ที่+名词 ที่ประตู 在门{门上}	[静态] บ.อยู่+名词 อยู่ประตู 在门{门上}	-	-	-	-
 图 5 嵌入部分	[静态] น.名词+上 门上	-	-	[静态] บ.动词+ใน+名词 กุญแจเสียบในประตู 钥匙插里门 {钥匙插在门上/里}	[静态] บ.动词+ที่+名词 กุญแจเสียบที่ประตู 钥匙插在门 {钥匙插在门上/里}	[静态] บ.动词+อยู่+名词 กุญแจเสียบอยู่ประตู 钥匙插在门 {钥匙插在门上/里}	-	-	-	-
 图 6 融为一体 喻指范围	[静态] น.名词+上 书上、标签上、世界上、社会上、事实上	[静态] บ.บน+名词 บนฉลาก 上标签 {标签上}	-	[静态] บ.ใน+名词 (强调在某问题上) ในหนังสือ 上书 {书上} ในโลกนี้ 上世界 {世界上} ในสังคม 上社会 {社会上}	[静态] ว.แท้จริง 上真实 {事实上}	-	-	-	-	-
 图 7 喻指一段时间/ 很短时间	[静态] น.名词+上 早上、晚上、马上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
 图 8 靠上部分 次序靠前 喻指时间	[静态] น.上+名词 上半年 上星期 上周末 上次	-	-	-	(静态) ว.时间+ที่แล้ว สัปดาห์ที่แล้ว 星期过去的 {上星期}	-	-	-	-	-
 图 8 可喻指次序、等级	[静态] น.上+名词 上游 上风 上级 上品	[静态] น.名词+บน เบื้องบน 级上{上级}	[静态] บ.เหนือ+名词 เหนือน้ำ 上水{上游} เหนือลม 上风{上风}	-	[静态] ส...ที่ดี ...的好 {上品}	-	-	-	-	-
 图 9 从低到高	[动态] น.上去 上+宾语 上楼	-	-	-	-	-	[动态] ก.ขึ้น+宾语 ขึ้นชั้นบน 上楼上 {上楼}	-	-	-
 图 9 喻指数量增加	[动态] น.上涨 น.介词+上 以上	-	-	-	-	-	ก.ขึ้นไป 上去 {上去、上涨}	-	-	-

	上	บน	เหนือ	ใน	ที่	อยู่	ขึ้น	ไป	ลง	เข้า
词性	ก. น. 动词、名词	น. บ. 名词、介词	บ. 介词	บ. 介词	บ. ว. ส. 介词、修饰语、代词	ก. บ. 动词、介词	ก. 动词	ก. 动词	ก. ว. 动词、修饰语	ก. ว. 动词、修饰语
认知表征	语法、语义特征									
 图 10 从里到内	[动态] น.上+宾语 上车、上船、上飞机	-	-	-	-	-	[动态] ก.ขึ้น+宾语 ขึ้นรถ 上车(上车) ขึ้นเครื่องบิน 上飞(上飞机)	-	-	-
 图 11 整体两个部分重合	[动态] 助动词. 动补结构 动词+上 关上、闭上	-	-	-	-	-	-	-	[动态] ว.动词+ลง ปิดลงตา 闭下眼 {闭上眼}	-
 图 12 方向不定喻指开始并继续、出场、达到	[动态] น.上+宾语 上课、上街、上场 助动词. 动补结构 动词+上 考上、喜欢上、爱上	-	-	-	-	-	[动态] ก.ขึ้น+宾语 ขึ้นเรียน 去学习 {上课}	[动态] ก.ไป+宾语 ไปเรียน 去学习 {上课}	-	[动态] ว.动词+เข้า สอบเข้า 考进 {考上}

注：引用泰皇词典（Royal Thai Dictionary）的标注方法：ก. น. ส. ว. บ.，分别对应：กริยา（动词）、นาม（名词）、สรรพนาม（代词）、วิเศษณ์（修饰语）、บุพบท（介词）。

根据上表，结合认知语言学相关理论，从理论的角度出发，应当是：汉泰语法构式重合度越高，认知趋同度越高，学习者使用率越高，出现偏误的概率越低。但是，在实际语用中，学习者有可能在认知一致、但用词不一致的情况下出现偏误；亦或是在认知不一致、可语构出现了一致性的情况下出现语用泛化。本研究将在下文中以泰国汉语学习者实际语料为支撑，对上表进行验证。

5. 学生语料的调查与数据分析

5.1 调查结果选例

本研究所提取的泰国汉语学习者语料来源涉及北京语言大学中介语语料库（QQK）、中山大学留学生语料库及泰国本土汉语动态语料，总计 80 万余字语料，其中泰国本土汉语动态语料 34 万字，经整理后，词频分布特点如下：

表 2 “上”的词频分布特点汇总（从高到低）

表征	意象图式	含义	用词或搭配	使用频次	占比
空间方位	图 2	在物体表面	（在）……上 491；水上 34；市场上 32；田上 11	568	28.88%
时间隐喻	图 7	……时候	早上	326	16.57%
			晚上	318	16.17%

表征	意象图式	含义	用词或搭配	使用频次	占比
趋向隐喻	图 12	开始并继续	上课 152; 上学 27; 上班 10; 喜欢上 21; 爱上 2	212	10.78%
空间隐喻	图 6	某一范畴、某一方面	工作上 51; 世界上 42; 社会上 39; 事实上、实际上 2	134	6.81%
时间隐喻	图 7	很短时间内	马上	98	4.98%
时间隐喻	图 8	时间在前、次序在前	上星期 59; 上午 11; 上周末 7; 上半年 3; 上次 2	82	4.17%
空间方位	图 3	在物体内部	车上 26; 船上 20; 飞机上 5	51	2.59%
趋向隐喻	图 12	到达某个地方	上网 34; 上街 8	42	2.14%
空间方位	图 1	在高处	天上 20; 山上 9; 楼上 2; 天堂上 1	32	1.63%
趋向隐喻	图 10	从外到内	上飞机 14; 上车 14	28	1.42%
空间方位	图 4	垂直表面	脸上	27	1.37%
趋向隐喻	图 9	从低到高	上去 17; 上床 3; 上楼 2	22	1.12%
空间方位	图 5	嵌入	门上	16	0.81%
数量隐喻	图 9	上涨	以上	4	0.20%
趋向隐喻	图 12	达到目的	考上	4	0.20%
趋向隐喻	图 12	不好的趋向	上年纪	2	0.10%
趋向隐喻	图 11	两部分整合	关上	1	0.05%
趋向隐喻	图 12	出场	上场	0	0
状态隐喻	图 8	等级较高	上品	0	0
总计				1967	100%

上表以“上”的方位义、空间隐喻、时间隐喻、趋向隐喻、状态隐喻、数量隐喻为提取范围，在与表 1 图式进行对应，并去除重复语料、专有名词、别字后，提取使用“上”的有效语料共计 1967 频次。再对各个类型的词频进行统计后得出表 3：

表 3 “上”的词频选例占比

类型	时间隐喻	方位概念	趋向隐喻	空间隐喻	数量隐喻	状态隐喻
词频	824	694	311	134	4	0
占比	41.89%	35.28%	15.81%	6.81%	0.20%	0

从表 2 和表 3 可知，泰国汉语学习者对汉语方位词“上”的使用主要集中在时间隐喻（41.89%）上。另外，泰国学习者在习得目的语“上”的过程中更多地偏向名词实体的方位概念（35.28%）的和表义虚化的趋向隐喻（15.81%），反而定向性的空间隐喻（6.81%）使用频次不高。这与前面提到的方位认知发展轨迹并不对应，这也许是泰国汉语学习者的特点，也可视作二语习得的国别化特征，需要汉语教师们仔细甄别、因地制宜。

5.2 数据描述与分析

为进一步探讨语料中的认知表征和语用特点,结合表 1-3,本研究进一步梳理了“上”概念认知重合度与词频的关系,如表 4 所示:

表 4 “上”概念认知重合度与词频的关系

图式情况	语法特征	使用情况	词例	词频	占比
认知图式 趋同	语法特征 不同	使用频次 较高	(在)……上 491; 水上 34; 市场上 32; 田上 11	568	28.88%
			工作上 51; 世界上 42; 社会上 39; 事实上、实际上 2	134	6.81%
			上星期 59; 上午 11; 上周末 7; 上半年 3; 上次 2	82	4.17%
			车上 26; 船上 20; 飞机上 5	51	2.59%
			天上 20; 山上 9; 楼上 2; 天堂上 1	32	1.63%
认知图式 趋同	语法特征 趋同	使用频次 较高	上课 152; 上学 27; 上班 10; 喜欢上 21; 考上 4; 爱上 2	216	10.98%
			上网 34; 上街 8	42	2.14%
			上飞机 14; 上车 14	28	1.42%
			脸上	27	1.37%
			上去 17; 上床 3; 上楼 2	22	1.12%
认知图式 不同	语法特征 不同	使用频次 较高	早上	326	16.57%
			晚上	318	16.17%
			马上	98	4.98%
认知图式 不同	语法特征 不同	使用频次较 低	门上	16	0.81%
			上年纪	2	0.10%
			关上	1	0.05%
认知图式 趋同	语法特征 趋同	使用频次低	以上	4	0.20%
认知图式 趋同	语法特征 不同	使用频次低	上品、上场、惹上、摊上	0	0
总计				1967	100%



上表从词频及其占比显示出，汉泰认知重合的部分，其实用频率则越高；隐喻差异越大，其使用频率则越低。具体分析如下：

5.2.1 认知表征重合度高

语料中词频较高的用词与搭配，其汉泰认知中重合的部分也较多。如：

(1) 汉泰方位表达“上”都可以表达“物体表面”“物体里面”“物体内部”的意思，引申的抽象范围义可以表达“……范围”“……方面”。汉泰选词呈现出较为整齐的“一对多”格式。在位置关系上，汉语“上”位于名词之后，泰语的相应用词均位于名词之前，如下表：

表 5 汉泰选例互译 (1)

汉语表达	桌(子)上	车上	飞机上	社会上
语料词频	32	26	5	39
泰语表达	ที่โต๊ะ、บนโต๊ะ	อยู่(บน/ที่/ใน)รถ	อยู่(บน/ที่/ใน)เครื่องบิน	ในสังคม
汉语语序	名词 + 上			
泰语语序	อยู่、บน、ที่、ใน + 名词			

要注意的是，泰语介词“ใน”本身就可以表示“在……(问题)上”，但是侧重点在于事物的“问题”，例如“ในสังคม”的意思是“在社会的某些问题上”。

(2) 汉泰方位表达“上”的趋向性都可以表达“从低到高”“到某个地方去”“开始并继续”的意思，这时泰语选词多用“ไป”“ขึ้น”，这时汉泰的语序是一致的，如下表：

表 6 汉泰选例互译 (2)

汉语表达	上车	上飞机	上街	上网	上课	上班
语料词频	14	14	8	34	152	10
泰语表达	ขึ้นรถ	ขึ้นเครื่องบิน	ไปตลาด	ท่องอินเทอร์เน็ต	ไปเรียน	ไปทำงาน
汉语语序	上 + 名词/短语					
泰语语序	ขึ้น、ไป、ท่อง + 名词/短语					

不过，“ขึ้นรถ”“ขึ้นเครื่องบิน”和“ไปตลาด”中的“ขึ้น”和“ไป”一般是不能互换的，“ขึ้น”单独作动词就有“从低到高、从外到里”的意思（见图 9 和图 10）；“ไป”单独作动词表示“从现在继续到将来、继续下去”（参加图 12）。

其次，“ท่องอินเทอร์เน็ต”中的“ท่อง”本身并没有“上去、到某个地方”的意思，而是指“漫游、漫步、遨游”。“ท่อง”和“อินเทอร์เน็ต”已经变成固定搭配，汉语教师不妨将“ท่องอินเทอร์เน็ต”视作黏着语素的派生词，在教学时直接与“上网”互译即可。

(3) 汉泰方位表达“上”的时间隐喻都可以表达“之前的时间”“前一半时间”，

这时汉语里的“上”位于名词之前，泰语的相应词语均位于名词之后，如下表：

表 7 汉泰选例互译（3）

汉语表达	上（个）星期	上周末	上午	上半年
语料词频	59	7	11	3
泰语表达	สัปดาห์ที่แล้ว	เมื่อสุดสัปดาห์ที่แล้ว	ช่วงเช้า	ครึ่งปีแรก
汉语语序	上 + 名词			
泰语语序	名词+ ที่แล้ว、เช้า、แรก			

从上述汉泰翻译来看，同样表达“之前的时间”“前一半时间”，为了对应“上”，泰语用到了短语、名词、副词等形式：

“สัปดาห์ที่แล้ว（上星期）”和“เมื่อสุดสัปดาห์ที่แล้ว（上周末）”的“ที่”是“วิเศษณ์（修饰语）”，起到连接、修饰、限定前后词语的作用。这里的“ที่”可视为汉语的结构助词“的”，“ที่แล้ว”即为“过去的”，后置于中心语“สัปดาห์（星期）”和“เมื่อสุดสัปดาห์（周末）”作定语，因此，“上星期”也就是“过去的（那个）星期”；“上周末”也就是“过去的周末”。这种“中定结构”在泰语中较为普遍，可以形成以下格式：

X_{时间单位} + ที่แล้ว，表“刚过去的时间”

与之意义相反并且较常用的是副词“หน้า（下一个）”。可以构成：

X_{时间单位} + หน้า，表示“即将到来的时间”

“เช้า（早上）”是名词，与之对应的是“บ่าย（下午）”，分别对应不同时间段。

“แรก（最初）”是副词，泰语中“前一半 / 后一半时间”搭配的是“แรก（最初）”和“หลัง（后）”，例如“ครึ่งปีแรก（上半年）”和“ครึ่งปีหลัง（下半年）”。

5.2.2 认知表征重合度较低

语料中词频较低的用词与搭配，如“天上”“水上”“山上”“船上”等词，其汉泰认知隐喻的差异性也较大。具体体现在：

（1）由于参照不同，而导致“在高处”的汉泰方位概念差异，以“天上”“天堂上”为例，“天上”共 20 例，“天堂上”仅 1 例：

- 1) *下课的时候天上开始暗淡。（天）
- 2) *就在天堂上出生的。（天堂）

汉语认知里“天”和“天堂”本身已经表示“在高处”，当强调存现关系时，会用“天上有……”“天堂（里）有……”，但描述整体状态时，不会再后置“上”；而在泰语中，“บน”本身可作名词表示“天上、天堂”，本研究认为，第（1）和第（2）句是汉语“（在）……上”的规则泛化。另外，泰语表示“天空的状态”可以使用“บนฟ้า

（天上）”，以第（3）句偏误语料的泰语翻译为例：

3) *太阳快要落了，天上杏红色的。（天/天空是……）

泰：พระอาทิตย์ตกดิน บนฟ้า เป็นสีแดง

（2）汉泰表示“水平面上”的方位概念差异，以“水上”为例，“水上”共出现34次：

4) *天上有一个月，水上也有一个月。（水里）

汉语认知里面不认为月亮倒映在水平面上，但是在泰语认知中，“天上（บนฟ้า）”与“水上（เหนือผิวน้ำ/บนน้ำ）”表面对应，因而学生会误用。

（3）汉泰表示“物体内部”的空间深度、范围差异，以“田地上”“山上”为例：

5) *有一只公鸡在田地上找吃的。（田里）

6) 有一天，他像往常一样，把羊儿带到山上去吃草。

以第（5）句为例，学生会有“田地上”是因为“鸡”挖土的深度不深，还算在土地表面，泰语可以说“บนสนาม”；但是在汉语认知，进入地表内部，一般要用“里”。以第（6）句为例，学生可能会替换成“森林里”，但一般不会用“山里”，因为在泰语认知里，“山里”指的是“山洞”；但在汉语里，“山里”和“山上”的范围有重合的部分。

（4）汉泰表示“交通工具内部”的差异，以“船上”为例。在语料中，与“船”相关语料共计21条，其中，仅1条使用“船里”一词，为：

7) *女儿的妈就回家拿钱忘女儿在船里选丝绸。

也仅1条使用“船上里”，为：

8) *在船上里他见面漂亮的女儿，然后她们谈恋爱。

剩余多为：

9) 他开始把很多的货物装到船上……

10) 他把很多的中国货装在船上……

11) 猫和狗已经在船上睡觉了……

这或是由于泰国古时传统的船较为扁平，近似于中国古代的小舟，船身细长狭窄，船舱并不深，以便于在河道中穿梭。对于泰国人来说，船是能够一眼窥见其全貌的，空间感比中国的船要低。因此泰语中没有“船里”这一说法，均为“บนเรือ（船上）”。即使当今泰国也有许多由海外引进改造的深船舱的大船，但在具体表述中仍不使用“船里”，而使用“船肚子下”，即“ใต้ท้องเรือ”，也可视作一类认知的拓宽。与此类型近

似的有“车上”14 频次，“车里”2 频次，但在泰语中，存在“车里”的表述方式，即“ในรถ”，其含义与车上（บนรถ）一致。

(5) 汉泰表示“嵌入、把一个物体安装到另一个物体”的差异，在语料中“门上”出现 17 频次，例句如：

12) 他把钥匙插在门上……

13) 你的钥匙就在这，在你的家门上……

虽然上述语料并没有出现偏误，但是汉泰的认知概念是不一样的，泰语的“门（ประตู）”量词与汉语一致，均为“一扇门（ประตู 1 บาน）”，这是由于泰国古时的门偏薄而且不带锁（带门闩），泰语中“钥匙”的方位强调在“门面”上，而不是汉语的“嵌入门锁里”。而在英语中此类表述会作“at”和“in”的区分，否则会引发歧义，如：

14) 我到处找钥匙，没想到钥匙一直插在门上。

英：I looked everywhere for my keys and they were in the door all the time.

15) 钥匙就挂在门上。

英：The key is hanging at the door.

与此类型相近的还有“墙上”6 频次，“镜子上”3 频次。

不过，在泰语的认知里，若是要强调“钥匙被安装到门里”，一般要前置一个动词，参考以下例句：

16) 你家钥匙不是插在您家的门上吗？（动：插）

17) 他的孙女看见钥匙插在锁上。（动：插）

(6) 汉泰时间隐喻的差异，前面提到的“早上（326 频次）”“晚上（318 频次）”“马上（98 频次）”错误率也不低，主要是遗漏“早上”和“晚上”的“上”，其中，“早”72 频次，“晚”59 频次，如：

18) *我在早六点半起床，七点半我和朋友去吃饭在食堂。（早上）

19) *晚回家上网、聊天、锻炼，我很幸福，我家环境很好。（晚上）

时间词“早上”“晚上”中的“上”无实词义，是单纯的语法功能标志，相当于“……时候”。参考英语中对应的介词词组“in the morning”“at night”。时间副词“马上”的“上”同理，表示“很短的时间内”，参考英语中的介词词组“in a moment”“at once”。而前面提到泰语中表示“早上”和“晚上”也不会用“上”而是直接用名词“เช้า”“เย็น”，所以泰国在使用中会有遗漏的情况并不奇怪。

与母语为英语的汉语学习者相比，泰国汉语学习者在方位认知上仍存在不少差异性。从国别化教学研究的角度出发，本研究认为，应该充分利用动态语料并加强语料库建设，通过更多的语料资源，针对性地制定教学方案。

上文研究分析了汉泰语言中关于“上”的认知与隐喻的差异，这些差异可能会导致学习者的认知偏误（cognitive bias）或认知偏差。认知偏误是受限于特定母语模式的判断偏差，而非后天的目的语语际习得过程所致。认知偏误可导致感知失真、判断不精准、解释不合逻辑等。有些认知偏误不会影响学习者正确运用汉语“上”，反而能够使其节省思考时间，使其语言运用更有效率；另一些认知偏误则是学习者思维系统的内建局限，这容易造成不恰当的语用。

5.2.3 语料作为支撑，理论无法解释的关系

在前面的认知差异分析中，本研究提到“船上”“门上”“山上”等词特有的国别化背景。以下例子则是在语料分析中发现的特例，本研究尝试作出解释。

(1) 在趋向隐喻的使用中，“上课”一词的词频最高，总计 152 频次，对应到泰语是“ไปเรียน”，“ไป”有“去、继续”的意思，可以匹配“上”的趋向义。但是表示“从现在继续到将来”时，“ไป”是“继续下去”的意思，如：

泰：พูดไป 中：说下去

从上面的例子可以发现，同样表示“从现在继续到将来”时，“ไป”和汉语“下去”一样，都可放在动词后，作补语，因此语料中也没有出现“*说上去（说下去）”“*坚持上去（坚持下去）”的偏误。

(2) 表示“一个整体的两个部分重合”的“关上”只有 1 个用例，出自泰国本土汉语动态语料：

20) *把锅盖关上。（把锅盖盖上。）

在汉语的认知中，当表示“把一件东西的两部分安装在一起”时，人的视角是“两个可以拆分的整体”，可以说“盖上”“闭上”“关上”“合上”。但是对应到泰语中的，有时用“ลง（下）”。以汉语“闭上眼”为例，汉语认知中把眼睛和眼皮视作整体，所以“眼皮的闭合”可以说“闭上”；相应地，泰语常说的是“ปิดตา”，如若一定要搭配一个表示趋向的词，泰语会用“ปิดตาลง（闭下眼）”，指“上眼皮向下闭合”，扫描中心是外界的物理视野，这是与汉语“上”相反的认知趋向（从上往下），参考图 11。

可见，在泰国汉语学习者的固有认知中，表示“一个空间上下两个部分重合”是不存在用“上”的。学习者对例句（20）中的“关上”的认知应是“关下”。学习者为了

不犯错，有可能会避免使用。因此，在教学过程中，教师应就该部分予以强调。

(3) 至于汉语“上”的状态与数量隐喻使用频次，占比连 1%都不到，但是语料的正确率较高，例如：

21) 我奶奶今年 68 岁了，但她的发比别的 60 岁以上的老人少得多。

22) * 由于我妈妈上了年纪，因此她有很多鱼毛纹。

其中，“以上”“上年纪”相应的泰语用词是“ขึ้นไป”“แก่ลง”：

中：60 岁以上 泰：อายุ 60 ปีขึ้นไป

中：妈妈上了年纪。 泰：แม่แก่ลง

“ขึ้นไป”本是泰语动词“上去”的意思。这与汉语“上”的方位义和趋向隐喻趋同，所以学习者的认知偏差较小。

但在“ขึ้นไป”和汉语“以上”的词性和构词方式完全不同（参见表 1）。它在搭配“年龄”时，应是取“继续上涨”之意，在表达“老了一岁/长了一岁”时，泰语还可以说：“แก่ขึ้น 1 ปี”，这与汉语“上”中“到达更多数量”的隐喻义重合。至于“以上”的词频使用率低的原因，则是因为汉泰的词性和构词有明显差别，学习者为了避免偏误而选择不使用它。教师在实际教学中应该做好对比分析和例句展示，鼓励学习者造句。

“上年纪”没有用错的原因也值得深究。“上年纪”对照泰语是“แก่ลง（变老了）”。由例句（22）的泰译可知，“ลง（下）”表示状态变差，身体每况愈下，和汉语“上”的认知是相反的，这或许是泰国学习者对“上年纪”用得少的原因。且从认知图式的“动体”和“坐标”来看（Langacker, 1987: Trajectory-Landmark Structure），“แก่ลง”的“ลง”和“上年纪”的“上”二者的动体参考对象是不一样的，“แก่ลง”的参考对象是动体本身，指动体状态变差，这里的“ลง”可以表示不好的、向下的趋势。“上年纪”是指动体因为不可抗力被动向坐标靠近。参见图 9 和图 12，“上年纪”的动词“上”既可视作数量的增加，也可喻指不好的趋势。泰国学习者没有用错“上年纪”的原因可能是将“ลง”和“上”的贬义趋向同质化了。

另外，“摊上大事儿”“惹上麻烦”的动态补语“上”可指动体主动或被动向坐标靠近，亦含贬义。二者和“上年纪”的动词“上”的趋向性一致。在实际的教学中，教师应向学习者重点解析“上年纪”“摊上大事儿”“惹上麻烦”等特例。

5.3 偏误率较高的词例筛选

在上述词频调查的基础上，本研究又对存在偏误的语料进行筛选、统计和分类，如下表：



表 8 偏误词例出现频次统计表

偏误类型	偏误词例	使用频次	偏误频次	偏误率	备注
遗漏	在……（上）	491	125	25.46%	遗漏“上”
	早（上）	326	72	22.09%	
	晚（上）	318	59	18.55%	
	上……（课）	152	25	16.45%	离合词“上课”的语素缺失
	（上）课		16	10.53%	
误加	上车上	40	10	25.00%	多加“上”或“里”
	坐上飞机	14	5	35.71%	
	……楼上	2	2	100%	
	天堂上	1	1	100%	
	船上里	20	1	5%	
误用	脸上	27	20	74.07%	母语认知迁移 &
	天上	20	11	55.00%	
	水上	34	9	26.47%	
	上去长城	17	7	41.18%	
	上车去……	14	9	64.29%	
泛化	工作上/里	51	23	45.10%	认知差异规避
	山上、山里	9	6	66.67%	
	田地上	32	10	31.25%	
	（在）市场上	11	5	45.45%	

从上面的初步分析来看，主要呈现出以下两方面特点：

一是汉语“上”的语料使用范围主要集中于时空隐喻（参见表 3，占比共计 83.99%）；
二是从宏观层面的选词用词、认知基础等着眼，泰国学习者往往会规避“反认知”的语用，例如“关上”“上年纪”等等。

鉴于此，本研究欲突破原有的较空泛的研究范围和角度，选取语料中的经典案例，将认知问题延伸到微观层面，着重讨论用词与搭配中复现率高与低的原因，并试从汉泰认知一致性与差异性的角度进行分析。

6. 习得性语言偏误

语料中错误率高的用词和搭配集中体现在两大方面：一是上述的认知差异导致的认知偏误；二是在第二语言习得的过程中形成语内偏误和语际偏误。参考表 3 的偏误分类，这些偏误一般是源于认知偏误、语法知识负迁移、目的语泛化使用等的综合作用，具体体现在：

6.1 遗漏

(1) “在……(上)”的缺位。造成句子不合语法，成为错句，这种偏误在语料中占了大多数，共出现 125 频次：

23) *飞飞来到家的时候就把这只兔子放在桌子。(在桌子上)

24) *在网络的广告可以制作调查表来收集顾客意见……(在网络上)

25) *我的钥匙是银色、有小娃娃在钥匙扣。(在钥匙扣上)

会产生这类偏误是因为在泰语中，“ที่”可以直接搭配处所，常见“ที่+处所名词”，与“上”相关的介词则可有可无。

(2) 离合词“上课”的语素缺失，共出现 41 频次：

26) *在下午四点半我上阅读。(下午四点半我上阅读课。)

27) *我们今天不要去上了，因为学校有个活动是摘冬枣。(去上课)

28) *今天星期三，我有两节课但只一节写作课。(上了一节写作课)

会产生这类偏误是因为在泰语中“ไป(去)”“เรียน(学习)”“ไปเรียน(去学习)”都可以表示“上课”。以汉语离合词“上汉语课”的泰语直译“ไปเรียนภาษาจีน(去学汉语)”为例，泰国学习者更倾向于把“上……课”理解为“去学某个科目”，从而自动规避了离合词的用法，这也就导致了“上课”前后语素的缺失。

6.2 误加

常见多加了“上”或“里”，语料中出现“坐上飞机”5 次；“上车上”10 次；“……楼上”2 次；“船上里”和“天堂上”各 1 次：

29) *我坐上飞机去昆明。(坐飞机)

30) *我一上车上就看见坐在我对面的小女孩，她脸色苍白。(上车)

31) *关于外语的书大多数在图书馆的四楼上。(四楼)

32) *然后在船上里他见面漂亮的女儿，然后她们谈恋爱。(船上)

第(29)句，在汉语的方式状语短语“坐+交通工具+去+地点”中不需要再插入“上”；第(30)句和(32)句，汉语“上”作前置趋向动词和后置方位词都可以搭配有容纳性的交通工具，但“上”和“里”不需要重复使用；第(31)句，在明确楼层次序时，后面不需要搭配后置方位词“上”。

6.3 误用

(1) 方位短语“脸上”共出现 20 次，例如：

33) *他的脸上有着黑眼圈。



34) *妈妈脸上有比较高的鼻子。

35) *我的脸上有漂亮的大眼睛。

在泰语中，这是一种文学艺术的表达手法。当泰语文学作品中要强调描写一个人面部某一个器官时，就会着重突出“脸上”这个词，其句段结构近似汉语的诗歌：我的脸上啊，有漂亮的大眼睛；妈妈的脸上啊，有高高的鼻子。学习者应该是依此误用到了汉语日常表达上。实际上，在汉语认知里面，五官本来就在脸上，不需要再强调方位，像“痘痘”“黑痣”等可以长在其他地方的特征，就需要强调方位，如：

36) *小小的眼睛上戴着一副眼镜。

37) 我的脸上长了很多痘痘。

(2) 动词短语“上车去……”出现9次，“上去长城”出现7次，例如：

38) 今天他们要回国了，所以我9点就快地去他们的宿舍前面为了上车去素万那普机场。（坐车）

39) 那我在上去长城，上得大约第三四堡垒，那时让我知道累要命是怎么样。（爬；爬到）

泰语的“ขึ้นรถ”本身就有“上车”“乘坐汽车”的含义。因此，第(38)句的误用属于“上”和“坐”的混淆。正确的语序应是第(29)句分析中提到的构式“坐+交通工具+去+地点”。第(39)句的误用是因为在泰语中表示“从低到高”的趋向都可以用动词“ขึ้น(上)”，学习者实质扩大了汉语“上”的使用范围。

6.4 泛化

“工作上/里”共出现23次，“市场上”出现5次，这可能是属于“FB上”“事实上”等结构的泛化；也有可能是学习者对“ที่งาน(在工作<上>)”“ที่ตลาด(在市场<上>)”的母语认知泛化：

40) 继母收集尽可能多的金花在市场上卖掉

41) *林荣明的工作上有很大的压力，他每天工作很累。

7. 对“上”的教学建议

经过上述一定数量的语料考察，基本上可以将泰国在方位词“上”习得过程中的困难及偏误归结到三个方面：

一是当学习者同时接受两个语言区域的参数时，其第一语言的参数似乎没有丢掉，同时第二语言的价值又被加进语用中，经典高频词例是：

早上、晚上、上课

二是他们在汉语习得过程中，对汉语介词框架结构的形式、语义和语用的综合情况掌握不足所致，经典高频词例是：

在……上、上车上、工作上/里

三是偏误率相对较低的低频词例和零频词例：

表方位：天上、脸上、门上 表整合：盖上、合上、关上、闭上

表结果：考上 表数量：以上、上年纪

表状态：看上去 表出现：上场（零频）

表等级：上等、上品（零频） 表开始：惹上、摊上（零频）

上述第一和第二类问题可归结为偏误类型中的遗漏型、误加型和错序型，而第三部分则是因认知差异所造成的误用，也是本研究语料数据分析总结后认为在教学中应关注的焦点。泰国汉语学习者在习得上述词语的过程中，偏误率较低的原因是他们已经掌握了“上”的方位和隐喻表达的知识和规范，也在大脑中形成了范式，但是这些“新”的认知范式在母语经验里面找不到很好的对应点，因此学习者选择主动规避，造成了一些词例使用率偏低、甚至不去使用的情况。

整合上述分析与总结，本研究结合二语习得的输出和输入理论、二语习得的普遍性难度等级理论、二语习得的母语负迁移理论及认知心理学记忆理论等，将就方位表达“上”的汉泰语用特点提出几点教学建议。

（1）创设情景

教师可以运用动作和手势来解释“上”的动作趋向意义，对教师而言，这易于操作；对学习者的而言，这易于理解。例如，教师可以设计“请上讲台”“请你们坐在椅子上”等动作指令，让学习者模仿造句并投入交际。

另外，教师在创造情景时，要注意情景的层层递进，并与方位词的意象图式相结合，从基本的方位语义开始，导向引申义和更深层的抽象隐喻义，例如：“桌子上有一本书”→“书上讲了什么呢？”→“书上讲了上流社会的故事”。

利用图式和关联的情景来解释方位词，可以更有效地引导学生学习和识记“上”方位概念，从而能够更好地区分目的语与母语之间的差异。

（2）实物或认知图式的对比

泰国学习者习得方位词“上”的难点在于喻指时间、状态、范围、数量、顺序、等级等的抽象概念。“上”的空间方位语义是客观存在的，但对那些抽象的、不容易理解

的隐喻义，教师可利用具体图式（参见表 1）帮助学习者加深理解。如果能让学习者亲身体会认知差异，实现认知图式的有效输入，这样不仅能在目的语和母语之间建立直接的联系，还可以提高学习者学习和理解的效率。

（3）构式化处理

在教学过程中教师应尽量把语言点进行构式化处理（参见表 5、表 6、表 7），避免学生出现形式或语序上的错误。在讲解“上”的具体用法时，教师可为学生列举常用构式。同时，教师还要注重汉泰两种方位表达的构式对比，既要利用两种语言的共性，促进正向转移的形成；又要利用两种语言的特性，预设偏误，降低母语的干扰。教师在讲解不同的构式时，再辅以相应的例句。如此，学生从模仿到运用的过程中都可以少走弯路，减少偏误。

（4）串联语义、语用意义趋同的汉泰反义词

前面提到汉语“上（บน、ขึ้น）”和泰语“ลง（下）”的趋向同质化。在特定的语境下，这组汉泰反义词的具体语义和语用相互制约。因此，教师在实际教学中应该寻找该词与其搭配之间的认知特征与差异，并在日常运用中向学习者作针对性地展示。

（5）着重高频误用和低频用词

针对一致性比较高的用法和搭配，教师在实际教学中可以有所省略，教学重点应该放在前面总结的高频误用和低频用词上，打破学生固化经验，加深记忆。

8. 结语

汉泰两种语言在空间、时间、状态隐喻等方面的认知表征存在显著的不对称性，认知上的差异会使得学习者在转码处理汉语“上”时常出现语用偏误。本研究以认知语言学的隐喻理论为框架，试填补泰国汉语学习者方位词“上”认知差异领域的部分研究空白，通过分析并归纳泰国汉语学习者自然语料中对汉语方位词“上”的搭配和词频数据，本研究较为直观地呈现出泰国汉语学习者语用中正确与错误的规律。针对这些语用偏误，本研究为汉语教学实践提供了多种教学改进建议，如加强语用训练、利用认知图式、创设情景等，以帮助学习者更好地掌握汉语方位词的多维用法。然而，本研究也有一定局限性，如语料来源的局限性及研究对象语言教育背景的差异性等，这为未来研究提供了可探讨的空间。

参考文献

- Clark, H. (1973). Space, time, semantics, and the child. In Moore, T. (ed.). *Cognitive Development and the Acquisition of Language* (pp.27-63). New York: Academic Press.
- Kasempremchit, T. (2022). A cognitive linguistic approach to English, Chinese and Thai spatial terms: The case of on, shang and bon. *The New English Teacher*, 16(2), 1-38.
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. In Ortony, A.(ed.). *Metaphor and Thought 2nd Edition* (pp. 202-251). Cambridge: Cambridge University Press.
- Shen, J.X. (1994). The expression of concepts in English and Chinese. *Shen Jiaxuan Selected Works of Famous Middle Aged Linguists - Shen Jiaxuan Volume* (pp. 43-64). Hefei: Anhui Education Press, 2002.
- Siebenhütter, S. (2020). Study of Linguistic Areas: Evidence from Cultural Words, Semantic Maps, and Spatial Reference in Southeast Asia. In: Brunn, S., Kehrein, R. (eds) *Handbook of the Changing World Language Map* (pp.157-180). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02438-3_83
- Sinthorn, M. (2018). "Comparative Study of Chinese and Thai Positional Words". [Unpublished doctoral dissertation]. Central China Normal University.
- Wang, Y. (2007). *Cognitive Linguistics*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
- Wiriyathananon, O. (2015). "Comparative Study on the Concept of Location" Up, Down, Front, and Back "between Han and Thai" [Unpublished doctoral dissertation]. Zhejiang University.
- Wnuk, E., & Ito, Y. (2021). The heart's downward path to happiness: Cross-cultural diversity in spatial metaphors of affect. *Cognitive Linguistics*, 32(2), 195-218.
- Xu, L.X. & Zhang, X.K. (2017). From the Thai translation of "up/down+X_ (time unit)" in Chinese to see the differences in time cognition between Chinese and Thai. *Journal of Guangxi University for Nationalities (Philosophy and Social Sciences Edition)*, 39 (05), 169-175.

Factors Affecting Coffee Consumption Culture in China during the Year 2012-2021

Sasithon Buttha; Annie Khamroy¹; Pornpawis Lhapeerakul

School of Sinology, Mae Fah Luang University Chiang Rai 57100 Thailand

E-mail: annie.kha@mfu.ac.th

(received 24 March 2024) (revised 17 September 2024)

(accepted 25 September 2024)

Abstract

Foreign cultural openness has made Chinese consumers more aware of and familiar with coffee, which has led to its current popularity in China. This research aims to study the evolution of coffee consumption culture in China, focusing on factors affecting coffee consumption culture between 2012 and 2021, as well as analyzing future trends in coffee consumption culture in China. This qualitative research uses data from documents, articles, and related research, employing content analysis for data compilation and analysis.

The results of the study found that coffee consumption culture in China between 2012 and 2021 is more diverse than in the past. Factors affecting consumption culture can be divided into 1) Marketing factors, including marketing strategies of coffee brands that meet the diverse needs of consumers, the diversity and novelty of coffee consumption patterns, the convenience and safety of coffee consumption, and innovations and new technologies used to develop the coffee business. And 2) The other supporting factors, such as the openness to foreign cultures of modern Chinese consumers, the implementation of the “One Belt, One Road” initiative, and support from the Chinese government and private sectors, which have led to increasing foreign investment in the coffee business in China. This research is therefore useful for coffee business operators who intend to invest in China, as it provides guidance for determining marketing strategies that are appropriate for the target group of Chinese consumers.

Keyword: Coffee; Consumption factor; Consumer culture; Cultural openness

¹ Corresponding Author

ปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021

ศศิธร บุตรธา² แอนนี่ คำสร้อย³ พรภวิชัย หล้าพิระกุล⁴

สำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย 57100 ประเทศไทย

อีเมล annie.kha@mfu.ac.th

วันรับบทความ 24 มีนาคม 2567 วันแก้ไขบทความ 17 กันยายน 2567

วันตอบรับตีพิมพ์บทความ 25 กันยายน 2567

บทคัดย่อ

การเปิดกว้างทางวัฒนธรรมต่างชาติทำให้ผู้บริโภคชาวจีนมีการรับรู้ที่หลากหลายและเริ่มรู้จักกาแฟมากขึ้น ส่งผลให้การบริโภคกาแฟในประเทศจีนเริ่มเป็นที่นิยมในปัจจุบัน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิวัฒนาการของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน โดยมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021 รวมถึงวิเคราะห์แนวโน้มวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของจีนในอนาคต เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยนำข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารบทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเรียบเรียงและวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

จากผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021 มีความหลากหลายมากกว่าในอดีต โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคสามารถแบ่งออกเป็น 1) ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาดของแบรนด์กาแฟที่สนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ความหลากหลายและแปลกใหม่ของรูปแบบการบริโภคกาแฟ ความสะดวกและปลอดภัยในการบริโภคกาแฟ รวมถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำมาพัฒนาธุรกิจกาแฟ และ 2) ปัจจัยเสริมในด้านอื่นๆ ได้แก่ การเปิดกว้างทางวัฒนธรรมต่างชาติของผู้บริโภคจีนยุคใหม่ การดำเนินข้อริเริ่ม “หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง” และการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนของจีน ทำให้นักลงทุนต่างชาติมีแนวโน้มเข้าไปลงทุนด้านธุรกิจกาแฟในประเทศจีนมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟที่ประสงค์เข้าไปลงทุนในจีน นำไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคชาวจีน

คำสำคัญ กาแฟ ปัจจัยการบริโภค วัฒนธรรมการบริโภค การเปิดกว้างทางวัฒนธรรม

² นักวิจัยอิสระ

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาจีนศึกษา สำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

⁴ อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาจีนศึกษา สำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



1. บทนำ

กาแฟเป็นพืชที่มีถิ่นกำเนิดบริเวณทวีปแอฟริกา เป็นพืชป่าที่ถูกนำมาปลูกในดินแดนอาระเบีย ก่อนจะแพร่หลายไปยังภูมิภาคอื่นๆ ของโลก เช่น ละตินอเมริกา อินเดีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น ในการค้นพบกาแฟครั้งแรกนั้น มีหลักฐานเรื่องเล่าอยู่มากมาย ซึ่งหลักฐานตำนานส่วนใหญ่กล่าวถึงกาแฟว่ามีถิ่นกำเนิดดั้งเดิมอยู่ในเอธิโอเปียเป็นหลัก ซึ่งก่อนที่กาแฟจะกลายเป็นเครื่องดื่มที่นิยมกันในปัจจุบัน ในอดีตกาแฟส่วนใหญ่เป็นของรับประทานทางศาสนา โดยการเคี้ยวเมล็ดกาแฟเพื่อใช้กำจัดความง่วงในระหว่างการทำพิธีกรรมในช่วงกลางคืน ปัจจุบันวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟเริ่มแพร่หลายไปทั่วทุกมุมโลกและได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์เป็นอย่างมาก จัดได้ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอันดับต้นๆ ของโลก จนเกิดเป็นธุรกิจการค้ากาแฟขึ้นมาเพื่อตอบสนองการบริโภคกาแฟ กล่าวคือ การเข้ามาของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟสะท้อนให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมอันรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์

สำหรับการปลูกกาแฟในประเทศจีนเริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ. 1887 เมื่อมิชชันนารีชาวฝรั่งเศสได้นำเมล็ดกาแฟเข้ามาที่เมืองปิ่นชวณ มณฑลยูนนาน ซึ่งนับว่าเป็นการเพาะปลูกกาแฟที่เก่าแก่ที่สุดในจีนแผ่นดินใหญ่ (Yin, 2005) อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนเพิ่งจะปรากฏให้เห็นในปี ค.ศ. 1940 ขณะนั้น Nestle บริษัทผู้ผลิตกาแฟที่มีชื่อเสียงได้นำกาแฟสำเร็จรูปเข้ามาจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน เนื่องจากความสะดวกที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบในสังคมการทำงาน ราคาถูกและรสชาติดี รวมถึงการเข้ามาของธุรกิจร้านกาแฟช่วงปี ค.ศ. 1960-2000 โดยมีตัวกลางในการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมคือ สื่อภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ผู้บริโภคชาวจีนจึงเริ่มเปิดรับวัฒนธรรมเครื่องดื่มจากต่างชาติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของตะวันตก จนกระทั่งปี ค.ศ. 2013 ประธานาธิบดีสี จิ้นผิงได้มีการเดินทางเปิดประเทศต่อเนื่อง โดยดำเนินนโยบายการต่างประเทศอย่างซื่อริเริ่ม “หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง” หรือ “一带一路” ทำให้อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศจีนสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจีนรวมไปถึงนักลงทุนต่างชาติเริ่มหลั่งไหลเข้ามาลงทุนในธุรกิจกาแฟในประเทศจีนมากขึ้น ปัจจุบันเครื่องดื่มประเภท “กาแฟ” ได้รับความนิยมเพิ่มอย่างมากในดินแดนของนักดื่มชาระดับโลกอย่างจีน จากสถิติของ China Packaging - Market View ในช่วงครึ่งแรกของปี ค.ศ. 2021 ชาวจีนมีการบริโภคกาแฟรวมมากกว่า 60,000 ตัน อัตราการเติบโตนั้นมีการขยายตัวถึง 15% เมื่อเปรียบเทียบกับบริโภคกาแฟทั่วโลก ซึ่งอยู่ที่ 2% ต่อปีเท่านั้น ปัจจุบันแบรนด์กาแฟต่างๆ ในประเทศจีนมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจ รวมถึงการเข้าถึงแพลตฟอร์มทางการค้าในประเทศจีนที่สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกและความต้องการที่หลากหลายมากกว่าในอดีตและเริ่มรู้จักสไตล์และรสชาติของกาแฟมากขึ้น จนกระทั่งกาแฟถูกหล่อหลอมจนกลายเป็นอีกหนึ่งวัฒนธรรมการบริโภคในประเทศจีนเทียบเท่าได้กับชา

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021 รวมถึงศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในอนาคต ซึ่ง

อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจจะไปลงทุนในธุรกิจกาแฟในประเทศจีน รวมถึงเป็นแนวทางในการส่งเสริมการส่งออกกาแฟที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.1.1 ศึกษาวิวัฒนาการของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน

1.1.2 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021

1.1.3 ศึกษาแนวโน้มวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของจีนในอนาคต

1.2 สมมติฐานงานวิจัย

1.2.1 ปัจจุบันวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนมีความหลากหลายและซับซ้อนมากกว่าในอดีต ซึ่งระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021 เป็นช่วงที่เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงชัดเจนที่สุด

1.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021 มีทั้งปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยเสริมอื่นๆ

1.2.3 แนวโน้มวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของจีนในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไปตามโลกาภิวัตน์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ได้ทราบถึงวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนในปัจจุบัน

1.3.2 ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021

1.3.3 สามารถวิเคราะห์แนวโน้มวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของจีนในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟ ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม (Cultural Globalization)

2.1.1 ความหมายของโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม

โลกาภิวัตน์ หมายถึง การปฏิบัติการแพร่กระจายทั่วโลก ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็สามารถรับรู้สัมผัส หรือรับผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วกว้างขวาง ซึ่งความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การติดต่อสื่อสารต่อกันของมวลมนุษยชาติสามารถกระทำได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว ซึ่งมุมมองด้านวัฒนธรรมเป็นอีกส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโลกในวงกว้าง กล่าวคือ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงความเชื่อมโยงผูกพันถึงกันได้ โลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมเป็นการเคลื่อนไหวถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้และวิถีชีวิตระหว่างกันของมวลมนุษยชาติ สอดคล้องกับงานเขียนของ Somutkoot and Kita-asa (1999) ที่กล่าวไว้ว่า “โลกาภิวัตน์” ก่อให้เกิดทั้งโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมและการค้นหา ต่อสู้และการใช้ความรุนแรงในรูปแบบต่างๆ เพื่อค้นหา



เอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งการอพยพเคลื่อนย้ายไปตั้งถิ่นฐานหรือทำมาหากินในต่างประเทศของกลุ่มคน เช่น แรงงานข้ามชาติ ขบวนการใต้ดินข้ามชาติ นักท่องเที่ยว นักลงทุน นักธุรกิจ หรือนักวิชาชีพชั้นสูง เป็นต้น ทำให้ผู้คนได้มีโอกาสติดต่อและเชื่อมโยงกันมากขึ้น เป็นการเปิดประสบการณ์และโลกทัศน์ของผู้คนในโลกสมัยใหม่ให้รับรู้และมีปฏิสัมพันธ์กับความแตกต่างหลากหลาย โดยเฉพาะวัฒนธรรมการบริโภค เนื่องจากแต่ละพื้นที่ต่างก็มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น McDonald's Coca-Cola หรือ Starbucks การแพร่กระจายของธุรกิจอาหารเหล่านี้ทำให้วัฒนธรรมการบริโภคในท้องถิ่นเปลี่ยนไป จนกระทั่งเกิดการผสมผสานรูปแบบการบริโภคทั่วโลก

2.1.2 ประเภทของโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม

Robert Holton (2000) ได้จำแนกประเภทของโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ

1) ทัศนคติการกลายเป็นเนื้อเดียวกันหมด (Homogenization) กระบวนการโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดความเหมือนและความคล้ายคลึงกันทางด้านวัฒนธรรมมากขึ้นทุกที จนถึงได้ว่าสังคมต่างๆจะมีการโคจรบรรจบ (Convergence) กันทางด้านวัฒนธรรม

2) ทัศนคติการแยกขั้ว (Polarization) ซึ่งต่อไปจะเกิดความขัดแย้งและสงครามทางด้านวัฒนธรรม เช่น ระหว่างตะวันตกกับฝ่ายปฏิปักษ์

3) ทัศนคติผสมผสานหรือลูกครึ่งทางวัฒนธรรม (Hybridization) เห็นว่าการปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมนั้นมักจะเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงและการหยิบยืมองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่มีที่มาจากแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ ที่หลากหลาย

2.2 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Cultural change)

Vichian Rakkan (1986) ให้คำนิยาม “การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม” คือ การเปลี่ยนแปลงในระดับปทัสถาน (Norms) อันได้แก่การเปลี่ยนแปลงของระบบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ครอบคลุมสังคมนั้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในด้านวัฒนธรรมนี้หมายถึง ค่านิยมทางวัฒนธรรม (Cultural value) ไม่ว่าจะเป็นแนวคิด แนวทางปฏิบัติต่างๆ ที่คนในแต่ละวัฒนธรรมมีความนิยมหรือยึดถือเอามาเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมต่างๆ ในสังคม กล่าวคือ แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวิถีชีวิตค่านิยม พื้นฐานการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลในสังคมนั้นๆ การรับเอาวัฒนธรรมของสังคมอื่นมาในช่วงแรกอาจมีการรับวัฒนธรรมบางส่วนมาจากสังคมข้างเคียง แต่ต้องไม่ขัดกับค่านิยมหลักของสังคมและมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ จนกระทั่งวัฒนธรรมที่รับมาจากสังคมอื่นกลายเป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้น ซึ่งการรับวัฒนธรรมอื่นเข้ามาเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสังคมๆ หนึ่ง โดยเฉพาะในโลกไร้พรมแดนที่เทคโนโลยีการขนส่งและการติดต่อสื่อสารก้าวหน้าอย่างรวดเร็วที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้สะดวก ทำให้ผู้บริโภครับรู้และเปิดกว้างทางวัฒนธรรมจากต่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้งานเขียนของ Ronald Inglehart and Pippa Norris (2003) ยังได้

อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไม่ใช่กระบวนการที่มีจุดมุ่งหมายโดยเฉพาะ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ซึ่งพัฒนาการของมนุษย์และความทันสมัยทางสังคมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติได้ ซึ่งระยะเวลาและความเร็วในการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ วัฒนธรรมใดๆ ก็ตามไม่ได้เป็นลักษณะตายตัวเสมอไป สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เพื่อให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตในการดำเนินชีวิตของกลุ่มบุคคลในสังคมหนึ่งๆ

2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior theory)

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ ซึ่งความจริงแล้วผู้บริโภคมีสิทธิ์ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มต้นได้จากการศึกษาแบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior หรือ S-R Theory) ของ Philip Kotler (2000) เพื่อให้ทราบถึงเหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เช่นเดียวกับรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เริ่มต้นจากการมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ แบ่งออกเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่เป็นสิ่งเร้าเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Stimulus) ซึ่งนักการตลาดต้องพัฒนาขึ้นมาเพื่อนำมากระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความต้องการซื้อ และสิ่งกระตุ้นอื่นๆที่เป็นสิ่งแวดล้อมอันอยู่เหนือความควบคุมขององค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำให้เกิดการซื้อ เช่น สภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย นโยบายทางการเมือง หรือวัฒนธรรมเปรียบได้เสมือนกล่องดำ (Buyer's black box) ที่ผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคได้เนื่องจากผู้บริโภคต่างมีการแสดงออก ความรู้สึก ความต้องการ และกระบวนการการตัดสินใจแตกต่างกัน จนกระทั่งเกิดการตอบสนอง (Response) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อันเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า

2.4 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory)

Abraham Maslow (1943) ผู้คิดค้น ทฤษฎีจิตวิทยามานุษยนิยมและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการไม่สิ้นสุด เมื่อความต้องการหนึ่งตอบสนองแล้ว จะมีความต้องการในลำดับขั้นที่สูงขึ้น โดยจัดลำดับความสำคัญจากต่ำไปยังสูง ซึ่งมนุษย์จะแสวงหาความต้องการระดับต่ำก่อนหลังจากถูกตอบสนองแล้วก็จะแสวงหาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป โดยมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น รายละเอียดของความต้องการในแต่ละระดับมีดังนี้

1) ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Needs) ระดับความต้องการขั้นแรกซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานและความต้องการเพื่อให้มีชีวิตรอด ประกอบด้วยน้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ทั้งหมดนี้เป็นความต้องการด้านร่างกาย



2) ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety Needs) จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านร่างกายถูกสนองแล้ว ระดับนี้มนุษย์จะต้องการปลอดภัยและความมั่นคง ความปลอดภัยทางร่างกาย เช่น ความมีระเบียบ ความคุ้มครอง ความต้องการมีสุขภาพดี ความต้องการเหล่านี้อาจทำให้เกิดสภาพแรงงาน ความต้องการในการบริการต่างๆ เช่น การประกันชีวิต การออมทรัพย์ การศึกษา เป็นต้น

3) ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการความรักความอบอุ่น มิตรภาพ ความรู้สึกที่ดี การมีส่วนร่วม และการยอมรับจากสังคม ความต้องการนี้ก่อให้เกิดการซื้อเพื่อให้สังคมยอมรับตนเอง เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ สินค้าแบรนด์เนม เป็นต้น

4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากแรงกระตุ้นจากภายในและภายนอกเพื่อสร้างความภูมิใจและความมั่นใจให้กับตนเอง ความต้องการภายในจะสะท้อนถึงความต้องการเพื่อการยอมรับส่วนตัว ส่วนความต้องการภายนอกจะเป็นความต้องการเพื่อการยกย่อง การมีชื่อเสียง และการเคารพนับถือจากบุคคลอื่น

5) ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs) หรือความพอใจส่วนตัว (Self-Fulfillment) เป็นความต้องการส่วนบุคคลที่จะตอบสนองศักยภาพของตนเองด้วยความสามารถและความต้องการที่จะเป็น เช่น หัวหน้าพรรคการเมืองที่ต้อง การที่จะเป็นนายกรัฐมนตรี นักกีฬาทีมชาติที่ต้องการเป็นนักกีฬาเหรียญทองโอลิมปิก เป็นต้น

นอกจากนี้ มาสโลว์ ยังได้จำแนกความต้องการอื่นๆ ออกเป็น 2 ชนิด คือ

1) ความต้องการด้านสุนทรียภาพ (Aesthetic Needs) เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ชอบความสวยงามและความรื่นรมย์ต่างๆ เพื่อความผ่อนคลายและสร้างความสุขให้กับตนเอง การรับรู้ถึงความสวยงามหรือความสุนทรีย์ใดๆ จะแตกต่างกันตามพื้นฐานความคิดและวัฒนธรรมของบุคคล

2) ความต้องการในการอยากรู้อยากเห็น (Curiosity Needs) มนุษย์เราเกิดมาพร้อมกับความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งการอยากรู้อยากเห็นจะก่อให้เกิดการทดลองและการค้นพบทฤษฎีมากมายที่มีคุณค่า ซึ่งนักการตลาดสามารถใช้หลักการนี้ประยุกต์ใช้ทางการตลาดได้

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริโภคกาแฟในประเทศจีนเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1980 ซึ่งเป็นช่วงที่จีนเริ่มเปิดประเทศและรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา จากที่กาแฟเคยเป็นสินค้าแปลกใหม่ กลายเป็นสินค้าที่เริ่มได้รับความนิยมในหมู่ชนชั้นสูงและคนทำงานในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะในเมืองที่มีความทันสมัยและเปิดรับวัฒนธรรมต่างประเทศมากขึ้น เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และกว่างโจว (Chen & Wang, 2020)

ในช่วงต้นทศวรรษ 2000 การบริโภคกาแฟในจีนยังคงเป็นไปในรูปแบบของกาแฟสำเร็จรูปเป็นหลัก ซึ่งมีการบริโภคในบ้านหรือสำนักงาน อย่างไรก็ตาม ในปี ค.ศ. 2010 ตลาดกาแฟของจีนมีมูลค่าประมาณ 2.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ประมาณ 15% จนกระทั่งถึงปี 2020 (Zhang,

2019) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดกาแฟสดจากร้านกาแฟและคาเฟ่ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น (Liu, 2021)

Liu (2021) ได้พูดถึงวัฒนธรรมการดื่มกาแฟในจีนว่า ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การบริโภคเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับการเข้าสังคม การสร้างเครือข่าย และการใช้ชีวิตในสังคมเมืองที่ทันสมัย การดื่มกาแฟกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันของคนจีน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้เวลาที่คาเฟ่ในการพบปะเพื่อนฝูง หรือทำงาน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในจีน สามารถสรุปได้ดังนี้

- **การขยายตัวของตลาดกาแฟและการนำเข้ากาแฟ:** การที่จีนเข้าร่วม WTO รวมถึงการลงนามในข้อตกลงการค้าเสรีกับประเทศผู้ผลิตกาแฟรายใหญ่ เช่น อาเซียนและคอสตาริกา ช่วยเพิ่มการนำเข้ากาแฟและทำให้ผู้บริโภคชาวจีนมีตัวเลือกกาแฟที่หลากหลายมากขึ้น อัตราการนำเข้ากาแฟของจีนเพิ่มขึ้นจาก 30,000 ตันในปี ค.ศ. 2010 เป็น 59,000 ตันในปี ค.ศ. 2015 (Liu, 2017)
- **การขยายตัวของแบรนด์กาแฟต่างชาติและในประเทศ:** การเติบโตของตลาดกาแฟในจีนยังได้รับแรงกระตุ้นจากการขยายตัวของแบรนด์กาแฟต่างชาติและในประเทศ เช่น Starbucks ซึ่งมีจำนวนสาขาเพิ่มขึ้นจาก 570 สาขาในปี ค.ศ. 2012 เป็นมากกว่า 5,000 สาขาในปี ค.ศ. 2020 และ Luckin Coffee (瑞幸咖啡) ที่สามารถเปิดสาขาได้มากกว่า 4,500 แห่งในช่วงเวลาเพียง 2 ปี อีกทั้งการทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันมือถือ ก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างความนิยมของกาแฟในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Wang & Li, 2022)
- **การผสมผสานวัฒนธรรมกาแฟกับวัฒนธรรมท้องถิ่น:** การรวมเอาวัฒนธรรมจีนเข้ากับการพัฒนากาแฟ เช่น การผสมชาและกาแฟ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น ตัวอย่างเช่น Hey Tea (喜茶) ได้เปิดตัวเมนูกาแฟใหม่ๆ ที่ผสมผสานรสชาติชาและกาแฟเข้าด้วยกัน (Feng, 2021)
- **การเติบโตของอุตสาหกรรมกาแฟในประเทศ:** ด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ อุตสาหกรรมกาแฟในมณฑลยูนนานของจีนได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและในระดับนานาชาติ เนื่องจากการพัฒนาการผลิตกาแฟที่มีคุณภาพสูง อนึ่ง การสร้างความร่วมมือกับประเทศในโครงการ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” ยังช่วยขยายตลาดกาแฟของจีนไปยังประเทศอื่นๆ (Ma, 2018)

นอกจากนี้ ความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและกระจายสินค้ากาแฟ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในการคั่วกาแฟ การปรับปรุงกระบวนการปลูกและเก็บเกี่ยวกาแฟในมณฑลยูนนาน หรือการใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในการขายกาแฟออนไลน์ ส่งผลให้การดื่มกาแฟในจีนเติบโต



ขึ้นอย่างต่อเนื่อง มูลค่าตลาดกาแฟในจีนคาดว่าจะสูงถึง 15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2025 (Liu, 2021) โดยที่ Gao (2023) อธิบายว่า แนวโน้มการบริโภคกาแฟในจีนยังคงมีทิศทางที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยหลายประการที่สนับสนุนการเติบโตนี้ หนึ่งในปัจจัยคือการเพิ่มขึ้นของความตระหนักเรื่องสุขภาพและการเลือกบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูง กาแฟที่มีคุณภาพและแหล่งที่มาที่ชัดเจนกำลังได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน โดยเฉพาะกาแฟชนิดพิเศษ (specialty coffee) ที่มีอัตราการเติบโตสูงถึง 20% ต่อปีในช่วงปี ค.ศ. 2017-2021

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี 2012-2021 ซึ่งเป็นช่วงที่อุตสาหกรรมกาแฟในจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมกาแฟในจีน ได้แก่ การขยายตัวของตลาด การพัฒนาแบรนด์กาแฟ การผสมผสานวัฒนธรรมกาแฟกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และการสนับสนุนจากภาครัฐ แนวโน้มในอนาคตของวัฒนธรรมกาแฟในจีนจะยังคงเติบโตต่อไป ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและนักลงทุนที่สนใจในธุรกิจกาแฟในจีน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้ 1) การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) การแยกชนิดข้อมูลและจัดหมวดหมู่ เพื่อนำมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ในงานวิจัย และ 3) การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 และ 2 มาทำการวิเคราะห์เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3.2 การกำหนดขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาวิวัฒนาการของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคจีน ระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021 โดยมุ่งเน้นการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน รวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของจีนในอนาคต โดยทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัย (Document Research) ขั้นทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ บทความจากวารสารวิชาการ ผลงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ และแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่มีความน่าเชื่อถือ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค วัฒนธรรมการบริโภค การบริโภคกาแฟในประเทศจีน รวมถึงสถิติต่างๆ เพื่อนำไปวิเคราะห์ผลของการวิจัย

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาที่รวบรวมขึ้นจากแหล่งต่างๆ จะเป็นข้อมูลทุติยภูมิหรือกระบวนการเชิงคุณภาพ ได้แก่ เอกสารการวิจัยที่ค้นคว้าจากหนังสือ ตำราวิชาการ บทความจากวารสารวิชาการ งานวิจัยและ

วิทยานิพนธ์ภายในและต่างประเทศ ข่าวและบทความวิเคราะห์ และรายงานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการรวบรวมจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเรียบเรียงนำเสนอให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาต่อไป

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผล

ในเบื้องต้นทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน โดยเน้นที่ข้อมูลระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021 โดยได้ทำการเลือกแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ แนวคิดโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม (Cultural Globalization) และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (Content Analysis) เพื่อตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมา โดยจะจำแนกข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้ตามแนวคิดและทฤษฎีที่เลือกใช้ โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการบริโภคกาแฟในประเทศจีนในช่วงเวลาที่ศึกษา โดยผลการศึกษาและการวิเคราะห์จะถูกนำเสนอในลักษณะเชิงพรรณนา โดยสรุปผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และจัดจำแนกข้อมูลเพื่อให้เห็นภาพรวมของการบริโภคกาแฟในประเทศจีนอย่างชัดเจน

4. ผลการศึกษา

ผลการวิจัยที่จะนำเสนอต่อไปนี้ ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) วิวัฒนาการของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนระหว่างปี ค.ศ. 2012-2021 และ 3) แนวโน้มวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของจีนในอนาคต

4.1 จุดกำเนิดและวิวัฒนาการของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน

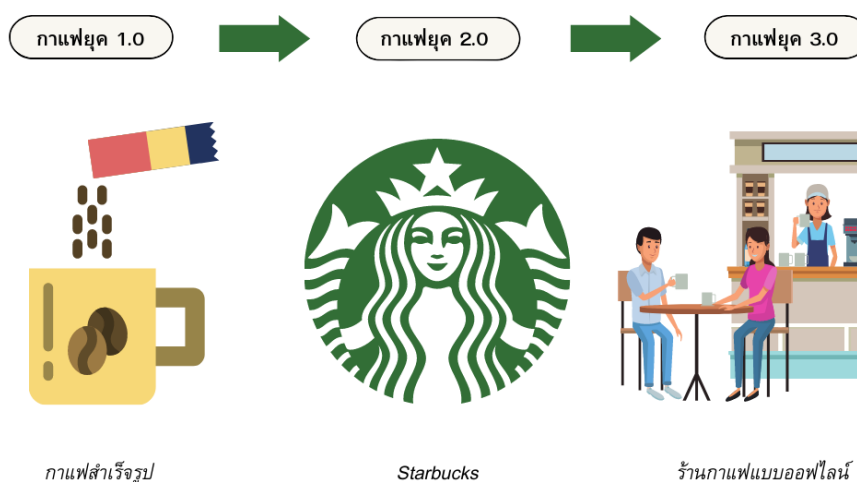
คำว่า “กาแฟ” หรือ “咖啡” ในภาษาจีนไม่มีปรากฏจนมาถึงช่วงก่อนปลายราชวงศ์ชิง ชาวจีนในช่วงนั้นเรียกกาแฟที่ต่างชาติดีชื่อว่า “ไวน์ดำ” ตามบันทึกทางประวัติศาสตร์ในรัชสมัยของจักรพรรดิกวางซู่แห่งราชวงศ์ชิง ในปีค.ศ. 1884 การปลูกกาแฟเริ่มต้นที่ไต้หวันเป็นที่แรก และนี่เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการบริโภคกาแฟในประเทศจีน จนกระทั่งในช่วงปี ค.ศ. 1892 มิชชันนารีชาวฝรั่งเศสได้นำเมล็ดกาแฟเข้ามาที่เมืองปิ่นชุน มณฑลยูนนาน ต่อมาในปี ค.ศ. 1908 ชาวจีนโพ้นทะเลได้นำเข้าเมล็ดกาแฟจากประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ทำให้ช่วงหลังสถานการณ์การเพาะปลูกกาแฟในเกาะไห่หนานขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกาแฟได้กลายเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของมณฑลไห่หนานจนเกิดคำกล่าวว่า “ถ้วยเดียวเอาใจ หมี่ฮกเกี้ยนกาแฟไห่หนานตกทอดสู่ทุกคน”

การเข้ามาของละครชิตคอมอเมริกันและละครโทรทัศน์เกาหลีในขณะนั้นเสมือนอำนาจอ่อนที่ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเริ่มรับชมวัฒนธรรมและได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว ทั้งจากพนักงานทั่วไป นักธุรกิจ และนักเรียน ส่งผลให้ช่วงปี ค.ศ. 1960 เป็นช่วงที่การบริโภคกาแฟและการคั่วแบบเข้มเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น

ยุคแรก ช่วงปี ค.ศ. 1988 บริษัท Nestle ได้เริ่มจำหน่ายกาแฟกระป๋องและกาแฟสำเร็จรูปในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ในสายตาของผู้บริโภคชาวจีน ณ เวลานั้นเนสกาแฟเป็นสัญลักษณ์ของ “ความทันสมัย” และ “มีระดับ” เนื่องจากเป็นเครื่องดื่มเพื่อความสดชื่น และความต้องการสุนทรีย์ทางอารมณ์

ยุคที่สอง ในปี ค.ศ. 1999 Starbucks เปิดร้านสาขาแรกในจีนแผ่นดินใหญ่ที่ China International Trade Center ครั้งที่ Starbucks เสนอแนวคิดของพื้นที่ที่สาม (Third place) ที่ว่า “ร้านกาแฟไม่ได้มีเพียงแค่เครื่องดื่มประเภทกาแฟเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่สำหรับพักผ่อน ทำงาน พบปะสังสรรค์” กลยุทธ์ทางการตลาดในลักษณะนี้ ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนค่อยๆ ยอมรับวิวัฒนาการของวัฒนธรรมนี้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อนิสัยและรสนิยมในการดื่มกาแฟของหลายๆ คนในประเทศจีนโดยไม่รู้ตัว ผวนกับ Starbucks ได้สร้างกองทุนเพื่อการศึกษาแก่เด็กผู้หญิงในชนบทของจีน เพื่อบรรลุเป้าหมายการผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย (Sapphachang, 2021) จึงทำให้ผู้บริโภคชาวจีนที่เป็นชนชั้นกลางจึงให้การต้อนรับ Starbucks เป็นอย่างดี

ยุคที่สาม หลังจากปี ค.ศ. 2010 เป็นต้นมา การบริโภคกาแฟของชาวจีนส่วนใหญ่เน้นไปที่แหล่งการผลิต พื้นที่ปลูก สายพันธุ์ของกาแฟ และประสบการณ์การดื่ม และจากการนำเทคโนโลยีการคั่วกาแฟสไตล์ตะวันตกผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ส่งผลให้วัฒนธรรมกาแฟที่มีเอกลักษณ์ของจีนจึงได้ถือกำเนิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์กาแฟแฟรนไชส์ทั่วไปหรือแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ตลาดกาแฟจีนเข้าสู่ขั้นของการพัฒนาอย่างรวดเร็ว แบรนด์กาแฟใหม่ๆ ก็เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน ซึ่งความต้องการกาแฟของผู้บริโภคชาวจีนยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปัจจุบันอุปสงค์กาแฟในประเทศสูงเกินกว่าอุปทาน (Excess Demand) นอกจากนี้ ยังเกิดความนิยมการบริโภคกาแฟแบบออฟไลน์ ซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่



ภาพที่ 1 วิวัฒนาการของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน

4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศไทย

4.2.1 ปัจจัยทางการตลาด

4.2.1.1 กลยุทธ์ทางการตลาดของแบรนด์กาแฟที่สนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค

การบริหารจัดการทางการตลาดของแบรนด์กาแฟแต่ละแบรนด์จะแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมหรือรสนิยมกาแฟ เช่น กรรมวิธี เคล็ดลับ วัฒนธรรม และการบริการ ผู้บริโภคจะจำรูปแบบเฉพาะตัวนั้นได้และยังคงอุปถัมภ์หรือบริโภคต่อไป (Customer Loyalty) เช่น

- **การสร้างภาพจำ (Branding)** เป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์ในใจลูกค้า เพื่อให้แบรนด์โดดเด่นและน่าจดจำ ยกตัวอย่าง แบรนด์ Arabica ใช้เครื่องหมายเปอร์เซ็นต์ (%) ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับเมล็ดกาแฟที่ติดอยู่บนกิ่งต้นกาแฟแทนสัญลักษณ์เมล็ดกาแฟใส่ไว้หน้าชื่อแบรนด์และ จนกระทั่งเป็นภาพจำแบรนด์ Arabica ที่ทุกคนนึกถึง เมื่อผู้คนเห็นสัญลักษณ์ % ที่มาคู่กับร้านกาแฟก็รู้ได้ทันทีว่าเป็นร้าน Arabica โดยไม่ต้องออกเสียง กลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาวชาวจีนจึงนิยมไปที่ร้านกาแฟเพื่อถ่ายรูปจนกลายเป็นสถานที่เช็คอินและเป็นกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแนวทางนี้ทำให้แบรนด์มีวิธีมากมายในการบอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์และสร้างความไว้วางใจให้กับกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้
- **การสร้างการเกิดอารมณ์หรือความรู้สึกต่าง ๆ (Customers Emotional)** ให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง “วัฒนธรรมการดื่มกาแฟ” ผ่านการสร้าง Community ตามแนวคิด “Third place” ของแบรนด์ Starbucks “The third place” ในความหมายของ Starbucks ก็คือพื้นที่ตรงกลางที่ไม่ใช่บ้านหรือสำนักงานที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรม จิตวิญญาณ และประสบการณ์การดื่มกาแฟเป็นหัวใจสำคัญ ปัจจุบันรูปแบบการเลือกบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย นิยามของคำว่า Third Place จึงหลากหลายมากขึ้น ตั้งแต่การนั่งดื่มกาแฟที่ร้าน (Sit and Stay) การซื้อกลับบ้าน (On the go) หรือแบบไดรฟ์ทรู (Drive-through) อีกร้านที่ไม่กล่าวถึงไม่ได้คือ Maan Coffee ร้านกาแฟสัญชาติเกาหลีที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่หลายร้อยตารางเมตร เพอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่เป็นโซฟาผ้า ของเล่นและตุ๊กตา ให้บรรยากาศที่อบอุ่นและโรแมนติก ในช่วงเวลานั้นละครเกาหลีได้รับความนิยมสูงส่งผลให้ร้านกาแฟ Maan Coffee ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย
- **กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) Luckin Coffee (瑞幸咖啡)** มีการใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจคือ “การทำกาแฟดีๆ ที่ทุกคนสามารถซื้อและดื่มได้” เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกกาแฟนอกเหนือจาก Starbucks จึงประกาศรับประกันทั้งคุณภาพของเมล็ดกาแฟอาราบิก้าคุณภาพสูงจากเอธิโอเปีย และรับประกันการจัดส่งภายใน 30 นาที โดยขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์สู่ออฟไลน์หรือ O2O (Online-to-Offline) Marketing ให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบกระบวนการผลิตและคุณภาพกาแฟได้แบบเรียลไทม์บนแอปพลิเคชัน อีกทั้งทาง



ร้านค้าเองก็สามารถเข้าใจข้อมูลการบริโภคของลูกค้าได้มากขึ้นเพื่อปรับปรุงคุณภาพและการใช้บริการได้เช่นกัน

- **กลยุทธ์การตลาดที่ประยุกต์สินค้าให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (Brand Localization)**
ยกตัวอย่างแบรนด์ที่เห็นได้ชัดคือ Seesaw (西舍咖啡) มีเป้าหมายในการรวบรวมผู้คนจากทั่วประเทศจีนผ่านกาแฟโดยเริ่มต้นการบุกเบิกแหล่งกำเนิดกาแฟในประเทศจีนจากนั้นสร้างความสัมพันธ์กับเกษตรกรในพื้นที่โดยตรงเพื่อพัฒนากาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในแบบ Seesaw (西舍咖啡) คือ ความเป็นอิสระและไม่เหมือนใคร หรืออีกแบรนด์ที่ได้สร้างกาแฟที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นแห่งแรกในประเทศจีนก็คือ Tom Joker Coffee ซึ่งพัฒนาคุณภาพกาแฟโดยการควบคุมการผลิตที่ไร่กาแฟเอง รวมถึงใช้กรรมวิธีการคั่วเมล็ดกาแฟคุณภาพสูงโดยบาวิสต้าชั้นนำ

4.2.1.2 ความหลากหลายและแปลกใหม่ของรูปแบบการบริโภคกาแฟ

ปัจจุบันแรงจูงใจในการบริโภคของผู้บริโภคชาวจีนมีความหลากหลายมากขึ้น ผู้บริโภคจำนวนมากไม่ได้ต้องการดื่มกาแฟเพียงเพราะต้องการเติมความสดชื่นเท่านั้น โดยเฉพาะในเมืองใหญ่เช่น เซี่ยงไฮ้ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความสามารถในการยอมรับสิ่งใหม่ๆ แรงจูงใจในการบริโภคกาแฟจึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่การใช้เวลาและการเข้าสังคม จากข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ได้นำเสนอแรงจูงใจของผู้บริโภคในการซื้อกาแฟคือ “เป็นเครื่องดื่มเพื่อการผ่อนคลาย” “การดื่มกาแฟเป็นประจำ” และ “การดื่มกาแฟร่วมกับอาหารเช้าและชายามบ่าย” คิดเป็น 54.9%, 20.2% และ 17.2% ตามลำดับ (Liao, 2021) เห็นได้ชัดว่ากาแฟสดเพียงอย่างเดียวไม่สามารถตอบสนองแรงจูงใจในการบริโภคของลูกค้าที่แตกต่างกันได้ ด้วยเหตุนี้ความหลากหลายและแปลกใหม่ของกาแฟที่เกิดจากการปะทะกันทางอารยธรรมอาหาร (Fusion Food) จึงสามารถตอบโจทย์และสามารถดึงดูดผู้บริโภคยุคใหม่ได้มากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างในปี ค.ศ. 2019 Hey Tea (喜茶) ซึ่งเป็นบริษัทผู้บุกเบิกอุตสาหกรรมชายุคใหม่ ได้เปิดตัวเครื่องดื่มประเภทกาแฟอย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น Coffee Bobo Ice, Coffee Bobo, Zhizhi Latte เป็นต้น ตั้งแต่นั้นมา กาแฟของ Hey Tea (喜茶) ก็มีราคาถูกลง นอกจากนี้ยังได้ลงทุนร่วมกับแบรนด์กาแฟ Seesaw (西舍咖啡) ในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์กาแฟใหม่ 3 รายการ ขณะเดียวกันได้เปิดตัวกล่องของขวัญขนมไหว้พระจันทร์ที่มีรสชีส ชาเขียว และกาแฟเข้าด้วยกัน ซึ่งตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าในด้านความสะดวกรวดเร็วและมีความแปลกใหม่ในช่วงเทศกาลสำคัญ ทำให้กาแฟของ Hey Tea (喜茶) เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจาก 80% ของผู้บริโภคดื่มทั้งชาและกาแฟ ทำให้ Hey Tea (喜茶) สามารถรักษาลูกค้ากลุ่มชาและได้ลูกค้ากลุ่มกาแฟเพิ่มขึ้นด้วย

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ร้านฟาสต์ฟู้ดอย่าง McDonald's หรือ KFC ก็มีเมนูกาแฟเป็นตัวเลือกเสริมให้ผู้บริโภค ถึงแม้ว่าทั้งสองจะไม่ได้อยู่ในตำแหน่งที่เป็นผู้แข่งขันในตลาดกาแฟก็ตาม McDonald's ได้เปิดตัวแบรนด์กาแฟของตัวเองชื่อว่า “McCoffee” ในปี ค.ศ. 2020 McCafe ได้เริ่มโปรโมตการบริการเครื่องดื่ม

ประเภทกาแฟราคาประหยัด ส่วน KFC ในปี ค.ศ. 2015 ก็ได้เปิดตัว “KCoffee” ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูป สกัดเย็น 3 อย่าง ได้แก่ กาแฟชาเอิร์ลเกรย์คัสตร (K-Duet) กาแฟ Ethiopia Sidamo กลิ่นดอกกุ้ยฮัว (K-Remix) และ Ethiopia Sidamo สกัดเย็น (K-Solo) ซึ่งตามรายงานทางการเงินที่เผยแพร่โดย Yum China ในปี ค.ศ. 2020 แม้จะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด แต่ยอดขาย KCoffee ก็มีถึง 140 ล้านถ้วยและจัดอยู่ในกลุ่มที่ดีที่สุด (Feng, 2021) จะเห็นได้ว่าแบรนด์ดังหลายแบรนด์ไม่เว้นแม้แต่แบรนด์ร้านอาหาร เริ่มมีส่วนร่วมในการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ของตนร่วมกับกาแฟมากขึ้น เพื่อที่จะตอบโต้และดึงดูดผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ที่มีนิสัยอยากรู้ อยากลองสิ่งใหม่ๆ

4.2.1.3 ความสะดวกและปลอดภัยในการบริโภคกาแฟ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) อุตสาหกรรมการค้าปลีกและการบริการแบบดั้งเดิมเริ่มมีบทบาทลดน้อยลง ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่จะบริโภคผ่านช่องทาง E-Commerce หรือซื้อกลับบ้าน การซื้อขายที่สะดวกและรวดเร็วนี้ทำให้ผู้บริโภคยุคใหม่เข้าใจวิธีการบริการ “การค้ำปลีกแบบใหม่” มากขึ้น ซึ่งนอกจากร้านกาแฟจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคกาแฟแล้ว หลายแบรนด์กาแฟสำเร็จรูป เช่น Yongpu Sandunban หรือ Sumidagawa ก็เปิดช่องทางการซื้อขายทางออนไลน์แล้วเช่นกัน ลูกค้าสามารถชงและดื่มกาแฟที่ทำด้วยตนเองได้ ยกตัวอย่าง Luckin Coffee (瑞幸咖啡) ขยายตัวอย่างรวดเร็วผ่านการขายปลีกรูปแบบใหม่ โดยการซื้อกลับบ้านและรับด้วยตนเอง จากสถิติข้อมูลสัดส่วนการบริโภคกาแฟของผู้ใช้แอปพลิเคชันของ Luckin Coffee ในเมืองใหญ่สูงถึง 64.5% โดยเซี่ยงไฮ้และปักกิ่งมีผู้ใช้ 58.8% ซึ่งสูงกว่าเมืองอื่นอย่างมีนัยสำคัญ (Wu, 2019) จากผลการสำรวจ ผู้บริโภคกาแฟมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยของเมล็ดกาแฟ กระบวนการผลิต ขั้นตอนการจำหน่าย และยังต้องการให้อุตสาหกรรมกาแฟดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพโดยการเปลี่ยนไปสู่การผลิตและการจัดจำหน่ายกาแฟแบบไร้คนควบคุมอีกด้วย (Sun, 2020)

4.2.1.4 นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นำมาพัฒนาธุรกิจกาแฟ

อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีนแสดงออกมาแตกต่างกันไปตามยุคสมัย กาแฟยุค 1.0 คือกาแฟสำเร็จรูป กาแฟยุค 2.0 คือ Starbucks และกาแฟยุค 3.0 คือร้านกาแฟแบบออฟไลน์ ตลาดกาแฟจีนได้เข้าสู่ขั้นตอนใหม่ของการพัฒนา จากรายงานการสำรวจอุตสาหกรรมกาแฟของจีน รูปแบบการดำเนินการออนไลน์ในปัจจุบันของร้านกาแฟสามารถขยายอุตสาหกรรมกาแฟได้อย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันยังมีรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ เช่น เครื่องชงกาแฟอัตโนมัติ เครื่องชงกาแฟแคปซูลของ Nestle เป็นต้น ซึ่งในปี ค.ศ. 2020 ประเทศจีนมีตลาดผู้บริโภคกาแฟอยู่แล้วโดยมีมูลค่าประมาณ 100,000 ล้านหยวน จากการคาดการณ์ขนาดของตลาดกาแฟของจีนจะยังคงเติบโตอย่างรวดเร็วในอัตรามากกว่า 10% ต่อปี (Yu, 2021)



เนื่องจากวัฒนธรรมการดื่มกาแฟที่เป็นที่นิยมในประเทศจีนมากขึ้น เครื่องชงกาแฟจึงไม่ใช่สินค้านำเข้าเฉพาะกลุ่มอีกต่อไป การทำธุรกิจ E-Commerce ผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้กลุ่มผู้บริโภคกาแฟขยายตัวตัวอย่างเช่นปี ค.ศ. 2014 Coca-Cola เปิดตัวเครื่องดื่มเอสเปรสโซ “Qiaoya” ครั้งแรก หลังจากซื้อกิจการของ Green Mountain Coffee ถัดมาในปี ค.ศ. 2015 Amazon China เริ่มเปิดตัวร้านกาแฟออนไลน์ ในปีเดียวกันนี้ Master Kong และ Starbucks ได้ร่วมทุนกันเปิดตัวกาแฟสำเร็จรูป “Fappuccino” ในประเทศจีน ในอนาคตคาดว่าจะมีอีกหลายบริษัทเข้าร่วมตลาดกาแฟ นำมาซึ่งการแข่งขันและความท้าทายใหม่ๆ สู่ตลาดกาแฟจีน สำหรับการคาดการณ์ตลาดเครื่องชงกาแฟของจีนก็แนวโน้มมีแนวโน้มที่ดีเช่นกัน ในงาน Appliance & Electronics World Expo 2021 หมวดเครื่องชงกาแฟได้รับผลการตอบรับและความสนใจอย่างล้นหลามจากผู้บริโภคชาวจีน เช่น เครื่องชงกาแฟอัตโนมัติเต็มรูปแบบ เครื่องชงกาแฟกึ่งอัตโนมัติ เครื่องชงกาแฟแคปซูล โมก้าพ็อต เป็นต้น นวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนเริ่มให้ความสนใจกับรสชาติ ความสะดวก และราคาของกาแฟมากขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมการดื่มกาแฟกลายเป็น “ความต้องการ” สำหรับคนบางกลุ่มในชีวิตประจำวันไปแล้ว คนวงในอุตสาหกรรมกาแฟบางคนเชื่อว่าตลาดกาแฟของจีนมีโอกาสดิบโตได้อีกมากในอนาคต ดังนั้น ผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจเครื่องดื่มกาแฟจำเป็นต้องเจาะลึกเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นอย่างดีเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ของผู้บริโภคในปัจจุบัน จึงจะส่งเสริมการพัฒนารวดเร็วของอุตสาหกรรมกาแฟได้ดียิ่งขึ้น

4.2.2 ปัจจัยเสริมในด้านอื่นๆ

4.2.2.1 การเปิดกว้างทางวัฒนธรรมต่างชาติของผู้บริโภคจีนยุคใหม่

กาแฟเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของรสนิยมตะวันตก ความทันสมัย และการเป็นหนึ่งเดียวกับโลก สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจทางวิทยาศาสตร์ การสำรวจและการบริโภคในแบบฝั่งตะวันตก ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าค่านิยมเหล่านี้อยู่ในสายเลือดของเด็กยุคใหม่ของประเทศจีนเกือบทุกคนแล้ว โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ของจีนอย่างเซี่ยงไฮ้และปักกิ่ง จากการวิจัยอิทธิพลและการวิเคราะห์ทัศนคติและพฤติกรรมของนักศึกษาที่มีต่อความรู้เรื่องกาแฟ นักศึกษาหลายคนมีความรู้เรื่องกาแฟเป็นอย่างดี ละเอียดอ่อน และมีความสามารถในการยอมรับสิ่งใหม่ๆ (Ma, 2020) เนื่องจาก ความเข้าใจในวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟที่ลึกซึ้งขึ้น ปัจจัยสำคัญในการเลือกกาแฟจึงมีความหลากหลายมากกว่าในอดีต เช่น การคัดสรรคุณภาพของเมล็ดกาแฟ แหล่งกำเนิดกาแฟ กระบวนการการคั่ว และรสชาติ ซึ่งกาแฟยังสามารถเป็นตัวเชื่อมโยงศิลปะ วัฒนธรรม ความคิด และผู้คนในสังคมจีนได้อีกด้วย ยกตัวอย่างคำโฆษณาของแบรนด์กาแฟ Nestle ที่ได้ให้ค่านิยมของกาแฟในมุมมองของความรัก เพื่อส่งเสริมการบริโภคกาแฟอย่างจริงจังไว้ว่า “จดจำความรัก จดจำเวลา จดจำเนสกาแฟ” “ความรักจะอยู่เคียงข้างคุณ” เป็นต้น ซึ่งตรงกับความต้องการทางจิตใจหรือสุนทรียทางอารมณ์ของผู้บริโภควัยหนุ่มสาว แสดงให้เห็นว่ากาแฟยังมีหน้าที่ทางสังคมนั่นก็คือการส่งเสริมการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้คน

4.2.2.2 การดำเนินข้อริเริ่ม “หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง” หรือ “Belt and Road” Initiative

ศูนย์กลางการทำธุรกิจ E-Commerce และการกระจายเมล็ดกาแฟในประเทศจีนตั้งอยู่ที่นครฉงชิ่ง เนื่องจากเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่ดีของการกระจายสินค้าเพราะเชื่อมต่อสะดวกทั้งยูนิอันที่เป็นแหล่งปลูกกาแฟขนาดใหญ่ของประเทศและประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน ซึ่งสำนักงานใหญ่ของแบรนด์กาแฟยอดนิยมเช่น Maan Coffee, Zoo Coffee และ I'm Cafe ล้วนได้เซ็นสัญญากับ Chongqing Coffee Trading Center โดยเทศบาลนครฉงชิ่งใช้กาแฟเป็นสื่อกลางในการส่งเสริมความร่วมมือแบบ Win-Win สำหรับทุกฝ่าย

การประชุมสุดยอดหัวข้อรูปแบบใหม่ของการค้ากาแฟระหว่างประเทศและการพัฒนาใหม่ๆ ของอุตสาหกรรมกาแฟทั่วโลกจัดขึ้นภายใต้ข้อริเริ่ม “หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง” ประจำปี ค.ศ. 2017 รวมถึงการจัดนิทรรศการแสดงสินค้า อุปกรณ์และเครื่องใช้กาแฟ การแข่งขันบาร์ิสต้าโลกปี ค.ศ. 2018 การคัดเลือกระดับภูมิภาคของจีน (CBC) กิจกรรม DIY เช่น Creative Market และนิทรรศการ “Story of Me and Coffee” ผู้บริโภคสามารถเลือกกาแฟคุณภาพสูงที่มาจากทั่วโลกได้เองที่งานเทศกาล นับเป็นการส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมกาแฟในประเทศจีนอีกทางหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลมาจากการวางแผนของประธานาธิบดี สี จิ้นผิงในปี ค.ศ. 2013 ถึงการวางโครงข่ายเส้นทางคมนาคมที่จะเชื่อม 4 ทวีปเข้าด้วยกันภายใต้ข้อริเริ่ม “หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง”

ตั้งแต่มีข้อริเริ่ม “หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง” อัตราการเติบโตของการบริโภคกาแฟโดยเฉลี่ยต่อปีในเอเชียอยู่ที่ 2.8% รองจากอเมริกาเหนือเท่านั้น การค้าระหว่างยูนิอันกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคจึงมีการกระชับความร่วมมือด้านการค้ากาแฟในตลาดเกิดใหม่กันมากขึ้น ในปี ค.ศ. 2020 สัดส่วนการบริโภคกาแฟยูนิอันบนแพลตฟอร์ม Tmall สูงถึง 245 ล้านหยวน เพิ่มขึ้น 135% เมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2021 (Zhao, 2022) กาแฟที่ผลิตในมณฑลยูนนานขึ้นชื่อในด้านความสม่ำเสมอของเมล็ดกาแฟ กลิ่นคาราเมลเข้มข้น กลิ่นอัลมอนด์ รวมถึงรสชาติของผลไม้บวกกับความหวานเล็กน้อยเป็นที่นิยมอย่างมากในตลาดกาแฟในปัจจุบัน

4.2.2.3 การสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนของจีน

ชื่อเสียงของกาแฟมณฑลยูนนานได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยรัฐบาลท้องถิ่น ในปี ค.ศ. 2017 รัฐบาลประชาชนมณฑลยูนนาน (云南省人民政府) ได้ออกประกาศเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟ โดยกำหนดประเด็นในการส่งเสริมออกเป็น 1) พัฒนาการเกษตรกาแฟสมัยใหม่ 2) ปรับปรุงระดับสารสนเทศของอุตสาหกรรมกาแฟ 3) ส่งเสริมการพัฒนาคลัสเตอร์ขององค์กรชั้นนำ 4) สร้างแพลตฟอร์มการพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟ 5) เสริมสร้างการโปรโมตแบรนด์ 6) จัดทำและปรับปรุงระบบมาตรฐานกาแฟ และ 7) เพิ่มความพยายามในการพัฒนาตลาด

นโยบายสนับสนุนเหล่านี้ก่อให้เกิดความก้าวหน้าครั้งสำคัญในด้านการปลูกและการแปรรูปกาแฟ ทำให้ในปีนั้น มณฑลยูนนานขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในการจัดอันดับการส่งออกกาแฟคิดเป็น 57.9% ของการส่งออกกาแฟของประเทศจีน และยังเป็นผู้จัดหาเมล็ดกาแฟรายใหญ่ให้กับบริษัทแบรนด์กาแฟต่างประเทศอย่าง



Nestle และ Starbucks มีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงคุณภาพกาแฟ ทั้งยังมีห้องปฏิบัติการกาแฟที่สำคัญแห่งชาติ ฐานเพาะพันธุ์กาแฟเมล็ดเล็กที่ยูนนาน ขณะเดียวกันยังมีการมีการฝึกอบรมเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟและปฏิบัติงานด้านกาแฟ เช่น การจัดชั้นเรียนการปลูกกาแฟต่างๆ รวมถึงการแปรรูปกาแฟ การคั่ว การจัดจำหน่าย เพื่อสนับสนุนผู้ที่มีความสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟอย่างยั่งยืน

นอกจากการสนับสนุนจากภาครัฐแล้ว ภาคเอกชน อย่างบริษัทกาแฟ Seesaw (西舍咖啡) ได้นำกาแฟ Single Origin เข้าสู่ชุมชนยูนนานในปี ค.ศ. 2012 และดำเนิน “โครงการยูนนาน” เช่น การอบรมหลักสูตรที่สำนักงานใหญ่ โครงการค้าขายตรงกับเกษตรกรในมณฑลยูนนาน โดยหวังจะเปลี่ยนยูนนานจากมณฑลเล็กๆ ทางตอนใต้ของจีนให้เป็นภูมิภาคกาแฟสีเขียวที่มีลักษณะพิเศษต่อไป (ปัจจุบัน Seesaw เป็นผู้ซื้อกาแฟสีเขียวรายใหญ่ที่สุดของมณฑลยูนนาน) ยิ่งไปกว่านั้นการก่อตั้ง Yunnan Coffee Trading Center หรือแพลตฟอร์มนวัตกรรมเทคโนโลยีอุตสาหกรรมของกาแฟยูนนานที่ก่อตั้งโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการด้านกาแฟของมณฑลช่วยให้แพลตฟอร์มบริการซื้อขายกาแฟนี้กลายเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในภูมิภาคอีกด้วย

มณฑลยูนนานมีสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมสำหรับการเพาะปลูกกาแฟเมล็ดเล็ก ในอนาคตการพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟของมณฑลยูนนานจึงสามารถสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่การบริการแบบใหม่ เช่น การสัมผัสประสบการณ์ดื่มกาแฟบนพื้นที่การผลิตกาแฟสำเร็จรูปของยูนนานที่เป็นจุดชมวิวดระดับ AAA ของประเทศ การลงทุนครั้งนี้สามารถสร้างเมืองกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ กล่าวคือ ในอนาคตมณฑลยูนนานอาจกลายเป็นเมืองที่เอกลักษณ์กาแฟโดดเด่นและเป็น “กังหันลมแห่งอุตสาหกรรมกาแฟของจีน” เพื่อสร้าง “เมืองแห่งวัฒนธรรมกาแฟแห่งแรกของโลก” (Lu, 2021)

4.3 แนวโน้มวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของจีนในอนาคต

ปัจจุบันตลาดกาแฟในประเทศจีนเติบโตอย่างรวดเร็วในอัตราเกือบ 30% ต่อปี ข้อมูลจาก iiMedia คาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2025 ตลาดกาแฟในประเทศจีนจะสูงถึง 1 ล้านล้านหยวน รวมถึงรูปแบบตราสินค้าของตลาดกาแฟของจีนจะเข้าสู่ช่วงการแข่งขันตัว สอดคล้องกับ “รายงานการวิเคราะห์ความต้องการตลาดและการวางแผนการลงทุนของอุตสาหกรรมกาแฟของจีนในปี ค.ศ. 2020-2025” ว่าในตอนแรกคาดว่าขนาดตลาดของอุตสาหกรรมกาแฟในประเทศจีนจะรักษาอัตราการเติบโตแบบผสมเฉลี่ยที่ 10% จากปี ค.ศ. 2021-2026 ภายในปี ค.ศ. 2026 จะมีมูลค่าเกือบ 1.7 ล้านล้านหยวน ข้อมูลระบุว่าตลาดการบริโภคกาแฟในจีนในปี ค.ศ. 2021 อยู่ที่ประมาณ 1 ล้านล้านหยวน โดยกาแฟสำเร็จรูปคิดเป็น 72% กาแฟสดคิดเป็น 18% และกาแฟพร้อมดื่มคิดเป็น 10% เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น อัตราการเติบโตของการบริโภคกาแฟของจีนเฉลี่ยต่อปี คือ 15% เกินกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของโลก (Wang, 2021)

Zhu Danpeng นักวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารของจีนกล่าวว่า องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนาด้านคุณภาพ ชื่อเสียงของแบรนด์ การบริการ ความเหนียวแน่นของลูกค้าและการสร้างบรรยากาศภายในร้านรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อที่แบรนด์กาแฟนั้นจะได้โดดเด่นจากการแข่งขันที่ดุเดือดในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่ง

ในอนาคตหากวิเคราะห์จากสถิติเครือข่ายข้อมูลอุตสาหกรรม ความนิยมในวัฒนธรรมบริโภคกาแฟของชาวจีน และการขยายตัวของกลุ่มผู้บริโภคกาแฟในปัจจุบันจะค่อยๆ กระจายจากเมืองระดับ 1 ไปยัง 2 และ 3 ในที่สุดตามขั้นตอนของนโยบายการผลักดันเศรษฐกิจภายในประเทศ ขนาดของตลาดกาแฟจีนในอนาคตอาจมีอัตราการเติบโตมากกว่า 20% เป็นเวลา 4 ปีติดต่อกัน (Zhu, 2020)

นอกจากนี้ ปัจจัยเพิ่มเติมที่ส่งเสริมการเติบโตของตลาดกาแฟในจีนคือการเปิดตัวผลิตภัณฑ์กาแฟที่หลากหลาย รวมถึงกาแฟสำเร็จรูปคุณภาพสูงและกาแฟในรูปแบบแคปซูล ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของร้านกาแฟแบบพิเศษที่ให้บริการกาแฟสดและประสบการณ์ที่แตกต่างยังเป็นแรงผลักดันให้การบริโภคกาแฟในจีนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

5. สรุปและอภิปรายผล

5.1 วัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน

วัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในจีนเริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1940 ด้วยการผลิตกาแฟสำเร็จรูป ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยความสะดวก ราคาถูก และรสชาติที่ดี การเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟยังเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ชาวจีนค่อยๆ ยอมรับกาแฟในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในจีนมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย โดยได้รับอิทธิพลจากตะวันตกผ่านสื่อและการลงทุนจากแบรนด์ต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม (Cultural Globalization) การเปิดรับวัฒนธรรมกาแฟยังแสดงถึงการปรับตัวทางวัฒนธรรมผ่านการผสมผสานกับวัฒนธรรมจีน เช่น การรวมกาแฟเข้ากับชาวม ที่แสดงถึงทฤษฎี Hybridization และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Feng (2021) ที่ยกตัวอย่างเมนูของ Hey Tea (喜茶) ที่ได้มีเมนูกาแฟขึ้น ซึ่งถึงแม้จะมุ่งเน้นการขายชาเป็นหลักและการเติบโตทางธุรกิจด้วยเครื่องดื่มประเภทชา แต่สุดท้ายก็มีการผสมผสานเมนูของชาเข้ากับเมนูกาแฟเพื่อปรับตัวและการอยู่รอดทางธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ปัจจุบัน

5.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในประเทศจีน (2012-2021)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกาแฟในจีนในช่วงปี ค.ศ. 2012-2021 แบ่งได้เป็นสองปัจจัยหลัก คือ 1) ปัจจัยทางการตลาดที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด การตอบโจทย์รูปแบบการบริโภคความสะดวกและปลอดภัย และ 2) ปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนที่มีต่ออุตสาหกรรมกาแฟท้องถิ่น หรือความร่วมมือระหว่างประเทศภายใต้ข้อริเริ่ม “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” ที่ส่งผลต่อการขยายตัวของตลาดกาแฟ ซึ่งการตัดสินใจบริโภคกาแฟของชาวจีนสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ซึ่งเน้นถึงสิ่งกระตุ้นต่างๆ เช่น การตลาด การเปิดรับวัฒนธรรม และการสนับสนุนจากรัฐ สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อความคิดและพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟของชาวจีนใน



ลักษณะของ Model of Consumer Behavior (S-R Theory) ที่สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

5.3 แนวโน้มวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟในอนาคต

แนวโน้มในอนาคตแสดงให้เห็นว่าตลาดกาแฟเงินจะเติบโตอย่างรวดเร็ว กาแฟสำเร็จรูปจะยังคงครองตลาดหลัก ในขณะที่กาแฟสดและกาแฟพร้อมดื่มจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมการบริโภคที่ยั่งยืนและแข็งแรงจะทำให้กาแฟไม่สามารถแทนที่ชาในชีวิตประจำวันของชาวจีนได้ การบริโภคกาแฟของชาวจีนหากพิจารณาตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Hierarchy of Needs Theory) จะเป็นการแสดงออกของความต้องการด้านสุนทรียภาพ (Aesthetic Needs) ความต้องการสร้างความพึงพอใจและแสดงสถานะทางสังคมผ่านการบริโภคกาแฟ ด้วยเหตุนี้ การตลาดกาแฟที่ผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น (Localization) อาจช่วยให้กาแฟเข้าถึงผู้บริโภคในพื้นที่ที่หลากหลายมากขึ้น โดยการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ทุกช่วงขณะอย่างรวดเร็ว

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การนำผลวิจัยไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจกาแฟ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกาแฟในจีนสามารถใช้ข้อมูลเชิงลึกจากการวิจัย เพื่อปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน เช่น กลุ่มผู้บริโภคในเมืองใหญ่ กลุ่มคนทำงาน หรือกลุ่มวัยรุ่น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟแบบตะวันตกและวัฒนธรรมการบริโภคแบบดั้งเดิมของจีน เช่น ชาวมผสมกาแฟ หรือกาแฟที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรจีน อาจเป็นทางเลือกที่ช่วยสร้างความแตกต่างในตลาด

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

การวิจัยต่อยอดอาจมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคกาแฟในอนาคตภายใต้ปัจจัยต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร เศรษฐกิจ หรือเทคโนโลยี

บรรณานุกรม

- Chen, Y., & Wang, L. (2020). *From tea to coffee: The shift of Chinese beverage culture*. Beijing University Press. (in Chinese)
- Feng, X.T. (2021). Deepening integration: Milk tea and coffee head for a clash. *Chinese Food*, 2021(20), 66-68. (in Chinese)
- Gao, Z. (2023). The role of Yunnan coffee in China's Belt and Road Initiative. *International Journal of Agricultural Economics*, 20(3), 203-215.
- Holton, R. (2000). *Globalization's cultural consequences*. In D. Held & A. McGrew (Eds.), *The global transformations reader: An introduction to the globalization debate* (pp. 172-177). Polity Press.
- Inglehart, R., & Pippa, N. (2003). The true clash of civilizations. *Foreign Policy*, (135), 64-73.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: The millennium edition*. Prentice Hall.
- Liao, S.M. (2021). Analyzing the marketing strategy of Luckin Coffee after Its delisting crisis. *Modern Marketing (Subsequent Journal)*, 2021(09), 54-56. (in Chinese)
- Liu, H. (2021). Consumer preferences and market trends in China's coffee industry. *International Journal of Food and Beverage Studies*, 14(1), 89-102.
- Lu, Y.H. (2021). Exploring the development path of coffee industry in Dehong Hugu. *Agricultural Development and Equipment*, 2021(04), 49-50. (in Chinese)
- Ma, C.L. (2020). The influence and analysis of college students' knowledge, attitudes, and behaviors towards coffee. *Processing of Agricultural Products*, 2022(24), 87-91. (in Chinese)
- Ma, W. (2018). Yunnan province coffee industry development report. *Yunnan Agriculture*, (12), 27-31. (in Chinese)
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- People' Government of Yunnan Province. (2017). *Yunnan Provincial People's Government Office's guiding opinions on the development of the coffee industry*. Yunnan Provincial People's Government Portal:
https://www.yn.gov.cn/zwgk/zfgb/2017/2017d11q/szfbgtwj/201910/t20191031_183804.html. (in Chinese)
- Rakkan, V. (1986). *Culture and behavior of the Thai people (2nd ed.)*. Bangkok: Odeon Store. (in Thai)
- Sapphachang, E. (2021). *Coffee bag packer (1st ed.)*. Amarin Printing and Publishing. (in Thai)

- Somutkoot, S., & Kita-asa, P. (1999). *Anthropology and globalization: Collected articles*. Nakhon Ratchasima: Thai Studies Room, School of Social Technology, Suranaree University of Technology. (in Thai)
- Sun, Z.J. (2020). China's coffee consumption market welcomes new opportunities for transformation and development. *Economy and Management Digest*, 2020(24), 36-38. (in Chinese)
- Wang, J., & Li, P. (2022). Prospects of coffee consumption in China: A global perspective. *Global Coffee Review*, 5(2), 67-82. (in Chinese)
- Wang, X.Y. (2021). Three transformations in the coffee market. *Food Industry*, 2021(04), 52-55. (in Chinese)
- Wu, Z.J. (2019). Research on the new retail model in the internet era: A case study of Luckin Coffee. *Chinese Market*, 2019(04), 130-131. (in Chinese)
- Yin, H. (2005). *The marketing research report on the Chinese coffee bean market* [Unpublished master's thesis]. Xiamen University. (in Chinese)
- Yu, X. (2021). A hundred billion coffee market spurs a battle, can coffee machines take off? *Electrical Appliances*, 2021(05), 48-50. (in Chinese)
- Zhang, X. (2019). The impact of trade liberalization on China's coffee consumption. *Asian Economic Review*, 30(2), 120-134. (in Chinese)
- Zhao, M. (2022). Research on promoting the export of Yunnan coffee under the "Belt and Road Initiative". *Economist*, 2022(03), 104-107. (in Chinese)
- Zhu, D.P. (2020). *China food industry analysis report*. Insight & Info Consulting LTD. (in Chinese)

Application of “Trinity Grammar” in Grammatical Interpretation of TCFL Textbooks-Taking A Case Study of “V/Adj.+ de” Bi sentence

Nawanan Woraditnitiwaraatorn

School of International Chinese Studies, East China Normal University

Shanghai 200062 P.R. China

E-mail: Nawanan_chen@163.com

(received 30 July 2024) (revised 10 October 2024) (accepted 22 October 2024)

Abstract

Based on the “Trinity Grammar” teaching system, this paper divides the functions and characteristics of the more flexible Bi sentence with “V/Adj.+ de” in the sentence pattern. In order to know more specifically the learners' mastery of this grammar point and their use of teaching materials, this paper designs three questionnaires on different test questions and the use of grammatical definitions in teaching materials, and makes a relevant investigation on Thai Chinese learners. From the survey results, we conclude that the typical mistakes of learners mainly include: students add adverbs of degree after “de”, the words they choose don't conform to the rules of this sentence, they haven't mastered the verb copy yet, and the words they choose don't conform to the logical relationship of the whole sentence. Finally, the view will design the internal functions of Trinity Grammar, combined with the answers to this questionnaire. According to this part, it can be divided into four dimensions: typical context, typical object meaning, typical comparison action and typical comparison content. These four dimensions are based on highlighting the characteristics of grammar items and learners' common cognition, so that teaching users can understand the internal relationship of the sentence pattern with “V/Adj.+ de” through these typical components, and at the same time, suggestions are put forward for improving the grammatical interpretation of Chinese as a tool for foreign language teaching resources.

Keywords: trinity gramma; Bi sentence with V/Adj.+ de; Grammatical interpretation of teaching materials; Thai Chinese learners



“三一语法”在于对外汉语教材语法释义部分的应用—— 以“V/Adj.+得”比字句为例

Nawanan Woraditnitiwaraatorn¹

中国 上海 华东师范大学国际汉语文化学院邮编 200062

邮箱: Nawanan_chen@163.com

收稿日期 2024. 7. 30 修回日期 2024. 10. 10 接收日期 2024. 10. 22

摘要

本文以“三一语法”教学体系，对句型内部较为灵活的“V/Adj.+得”比字句划分出其自身的功能及特征。为能更具体地了解到学习者对该语法点的掌握及对教材的使用情况，本文通过设计三种不同测试题型、教材语法释义使用方面的问卷，对泰国汉语学习者进行相关调查。调查结果表明学习者的典型错误主要有：学习者在“得”后位置加上程度副词、选用的词语不符合该句式的规律、尚未掌握好动词拷贝式以及选用的词语不符合整个句子的逻辑关系。最后，试图将三一语法，结合本次问卷的答题情况，设计出该语法项内部的功能。该部分内容可分为四个维度：典型语境、典型对象义类、典型比较动作和典型比较内容。这四个维度是以突出语法项自身的特征、学习者的共性认知为依据，让教学使用者能通过这些典型性成分，了解“V/Adj.+得”比字句句型内部之间的关系，同时也为汉语作为外语教学资源工具，提出改善语法释义部分的编排建议。

关键词：三一语法、比字句带 V/Adj.+得；教材语法释义；泰国汉语学习者

1. 引言

Feng Shengli, Shi Chunhong (2011) 在文中提到一个值得注意的观点“语法教学不能不讲结构”，但问题在于如何讲好那些结构。“三一语法”在这方面较有代表性的专题，冯胜利从汉语作为外语教学的角度进行研究，并提出“三一语法”体系。该教学体系的基本框架，由三个不同维度组成，分别为：句子的形式结构、结构的功能作用及功能的典型语境。可以看出，三一语法教学背后，其实是蕴含着形式派与功能派，其中提到的最后一个维度“典型语境”是研究者从实际教学的需求对语法内容的教学方式进行调整，以贴近学习者的日常生活与认知经验作为教学设计选用的依据。可以看出，这三个维度之间都是相辅相成的，在教学的过程中，可以参考或运用这三

¹ Nawanan Woraditnitiwaraatorn (陈玲珑)，女，泰国人，国际中文教育专业，博士生二年级

个维度来突出语法内部结构的形式与功能的特征，让学习者更进一步地了解自己在接触的语法内容“是什么”用来“干什么”甚至应该“在哪里”使用。换言之，除了从语言内部的句法相关内容来展开语法教学内容外，还应该从语用层面去考虑。这种教学方式对汉语作为外语教学的使用者有很大的帮助。此外，作为教师给学习者上课时，也不该只将语法结构、语言点直接翻译成学习者的母语，并要求他们按照已知的结构，或者公式单独地造出句子来，而应该告诉他们怎么运用那些语法结构，以及掌握语法项自身的相关功能。不过有时也需要根据教学对象进行调整。如果是初级学习者，使用母语解释对他们的学习会有一定的帮助。虽然在课堂上，很多时候不需要把相关的理论告诉学习者，但这并非意味着要把语法教学与理论视为不相融合的内容，正如 Liu Fangfang(2017)在前人研究的基础上，总结出相似的观点，他指出给学生讲授语法的时候，不只是单靠教师自身的经验，同时也不该直接把理论生硬地用到语言教学中。这一点就像我们不该将母语者的语言使用习惯，直接套用到外国学生的语言课堂上一样，而需要寻找适合他们的讲解方式。

“V/Adj.+得”比字句是汉语比字句当中的一种特殊比较式。每种语言都有表达事物之间的比较方式，是我们在日常生活中会采用到的一种表达手段。对于相关的句式，不少专家曾经采用各种定义与研究方法给这些比较句式进行分类，如：有的从意义上出发，有的从形式上出发，也有的将两个标准结合起来，但能够把这些来一一对应，确实是一件难以厘清的事情。正因如此，汉语中的比较句式类型就变得更加丰富、用法多样，致使扩展用法也随之而复杂，甚至有的还出现跟其他语法项有直接或间接的关系，比如：“V/Adj.+得”比字句。因此，我们选择汉语教学中的一个经典的语言点“V/Adj.+得”比字句句式作为研究内容，基于三一语法提出教材如何使用该教学体系对“V/Adj.+得”比字句或其他语法点合理地编写语法释义内容。本文通过设计测试和问卷调查对学习使用者使用该句式的情况、对教材语法释义部分的意见进行探究，希望能为教材编写提供更多需要注重的地方。

2. “V/Adj.+得”比字句相关研究

2.1 留学生“V/Adj.+得”比字句学习研究情况

比较式内容可谓是汉语作为外语教学的难点之一，而且也是汉语教学的典型语法项，学习者从初级阶段就开始接触到跟比较句式相关的教学内容。随着学习者水平的提高，比较句式的复杂度也随之而提升。此外，尽管到了高级阶段，有些学生还是没有掌握好该语法项。

Liu Hanwu,Ding Chongming(2021)总结 21 世纪初“比字句”在对外汉语教学研究

的四方个方面，分别为：比字句对比、比字句偏误、比字句习得以及比字句教学进行评述。研究发现，偏误分析方面的研究占比最多，而习得顺序研究占比最少。他们对当初的比字句研究内容进行全面论述，并总结出 21 世纪相关的研究内容，发现大多研究采用的是定量研究方法，很少将语用、语义和句法三个平面结合起来。于是，他们认为如果未来能将这三个层面结合在一起，会使比较句式的研究成果变得更有说服力。如果根据不同评述的内容来看，偏误分析方面的研究大部分以搜集语料与问卷设计方法为主，在偏误类别中，错序类是“比”字句最常见的类型；从习得顺序方面来看，很多研究将学习者使用的正确率来构拟教学顺序，可实际上“正确”并非意味着学习者“已经习得”；最后是从教学实施角度方面来考察，他们发现这时期的研究，主要是学者们设想出一些教学建议，而很少从实践教学出发，因此，他们认为未来的研究可以将过去已设想过的教学建议来进行验证，证明哪些方法对教学有帮助。

从这里可以看出，在汉语作为外语教学中，“比字句”的研究一直受到研究者的关注，因为比字句类型丰富，而且也是学习者很早就接触到的一种语法项，所以在学习的过程难免会出现各方面的错误。正如 Lu Fubo (1996) 曾表示，在学习的过程中，当非母语学习者的语法尚未完整建立，他们一般会采用简单的类比方式进行推导，其实这样的做法正是偏误产生的源头之一。因此，为能弥补它的不足，且寻找更多有效的教学方法，诸多学者就陆续从不同的角度对该语法项进行研究。

首先从偏误方面的研究来看，Qiao Yanni (2010) 初步考察留学生使用“比”字句的情况，她发现学习者的偏误主要有：在比字句中加上程度补语、比较项与形容词谓语句搭配不当。因此，她在文中提倡，最好应该加强语言实践，并且提高学习者的语感，这样才有利于纠正、提高他们的汉语表达能力。Dai Xuexi (2006) 也采用偏误分析方法考察学习者使用“比字句”的情况。研究表明，出现最多的错误是比较项与比较结果部分，其主要原因来自于这两个比较成分的复杂关系，加上学习者在学习的过程中，通常只看句子的形式，而忽略句中的其他成分，于是他建议最好先把基本的用法教给学习者，练习部分也尽量按照习得顺序来引导。但我们认为，主要的问题在于，什么样的习得顺序适合学习者？习得顺序是按照难度还是复杂度来区分，难度和复杂度真的能决定习得顺序吗？其实这是一个不好回答的问题，因为每一个国家的学习者，他们的母语背景对不同句式的掌握情况与能力也有所差异，有时候，我们排列的顺序也许对某一个国家的学习者来说比较难，相反，对另外一个国家的学习者并没有那么高的难度，那这样该如何划分呢？吴勇毅教授曾在课堂上讲过²，其实所谓“难度”主要是从心理上引发而来的，在学习语言的过程中所出现的错误，应该说是“语言自身的

² 吴勇毅教授曾在二语习得研究课上，给笔者与班上的其他同学讲解过有关语言学习的难度和复杂度方面的观点。

复杂程度”。因此，如果把难点改成重点，或者改成教学使用者需要注意的地方，会好一点儿。

Guan Zhibin (2010) 从语义和句法来分析现代汉语“比字句”的典型与非典型功能，结果表明，典型“比字句”主要由四个方面组成，分别为：比较主体、比较标记、比较客体和比较结果，而非典型的语义特征含有：胜过、不及、泛比、等同和极比。虽然“比字句”的基本功能是用来比较两个事物之间的差异，但由于句法结构不同，致使它所表达出来的语义会存在一定的差异。

上文已经论述过跟“比字句”有关的教学情况。众所周知，该语法项类型丰富，形式也复杂，有的是跟另外一个语法项交叉在一起，其中“V/Adj.+得”比字句补语也是学习者经常出错的一种句式。那么“V/Adj.+得”和“比字句”相结合之后，它的语义特征主要体现在哪个方面呢？Tang Yiping (2019) 通过语法构式对“得”字句表示结果部分进行研究，并指出“得”字句体现于，某人发出某个动作后，由于达到某种程度，或频率之高低或力量之大小或时间之长短或其它能对结果造成影响的因素，使某人或某物受到影响，最后影响到某种结果。这些动作的结果都涉及“量”和“程度”，只要这些词语在特定语境中使用，就能体现其特征。因此“得”字的中心因素是结果意义的。虽然文中提到现代汉语“得”字可划分为四种意义具有：表结果、状态、程度和可能，但我们发现其实这四种意类都存在交叉性，有些组合成句后，还可把它看成其中的某种类型。就如唐一萍，Tang Yiping, Wu Rangke (2020) 后来在他们的研究里表示“得”字之间既有相似性，又有各自不可被替代的功能，犹如网络系统那样。总之，动作的程度对动作结果产生影响，同时动作结果也已经体现出了动作的程度。除此之外，由于这种句式在语法上有较为复杂的功能，这会使人类的认知和语言使用的要求有更高的变动性，从而开始扩展出更多的用法与功能。不过“从外在语言方面来看，语言的变异是常态的，当语言变异被频繁使用并泛化，就会逐渐固化为新的语法构式” (Lu Jianming, 2016)。

Ke Weizhi (2012) 整理泰国学习者汉语补语习得与应用方面的研究，在所有出现偏误的可能性的表格中显示，泰国学习者对状态补语偏误的可能性与偏误，主要体现在这三个方面：一是略用“得”助词，二是动词带宾语时没有把它写成重动形式，三是在句子中缺少程度副词。从他的研究来看，泰国学习者出现比字句方面的偏误，主要跟状态补语“得”字句自身规则的复杂度相关，因为在泰语中没有这种重动的用法，那么当学习者在学习跟状态补语有关的语法项时，就会容易出现类似的错误。因此，他建议汉语教学应该增强针对性方面，结合各个国家学习者的语言认知。因为从当初的情况来看，无论是教学方法还是教材的编写，一般都是以英语母语者作为教学开设

的主要对象，致使汉语教学还不能够很好地满足其他非母语者国家。比如 Kanokporn Numtong (2020) 的研究，她根据自己的教学与翻译经验，总结泰国学生在翻译的过程经常出错的地方，文章里主要从泰国学生对定语、状语、补语的翻译情况出发，分析对学习造成偏误的因素。其中她在补语翻译部分提到，有些汉语句式形式确实无法一一对应翻译出来的，甚至有些句子，虽然能翻译成泰语，但写出的意思也未必能达到汉语原句所要表达的意思。

我们看到前人对“V/Adj.+得”比字句的相关研究，看到该句式所出现的典型偏误以及复杂度。可以说，产生偏误的原因并非一件简单的事情，不同国家、不同水平的学习者的偏误与难点都存在一定的差异。前人的研究更多的从学习者使用该语法点的情况提出教学建议，而对于教材的编写并不多。那么作为提供教学资源的工具，“教材”最好也应该将前人从其他角度发现的问题对语法释义部分进行调整。

2.2 教材中“V/Adj.+得”比字句的编排情况

目前我们在教材中看到的语法项的标注与释义内容就会发现，不少教材存在结构、功能释义方面的不足。虽然那些典型的句式标注得很清楚，但如果进一步观察，那些内容真的能满足教学使用者的需求吗？很多时候还是无法对这些问题下定具体的结论，比如：教材给出的例子与练习跟语法释义部分的句式不太吻合；有些语法内容存在交叉现象，能分出多种类别，可是教材却没有把那些不同类型的语法项进行合理地分配，这里所指的分配是排列顺序方面，如教材把具有多种类型的语法项，同时编写在一起，没有对各个句式的功能特征进行区分等。除此之外，教材中的语法点释义方法比较单一，大部分的呈现形式集中在描述结构的意义，很少从结构形式内部的语义关系、常用搭配、语体等这些角度作为释义的依据。因此，语法教材编写可以考虑把意义与结构结合起来，甚至可以多用图片、表格、公式来丰富语法内容的呈现形式。(Li Qiang, 2018)

“好产品离不开编辑的精雕细琢，离不开编辑的创造性劳动” Tang Qijia(2020)。从教材编写研究的角度来看，我们可以对这方面深入探讨，提倡如何引导学习者去运用语言，而不是纯粹地学习语言知识。另外，授课过程也不该把语法有关的看成静态的教学内容。根据前文提到的现象，正是“V/Adj.+得”比字句在面临的问题。笔者通过考察相关文献后发现，目前汉语作为外语教学的教材对“比字句”的划分类型，以及释义存在一定的差异，如：有的教材把该句式进行分类解释，而有的直接把所有的比字句类型同时放在一起，甚至还出现给出的例子跟学习者在教学内容中接触到的不一样，比如：“他比我跑得快”、“他比我唱得好”、“他比他朋友来得早”、“她翻译课文比我翻译得好”等诸如此类的句子。最后根据初步考察的结果，我们还发现

各个教材对“得”后位置成分的说法也不一致，具体情况如下：

表 1 教材中“V/Adj.+得”比字句标注情况

教材	结构
《汉语教程》2 册（上）	A 比 B + 动词 + 得 + 补语 A + 动词 + 得 + 比 + B + 补语 A 比 B + 动词 + 得 + Adj.
《成功之路》顺利篇 2	A + 动词 + 得 + 比 + B + Adj. A (V) O V 得 比 B Adj. A (V) O 比 B V 得 Adj.
《发展汉语》综合 2	A 比 B + Adj. /VP + 程度
《新实用汉语》2	S + 比 + N/Pr + VP

通过表 1 可以看出教材对“得”后位置标注的区别，其中两部教材《汉语教程》、《成功之路》采用同样的词语来解释“得”后位置。前者与后者将结构上的“补语”和“Adj.”释义为“状态补语”，而另外两部教材却没有对此结构进行明确的说明，但相比起来，在例句数量方面，《新实用汉语》给出的例子比其他教材多。目前出现的分歧主要有两种，分别为“程度补语”与“状态补语”。那么“得”后位置的成分到底属于哪一类补语？首先需要区分清楚以上提到的两种补语存在哪些方面的共同点与不同点，其次需要根据划分出的结果给教材中出现的释义标注方式做出调整，这两种处理方式都以应用、汉语作为外语教学的角度为研究的出发点，有关这一部分将从以下内容进行探讨。

笔者认为，如果提供教学资源的工具对这些结构标注不够清楚，那这是否会给教学使用者带来教学方面的影响呢？当然，在教学的过程中，也不能完全依赖书上所给出的内容，但作为一个最重要的教学资源，笔者希望教材应该能为教学使用者，提供较为准确的基本知识的依据，因为好的教材会对非目的语环境学习者与非母语教师给予很大的帮助及作用。那么总结出四部教材对“A 比 B+V/Adj.+得_____”或者“A+V/Adj.+得+比+B_____”后位置标注的情况，主要有“程度补语”与“状态补语”。根据现有的经典语法著作和语法教材，虽然“得”位置通常是补语，可是在现代汉语中，各个补语的语义及其作用却不能被看成是同一种类型，它们的共同点在于位置上(ZhaoWeidong, 2016)。其他共同点的还有，Shen Jiaxuan(2010)在文中表示，各个补语类型都含有抽象的结果义，趋向补语、状态补语、程度补语，也属于结果补语。前人对这种带“V/Adj.+得”的比字句与补语的解释说明，一种由动作行为、性状而表现出来的一种状态，而这些表示动作的词语（述语动词或形容词）通常出现于

“V/Adj.+得”比字句的后位置 (Huang Borong, Liao Xudong, 2007)。因此, 笔者认为, 我们可以把该语法项的补语部分初步概括为“状态的一种说明”。

通过以上内容可以看出, 对外汉语教材还存在许多不统一的语法释义现象, 尤其是补语方面的内容, 这也许是在汉语学界当中, 有关补语的研究曾热论一时, 到目前还存在分歧。因此, 笔者认为这也是导致对外汉语教材出现编写不一致的因素之一, 而且这些现象给汉语作为外语教学带来一定的影响。Yang Guang (2013)总结了前人对状态补语的分析, 并在文中对状态补语内部的作用进行解释, 他指出“得”后面的形容词一般用来陈述、描写、判断, 也可以用于陈述动作的过程和动作的状态。例如:

- | | |
|-----------------|------------|
| 1. 他比我跑得快。 | 他跑得比我快。 |
| 2. 他比我唱得好。 | 他唱得比我好听。 |
| 3. 他比他朋友来得早。 | 他来得比他朋友早。 |
| 4. 她翻译课文比我翻译得好。 | 她课文翻译得比我好。 |

上述例子出现于“得”后位置。“快”、“好”、“早”等这些词语, 主要解释说明“得”前面的动作。例 1 说明“跑”状态的速度; 例 2 说明“唱”状态的能力; 例 3 说明“来”状态的时间; 例 4 说明“翻译”状态的质量或能力。另外, 有人认为“他比我来得早”和“他来得比我早”这两个句子所表达出来的意思都一样, 只是句中想要强调的重点不同。前者更强调比较对象之间的差异, 后者更强调比较动作。通过观察句子内部可以看出, 表示状态的词语通常是性质形容词。但目前, 很多非目的语环境的学习者所使用的通用汉语教材中的语法解释和标注过于简略且不统一。

综上所述, 如果需要给教材中的“V/Adj.+得”比字句后面的补语, 找出一个较为明确, 且能让学习者容易理解的释义方式, 笔者认为“状态补语”这种名称比较适合该比字句类型。主要原因是当我们将两个或两个以上的对象进行比较时“V 得 Adj.”更加突显评价的语义, 而“V 得+很 Adj.”更加突显描述的。(Wang Ying, 2020)。也就是说, 说话人已经对两个事物所发出的状态做出了一种评价和判断。结合前人对状态补语的分析, 可以将“V/Adj.+得”比字句类型理解为, 说话人对两个发出动作及状态的人或事物进行评价、判断, 而“得”后面的补语, 充当被评价出来的扩充强调内容。

3. 实验调查设计与对象

为了解学习者对“V/Adj.+得”比字句的理解与教材语法释义的情况，笔者将通过问卷调查方法，考察 33 名泰国本土汉语学习者。测试问卷由三种不同的测试题型构成，分别为：第一种测试题型要求学习者根据上下文填写“得”后面的补语成分；第二种测试题型要求学习者根据上下文填写“定语”和“补语”成分，这一部分主要考察学习者能否选出符合上下文的词语；第三种测试题型要求学习者将基本的“A 比 B_____”句式，改写成“A 比 B+V/Adj.得”句式。通过以上三种题型，初步考察学习者对该句式类型的掌握程度，从调查结果中看他们对比较状态与比较点之间的使用情况。本次调查共有 33 名泰国本土学习者参与。出现在测试结果中的整体问题如下：

第一种题型：

- (1) *马丁比我跑得很快。
- (2) *丽丽比我学得聪明。
- (3) *李龙汉语比别的同学说得慢，老师一问他就能回答，每次说什么都不用想。
- (4) *虽然她显得很瘦，但吃饭吃得比男生饱。
- (5) *因为王力是大四学生，最近熬夜写论文，所以他睡得比张兰困。

第二种题型：

- (6) *小明比班上的同学坐得很快，到教室的时候都已经看到小明坐在里边了。
- (7) *去吃饭的时候，我走得比他高兴，所以每次都是我在等他。
- (8) *在舞蹈班上，林林跳舞得比其他同学很好。
- (9) *大家都说我漂亮得比别人好。
- (10) *在路上他走得比一般的车快。

第三种题型：

- (11) *他比我的成绩得高。
- (12) *妈妈比外面做菜得好吃。
- (13) *我觉得李丽演技得比其他男明星好。
- (14) *林林比其他同学写作文得长。
- (15) *老师说得我比我学汉语的速度一般的人快。



表 2 学生“V/Adj.+得”比字句调查结果

序号	符合 (人数)	占比 (%)	不符合 (人数)	占比 (%)	不回复 (人数)	占比 (%)
Q1	25	75.8	8	24.2	—	—
Q2	18	54.5	15	45.5	—	—
Q3	19	57.6	14	42.4	—	—
Q4	13	39.4	19	57.6	1	3.0
Q5	13	39.4	19	57.6	1	3.0
Q6	13	39.4	19	57.6	1	3.0
Q7	16	48.5	17	51.5	—	—
Q8	12	36.4	21	63.6	—	—
Q9	9	27.3	24	72.7	—	—
Q10	9	27.3	24	72.7	—	—
Q11	3	9.1	29	87.9	1	3.0
Q12	5	15.2	26	78.8	2	6.0
Q13	7	21.2	23	69.7	3	9.1
Q14	10	30.2	22	66.8	1	3.0
Q15	9	27.3	23	69.7	1	3.0

注释：N=33，“—”表示 没有

以上十五道题是从测试结果中筛选出具有代表性的答案，通过例子来看 33 名学习者的调查结果，可以发现，第一种题型的准确率（第 1-第 5）高于第二种题型（第 6-第 10），而第三种题型的准确率（第 11-第 15）低于第一种与第二种题型。根据考察参与本次问卷调查的汉语学习者的三种不同题型的答题情况，可将他们出现的问题概括为以下几点：

一、学习者在“得”后面加上程度副词。虽然在单独的状态补语中，可以将程度副词添加进去，但由于“比字句”本身已具备表示程度的功能，采用该句式类型的时候，不需要在句中加上“很”、“非常”、“太”诸如此类表示程度的词语。比如：第 1 题“*马丁比我跑得很快”；

二、选用的词语不符合该句式的规律。如果按照该语法项的公式来看，有些测试题，学习者填写的词语是符合语法的，但在语义层面上，那些词语却不符合整个句子所要表达的内容。比如：学生在“得”后面写的是“形容词”词性，但其实并非是所有形容词都能进入“V/Adj.+得”比字句。比如：第 2 题“*丽丽比我学得聪明”，划线词语的形容词“聪明”是人类具备的一种智慧，所以更多的不是通过学习而获得的；

三、尚未掌握好动词拷贝式。出现带宾的动词时，学习者没有将动词部分重复一遍，而直接在带宾动词后面加上其他词语。出现这样问题的主要原因是，泰语中没有重动的表达方式。另外，我们进一步观察测试结果还发现，汉语水平较低、汉语学习时间较短的学习者经常出现这样的错误。比如：第 8 题“*在舞蹈班上，林林跳舞得比其他同学很好”；

四、选用的词语不符合整个句子的逻辑关系。学习者在句中填写的动词跟形容词没有关联性，写的词语符合语法，但结合上下文后，语义却不匹配。比如：第 3 题“*李龙汉语比别的同学说得慢，老师一问他就能回答，每次说什么都不用想”。

基于测试结果中出现的上述四类问题，我们可以初步了解到学习者对“V/Adj.+得”比字句的掌握情况还不那么好。在测试结果中，较为明显的错误主要集中于“V/Adj.+得”比字句补语成分。根据我们的推测，这也许是该句式成分与“比字句”组合起来后，两种语言的表达方式有较高的灵活性，如果给出的语境比较开放、没有上下文的限制，句中的补语、动词成分是可以互换使用其他词语的。如：第 9 题“大家都说我_____得比别人_____”。虽然是人与人之间的比较，但在句中却没有具体上下文的要求。因此，学习者可以在两个空格中，填写各种能跟此方面结合的比较内容，比如：可以在句中填写能力方面的比较、速度的比较，或者日常生活方面的比较等。关于这一点 Bian Chengjian (2008) 也在前人研究的基础上指出，这种比字句的结构比较复杂、句中的位置也很灵活，不太适合初级学习者。另外，在第三种测试题型中，还发现不少学习者，不仅尚未掌握好该句式类型的用法，而且对整个句子所要表达的内容还不够理解，致使他们在选词或改写句子的时候出现词不达意、顺序混乱的现象。比如：第 11 题“*他比我的成绩得高”；第 15 题“*老师说得我比我学汉语的速度一般的人快”。

当然，导致学习者出现这些错误的因素，并非局限于以上提到的内容，其实如果再进一步仔细划分，肯定还会存在很多方面的因素，但这些调查结果，主要从本测试问卷的答案总结出来，笔者希望能通过这些答题情况提出跟教材语法释义相关的建议。由于处在非目的语环境的学习者、非母语教师主要依靠或参考的教学资源及工具是教材。于是，笔者将试图基于三一语法教学体系，结合前人的研究、学习者对教材使用情况的调查结果来设计语法释义的建议。

表 3 学生对“V/Adj.+得”比字句与教材使用情况

序号	学习者同意度（百分比）					平均值	标准差	结果
	5	4	3	2	1			
Q1	78.8	18.2	3	—	—	4.8	0.5	符合
Q2	63.6	24.2	9.1	3.0	—	4.5	0.8	比较符合
Q3	15.1	21.2	18.2	18.2	27.3	2.8	1.4	不确定
Q4	39.4	27.3	27.3	3.0	3.0	4.0	1.0	比较符合
Q5	33.3	24.2	27.3	12.1	3.1	3.7	1.1	比较符合
Q6	42.4	30.4	24.2	—	3.0	4.1	1.0	比较符合
Q7	63.6	30.3	6.06	—	—	4.6	0.6	符合
Q8	33.3	48.5	15.1	3.1	—	4.1	0.8	比较符合
Q9	36.4	18.2	24.2	15.2	6.1	3.6	1.3	比较符合
Q10	33.3	21.2	27.3	18.2	—	3.7	1.1	比较符合
Q11	3.0	15.2	51.5	3.0	27.3	2.6	1.1	不确定
Q12	66.7	21.2	9.1	3.0	—	4.5	0.8	符合
Q13	18.2	21.2	27.3	18.2	15.1	3.1	1.3	不确定
总数	40.55	24.71	20.74	7.5	6.5	3.9	1.0	比较符合

注释：N=33，“—”表示没有，5表示符合；4表示比较符合；3表示不确定；2表示不太符合；1表示不符合。³

表 3 为学习者对“V/Adj.+得”比字句与教材使用情况的评估，共有 13 道题。从表中可以发现，平均值最大的是第 1 题“我学过 A 比 B+V 得 Adj.”；平均值最小的是第 11 题“如果没有老师，我可以通过现在使用的教材自学语法”。学生对“V/Adj.+得”比字句与教材使用情况的符合程度的评估，总数平均值为 3.9，标准差为 1.0，这表明 33 名泰国学习者对该句式的理解情况，与教材语法释义部分的符合程度趋向于“比较符合”。通过该数据结果，学生对自我认知的理解进行判断与测试题出现的结果不完全一致，即不符合的句子比符合的高（详见表 2 的结果）。换言之，学习者对“V/Adj.+得”比字句的实际使用情况并非跟他们对教材使用情况的判断相符合。

从三个表格的调查结果来看，这三者之间的结果都是相互关联的。虽然在表 3 中，学习者的整体答案倾向于“比较符合”但其中有三道题的调查结果显示“不确定”分别为：第 3 题“我不常用‘A 比 B+V/Adj.+得 Adj.’”、第 11 题“如果没有老师，我可以通过现在使用的教材自学语法”、第 13 题“我很少看到教材中的语法释义提到什么时候用、在哪里用”。通过这些调查结果看出，学习者还是希望在学习语法的过程

³ 本次调查结果的评估，我们对五个符合程度的评估标准为 1.00-1.50 之间表示不符合；1.51-2.50 之间表示不太符合；2.51-3.50 之间表示不确定；3.51-4.50 之间表示比较符合；4.51-5.00 之间表示符合。

中，会有教师来讲解。最后需要说明的是，以上三个表格的调查结果并非纯粹受到教材的影响，实际上它受到诸多方面因素的影响。作为提供教学资源的工具，可以通过以上总结出的错误特征，找出改善的方法来弥补不足之处，以及教材编写时需要注意的地方。

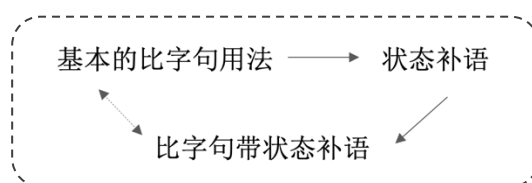
4. 典型性成分对“V/Adj.+得”比字句语法释义及呈现形式的建议

结合前面提到的“三一语法”体系中的结构的形式、功能的作用、功能的显性语境三个维度后，我们可以从这些方法有机地对教材中的语法释义部分进行调整，并且进一步将三个维度深入扩展，突出各个语法项本身的功能及特点。笔者试图在“三一语法”典型语境视角下，将“V/Adj.+得”比字句细化分出它可能出现的典型性成分。

就我们所知，基本的“比字句”成分通常有两个参与者的比较点（主体与客体）；内容比较（需要比较的重点），但“V/Adj.+得”比字句主要体现于，对象动作比较之间发出的补充成分，根据考察该语法项的结构形式、功能及相关语境后，笔者将此部分重新扩展出的内容总结为：典型语境、典型对象比较、典型内容比较，以及典型动作比较。目前教材中出现的释义更偏向于单一使用公式来解释结构的用法。

如果从该句子内部来看，我们曾经提到过，这种比字句里边存在交叉现象。因此，笔者认为教材可以事先将两个语言点分开来编写，最后再把同时出现两种语言点的句型教给学习者，比如：先教基本的比字句，因为学生最初接触到的是形容词作谓语用法，那么当我们给学习者教基本的比字句用法后（A 比 B+形容词）就可以将他们已经学过的内容去引导跟其他语法项有关的，比如：“高”学生最初接触到的可能是，介绍家庭成员的形象“我的爸爸很高”改写成比字句时“爸爸比我高”，当学生掌握了“A 比 B + 形容词”用法后，再把“高”引入到“状态补语”用法，如：考试分数“考得很高”等到学生接触“A 比 B+V/Adj.+得”的时候，就可以告诉他们“A 比 B+V/Adj.+得”主要用来比较、评价两个对象发出的动作，如：“他考试比我考得高”或者把它换成之前学过的另外一种表达方式“他的考试成绩比我高”。将以上的教学顺序总结出如下：

图 1 “V/Adj.+得”比字句教学顺序



那么“V/Adj.+得”比字句语法释义主要的典型性成分，分别为：对象比较、内容

比较、动作比较以及语境。这四个典型性成分是根据该句式比字句自身划分出来的。由于每一个语法项都有其自身的特点。笔者认为，语法教材编写应该把意义与形式相结合起来，当然大家都知道世界上没有十全十美的东西，同样，在教学这方面也没有所谓“无所不能的教材”，所以我们才应该不断地去探索、找出更多的方法来增补不足的地方，满足学习者的语言使用。另外，教材里的内容还要考虑时间方面，因为不同时代的学习者和社会发生的情况都不一样，所以笔者认为教材有必要跟紧时代来更新里边的内容，正如 Ding Anqi, Chen Wenjing (2021) 在文中提到的观点“教材应能反映时代发展新趋势”、“教材的形式会随着社会发展和科技进步不断改善”。换言之，好的教材是学习者学习的好工具，同时也是教师教学的最佳工具，甚至是各个层级教师的好助手。总之教材在引导教师教学思路的同时，教师也在发挥教材的作用，两者互相辅助。

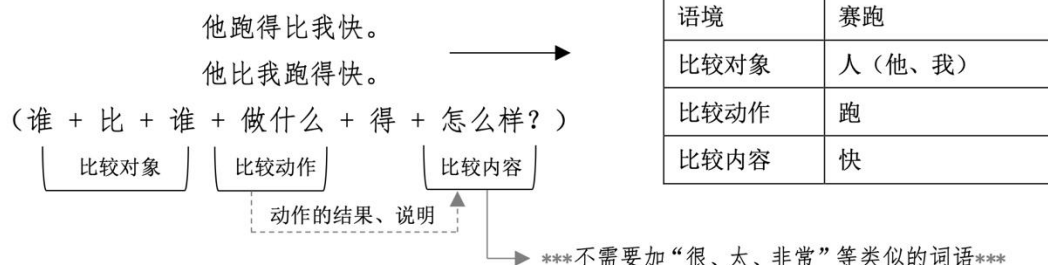
4.1 “V/Adj. +得” 比字句典型性成分——基于三一语法扩展

前面提到过关于四个维度的典型性成分，这些都是在“三一语法”体系的基础上扩展出来的，笔者认为可以通过功能、结构、形式内部的语义关系突出“V/Adj. +得”比字句的用法，先让学习者大致了解典型性之间的关联度。关于典型性语境、典型对象义类、典型比较动作，以及典型比较内容的具体情况如下：

图2 “V/Adj. +得” 比字句典型性扩展内容

语境	赛跑、公布成绩、在 KTV、在饭馆				
比较对象	人、事物、处所等（主要是人发出的动作）				
比较动作	跑步、游泳、做饭、画画、跳舞、学习、考试、学习、唱歌、说外语、写作、吃东西、表演				
比较内容	速度	时间	质量	数量	能力（其他）
	快、慢	早、晚	好、不好	多、少	好、差

例如：



4.1.1 典型性语境

第一个维度：语境对汉语作为外语教学来说，是一个极其重要的成分，因为它能帮助学习者更好地理解一个语法项的意义和用法，且能避免交际中出现词不达意的语

言表达现象，尤其是那些结构看似比较固定的语法项，提供相应的情景能提升学习者对语法教学的理解能力。如：“参加赛跑”、“老师检查学生的作文”、“起床的时间”等。将这些情景放到语法释义部分，通过具体、熟悉的信息来引导学习者，如让学习者思考这些情景一般会出现哪个方面的比较内容。

4.1.2 典型对象义类

第二个维度：在日常生活中，我们通常会拿什么来比较？通过以上表格可以看到，无论在汉语还是其他语言中，其实使用事物类型来比较并不是那么多，大多情况下还是会出现共性的认识和比较内容，较典型的可以概括为人、事物、处所等。而且前后所比较出来的对象还可分别为，同一个事物的不同个体或者不同时间等。如：“马丽比小张”、“今年的我比去年”、“妈妈做饭比外面”等。

4.1.3 典型比较动作

第三个维度：当我们知道了在哪儿发生、跟什么对象比较，这时就可以根据前面部分所提供的信息，进一步地筛选符合情景与对象之间的动作。如：马丽和小高参加赛跑，我们知道语境信息是跑步比赛，是人与人之间的比较，通过这两个部分的内容，就能快速地判断出比较动作应该用“跑”。再如，公布期末成绩，我们一般需要通过考试手段来获得，很明显这一部分的比较动作是“考试”。

4.1.4 典型比较内容

第四个维度：比较内容，这个部分主要根据对象比较维度发出的动作，结合情景推出整个句子所要比较的内容（对动作进行补充、评价）。如：上面提到公布期末成绩、动作或状态比较的重点是考试，初步推出已知的信息后可以知道，当我们对两个人的考试成绩进行比较时，通常会比较他们的分数是“高”还是“低”等。另外，教师在课堂上给学生讲解这部分的内容时，也可以强调使用该句式时通常不需要再加程度副词。

虽然“V/Adj.+得”比字句类型的结构相对来说比较固定，但句中的状态补语成分，可根据不同的内容及情景适当地调整及替换，只要它能进入同一个范畴的比较内容，就能在这部分共同使用。Zhang Xin (2018) 曾对各种“比字句”进行探析，并在文中提到两个参与必须具备语义上的相关性，而且要符合人类的认知才能合理地进行对比，比如：“这种蛙比普通蛙跳得高”这个句子主要对两种蛙的跳高能力进行评价。再比如：写作文，我们可以比较内容的质量、篇幅及写作的速度，或者动作比较方面，如：现在除了用手写字，我们还可以用电脑或手机打字等。其实这些都跟学习者的认知水平，及认知能力密切相关，推导出来的补语内容也跟前面四个典型性有一定的联系。比如：“他比我高”这里的“高”指的是个子高。相反，“他考得比我

高”这里的“高”并非表示个子，而主要强调分数多的意思。这是从该语法项的形式与内部的意义来解剖“V/Adj.+得”比字句之间的关系。有关这方面，Wu Heping and WangJing (2016) 曾经在“基于用法”理论的研究，对语言形式与意义部分指出“语言中的意义是一种认知结构，只有在与其对应的认知结构中才能理解一种语言形式的意义”。总之，我们应该将语法项自身的功能结合学习者的认知经验，创造贴近日常生活、给予运用语言的机会。

通过这四个典型性的维度，学习者可以根据教材提出的具体语法释义，选出符合自己想要比较的重点内容。此外，这四个维度已概括了这种比字句类型的内部结构，呈现方式与释义形式不再是单独操练语法。它的流程体现于前一个为后一个成分提供相关的信息，当然笔者扩展出来的典型性成分，不能完整地涵盖所有的语法项，但至少设计出的这些释义方式，可以为教材释义部分提供参考，以及弥补教材中的“内容单调，缺乏实用性，语法解释让人摸不着头脑”等一部分问题。(Wu Zhongwei, 2019)。除此之外，我们知道教科书存在字数、篇幅限制等问题，而且里边的内容并非只围绕在语法部分。因此，教材语法释义的编写“得采用点拨教学”的方法，不能面面俱到，更不能来一场“倾盆大雨”，因为这会让学生“感冒”的(Lu Jianming, 2018)。

5. 总结

本文通过考察现有教材的不足，并指出教材使用者的偏误与对教材使用的意见，从而基于三一语法的应用，提出教材中的语法点如何根据该教学体系合理地编排“V/Adj.+得”比字句结构。本次考察研究结果表明，学生对教材语法释义的整体结果倾向于“比较符合”。三种测试题型主要出现的错误分别为：学生在“得”后位置加上程度副词；选用的词语不符合该句式的规律；尚未掌握好动词拷贝式；最后，如果按照语言公式与结构来看，选用的词语符合语法，但不符合上下文的逻辑关系，出现词不达意、语序混乱现象。不过这一结果却与学生实际使用该语法点的情况并非完全符合，当然影响因素还涉及到其他方面的不足，但笔者认为至少上述出现的问题是能为教材的编写提供需要更多强调的内容。于是，笔者试图基于三一语法教学体系，将学习者的答题情况及他们的意见，对教材语法释义提出相关的建议。三一语法教学体系扩展出的典型性成分，主要针对“V/Adj.+得”比字句语法项内部的功能设计出来，分别为：典型性语境、典型对象义类、典型比较动作与典型比较内容。

最后需要说明的是，由于本次调查的样本量有限，结果可能不足以代表所有泰国汉语学习者的情况。此外，我们也发现教材的使用，特别是语法释义编写，与教师的教学方法有很大的关联。如果将来条件允许，我们还计划对教师进行访谈和调查，希

望能从学生和教师两个角度进行更深入的分析，并提出更有价值的教材语法释义编写的建议。

参考文献

- Bian, C.J. (2008). *A comparative analysis of the compilation of grammar items in basic Chinese language textbooks for undergraduates in China and South Korea* [Doctoral dissertation]. Beijing Language and Culture University. (in Chinese)
- Dai, X.X. (2006). *A study and teaching of comparative constructions in teaching Chinese as a foreign language* [Master's thesis]. Sichuan University. (in Chinese)
- Ding, A.Q., & Chen, W.J. (2021). On the guidance of international Chinese teaching materials on teacher professional development. *International Chinese Education (Chinese-English)*, 6(4), 76-83. (in Chinese)
- Feng, Sh.L., & Shi, Ch.H. (2011). On the 'Trinity Grammar' in Chinese language teaching. *Language Science*, 10(05), 464-472. (in Chinese)
- Guan, Z.B. (2010). Syntactic and semantic features of modern Chinese comparative constructions. *Journal of Chuxiong Normal University*, 25(01), 43-50. (in Chinese)
- Huang, B.R., & Liao, X.D. (2007). *Modern Chinese*. Beijing: Higher Education Press. (in Chinese)
- Ke, W.Zh. (2012). A review of the study and application of Chinese complements for Thai learners of Chinese. *Overseas Chinese Education*, 14(2), 170-183. (in Chinese)
- Numtong, K. (2020). The study of translation problems of the attributives and complements from Chinese to Thai for developing Chinese to Thai translations skills. *Journal of Language and Linguistics*, 38(2), 89-105. (in Thai)
- Li, Q. (2018). An investigation and analysis of the explanatory content and presentation forms of grammar items in basic-level Chinese as a foreign language textbooks. *Overseas Chinese Education*, 10(6), 21-30. (in Chinese)
- Liu, F.F. (2017). A study on the teaching of dynamic constructions in Chinese as a second language based on the Trinity grammar theory. *Journal of Humanities*, (00), 132-140. (in Chinese)
- Liu, H.W., & Ding, Ch.M. (2021). Review of research on the teaching of comparative constructions in Chinese as a foreign language since the beginning of the 21st century. *Chinese Teaching in the World*, (01), 94-100. (in Chinese)
- Liu, Y.P. (2017). *Chinese as a Second Language Grammar Teaching*. Beijing: Central

- University for Nationalities Press. (in Chinese)
- Lu, F.B. (1996). The symmetric phenomenon of affirmative and negative forms in Chinese comparative sentences. In *Proceedings of the Fifth International Conference on Chinese Language Teaching*, 209-216. (in Chinese)
- Lu, J.M. (2016). Three reflections on constructional theory. *Foreign Languages (Journal of Shanghai International Studies University)*, 39(02), 2-10. (in Chinese)
- Lu, J.M. (2018). Presentation and pedagogy of Chinese grammar in Chinese language teaching. *International Chinese Education (Chinese-English)*, 3(02), 62-71. (in Chinese)
- Qiao, Y.N. (2010). A brief analysis of comparative constructions in teaching Chinese as a foreign language. *Journal of Literature (Theoretical Edition)*, (09), 120-121. (in Chinese)
- Shen, J.X. (2010). Resolving the “complement” issue. *A Study in World Chinese Language Teaching*, 24(04), 557-567. (in Chinese)
- Tang, Q.J. (2020). On the do’s and don’ts in the editing of international Chinese language teaching materials. *Publishing Reference*, (12), 55-57. (in Chinese)
- Tang, Y.P. (2019). A cognitive study of resultative ‘De’ sentences. *Journal of Hunan University of Science and Technology*, 40(03), 132-134. (in Chinese)
- Tang, Y.P., & Wu, R.K. (2020). Exploring the essential properties of resultative “De” sentences from the perspective of cognitive construction grammar. *Journal of Nanhua University (Social Science Edition)*, 21(02), 106-110. (in Chinese)
- Wang, Y. (2020). A brief analysis of the stative complement “V 得 A”. *Modern Chinese Language Studies*, (01), 51-55. (in Chinese)
- Wu, H.P., & Wang, J. (2016). A language view based on usage and three relationships in grammar teaching. *Language Teaching and Research*, (03), 1-10. (in Chinese)
- Wu, Z.W. (2019). *A study of Chinese as a second language teaching materials*. Beijing: The Commercial Press. (in Chinese)
- Yang, G. (2013). *Teaching design of stative complements in teaching Chinese as a foreign language* [Master’s thesis]. Zhejiang Normal University. (in Chinese)
- Zhang, X. (2018). Restrictive conditions of modern Chinese comparative constructions. *Language and Translation*, (04), 53-59. (in Chinese)
- Zhao, W.D. (2016). Discussion on the “complement section” of the textbook “Modern Chinese” by Huang Borong and Li Wei (2016). *Journal of North China University of Technology*, 28(04), 57-61. (in Chinese)

A Comparison of Vocabulary in Primary Education Chinese Textbooks “I Love Chinese” and “Open Sesame Chinese”

Nattanon Teerapanyawatt¹

Research Institute of International Chinese Language Education,
Beijing Language and Culture University, Beijing 100083 P.R. China
E-mail: Nattanon.nnt@hotmail.com

(received 24 July 2024) (revised 7 November 2024) (accepted 11 November 2024)

Abstract

The purpose of this research is 1) to study the vocabulary systems of two sets of primary school Chinese textbooks and 2) to compare the vocabulary in these two textbook sets. The study employed qualitative research methods through content analysis of two textbooks: “I Love Chinese” and “Open Sesame Chinese.” The results revealed the following: 1) In terms of vocabulary quantity, the “I Love Chinese” textbooks added an average of 20.2 new words per book, while the “Open Sesame Chinese” textbooks added an average of 6.6 new words per book. Regarding vocabulary difficulty, “I Love Chinese” contained 507 words not included in the YCT table, whereas “Open Sesame Chinese” contained 198 such words. A frequency analysis showed that “I Love Chinese” included 412 frequently used words, while “Open Sesame Chinese” contained 284. Analyzing by word type, both sets of textbooks had the highest numbers of nouns, followed by verbs and adjectives. 2) When comparing the two, “I Love Chinese” contained more words overall and introduced vocabulary more consistently than “Open Sesame Chinese.” Both sets featured a relatively high number of words outside the YCT list. Additionally, both textbook series demonstrated effective selection and organization of vocabulary. Frequently used words were introduced early in the books, and less commonly used words were progressively added in later volumes.

Keywords: Vocabulary; Chinese textbooks; primary education

¹ Ph.D. student, Teaching Chinese as a Foreign Language Major.



การศึกษาเปรียบเทียบระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษาชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา”

ณัฐนันท์ อีร์ปัญญาวัฒน์²

สถาบันวิจัยการศึกษาภาษาจีนนานาชาติ มหาวิทยาลัยภาษาและวัฒนธรรมปักกิ่ง ปักกิ่ง 100083

สาธารณรัฐประชาชนจีน

อีเมล Nattanont.nnt@hotmail.com

วันรับบทความ 24 กรกฎาคม 2567 วันแก้ไขบทความ 7 พฤศจิกายน 2567

วันตอบรับตีพิมพ์บทความ 11 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษา 2 ชุด 2) เพื่อเปรียบเทียบศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษา 2 ชุด โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จากแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษาชุด “ฉันรักภาษาจีน” และชุด “ภาษาจีนหรรษา” ผลการวิจัยพบว่า 1) ในด้านจำนวนคำศัพท์พบว่าแบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” มีศัพท์เพิ่มขึ้น 20.2 คำ ต่อเล่ม แบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” มีคำศัพท์เพิ่ม 6.6 คำ ต่อเล่ม ในด้านความยากง่าย แบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” มี คำศัพท์นอกตาราง YCT 507 คำ และแบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” มี 198 คำ จากการวิเคราะห์คำศัพท์ตามความถี่ในการใช้พบว่า แบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” มีคำศัพท์ที่ตรงกับคำศัพท์ที่ใช้บ่อย 412 คำ แบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” มีคำศัพท์ที่ตรงกับคำศัพท์ที่ใช้บ่อย 284 คำ และจากการวิเคราะห์ประเภทของคำพบว่า แบบเรียนทั้ง 2 ประเภทของคำที่มีมากที่สุดได้แก่ 1 คำนาม 2 คำกริยา 3 คำคุณศัพท์

2) จากการเปรียบเทียบพบว่า (1) แบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” มีจำนวนคำศัพท์มากกว่าแบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” แต่แบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” มีการเพิ่มขึ้นของคำศัพท์ที่สม่ำเสมอ (2) แบบเรียนทั้งสองชุดมีจำนวนคำศัพท์นอกตาราง YCT ค่อนข้างสูง (3) พบว่าแบบเรียนทั้งสองมีการเลือกและจัดลำดับคำศัพท์ได้ดี โดยมีการจัดลำดับคำศัพท์ที่ใช้บ่อยไว้ในเล่มแรก ๆ และค่อย ๆ เพิ่มจำนวนคำศัพท์ที่ใช้น้อยกว่าเข้ามาในแบบเรียน

คำสำคัญ ระบบคำศัพท์ แบบเรียนภาษาจีน ระดับประถมศึกษา

² นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ

1. บทนำ

การเรียนรู้ภาษาจีนได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหลายประเทศทั่วโลก ในภาษาจีนมีคำศัพท์ที่ใช้แทนปรากฏการณ์กระแสความนิยมเรียนภาษาจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั่วโลกว่า 汉语热 (Chinese Popular) ช่วงที่ผ่านมามีการเรียนรู้ภาษาจีนในประเทศไทยก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเช่นกัน จนสามารถเรียกกระแสความนิยมเรียนภาษาจีนในประเทศไทยเป็นภาพย่อของกระแสความนิยมเรียนภาษาจีนที่แพร่ไปทั่วโลก (Huang et al., 2013) การเรียนการสอนภาษาจีนยุคหลังจากประเทศไทยได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตกับสาธารณประชาชนจีนในปี พ.ศ.2518 การควบคุมการเรียนการสอนภาษาจีนของรัฐบาลไทยก็ผ่อนปรนลงในปีพ.ศ.2532 (Manomaivibool, 2007) และในปีพ.ศ.2542 กระทรวงศึกษาธิการได้มีการสนับสนุนให้โรงเรียนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่นอกเหนือจากโรงเรียนจีนเปิดการเรียนการสอนในวิชาภาษาจีนมากขึ้น (Wu, 2011) และในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพ.ศ. 2544 และ หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพ.ศ.2551 ให้ความสำคัญต่อการเรียนการสอนภาษาอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน ทำให้การเรียนการสอนภาษาจีนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในประเทศไทยได้ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว

ในการเรียนการสอนภาษาจีน สื่อการเรียนการสอนที่สำคัญอันดับต้น ๆ คือแบบเรียนภาษาจีน แบบเรียนภาษาจีนไม่ได้เป็นแค่เพียงสื่อการสอนแต่แบบเรียนยังทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดแนวทาง เนื้อหา และความยากง่ายในการเรียนการสอน แบบเรียนภาษาจีนที่ดีต้องมีเนื้อหาเหมาะสมกับช่วงวัยของผู้เรียน Xing Qianqian (2022) และต้องมีความสอดคล้องกับหลักสูตรนั้น ๆ เพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพสูงสุด

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ แบบเรียนภาษาจีนยังมีปัญหาในการกำหนดมาตรฐานในการเลือกใช้แบบเรียนในโรงเรียนของประเทศไทยที่ยังไม่มีเกณฑ์กลางในการเลือกแบบเรียนทำให้ โรงเรียนส่วนหนึ่งเลือกใช้แบบเรียนที่นำเข้าจากประเทศจีน และอีกส่วนหนึ่งเลือกที่จะใช้ แบบเรียนที่นำโครงร่างของ แบบเรียนที่นำเข้าจากประเทศจีนผสมผสานกับความต้องการของผู้เรียนชาวไทยแล้วเรียบเรียงขึ้นมาใหม่ แต่พบว่าแบบเรียนทั้งสองประเภทยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนชาวไทยได้ดีเท่าที่ควร แบบเรียนที่นำเข้าจากประเทศจีนเนื้อหาในการเรียนการสอนยังห่างไกลกับชีวิตจริงของผู้เรียน แบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวไทย ยังขาดการบูรณาการหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Li et al., 2020) จากปัญหาที่กล่าวมาในข้างต้นทำให้มีผู้สนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แบบเรียนภาษาจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทยเป็นจำนวนมาก เพื่อหวังว่าจะพัฒนาองค์ความรู้มาพัฒนาแบบเรียนภาษาจีนให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนชาวไทยได้ดียิ่งขึ้น ในส่วนของการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแบบเรียนภาษาจีนสำหรับผู้เรียนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มดังนี้ 1. ศึกษาความเหมาะสมของแบบเรียนภาษาจีน 2. ศึกษาการเรียบเรียงแบบเรียนภาษาจีน 3. ศึกษาเปรียบเทียบแบบเรียนภาษาจีน 4. ศึกษาการใช้งานของแบบเรียนภาษาจีน (Chen, 2019) การศึกษาคำศัพท์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการเรียบเรียงแบบเรียนภาษาจีน คำศัพท์ในแบบเรียนเป็นส่วนที่มีความสำคัญในการเรียนการสอนภาษาจีน ในแบบเรียนภาษาจีนขั้นพื้นฐานการคัดเลือกคำศัพท์มาใส่ในแบบเรียนมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเรียนรู้ภาษาที่สอง (Zhou & Liu, Research into Vocabularies of Chinese Elementary Intensive Reading Textbooks, 2012) คำศัพท์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะส่งผล



ต่อประสิทธิภาพในการเรียนภาษาจีนของผู้เรียน เพราะปริมาณคำศัพท์ การกระจายตัวของคำศัพท์อีกทั้ง จำนวนครั้งที่คำศัพท์ปรากฏในแบบเรียน ส่งผลโดยตรงกับการจำของผู้เรียน (Zhao, On the Evaluation of Teaching Materials for Teaching Chinese as a Foreign Language, 1998) การศึกษาเกี่ยวกับ แบบเรียน ในระดับประถมศึกษาได้มีการศึกษากันเป็นวงกว้าง แต่การศึกษาที่เกี่ยวกับระบบคำศัพท์ของ แบบเรียนภาษาจีน ยังมีจำนวนไม่มาก ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษา และผู้วิจัย ได้เลือกศึกษาเปรียบเทียบแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษา “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา” เนื่องจาก แบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” พิมพ์ครั้งแรกในปีพ.ศ.2549 และมีการพิมพ์ซ้ำถึง 16 ครั้ง แบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” จึงเป็นตัวแทนของ แบบเรียนภาษาจีนที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายเป็นเวลานาน และ แบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” เป็นแบบเรียนที่พิมพ์ครั้งแรกในปีพ.ศ. 2563 เป็นตัวแทนของแบบเรียนที่มีความทันสมัย จากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำเอาองค์ความรู้ในการจัดระบบคำศัพท์ของ แบบเรียนทั้งสองชุดไป ใช้เป็นหลักการในการออกแบบและเรียบเรียง แบบเรียนภาษาจีนในระดับประถมศึกษาในอนาคตได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษา “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา”
2. เพื่อเปรียบเทียบระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษา “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา”

3. การทบทวนวรรณกรรม

Jiang Xin (1998) ได้กล่าวถึงความสำคัญของคำศัพท์กับการเรียนการสอนภาษาที่สองว่า คำศัพท์เป็นหนึ่งในอุปสรรคที่สำคัญของการเรียนภาษาที่สอง เพราะจากงานวิจัยพบว่าผู้เรียนมีอัตราส่วนในการใช้คำศัพท์ ผิดมีมากกว่าอัตราส่วนในการใช้ไวยากรณ์ผิด Zhao Jinming (2004) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการวิจัยและการเรียนการสอนคำศัพท์ว่า การวิจัยและการเรียนการสอนคำศัพท์เป็นรากฐานที่สำคัญของระบบการสอน ภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ จากงานวิจัยทั้งสองที่กล่าวไปข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของระบบ คำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีน การเรียนการสอนที่มีการจัดการของระบบคำศัพท์ที่ดีจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อ การเรียนภาษาจีน

Zhou Xuelin (1996) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับจำนวนคำศัพท์ต่อบทเรียนว่า ถ้าบทเรียนมีความ ยาวประมาณ 1,500 คำ ควรมีคำศัพท์ประมาณ 40 คำ และจากคำศัพท์ทั้งหมดไม่ควรมีคำศัพท์ยากเกิน 10 คำ และถ้าบทเรียนมีความยาวประมาณ 1,500 คำ มีคำศัพท์เกิน 70 คำ และมีคำศัพท์ยากเกินกว่า 15 คำ จะทำ ให้ผู้เรียนรู้สึกถึงภาระในการเรียนที่หนักเกินไป และส่งผลให้ผู้เรียนรู้สึกเบื่อหน่ายและไม่สนุกกับการเรียน Yang Defeng (1997) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับปริมาณคำศัพท์ว่า แบบเรียนภาษาจีนสำหรับชาวต่างชาติ ในระดับพื้นฐานควรมีคำศัพท์อยู่ประมาณ 20-30 คำต่อบทเรียน ระดับกลางประมาณ 40 คำต่อบทเรียน

และระดับสูงประมาณ 60 คำต่อบทเรียน ปริมาณคำศัพท์ที่เยอะเกินไปทำให้การเรียนรู้การสอนยากขึ้น เพราะผู้เรียนจะสนใจกับการหาคำแปลของคำศัพท์จนไม่สนใจเนื้อหาในบทเรียนและการร่วมกิจกรรมในห้องเรียนก็น้อยลงไปด้วย Zhao Jinming (1998) ได้อธิบาย ข้อเสียของการมีคำศัพท์ในบทเรียนจำนวนมากจนเกินไปโดยยกตัวอย่าง 《速成汉语初级教程 Elementary Crash-Course of Chinese》 การที่แบบเรียนมีคำศัพท์เยอะเกินไปทำให้การนำคำศัพท์ที่เรียนผ่านไปแล้วนำมาปรากฏในบทต่อไปทำได้ยากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อความจำของผู้เรียนอีกทั้งทำให้ผู้เรียนรู้สึกเบื่อหน่ายและไม่สนุกกับการเรียน Yang Jizhou (2003.) ได้เสนอว่าแบบเรียนภาษาจีนระดับพื้นฐานควรจะมียุ่ประมาณ 20 คำต่อบทเรียน และใน แบบเรียนทุกบทไม่จำเป็นต้องมีจำนวนคำศัพท์ที่เท่ากันทั้งหมด แต่ปริมาณคำศัพท์ในแต่ละบทต้องมีพอ ๆ กันและไม่มีบทไหนที่มีคำศัพท์จำนวนมากจนเกินไป หรือน้อยจนเกินไป จากงานวิจัยสามารถเห็นได้ว่าปริมาณคำศัพท์ที่เหมาะสมควรอยู่ประมาณ 20 ถึง 60 คำ และไม่ควรเกินกว่า 70 คำต่อบทเรียน ปริมาณคำศัพท์ที่มากเกินไปสามารถส่งผลกระทบต่อความจำและความสนใจในการเรียนของผู้เรียนได้ จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่าผลของงานวิจัยหลายชิ้นชี้ไปในทางเดียวกันว่าปริมาณคำศัพท์ที่มากเกินไปส่งผลเสียกับการเรียนภาษาจีน

Zhou Xiaobing และChen Nan (2014) ศึกษาเปรียบเทียบระบบคำศัพท์และการปรับตัวให้เข้ากับสภาพการใช้งานในต่างประเทศของแบบเรียนภาษาจีน พบว่าจำนวนคำศัพท์ของแบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวต่างชาติมีจำนวนรวมคำศัพท์ที่น้อยกว่า มีความยากง่ายที่น้อยกว่าและมีการอธิบายคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องวัฒนธรรมมากกว่าแบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวจีน Zhang Li (2015) ศึกษาาระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนสำหรับเด็ก พบว่าแบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวต่างชาติจะมีปริมาณคำศัพท์ที่น้อยกว่าและง่ายกว่าแบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวจีน Cheng Lizhou (2015) ศึกษาคำศัพท์ในแบบเรียนการอ่านภาษาจีนพบว่าในแบบเรียนมีระดับความยากของคำศัพท์เพิ่มขึ้นตามลำดับ Zhou Xiaobing และZhang Peng (2018) ศึกษาการเลือกคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนสำหรับชาวต่างชาติพบว่า แบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวต่างชาติเลือกคำศัพท์พื้นฐานที่สามารถสะท้อนสภาพสังคมของประเทศนั้น ๆ ได้ดีกว่าและคำศัพท์มีความถี่ในการใช้ในชีวิตประจำวันสูงกว่า แบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวจีน Zhou Xiaobing และ Li Tianyu (2019) ศึกษาคำศัพท์ของแบบเรียน Chinese Made Easy และEasy Steps to Chinese พบว่า Easy Steps to Chinese มีการเพิ่มความยากของคำศัพท์ที่น้อยกว่า เหมาะสำหรับนักเรียนระดับมัธยม

จากการศึกษาพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบเรียนภาษาจีนสำหรับชาวต่างชาติยังมีไม่มากและงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่ศึกษาแบบเรียนภาษาจีนสำหรับผู้ใหญ่ งานวิจัยที่ศึกษาแบบเรียนภาษาจีนสำหรับเด็กยังมีผู้วิจัยไม่มากนัก ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนสำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาเพื่อเติมเต็มช่องว่างในการวิจัย



4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยการวิเคราะห์แบบเรียนภาษาจีนสองชุดที่ใช้อยู่ในประเทศไทย คือแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” ระดับประถมศึกษาจัดพิมพ์โดย Foreign Language Teaching and Research Press สาธารณรัฐประชาชนจีน และแบบเรียนภาษาจีนชุด “ภาษาจีนहरषา” ระดับประถมศึกษาจัดพิมพ์โดย Beijing Language And Culture University Press สาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยเลือกแบบเรียนทั้งสองชุดเนื่องจากแบบเรียน “ภาษาจีนहरषา” พิมพ์ครั้งแรกในปีพ.ศ.2549 และมีการพิมพ์ซ้ำถึง 16 ครั้ง แบบเรียน “ภาษาจีนहरषา” จึงเป็นตัวแทนของแบบเรียนภาษาจีนที่ได้รับการยอมรับแพร่หลายเป็นเวลานาน และแบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” เป็นแบบเรียนที่พิมพ์ครั้งแรกในปีพ.ศ. 2563 เป็นตัวแทนของแบบเรียนที่มีความทันสมัย อีกทั้งแบบเรียนทั้งสองชุดยังเป็นแบบเรียนภาษาจีนสำหรับผู้เรียนระดับประถมศึกษาชาวไทยที่จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเหมือนกันและมีจำนวนเล่มที่เท่ากัน

ดังนั้นการวิจัยจึงเลือกแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” ระดับประถมศึกษาพิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2563 โดย Foreign Language Teaching and Research Press สาธารณรัฐประชาชนจีน และแบบเรียนภาษาจีนชุด “ภาษาจีนहरषา” ระดับประถมศึกษาพิมพ์ครั้งที่ 16 พ.ศ.2562 โดย Beijing Language And Culture University Press สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นเป้าหมายในการวิเคราะห์ครั้งนี้

4.1 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” ระดับประถมศึกษา และแบบเรียนภาษาจีนชุด “ภาษาจีนहरषา” ระดับประถมศึกษา ใน 4 ด้าน ประกอบไปด้วย 1.จำนวนคำศัพท์ในแบบเรียน 2. ความยากง่ายของคำศัพท์ในแบบเรียน 3.ความถี่ในการใช้คำศัพท์ในแบบเรียน และ 4.ประเภทของคำศัพท์ในแบบเรียนเท่านั้น โดยการศึกษาจำนวนคำศัพท์ในแบบเรียนและจำนวนคำศัพท์ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละเล่ม การศึกษาความยากง่ายของคำศัพท์โดยการเทียบคำศัพท์ของแบบเรียนกับรายการคำศัพท์ของ Youth Chinese Test (YCT) การศึกษาความถี่ในการใช้คำศัพท์ในแบบเรียนโดยการเทียบคำศัพท์ของแบบเรียนกับรายการคำศัพท์ภาษาจีนที่ใช้อยู่ (ระดับ 1-6) การศึกษาประเภทของคำศัพท์ในแบบเรียนโดยใช้เครื่องมือแบ่งคำพร้อมทั้งทำเครื่องหมายประเภทของคำอัตโนมัติและคำนวณผลการทำเครื่องหมายของประเภทของคำศัพท์

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาความยากง่ายของคำศัพท์โดยใช้เทียบคำศัพท์จากรายการคำศัพท์ของ Youth Chinese Test (YCT) ความถี่ในการใช้คำศัพท์อ้างอิงรายการคำศัพท์ภาษาจีนที่ใช้อยู่ (ระดับ 1-6) จาก International Curriculum For Chinese language Education และการศึกษาประเภทของคำศัพท์ในแบบเรียนโดยใช้เครื่องมือแบ่งคำและทำเครื่องหมายคำอัตโนมัติ ในคลังข้อมูลภาษา Zhonghua Yuwen (<http://corpus.zhonghuayuwen.org>)

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากประมวลคำศัพท์ท้ายเล่มจากแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” ระดับประถมศึกษา และแบบเรียนภาษาจีนชุด “ภาษาจีนหรรษา” ระดับประถมศึกษา

5. ผลการวิจัย

แบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน”ระดับประถมศึกษา ประกอบด้วยแบบเรียนทั้งหมด 6 เล่ม ในแต่ละเล่มจะประกอบไปด้วยบทเรียน 12 บท และทุก ๆ 3 บทจะมีบทบทวนแทรกอยู่ แบบเรียนภาษาจีนชุด “ภาษาจีนหรรษา”ระดับประถมศึกษา ประกอบด้วยแบบเรียนทั้งหมด 12 เล่ม แต่แบบเรียนชุด “ภาษาจีนหรรษา”ที่มีวางขายในท้องตลาดมีเพียงเล่ม 1-6 และการวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบเรียนชุด “ภาษาจีนหรรษา”เล่ม 1-6 ในการวิจัยเท่านั้น แบบเรียนชุด “ภาษาจีนหรรษา”ในแต่ละเล่มจะประกอบไปด้วยบทเรียนจำนวน 8 บท

5.1 จำนวนคำศัพท์ในแบบเรียน

จากการรวบรวมคำศัพท์ของแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา” จากคำศัพท์ที่ปรากฏอยู่ในคำศัพท์ใหม่ในบทเรียน (新生词) แต่ไม่รวมถึงคำศัพท์ที่ปรากฏใน แบบฝึกหัดหรือส่วนอื่นที่ไม่ใช่คำศัพท์ใหม่ในบทเรียน พบว่าแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” มีคำศัพท์จากเล่ม 1-6 รวมทั้งสิ้น 830 คำ และแบบเรียนภาษาจีนชุด “ภาษาจีนหรรษา”มีคำศัพท์จากเล่ม 1-6 รวมทั้งสิ้น 450 คำ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนคำศัพท์ของแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา”

ชื่อหนังสือ	จำนวน(คำ)	จำนวนเฉลี่ยต่อบท(คำ)	จำนวนที่เพิ่มขึ้น	
			จำนวน(คำ)	อัตราร้อยละ
ฉันรักภาษาจีน	เล่ม 1	101	8.42	
	เล่ม 2	117	9.75	16
	เล่ม 3	141	11.75	24
	เล่ม 4	125	10.42	-16
	เล่ม 5	144	12.00	19
	เล่ม 6	202	16.83	58
	รวม	830		
ภาษาจีนหรรษา	เล่ม 1	58	7.25	
	เล่ม 2	70	8.75	12
	เล่ม 3	75	9.37	5
	เล่ม 4	78	9.75	3
	เล่ม 5	78	9.75	0
	เล่ม 6	91	11.37	13
	รวม	450		

เมื่อพิจารณาเป็นรายเล่มจะพบว่าแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” จะมีคำศัพท์อยู่ระหว่าง 101 - 202 คำ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 133.33 คำต่อเล่ม จากการเปรียบเทียบจำนวนคำศัพท์ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละ

เล่ม โดยวิธีการคำนวณคือ นำคำศัพท์ในเล่มถัดไป ไปลบกับจำนวนคำศัพท์ในเล่มก่อน และอัตราร้อยละของจำนวนศัพท์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับแบบเรียนเล่มก่อนหน้าเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$x = \left(\frac{A - B}{B} \right) \times 100$$

โดย X แทนอัตราร้อยละของจำนวนศัพท์ที่เพิ่มขึ้น A แทนจำนวนคำศัพท์ใน แบบเรียนเล่มก่อน B แทนจำนวนคำศัพท์ใน แบบเรียนเล่มถัดไป

จะพบว่าจะมีการเพิ่มขึ้นตั้งแต่ 16 คำถึง 58 คำ แต่จากแบบเรียนเล่มที่ 3 ถึงเล่มที่ 4 มีคำศัพท์ ลดลง 16 คำ หรือคิดเป็นร้อยละ -11.34 แบบเรียนภาษาจีนชุด “ภาษาจีนธรรมดา” จะมีคำศัพท์อยู่ระหว่าง 58-91 คำ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 75 คำต่อเล่ม จากจำนวนคำศัพท์ที่เพิ่มขึ้นในแบบเรียนแต่ละเล่มจะพบว่าจะมีการเพิ่มขึ้นตั้งแต่ 0 คำถึง 13 คำ ในแบบเรียนเล่มที่ 3 และเล่มที่ 4 มีคำศัพท์จำนวนเท่ากันจึงไม่มีคำศัพท์เพิ่มขึ้น

5.2 ความยากง่ายของคำศัพท์

การวิเคราะห์ความยากง่ายของแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนธรรมดา” ใช้การเทียบคำศัพท์ในแบบเรียนกับรายการคำศัพท์ของ Youth Chinese Test (YCT) การสอบ YCT แบ่งออกเป็น 4 ระดับ (1-4) โดย YCT ระดับ1 มีคำศัพท์ 80 คำ YCT ระดับ 2 มีคำศัพท์ 150 คำ YCT ระดับ 3 มีคำศัพท์ 300 คำ YCT ระดับ 4 มีคำศัพท์ 600 คำ (Chinese Testing International Co., Ltd, 2023) คำศัพท์ที่ไม่มีอยู่ในตารางคำศัพท์ของ YCT จะถูกจัดอยู่ในหมวดคำศัพท์นอกตาราง หลังจากการเทียบคำศัพท์กับตารางคำศัพท์ของ YCT เสร็จสิ้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อคำนวณจำนวนคำศัพท์และอัตราร้อยละของคำศัพท์ในแต่ละระดับ

ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์คำศัพท์ตามความยากง่ายของแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนธรรมดา” โดย

เทียบกับคำศัพท์ Youth Chinese Test (YCT)

ชื่อหนังสือ	เล่ม	ระดับ1		ระดับ2		ระดับ3		ระดับ4		รวมระดับ1-4		คำศัพท์นอกตาราง		รวม (คำ)
		จำนวน (คำ)	อัตรา ร้อยละ	จำนวน (คำ)	อัตรา ร้อยละ	จำนวน (คำ)	อัตรา ร้อยละ	จำนวน (คำ)	อัตรา ร้อยละ	จำนวน (คำ)	อัตรา ร้อยละ	จำนวน (คำ)	อัตรา ร้อยละ	
ฉันรักภาษาจีน	เล่ม 1	50	49.50	11	10.89	10	9.90	1	0.99	72	71.29	29	28.71	101
	เล่ม 2	19	16.24	16	13.68	11	9.40	13	11.11	59	50.43	58	49.57	117
	เล่ม 3	5	3.55	14	9.93	26	18.44	12	8.51	57	40.43	84	59.57	141
	เล่ม 4	5	4.00	3	2.40	9	7.20	13	10.40	30	24.00	95	76.00	125
	เล่ม 5	8	5.56	11	7.64	13	9.03	19	13.19	51	35.42	93	64.58	144
	เล่ม 6	1	0.50	7	3.47	23	11.39	23	11.39	54	26.73	148	73.27	202
รวม		88	10.60	62	7.47	92	11.08	81	9.76	323	38.92	507	61.08	830
ภาษาจีนธรรมดา	เล่ม 1	26	44.83	8	13.79	2	3.45	0	0.00	36	62.07	22	37.93	58
	เล่ม 2	22	31.43	14	20.00	11	15.71	2	2.86	49	70.00	21	30.00	70
	เล่ม 3	11	14.67	8	10.67	7	9.33	1	1.33	27	36.00	48	64.00	75
	เล่ม 4	8	10.26	11	14.10	16	20.51	16	20.51	51	65.38	27	34.62	78
	เล่ม 5	5	6.41	12	15.38	15	19.23	12	15.38	44	56.41	34	43.59	78
	เล่ม 6	5	5.49	4	4.40	22	24.18	14	15.38	45	49.45	46	50.55	91
รวม		77	17.11	57	12.67	73	16.22	45	10.00	252	56.00	198	44.00	450

จากการวิเคราะห์คำศัพท์ตามความยากง่ายของคำศัพท์แบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนธรรมดา” พบว่าแบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” มีคำศัพท์ที่อยู่นอกตารางจำนวน 507 คำหรือคิดเป็น

ร้อยละ 61.08 ของคำศัพท์ทั้งหมด แบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” มีคำศัพท์ที่อยู่นอกตารางจำนวน 198 คำ หรือคิดเป็นร้อยละ 44.00 ของคำศัพท์ทั้งหมด

จากตารางที่ 2 สามารถเห็นได้ว่าความยากง่ายของคำศัพท์ในแบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” เมื่อเทียบระดับความยากง่ายของคำศัพท์ตามตารางคำศัพท์ YCT จะมีความเปลี่ยนแปลงจากเล่มที่ 1 ถึงเล่มที่ 2 ที่มีคำศัพท์ YCT ระดับ 1 จำนวนมากที่สุด แต่ในเล่มที่ 3 มีคำศัพท์ YCT ระดับ 2 , 3 จำนวนมากที่สุด และเล่มที่ 4 ถึง 6 มีคำศัพท์ YCT ระดับ 4 จำนวนมากที่สุด และคำศัพท์ระดับอื่น ๆ จะลดหลั่นไปตามลำดับ เช่นเดียวกันแบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” เล่มที่ 1 ถึง 3 มีคำศัพท์ YCT ระดับ 1 มีจำนวนมากที่สุด และเล่มที่ 4 ถึง 6 จะมีคำศัพท์ YCT ระดับ 3 , 4 มีจำนวนมากที่สุด

5.3 ความถี่ในการใช้คำศัพท์

การวิเคราะห์คำศัพท์ตามความถี่ในการใช้โดยการอ้างอิงรายการคำศัพท์ภาษาจีนที่ใช้อยู่ รายการคำศัพท์ภาษาจีนที่ใช้อยู่จาก International Curriculum For Chinese language Education (2014) รายการคำศัพท์ภาษาจีนที่ใช้อยู่จะแบ่งคำศัพท์ออกเป็น 6 ระดับ ระดับ 1 หมายถึงคำศัพท์ที่มีการใช้งานบ่อยที่สุด ระดับ 6 หมายถึงคำศัพท์ที่มีการใช้งานน้อยที่สุดในรายการคำศัพท์ คำศัพท์ที่ไม่ปรากฏอยู่ในตารางคำศัพท์จะถูกจัดอยู่ในคำศัพท์นอกตาราง

จากการวิเคราะห์คำศัพท์ตามความถี่ในการใช้พบว่า แบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” มีคำศัพท์ที่ตรงกับรายการคำศัพท์ภาษาจีนที่ใช้อยู่อยู่ 412 คำ คิดเป็นร้อยละ 49.64 จากคำศัพท์ทั้งหมดและมีคำศัพท์นอกตารางทั้งหมด 418 คำคิดเป็นร้อยละ 50.36 จากคำศัพท์ทั้งหมด แบ่งตามลำดับความถี่ในการใช้ได้ดังนี้ ระดับ 1 จำนวน 142 คำ คิดเป็นร้อยละ 17.11 ระดับ 2 จำนวน 73 คำ คิดเป็นร้อยละ 8.80 ระดับ 3 จำนวน 85 คำ คิดเป็นร้อยละ 10.24 ระดับ 4 จำนวน 65 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.83 ระดับ 5 จำนวน 39 คำ คิดเป็นร้อยละ 4.70 ระดับ 6 จำนวน 8 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.96

แบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” มีคำศัพท์ที่ตรงกับรายการคำศัพท์ภาษาจีนที่ใช้อยู่อยู่ 284 คำ คิดเป็นร้อยละ 63.11 จากคำศัพท์ทั้งหมดและมีคำศัพท์นอกตารางทั้งหมด 166 คำหรือคิดเป็นร้อยละ 36.89 จากคำศัพท์ทั้งหมด แบ่งตามลำดับความถี่ในการใช้ได้ดังนี้ ระดับ 1 จำนวน 136 คำ คิดเป็นร้อยละ 30.22 ระดับ 2 จำนวน 65 คำ คิดเป็นร้อยละ 14.44 ระดับ 3 จำนวน 61 คำ คิดเป็นร้อยละ 13.56 ระดับ 4 จำนวน 14 คำ คิดเป็นร้อยละ 3.11 ระดับ 5 จำนวน 7 คำ คิดเป็นร้อยละ 1.56 ระดับ 6 จำนวน 1 คำ คิดเป็นร้อยละ 0.22

5.4 ประเภทของคำศัพท์

การวิเคราะห์คำศัพท์ตามประเภทของคำศัพท์ของแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา” จะมีการแบ่งคำศัพท์ที่เป็นกลุ่มคำให้เหลือเป็นคำ โดยเครื่องมือแบ่งคำและทำเครื่องหมายคำอัตโนมัติ ในคลังข้อมูลทางภาษา Zhonghua Yuwen (<http://corpus.zhonghuayuwen.org>)

แบบเรียน “ฉันรักภาษาจีน” ก่อนการแบ่งคำศัพท์มีคำศัพท์ทั้งสิ้น 830 คำ หลังจากการแบ่งคำศัพท์มีคำศัพท์ทั้งสิ้น 1,005 คำ แบบเรียน “ภาษาจีนหรรษา” ก่อนการแบ่งคำศัพท์มีคำศัพท์ทั้งสิ้น 450 คำ หลังจากการแบ่งคำศัพท์มีคำศัพท์ทั้งสิ้น 481 คำ เครื่องมือแบ่งคำและทำเครื่องหมายคำอัตโนมัติ จะจำแนกคำศัพท์ออกเป็น 31 ประเภทดังนี้ 1. สามานยนาม (普通名词) 2. คำนามบอกเวลา (时间名词) 3. คำนามแสดง

ทิศทางตำแหน่ง (方位名) 4. คำนามแสดงสถานที่ (处所名词) 5. ชื่อบุคคล (人名) 6. แซ่ (姓) 7. ชื่อ (名) 8. ชื่อสถานที่ (地名) 9. ชื่อชนเผ่า (族名) 10. ชื่อองค์กร (机构名) 11. ชื่อเฉพาะอื่น ๆ (其他专名) 12. คำกริยา (动词) 13. คำกริยาใช้เพื่อบอกทิศทางของการกระทำ (趋向动词) 14. กริยาเชื่อม (联系动词) 15. คำกริยาซึ่งแสดงความสามารถหรือความปรารถนา (能愿动词) 16. คำคุณศัพท์ (形容词) 17. คำจำแนกความแตกต่าง (区别词) 18. ตัวเลข (数词) 19. ลักษณะนาม (量词) 20. คำกริยาวิเศษณ์ (副词) 21. คำสรรพนาม (代词) 22. คำบุพบท (介词) 23. คำสันธาน (连词) 24. คำเสริม (助词) 25. คำอุทาน (叹词) 26. คำเลียนเสียง (拟声词) 27. สำนวน (习用语) 28. คำย่อ (缩略语) 29. คำอุปสรรค (前接成分) 30. คำปัจจัย (后接成分) 31. อื่น ๆ แต่เพื่อง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้จัดรวมได้เป็น 11 ประเภท ดังนี้ 1. คำนาม (名词) 2. คำกริยา (动词) 3. คำคุณศัพท์ (形容词) 4. ตัวเลข (数词) 5. ลักษณะนาม (量词) 6. คำกริยาวิเศษณ์ (副词) 7. คำสรรพนาม (代词) 8. คำบุพบท (介词) 9. คำสันธาน (连词) 10. คำเสริม (助词) 11. อื่น ๆ

ตารางที่ 3 ตารางแสดงประเภทของคำศัพท์ของแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนหรรษา”

ชื่อหนังสือ	ฉันรักภาษาจีน						รวม
	เล่ม 1	เล่ม 2	เล่ม 3	เล่ม 4	เล่ม 5	เล่ม 6	
	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	
คำนาม (名词)	65(62.50%)	76(58.46%)	86(53.75%)	96(56.14%)	100(54.95%)	118(45.74%)	541(53.83%)
คำกริยา (动词)	9(8.65%)	32(24.62%)	40(25.00%)	43(25.15%)	37(20.33%)	73(28.29%)	234(23.28%)
คำคุณศัพท์ (形容词)	3(2.88%)	9(6.92%)	18(11.25%)	16(9.36%)	7(3.85%)	24(9.30%)	77(7.66%)
ตัวเลข (数词)	12(11.54%)	2(1.54%)	0(0.00%)	6(3.51%)	10(5.49%)	0(0.00%)	30(2.99%)
ลักษณนาม (量词)	1(0.96%)	0(0.00%)	0(0.00%)	0(0.00%)	8(4.4%)	6(2.33%)	15(1.49%)
คำกริยาวิเศษณ์ (副词)	1(0.96%)	3(2.31%)	4(2.50%)	4(2.34%)	11(6.04%)	15(5.81%)	38(3.78%)
คำสรรพนาม (代词)	11(10.58%)	1(0.77%)	4(2.50%)	0(0.00%)	1(0.55%)	3(1.16%)	20(1.99%)
คำบุพบท (介词)	0(0.00%)	2(1.54%)	1(0.63%)	1(0.58%)	3(1.65%)	3(1.16%)	10(1.00%)
คำสันธาน (连词)	0(0.00%)	1(0.77%)	0(0.00%)	0(0.00%)	2(1.10%)	2(0.78%)	5(0.5%)
คำเสริม (助词)	2(1.92%)	1(0.77%)	2(1.25%)	0(0.00%)	0(0.00%)	13(5.04%)	18(1.79%)
อื่น ๆ	0(0.00%)	3(2.31%)	5(3.13%)	5(2.92%)	3(1.65%)	1(0.39%)	17(1.69%)
รวม	104	130	160	171	182	258	1,005

ชื่อหนังสือ	ภาษาจีนหรรษา						รวม
	เล่ม 1	เล่ม 2	เล่ม 3	เล่ม 4	เล่ม 5	เล่ม 6	
	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	จำนวนคำ (อัตราร้อยละ)	
คำนาม (名词)	18(28.57%)	36(50.70%)	56(69.14%)	34(40.96%)	42(50.00%)	35(35.35%)	221(45.95%)
คำกริยา (动词)	10(15.87%)	7(9.86%)	10(12.35%)	16(19.28%)	20(23.81%)	28(28.28%)	91(18.92%)
คำคุณศัพท์ (形容词)	3(4.76%)	6(8.45%)	3(3.70%)	15(18.07%)	8(9.52%)	21(21.21%)	56(11.64%)
ตัวเลข (数词)	10(15.87%)	5(7.04%)	2(2.47%)	1(1.20%)	1(1.19%)	0(0.00%)	19(3.95%)
ลักษณนาม (量词)	0(0.00%)	1(1.41%)	0(0.00%)	2(2.41%)	1(1.19%)	1(1.01%)	5(1.04%)
คำกริยาวิเศษณ์ (副词)	1(1.59%)	4(5.63%)	1(1.23%)	10(12.05%)	5(5.95%)	6(6.06%)	27(5.61%)
คำสรรพนาม (代词)	15(23.81%)	6(8.45%)	5(6.17%)	0(0.00%)	2(2.38%)	3(3.03%)	31(6.44%)
คำบุพบท (介词)	1(1.59%)	1(1.41%)	1(1.23%)	2(2.41%)	2(2.38%)	2(2.02%)	9(1.87%)
คำสันธาน (连词)	0(0.00%)	0(0.00%)	1(1.23%)	1(1.20%)	3(3.57%)	2(2.02%)	7(1.46%)
คำเสริม (助词)	3(4.76%)	3(4.23%)	0(0.00%)	2(2.41%)	0(0.00%)	0(0.00%)	8(1.66%)
อื่น ๆ	2(3.17%)	2(2.82%)	2(2.47%)	0(0.00%)	0(0.00%)	1(1.01%)	7(1.46%)
รวม	63	71	81	83	84	99	481

จากการวิเคราะห์คำศัพท์ตามประเภทของคำพบว่าแบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” 3 อันดับประเภทของคำที่มีมากที่สุดได้แก่ อันดับ 1 คำนาม 541 คำ คิดเป็นร้อยละ 53.83 อันดับ 2 คำกริยา 234 คำ คิดเป็นร้อยละ 23.28 อันดับ 3 คำคุณศัพท์ 77 คำ คิดเป็นร้อยละ 7.66 แบบเรียน“ภาษาจีนหรรษา” อันดับ 1 คำนาม 221 คำ คิดเป็นร้อยละ 45.95 อันดับ 2 คำกริยา 91 คำ คิดเป็นร้อยละ 18.92 อันดับ 3 คำคุณศัพท์ 56 คำ คิดเป็นร้อยละ 11.64



6. อภิปรายผล

6.1 สภาพระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษา“ฉันรักภาษาจีน” และ“ภาษาจีนหรรษา”

จากการศึกษาระบบคำศัพท์ของ แบบเรียนภาษาจีนชุด“ฉันรักภาษาจีน”พบว่า แบบเรียนชุดนี้มีคำศัพท์ทั้งหมดอยู่ที่ 830 คำ เฉลี่ยอยู่ที่ 138.33 คำต่อเล่มหรือ 11.53 คำต่อบท และในระหว่างเล่มมีคำศัพท์เพิ่มเฉลี่ยอยู่ที่ 20.20 คำ โดยแบบเรียนชุดนี้ออกแบบให้ใช้เล่มละหนึ่งปีการศึกษา ประมาณ 80 คาบเรียน และ แบบเรียนแต่ละเล่มจะมี 12 บท โดยเฉลี่ยแต่ละบทจะมีเวลาในการเรียนการสอนประมาณ 6.6 คาบเรียน ด้านความยากง่ายของคำศัพท์ พบว่า จำนวนคำนอกตาราง YCT มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับ 3 และระดับ1 แบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน”มีจำนวนคำศัพท์นอกตาราง YCT เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากเล่มที่ 1 คำศัพท์นอกตาราง YCT เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.91 ต่อเล่ม จึงสังเกตได้ว่า แบบเรียนชุดนี้ควบคุมความยากของคำศัพท์ได้ค่อนข้างที่จะดี ในด้านความถี่ในการใช้งาน พบว่ามีคำศัพท์นอกตารางจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับ 1 และระดับ 3 อัตราการเพิ่มขึ้นของคำศัพท์นอกตารางมีอัตราและทิศทางที่คล้ายกับคำศัพท์นอกตาราง YCT จากการวิเคราะห์ประเภทคำศัพท์ของ แบบเรียนพบว่าคำนามมีจำนวนมากที่สุดรองลงมาคือ คำกริยา และคำคุณศัพท์ ประเภทคำที่มีปริมาณน้อยที่สุดเมื่อไม่นับรวมคำประเภทคำอื่น ๆ คือคำสันธาน จำนวน 5 คำ

จากการศึกษาระบบคำศัพท์ของ แบบเรียนภาษาจีนชุด“ภาษาจีนหรรษา”พบว่า แบบเรียนชุดนี้มีคำศัพท์ทั้งหมดอยู่ที่ 450 คำ เฉลี่ยอยู่ที่ 75 คำต่อเล่มหรือ 11.38 คำต่อบท และในระหว่างเล่มมีคำศัพท์เพิ่มเฉลี่ยอยู่ที่ 6.6 คำ โดยแบบเรียนชุดนี้ออกแบบให้ใช้ปีการศึกษาละ 2 เล่มแต่ แบบเรียนที่มีจำหน่ายมีเพียง 6 เล่ม ในการวิจัยครั้งนี้จึงถือว่า แบบเรียนชุดนี้มี 6 เล่มใช้เล่มละปีการศึกษา ในแบบเรียนไม่ได้กำหนดเวลาในการเรียนการสอน ด้านความยากง่ายของคำศัพท์ พบว่าจำนวนคำนอกตาราง YCT มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับ 1 และระดับ 3 แบบเรียน“ภาษาจีนหรรษา”มีจำนวนคำศัพท์นอกตาราง YCT เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 44.00 แต่แบบเรียนเล่มที่ 3 มีคำศัพท์นอกตารางมากที่สุดร้อยละ 64.00 เพิ่มจากเล่มก่อนหน้าถึงร้อยละ 34 และเล่มถัดไปคำศัพท์นอกตาราง YCT ลดลงร้อยละ 29.38 จึงสังเกตได้ว่าแบบเรียนชุดนี้ยังควบคุมความยากของคำศัพท์ได้ไม่ค่อยดีนัก ในด้านความถี่ในการใช้งาน พบว่ามีคำศัพท์นอกตารางจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับ 1 และระดับ 2 อัตราการเพิ่มขึ้นของคำศัพท์นอกตารางมีอัตราและทิศทางที่คล้ายกับคำศัพท์นอกตาราง YCT จากการวิเคราะห์ประเภทคำศัพท์ของ แบบเรียนพบว่าคำนามมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ คำกริยา และคำคุณศัพท์ ประเภทคำที่มีปริมาณน้อยที่สุดเมื่อไม่นับ รวมคำประเภทคำอื่น ๆ คือลักษณะนาม จำนวน 5 คำ

6.2 เปรียบเทียบระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษา“ฉันรักภาษาจีน” และ“ภาษาจีนหรรษา”

ในด้านจำนวนคำศัพท์ในแบบเรียน จากการเปรียบเทียบพบว่าจำนวนคำศัพท์ของแบบเรียนภาษาจีนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และ“ภาษาจีนหรรษา” พบว่าถ้าเปรียบเทียบ แบบเรียนที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในท้องตลาดแบบเรียนทั้งสองชุดมีจำนวนคำศัพท์ที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยแบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” มี

คำศัพท์มากกว่าแบบเรียน“ภาษาจีนธรรมดา” อยู่ถึง 380 คำ แต่ถ้าพิจารณาว่า แบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” ออกแบบให้ แบบเรียนทั้งชุดมี 12 เล่ม แล้วแบบเรียน 6 เล่มแรกมีจำนวนคำศัพท์ 450 คำ แบบเรียน 6 เล่มหลัง จะต้องมีความคำศัพท์ไม่ต่ำกว่า 450 คำ ดังนั้น แบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน”ทั้งชุด 12 เล่มน่าจะมีความคำศัพท์ไม่ต่ำกว่า 900 คำซึ่งจะมีความคำศัพท์รวมมากกว่า แบบเรียน“ภาษาจีนธรรมดา” อย่างแน่นอน แต่ถ้ามองจากการจัดการคำศัพท์แบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน”เป็นแบบเรียนสมัยใหม่ มีการจำแนกคำศัพท์ให้เป็นคำศัพท์ที่นักเรียนต้องอ่านได้ และคำศัพท์(ตัวอักษร)ที่นักเรียนต้องเขียนได้ ทำให้ครูผู้สอนสามารถจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในด้านการจัดแบ่งจำนวนคำศัพท์ในแต่ละเล่มพบว่าแบบเรียนทั้งสองมีความคำศัพท์เพิ่มขึ้นเกือบทุกเล่ม แต่แบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” เล่ม 4 มีจำนวนคำศัพท์ลดลงจากเล่มก่อนหน้าถึง 16 คำ คิดเป็นร้อยละ 11.34 ถ้าพิจารณาประกอบกับความยากง่าย และความถี่ในการใช้งานคำศัพท์จะพบว่าแบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” เล่ม 4 มีคำศัพท์นอกตาราง YCT และรายการคำศัพท์ภาษาจีนที่ใช้บ่อยมีจำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับ แบบเรียนในชุดเดียวกันจึงอาจเป็นเหตุผลให้ผู้เรียบเรียงลดปริมาณคำศัพท์ในเล่มดังกล่าวลงก็เป็นได้ จากการวิเคราะห์พบว่าแบบเรียนทั้งสองเล่มมีการเพิ่มจำนวนคำศัพท์ในจำนวนที่มากในเล่มที่ 6 เหมือนกันทั้งสองชุด แบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” เล่มที่ 6 มีจำนวนคำศัพท์เพิ่มจากเล่มก่อนหน้าถึง 58 คำหรือคิดเป็นร้อยละ 40.27 แบบเรียน“ภาษาจีนธรรมดา” เล่มที่ 6 มีจำนวนคำศัพท์เพิ่มจากเล่มก่อนหน้าถึง 13 คำคิดเป็นร้อยละ 16.66

ในการวิเคราะห์คำศัพท์ตามความยากง่ายกับรายการคำศัพท์ของ Youth Chinese Test (YCT) พบว่าแบบเรียนทั้งสองชุดมีความคำศัพท์นอกตารางอยู่เป็นจำนวนมาก โดยแบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” และ “ภาษาจีนธรรมดา” มีความคำศัพท์นอกตารางอยู่ที่ร้อยละ 61.08 และร้อยละ 44.00 ตามลำดับ การเรียบเรียงแบบเรียนภาษาจีนโดยไม่ใช้คำศัพท์นอกตารางเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะทำได้ยาก แต่คำศัพท์นอกตารางที่ปรากฏในคำศัพท์ต้องอยู่ในปริมาณที่เหมาะสม โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของLi Quan และJin Yunzhen (2008) ที่ได้เสนออัตราส่วนคำศัพท์ในตาราง และคำศัพท์นอกตารางของแบบเรียนภาษาจีนระดับพื้นฐานควรอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ80 ต่อร้อยละ 20 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าแบบเรียนทั้งสองชุดมีความคำศัพท์นอกตารางเกินกว่าอัตราส่วนเป็นจำนวนมาก แต่มีอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณคำศัพท์นอกตารางของแบบเรียนทั้งสองชุดคือแบบเรียนทั้งสองชุดเป็นแบบเรียนที่สร้างขึ้นสำหรับนักเรียนชาวไทยมีการใส่ศัพท์เฉพาะลงไปแบบเรียน เช่น 泰国人(คนไทย) ปรากฏในแบบเรียน“ภาษาจีนธรรมดา” เล่มที่ 1 บทที่ 5 木瓜沙拉(ส้มตำ) ปรากฏในแบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” เล่มที่ 6 บทที่ 5 เป็นต้น คำศัพท์ประเภทนี้จะถูกจัดไปอยู่ในกลุ่มของคำศัพท์นอกตาราง และเหตุผลอีกประการที่ส่งผลให้คำศัพท์นอกตารางมีอัตราส่วนมากเพราะการแบ่งคำศัพท์ของ YCT กับ แบบเรียนทั้งสองไม่เหมือนกัน เช่น ใน แบบเรียนนับว่า 星期一(วันจันทร์) เป็นหนึ่งคำ แต่คำศัพท์ของ YCT แยก 星期一(วันจันทร์) เป็น 星期 กับ 一 สองคำ ในการวิจัยในอนาคตอาจจะต้องนำคำศัพท์ของแบบเรียนไปแยกคำก่อนที่จะนำมาเทียบกับตารางคำศัพท์อาจจะทำให้ปริมาณคำศัพท์นอกตารางลดลงเป็นอย่างมากก็เป็นได้

ในด้านความถี่ในการใช้งานจะพบว่าแบบเรียนทั้งสองเล่มมีการเลือกนำคำศัพท์ที่มีความถี่ในการใช้งานสูงมาใส่ในแบบเรียนเล่มแรก ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Ren Jingwen (2019) ที่กล่าวไว้ว่าการเรียบเรียงแบบเรียน



ของชาวต่างชาติต้องเรียนเนื้อหาที่จำเป็นก่อน ในแบบเรียน“ภาษาจีนธรรมดา” มีคำศัพท์ที่ระดับ 1 ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่มีความถี่ในการใช้งานสูงสุดถึงร้อยละ 67.24 และแบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน” มีคำศัพท์ระดับ 1 ที่มีความถี่ในการใช้งานสูงสุดถึงร้อยละ 43.56 และพบว่าในเล่มต่อ ๆ ไปของแบบเรียนทั้งสองชุดจำนวนมีคำศัพท์ระดับ 1 ในจำนวนที่น้อยลงและมีคำศัพท์ที่มีความถี่ในการใช้งานต่ำกว่าในปริมาณที่มากขึ้นอย่างเป็นลำดับ และการวิจัยพบว่า แบบเรียนทั้งสองชุดมีจำนวนคำศัพท์ที่มีความถี่ในการใช้งานอยู่ในระดับ 5-6 ในปริมาณที่น้อยซึ่งสอดคล้องหลักการในการเรียบเรียงแบบเรียนที่ต้องคำนึงถึงผู้เรียน (Li J. , 2016) ที่เป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาที่ยังใช้ภาษาที่ค่อนข้างง่ายและเป็นภาษาที่ใช้บ่อยในชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่

จากการวิเคราะห์คำศัพท์ตามประเภทของคำจะพบว่าประเภทคำศัพท์ในแบบเรียนทั้งสองชุดมีความคล้ายคลึงกันแบบเรียนชุด“ฉันรักภาษาจีน” และแบบเรียนชุด“ภาษาจีนธรรมดา” มีจำนวนคำนามมากที่สุด และวิเคราะห์ประเภทของคำนามของแบบเรียนทั้งสองชุด คำสามัญนาม(普通名词) จะมีจำนวนที่มากที่สุด ในแบบเรียนชุด“ฉันรักภาษาจีน” มีคำสามัญนามถึง 441 คำ แบบเรียนชุด“ภาษาจีนธรรมดา” มีจำนวนคำสามัญนามถึง 147 คำ จำนวนรองลงมาตามลำดับจะเป็นคำนามบอกเวลา (时间名词) คำนามแสดงทิศทางตำแหน่ง (方位名) ชื่อสถานที่ (地名) และชื่อสถานที่ (地名) ที่พบในแบบเรียนทั้งสองชุดส่วนใหญ่จะเป็นชื่อประเทศหรือชื่อเมืองเช่น 泰国 (ประเทศไทย) 中国 (ประเทศจีน) 美国 (ประเทศสหรัฐอเมริกา) 曼谷 (กรุงเทพมหานคร) 北京 (กรุงปักกิ่ง) เป็นต้น

จากการศึกษาคำศัพท์ของแบบเรียนชุด“ฉันรักภาษาจีน” และแบบเรียนชุด“ภาษาจีนธรรมดา” ใน 4 ด้านประกอบด้วย จำนวนคำศัพท์ในแบบเรียน 2. ความยากง่ายของคำศัพท์ 3.ความถี่ในการใช้คำศัพท์ และ4. ประเภทของคำศัพท์พบว่า

จากการเปรียบเทียบระบบคำศัพท์ในแบบเรียนภาษาจีนระดับประถมศึกษาชุด“ฉันรักภาษาจีน” และชุด“ภาษาจีนธรรมดา” 1.พบว่าแบบเรียนชุด“ฉันรักภาษาจีน” มีจำนวนคำศัพท์ที่มากกว่าแบบเรียนชุด“ภาษาจีนธรรมดา” แต่แบบเรียนชุด“ฉันรักภาษาจีน” มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนคำศัพท์ที่สม่ำเสมอว่าแบบเรียนชุด“ภาษาจีนธรรมดา” 2.พบว่าแบบเรียนทั้งสองชุดมีจำนวนคำศัพท์นอกตาราง YCT ค่อนข้างสูง 3.พบว่าแบบเรียนทั้งสองชุดมีการเลือกและจัดลำดับคำศัพท์ในแบบเรียนได้ดีมีการจัดลำดับคำศัพท์ที่ใช้อยู่ในเล่มแรก ๆ และค่อย ๆ เพิ่มจำนวนคำศัพท์ที่มีการใช้น้อยกว่าเข้ามาในแบบเรียน และจากการเปรียบเทียบแบบเรียนทั้งสองชุด พบว่า แบบเรียนที่เรียบเรียงในปีพ.ศ.2549 อย่าง แบบเรียนชุด“ภาษาจีนธรรมดา”และแบบเรียนที่เรียบเรียงในปีพ.ศ.2563 มีความแตกต่างกันไม่มากนัก แต่ที่ต่างกันได้ชัดคือการพยายามลดภาระของผู้เรียน เช่น แบบเรียน“ฉันรักภาษาจีน”ทั้งชุด 12 เล่มน่าจะมีคำศัพท์ไม่ต่ำกว่า 900 คำ แต่แบบเรียนชุด“ภาษาจีนธรรมดา” มีคำศัพท์ลดลงเหลือ 830 คำ พร้อมทั้งจำแนกคำศัพท์เป็นคำศัพท์ที่ต้องอ่านได้กับคำศัพท์ที่ต้องเขียนได้เป็นการลดภาระของผู้เรียนลง ผู้เรียบเรียงแบบเรียนภาษาจีนในระดับประถมศึกษาสามารถนำแนวทางการลดภาระของผู้เรียนไปปรับใช้เพื่อเสริมประสิทธิภาพและสร้างแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนได้

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. โรงเรียนหรือผู้รับผิดชอบหลักสูตรสามารถนำผลการวิจัยไปประกอบการคัดเลือกแบบเรียนที่จะใช้ในระดับประถมศึกษาได้
2. ผู้เรียบเรียงแบบเรียนภาษาจีนในระดับประถมศึกษาสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาระบบคำศัพท์ในแบบเรียนได้

7.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษาความยากง่ายโดยนำเทคโนโลยีการตัดคำเช่น Jieba Wordcut มาเตรียมคำศัพท์ก่อนเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มความแม่นยำของการวิจัย
2. การศึกษาครั้งต่อไปสามารถเปรียบเทียบแบบเรียนระดับประถมศึกษาระหว่างแบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวไทยและแบบเรียนที่เรียบเรียงโดยชาวจีน
3. การศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาในบทเรียนของแบบเรียนชุด “ฉันรักภาษาจีน” และแบบเรียนชุด “ภาษาจีนหรรษา”

บรรณานุกรม

- Chen, R. L. (2019). A review of research on Chinese teaching materials for primary and secondary schools in Thailand in the past ten years. *Journal of Elegance and Classic*, (07), 98-100. (in Chinese)
- Cheng, L. Z. (2015). Statistics and analysis of vocabulary in primary reading textbooks for Chinese as a foreign language. *Education Teaching Forum*, (26), 88-89. <https://doi.org/CNKI:SUN:JYJU.0.2015-36-044> (in Chinese)
- Chinese Testing International Co., Ltd. (2023, 6 22). *Youth Chinese Test Introduction*. Chinese Testing. <https://www.chinesetest.cn/gosign.do?id=1&lid=0#> (in Chinese)
- Confucius Institute Headquarters/Hanban. (2014). *International Curriculum for Chinese Language Education*. Beijing Language and Culture University Press.
- Huang, N. J., Feng, X., Qiu, Y. H., Wang, Q. S., & Zhao, Y. Q. (2013). A Research on the teaching and learning conditions of Chinese as a foreign language in Central Thailand. *Journal of Liuzhou Vocational & Technical College*, 13(02), 47-52+58. (in Chinese)
- Jiang, X. (1998). Research on vocabulary acquisition and its significance in teaching. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (3), 65-73. (in Chinese)
- Li, D. Q., Huang, Y. Q., & Ma, Y. Y. (2020). A Survey on the current situation and needs of Chinese learning in Thailand. *Journal of Qiqihar Teachers College*, (5), 92-94.

- Li, J. (2016). On the principles of writing comprehensive textbooks for Chinese as a foreign language. *Journal of Language and Literature Studies*, (10), 152-154. (in Chinese)
- Li, Q., & Jin, Y. Z. (2008). Optimizing the compilation of TCFL textbooks. *Applied Linguistics*, 4, 108-117. <https://doi.org/10.16499/j.cnki.1003-5397.2008.04.012> (in Chinese)
- Manomaivibool, P. (2007). Development of the Chinese language in Thailand. *Journal of Letters*, 36, 64-82. (in Thai)
- Ren, J. W. (2019). *Traditional Chinese 1 (Revised Edition)*. SE-ED Education. (in Thai)
- Wu, J. P. (2011). The current situation, problems and countermeasures of Chinese education and promotion in Thailand. *Journal of Jimei University*, 13(02), 59-63. (in Chinese)
- Xing, Q. Q. (2022). Research on the evaluation of era and cultural principles of Chinese as a second language textbook: A case study of 301 sentences in Chinese conversation. *Bulletin of Chinese Language Teaching*, 1198(4), 78-79. (in Chinese)
- Yang, D. F. (1997). On the standardization of teaching materials for teaching Chinese as a foreign language. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (03), 17-29. (in Chinese)
- Yang, J. Z. (2003.). Some thoughts on compiling elementary Chinese textbooks. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (4), 52-57. (in Chinese)
- Zhang, L. (2015). A study on vocabulary of Chinese textbook for overseas children. *Journal of Guangdong University of Foreign Studies*, (6), 35-40+99. <https://doi.org/CNKI:SUN:GDWY.0.2015-06-008> (in Chinese)
- Zhao, J. M. (1998). On the evaluation of teaching materials for teaching Chinese as a Foreign Language. *Language Teaching and Linguistic Studies*, (03), 4-19. (in Chinese)
- Zhao, J. M. (2004). *Introduction to Teaching Chinese as a Foreign Language*. Commercial Press. (in Chinese)
- Zhou, X. B., & Chen, N. (2014). An e-library-based study of the vocabulary in Chinese textbooks in China and abroad and their localization features. *International Chinese Teaching and Research*, 03, 35-41. <https://doi.org/CNKI:SUN:HJXY.0.2014-03-015> (in Chinese)
- Zhou, X. B., & Li, T. Y. (2019). A comparative study of the vocabularies in Chinese made easy and easy steps to Chinese. *Journal of International Chinese Teaching*, (01), 70-77. <https://doi.org/CNKI:SUN:HJXY.0.2019-01-010> (in Chinese)
- Zhou, X. B., & Liu, Y. L. (2012). Research into vocabularies of Chinese elementary intensive reading textbooks. *Language Teaching and Linguistic Studies*, 05, 26-33. (in Chinese)

- Zhou, X. B., & Zhang, P. (2018). An investigation of vocabulary selection in 12 Chinese teaching materials. *TCSOL Studies*, (4), 25-35+49. (in Chinese)
- Zhou, X. L. (1996). A brief discussion on the evaluation standards of foreign language teaching materials. *Foreign Language World*, (2), 60-63. (in Chinese)

A Comparative Analysis of Business Chinese Textbooks in Thailand

Sasithorn Nuritamon

Faculty of Liberal Arts, University of Phayao, Phayao 56000 Thailand

E-mail: sasithorn.nu@up.ac.th

received 16 September 2024 revised 15 November 2024

accepted 28 November 2024

Abstract

This research aims to analyze and compare 5 Business Chinese textbooks: Business Chinese 1, Business Chinese (for Thai learners), Business Chinese Conversation 1, Business Chinese Conversation 2, and Business Chinese Conversation 3. A comparative study based on standard benchmark the 《商务汉语考试大纲》 curriculum. Business Chinese language proficiency test to analyze and compare, divided into 2 main parts. Part 1 is a comparative analysis of the content of business activities, divided into 2 sub-parts 1.) Analyze for dividing the level of knowledge and ability in Chinese Business (商务汉语考试等级标准) found that textbooks Business Chinese Conversation 1, Business Chinese Conversation 2, and Business Chinese Conversation 3 have content levels Classification Standards Level 1 and Level 2. Business Chinese Conversation 1 and Business Chinese (for Thai learners) are at level 3 and level 4. 2.) Analyze the scope of content related to the criteria for measuring and evaluating the ability to communicate in business (商务交际能力项目). 2.1) Business communication in life (生活类) found that Business communication in life vocabulary appears in many textbooks: Business Chinese Conversation 1, Business Chinese Conversation 2, and Business Chinese Conversation 3. 2.2) Business Communication (业务类) found that Business Communication vocabulary appears in the textbook Business Chinese 1 and Business Chinese (for Thai students) the most. Part 2 is a comparative analysis of textbooks into 3 aspects: 1) Structure found that all 5 Business Chinese textbooks emphasize conversation as the main lesson. 2) Vocabulary in this study based on vocabulary standards “BCT Business Chinese Test (A)” and “BCT Business Chinese Test (B)” found that all 5 Business Chinese

textbooks contained vocabulary that are not in the syllabus than those in the syllabus. 3) Exercise has appropriate exercises except Business Chinese Conversation 1, Business Chinese Conversation 2, and Business Chinese Conversation 3 which have only one exercise format and are not appropriate for reviewing students' knowledge. From this research, Guidelines for writing business Chinese textbooks at the higher education level can be summarized as follows: 1. There should be a comprehensive and systematic arrangement of textbook writing sequences. 2. The number of vocabularies should be at an average level that is equal to the curriculum criteria Business Chinese Test. 3. There is comprehensive business communication content according to criteria for measuring and evaluating business communication abilities according to the standard knowledge level of the students and the content is up-to-date and accurate. 4. The number of questions and the format of the exercises should be appropriate.

Keywords: comparative analysis; textbooks; Business Chinese



การวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจในประเทศไทย

ศศิธร นุริตมนต์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา พะเยา 56000 ประเทศไทย

อีเมล sasithorn.nu@up.ac.th

วันรับบทความ 16 กันยายน 2567 วันแก้ไขบทความ 7 พฤศจิกายน 2567

วันตอบรับตีพิมพ์บทความ 28 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้งหมด 5 เล่ม ได้แก่ ภาษาจีนธุรกิจ 1 ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 ศึกษาเปรียบเทียบอิงตามเกณฑ์ชี้วัดมาตรฐานในการประเมินแต่ละด้านโดยใช้หลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语考试大纲》 มาประเมินและวิเคราะห์เปรียบเทียบแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ 1) วิเคราะห์มาตรฐานในการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจ (商务汉语考试等级标准) ผลการวิเคราะห์พบว่า หนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีระดับเนื้อหาอยู่ในมาตรฐานการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจระดับ 1 และ ระดับ 2 ส่วนหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) อยู่ในระดับ 3 และ ระดับ 4 2) วิเคราะห์ขอบเขตของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ (商务交际能力项目) มี 2.1) ด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต (生活类) ผลการวิเคราะห์พบว่า คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 เป็นจำนวนมาก 2.2) ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ (业务类) ผลการวิเคราะห์พบว่า คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงธุรกิจ ปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มากที่สุด ส่วนที่ 2 ได้แบ่งการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบเรียนออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์พบว่า หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้งหมด 5 เล่ม จะเน้นบทสนทนาเป็นโครงสร้างบทเรียนเป็นหลัก ด้านคำศัพท์ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้เกณฑ์วัดมาตรฐานคำศัพท์อิงจาก “หลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT (A)” และ “หลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT (B)” พบว่า คำศัพท์ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้งหมด 5 เล่ม มีคำศัพท์ที่ไม่ได้อยู่ในหลักสูตรมีจำนวนที่มากกว่าคำศัพท์ที่อยู่ในหลักสูตร และด้านแบบฝึกหัด ในแต่ละเล่มมีแบบฝึกหัดที่เหมาะสม ยกเว้นในหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีรูปแบบแบบฝึกหัดเพียงแค่รูปแบบเดียว ซึ่งไม่เหมาะสมกับการทบทวนความรู้ของ

ผู้เรียน จากข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปแนวทางในการเขียนตำราภาษาจีนธุรกิจในระดับอุดมศึกษาได้ ดังนี้ 1) ควรมีการเรียบเรียงวางแผนลำดับการเขียนตำราให้ครอบคลุมและเป็นระบบ 2) ควรมีจำนวนคำศัพท์ อยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยที่เท่าเทียมตามเกณฑ์หลักสูตรการทดสอบวัดระดับภาษาจีนธุรกิจ 3) มีเนื้อหาในการสื่อสาร ธุรกิจที่ครอบคลุมตามเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ตามระดับมาตรฐาน ความรู้ของผู้เรียน เป็นเนื้อหาที่ทันสมัยและถูกต้อง 4) ควรคำนึงถึงจำนวนข้อและรูปแบบของแบบฝึกหัดให้มีความเหมาะสม

คำสำคัญ การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ตำราเรียน ภาษาจีนธุรกิจ

1. บทนำ

สาธารณรัฐประชาชนจีน นับเป็นตลาดการค้าแหล่งใหญ่ของโลก ที่หลายประเทศต้องการทำการค้าร่วมกัน นับตั้งแต่ที่ประเทศจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก หรือ WTO จีนก็ผ่อนคลายกฎเกณฑ์การลงทุนมากขึ้น ทุกมณฑลของจีนได้รับการพัฒนาในทุกด้านต่อเนื่องและเปิดรับการลงทุนของต่างชาติมากขึ้น โดยเฉพาะ ธุรกิจเกษตรกรรม พลังงาน โทรคมนาคม และสามารถร่วมทุนในธุรกิจ การท่องเที่ยว ประกันภัย และธนาคารได้อีกด้วย นอกจากนี้การที่รัฐบาลจีนได้ส่งเสริมให้นักธุรกิจในประเทศออกไปทำการค้าขาย ลงทุน หรือแม้แต่เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ เท่ากับว่าเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับประเทศไทยมากยิ่งขึ้น Kraisin, W. (2023) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนได้ยกระดับความสัมพันธ์และความไว้วางใจต่อกัน มุ่งมั่นขยายระดับความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างสองประเทศ อีกทั้งยังผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางด้านวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง จึงนำไปสู่สัมพันธภาพไทย-จีนที่มีการพัฒนาอย่างมั่นคงมากยิ่งขึ้น Royal Thai Embassy in Beijing (2023) ประเทศไทยยังได้มีการส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพ สถานการณ์เศรษฐกิจการค้าไทย-จีนในปัจจุบัน สถาบันอุดมศึกษาของประเทศ ไทยหลายแห่งได้เปิดหลักสูตรสาขาวิชาภาษาจีนธุรกิจเพื่อให้ผู้เรียนได้มีความรู้ทั้งด้านภาษาจีนและการทำธุรกิจ การค้ากับคนจีน แต่ในปัจจุบันยังเกิดปัญหาในการเรียนการสอนหรือหลักสูตรของภาษาจีนธุรกิจ กล่าวได้ว่าบัณฑิตไม่ว่าจะจบการศึกษาที่ในประเทศไทยหรือจบการศึกษาที่ประเทศจีน ประสบการณ์ในการเรียนรู้อยู่ไม่เพียงพอในการถ่ายทอดความรู้ความสามารถด้านธุรกิจ สถานประกอบการได้อย่างแตกฉาน ส่งผลให้การสื่อสารและถ่ายทอดความต้องการไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน Khantharot, W. (2013) อีกทั้งยังไม่เข้าใจบริบททางด้านธุรกิจอย่างถ่องแท้ ปัญหาเหล่านี้เกิดจากการออกแบบหลักสูตรภาษาจีนธุรกิจของแต่ละสถาบันอุดมศึกษามีความแตกต่างกันและยังไม่มีแม่แบบหรือเป็นหลักสูตรแกนกลาง ทำให้ไม่สามารถควบคุมการเรียนการสอนให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันได้ จึงจัดระบบการเรียนการสอนตามแนวทางของตนเอง Office of the Secretariat of the Education Council (2016)

ด้วยเหตุนี้การเลือกใช้ตำราเรียนให้มีความสอดคล้องต่อหลักสูตรจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเรียนการสอน ในรายวิชาภาษาจีนธุรกิจ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงได้ศึกษาเปรียบเทียบตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจในประเทศไทยที่สามารถค้นหาข้อมูลได้ง่ายในอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้เรียนหรือผู้ที่สนใจต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับภาษาจีน



ธุรกิจหรือคัดเลือกหนังสือตำราเรียน นำไปใช้ ปรับปรุงและพัฒนาหรือเป็นแนวทางในการเขียนแบบเรียน ตำราเรียนให้สอดคล้องกับสภาพและสถานการณ์ของผู้เรียนในสถาบันของตนเอง ผู้วิจัยจึงนำหนังสือตำราเรียนทั้งหมด 5 เล่ม ได้แก่ ภาษาจีนธุรกิจ 1 ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มาศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพสถานการณ์ หลักสูตรและเหมาะสมกับผู้เรียนของสถาบันตนเอง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจในประเทศไทย
2. เพื่อเป็นแนวทางในการเขียนตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจในระดับอุดมศึกษา

3. ทบทวนวรรณกรรม

จากการสืบค้นข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ พบว่ามีนักวิจัยและนักวิชาการให้ความสนใจกับการวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจสำหรับชาวต่างชาติ ข้อมูลการสืบค้นมีรายละเอียดดังนี้ Yu, L. (2012) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจ 《北京商务汉语初级》 กับ 《商务汉语一本通》 พบว่าหนังสือทั้งสองเล่มเหมาะสำหรับผู้เรียนที่ต้องการสื่อสารธุรกิจได้ แต่ไม่ได้เน้นเนื้อหาด้านไวยากรณ์ Kong, R. (2014) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจ 《发展商务汉语口语篇》 กับ 《国际商务汉语教程》 พบว่าหนังสือเรียน 《发展商务汉语口语篇》 เหมาะสำหรับพนักงานชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศจีน ส่วนหนังสือเรียน 《国际商务汉语教程》 เหมาะสำหรับคนวัยทำงานที่ไม่ได้ทำงานในประเทศจีน แต่ต้องใช้ภาษาจีนในการสื่อสาร Zhang, K. (2012) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语》 系列教材 กับ 《经理人汉语》 系列教材 พบว่าหนังสือเรียนทั้งสองเล่มเหมาะสำหรับผู้เรียนภาษาจีนที่ไม่มีพื้นฐานมาก่อน Wu, J. (2011) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语随学随用》 กับ 《通用商务汉语》 พบว่าหนังสือเรียน 《通用商务汉语》 มีเนื้อหาที่หลากหลาย เหมาะสำหรับการใช้ในชั้นเรียน ส่วนหนังสือเรียน 《商务汉语随学随用》 นำเสนอในรูปแบบสถานการณ์ต่างๆ สามารถนำไปใช้ได้จริง เหมาะสำหรับการนำไปใช้งานในการทำงานมากกว่านำมาใช้เป็นหนังสือแบบเรียน Guo, H. (2012) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจ 《实用商务汉语》 กับ 《基础实用汉语》 พบว่าหนังสือเรียน 《基础实用汉语》 มีการเรียบเรียงเนื้อหาที่เป็นระบบมากกว่า ง่ายไปส่ายากเป็นขั้นเป็นตอน ส่วนหนังสือเรียน 《实用商务汉语》 เนื้อหาของธุรกิจค่อนข้างครอบคลุม แต่ระบบขั้นตอนยังไม่สมบูรณ์ Wang, J. (2013) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือเรียน 《经理人汉语商务篇》 กับ 《新编剑桥商务英语高级》 พบว่าหนังสือเรียน 《经理人汉语商务篇》 เหมาะสำหรับบุคลากรในยุโรปที่ทำงานในบริษัทที่ต้องการใช้ภาษาจีน ส่วนหนังสือเรียน 《新编剑桥商务英语高级》 เหมาะสำหรับบุคลากรที่ทำงานด้านธุรกิจหรือนักศึกษาในประเศอังกฤษที่เรียนเกี่ยวกับธุรกิจ Liu, X. (2007) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบ

หนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจ 《经贸洽谈 ABC》 กับ 《商务汉语》 พบว่าหนังสือเรียน 《经贸洽谈 ABC》 มีคำศัพท์ที่เยอะมากเกินไป ไม่เหมาะสมต่อการจดจำ ส่วนหนังสือเรียน 《商务汉语》 ในการเรียบเรียงคำศัพท์ค่อนข้างสับสนและในส่วนของไวยากรณ์มีการอธิบายที่ไม่ชัดเจน Dong, J. (2019) ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจ 《赢在中国》 系列 กับ 《新丝路》 系列 พบว่าหนังสือเรียนทั้งสองเล่มเหมาะสมกับการใช้เป็นหนังสือเรียนสำหรับผู้เริ่มเรียนภาษาจีนธุรกิจ แต่หัวข้อและเนื้อหายังไม่ครอบคลุมมากนัก และความยากของคำศัพท์มีเปอร์เซ็นต์ค่อนข้างสูง

ตำราเป็นผลงานวิชาการประเภทหนึ่งและเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ที่สำคัญในการศึกษาระดับอุดมศึกษา Chutima, S. (2021) การเขียนตำราเรียน ผู้เขียนต้องมีความรู้จากการค้นคว้าศึกษา มาวิเคราะห์สังเคราะห์ รวบรวมและเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ มีเอกภาพ สัมพันธภาพ และสารัตถภาพตามหลักในการเขียน ให้ความรู้ใหม่ เนื้อหาสาระของตำราต้องมีความถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย มีการนำเสนอที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา Thai government gazette (2022) นอกจากนี้ ผู้เขียนต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้ตำรา สามารถทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเรียนรู้ในเรื่องที่ผู้เขียนกำลังถ่ายทอดไปสู่ผู้อ่านได้ดี Buntip, S. (2011) สามารถอธิบายสาระสำคัญได้ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการใช้แผนภาพ ตัวอย่าง หรือกรณีศึกษาประกอบ ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้โดยเบ็ดเสร็จ Navarat, W. (2024) ทั้งนี้ ผู้เขียนควรตระหนักและมีความรู้ที่ลึกซึ้งในศาสตร์ด้านภาษาจีนเชิงธุรกิจ เพื่อสามารถออกแบบรูปแบบการเขียนตำราภาษาจีนธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ มีการวางแผนลำดับขั้นตอนการเขียนตำราให้เป็นเอกภาพ มีเนื้อหาสาระที่ถูกต้องแม่นยำ สามารถทำให้ผู้อ่านเรียนรู้องค์ความรู้ของการเรียบเรียงในตำราได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาข้างต้น สรุปได้ว่าหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจของแต่ละเล่มมีจุดประสงค์ มีเป้าหมาย และมีความคาดหวังว่าผู้เรียนจะได้รับความรู้อะไร อย่างไร และมีรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันไป เนื้อหาบางเล่มอาจจะมีบางส่วนที่ต้องพัฒนา แต่บางเล่มก็มีความครอบคลุมและสมบูรณ์แบบ แต่หนังสือภาษาจีนธุรกิจที่นักวิชาการส่วนใหญ่นำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบจะเป็นการเรียบเรียงของนักวิชาการชาวจีนให้สำหรับกลุ่มชาวต่างชาติ ที่ไม่ได้ระบุเจาะจงว่าใช้สำหรับประเทศใด และเนื่องด้วยหนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจที่เรียบเรียงให้สำหรับกลุ่มนิสิต นักศึกษาชาวไทยก็ยังมีความขาดแคลนเป็นอย่างมาก จึงไม่สอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจจีนในประเทศไทย ฉะนั้นการวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจในประเทศไทยครั้งนี้ จึงสามารถเป็นส่วนช่วยให้ นักวิชาการชาวไทยที่มีความรู้ความสามารถด้านภาษาจีนธุรกิจ ได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเขียนตำราเรียน มีเนื้อหาภาษาจีนธุรกิจที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการใช้งานในยุคปัจจุบันของประเทศไทย สามารถนำข้อมูลที่ได้ในการเปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจครั้งนี้ เป็นแนวทางในการเรียบเรียงหนังสือตำราเรียนใหม่ให้เหมาะสมกับผู้เรียนของหลักสูตรตนเองได้ให้เหมาะสมสำหรับผู้เรียนของแต่ละสถาบันอุดมศึกษา



4. วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล การรวบรวมสถิติ และการเปรียบเทียบ

1. วิธีการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตจากแพลตฟอร์มที่สืบค้นได้สะดวก และรวบรวมหนังสือตำราภาษาจีนธุรกิจที่มีนักวิชาการชาวไทยเป็นผู้เรียบเรียง โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ตำราทั้งหมด 5 เล่มที่เลือกมาศึกษา ล้วนแล้วแต่ใช้ในการประกอบการสอนในระดับอุดมศึกษา เป็นระดับที่เท่าเทียมกัน สามารถนำมาศึกษาเปรียบเทียบกันได้ จากนั้นได้สืบค้นหาข้อมูลบทความวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเปรียบเทียบและการเขียนหรือเรียบเรียงหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ

2. วิธีการรวบรวมสถิติ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลและเปรียบเทียบเนื้อหาจากหนังสือตำราเรียน ภาษาจีนธุรกิจทั้งหมด 5 เล่มในแต่ละด้าน ซึ่งเกณฑ์ชี้วัดมาตรฐานในการเปรียบเทียบการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ หลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจ (BCT) 《商务汉语考试大纲》เป็นการทดสอบความรู้ความสามารถทางภาษาจีนตามมาตรฐานสากล เหมาะสำหรับการทดสอบความสามารถภาษาจีนในการสื่อสารทางธุรกิจที่ใช้ได้จริงหรือสถานการณ์การทำงานทั่วไปของผู้สมัครสอบที่ไม่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษาแม่ การทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจ แบ่งออกเป็นสองส่วนคือ การทดสอบแบบข้อเขียนและการสอบแบบพูด การสอบข้อเขียนประกอบด้วย BCT (A) และ BCT (B) ซึ่ง BCT (A) จะเทียบเท่ากับ 《汉语水平考试》 การสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน (HSK) ในระดับ 1-3 และเทียบเท่ากับ การสอบวัดระดับภาษาของ CEFR ในระดับ A1-B1 ส่วน BCT (B) จะเทียบเท่ากับ 《汉语水平考试》 การสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน (HSK) ในระดับ 4-6 และเทียบเท่ากับ การสอบวัดระดับภาษาของ CEFR ในระดับ B2-C2

3. วิธีการเปรียบเทียบ การวิจัยจะอิงตามเกณฑ์ชี้วัดมาตรฐานในด้านต่าง ๆ โดยใช้หลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语考试大纲》 มาประเมินและวิเคราะห์เปรียบเทียบแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ 1) วิเคราะห์มาตรฐานในการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจ (商务汉语考试等级标准) 2) วิเคราะห์ขอบเขตของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ (商务交际能力项目) ส่วนที่ 2 ได้แบ่งการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบเรียนออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านคำศัพท์ และด้านแบบฝึกหัด

4. นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ เสนอแนวทางในการเขียนตำราภาษาจีนธุรกิจในระดับอุดมศึกษา

5. ผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้งหมด 5 เล่ม ได้แก่ 1. ภาษาจีนธุรกิจ 1 2. ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) 3. การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 4. การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 5. การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 โดยเล่มที่ 3 (การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1) เล่มที่ 4 (การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2) และเล่มที่ 5 (การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1) เป็นตำราชุดเดียวกันแต่ต่างระดับกัน

จากนั้นจะดำเนินการอิงตามเกณฑ์ชีวิตมาตรฐานในการประเมินแต่ละด้านโดยใช้ 《商务汉语考试大纲》 หลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ มาประเมินและวิเคราะห์เปรียบเทียบแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ 1) วิเคราะห์มาตรฐานในการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจ (商务汉语考试等级标准) และ 2) วิเคราะห์ขอบเขตของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ (商务交际能力项目) ได้แก่ 2.1) ด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต (生活类) 2.2) ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ (业务类) ส่วนที่ 2 ได้แบ่งการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบเรียนออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านคำศัพท์ และด้านแบบฝึกหัด

จากการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน มีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจตามมาตรฐานในการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจ (商务汉语考试等级标准)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม การเขียนและเรียบเรียงข้อมูลมีขอบเขตและเป้าหมายของเนื้อหาที่ชัดเจนและแตกต่างกัน จากมาตรฐานในการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจ (商务汉语考试等级标准) ในหลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语考试大纲》 สามารถแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 ทดสอบผู้ที่ไม่มีความรู้พื้นฐานในการใช้ภาษาจีนในการสื่อสารทางด้านการกิจกรรมทางธุรกิจ ระดับที่ 2 ทดสอบผู้ที่สามารถใช้ภาษาจีนขั้นพื้นฐานในการสื่อสารทางด้านการกิจกรรมทางธุรกิจ ระดับที่ 3 ทดสอบผู้ที่สามารถใช้ภาษาจีนได้ค่อนข้างดีในการสื่อสารทางด้านการกิจกรรมทางธุรกิจ ระดับที่ 4 ทดสอบผู้ที่สามารถใช้ภาษาจีนได้อย่างคล่องแคล่วในการสื่อสารทางด้านการกิจกรรมทางธุรกิจ ระดับที่ 5 ทดสอบผู้ที่สามารถใช้ภาษาจีนได้โดยธรรมชาติและเหมาะสมในการสื่อสารทางด้านการกิจกรรมทางธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ตามการแบ่งระดับความรู้ความสามารถแสดงเป็นตารางดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบเนื้อหาในหนังสือทั้ง 5 เล่ม ตามมาตรฐานการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจ

ชื่อหนังสือ มาตรฐานระดับ ความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ	ภาษาจีน ธุรกิจ 1	ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียน ชาวไทย)	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 1	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 2	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 3
ระดับ 1 :สามารถทักทาย ถามตอบ ขอความช่วยเหลือ อ่านสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรจีนได้	-	-	√	√	√
ระดับ 2 :สามารถถามทางบอกทิศทาง การซื้อของ ชื่อตัว จองห้องพัก ส่งรับอีเมล เขียนโน้ต ต้อนรับแขก การสมัครงาน	-	-	√	√	√



ชื่อหนังสือ มาตรฐานระดับ ความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ	ภาษาจีน ธุรกิจ 1	ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียน ชาวไทย)	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 1	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 2	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 3
ระดับ 3 : สามารถอธิบายรูปร่างลักษณะของบุคคลและสิ่งของ อภิปรายหัวข้อที่กำลังนิยม โทรศัพท์ เขียนจดหมายทางธุรกิจ เขียนอีเมล กำหนดการประชุม สอบถามคุณสมบัติของสินค้า ขั้นตอนการผลิตและการเปรียบเทียบสินค้าชนิดเดียวกัน	√	√	-	-	-
ระดับ 4 : สามารถรับรู้ข้อมูลทางธุรกิจเป็นภาษาจีน ฟังและอ่านประเด็นที่สำคัญทางสื่อ แสดงความคิดเห็นในการเจรจาธุรกิจ เขียนบันทึกการประชุม สัมภาษณ์ผู้สมัครงาน เขียนรายงานการทำงาน	√	√	-	-	-
ระดับ 5 : สามารถอธิบายเหตุผลความสัมพันธ์และแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งที่จะซับซ้อน อภิปรายข้อโต้แย้งหรือประเด็นถกเถียง อ่านบทความด้านธุรกิจ พูดอย่างเป็นทางการ อภิปรายสถานการณ์ของตลาด แนวโน้มและผลสรุป	√	√	-	-	-

*เครื่องหมาย √ หมายถึงมีเนื้อหาอยู่ในหนังสือหรือตำรา เครื่องหมาย - หมายถึงไม่มีเนื้อหาอยู่ในหนังสือหรือตำรา

จากตารางข้างต้นสรุปได้ว่า หนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีระดับเนื้อหาอยู่ในมาตรฐานการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจ (商务汉语考试等级标准) อยู่ในระดับ 1 และ ระดับ 2 หากใช้หนังสือเหล่านี้ในการเรียนการสอน ผู้เรียนสามารถทักทาย ถามตอบ ขอความช่วยเหลือ สามารถอ่านสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรจีนได้ สามารถถามทางหรือบอกทิศทาง สามารถซื้อของ ซื้อตั๋ว จองห้องพัก ส่งและรับอีเมล เขียนโน้ต ต้อนรับแขก และสมัครงานได้ ส่วนหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีระดับเนื้อหาอยู่ในมาตรฐานการแบ่งระดับความรู้ความสามารถทางภาษาจีนธุรกิจ (商务汉语考试等级标准) อยู่ในระดับ 3-5 หากใช้หนังสือเหล่านี้ในการเรียนการสอน ผู้เรียนสามารถอธิบายรูปร่างลักษณะของบุคคลและสิ่งของ อภิปรายหัวข้อที่กำลังนิยม โทรศัพท์ เขียนจดหมายทางธุรกิจ เขียนอีเมล กำหนดการประชุม สอบถามคุณสมบัติของสินค้า ขั้นตอนการผลิตและการเปรียบเทียบสินค้าชนิดเดียวกันได้ สามารถรับรู้ข้อมูลทางธุรกิจเป็นภาษาจีน ฟังและอ่านประเด็นที่สำคัญทางสื่อ แสดงความคิดเห็นในการเจรจาธุรกิจ เขียนบันทึกการประชุม สัมภาษณ์ผู้สมัครงาน เขียนรายงานการทำงาน สามารถอธิบายเหตุผล ความสัมพันธ์และแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งที่จะซับซ้อน อภิปรายข้อโต้แย้งหรือประเด็นถกเถียง อ่านบทความด้านธุรกิจ พูดอย่างเป็นทางการ สามารถอภิปรายสถานการณ์ของตลาด แนวโน้มและสรุปผลได้

2. การวิเคราะห์ขอบเขตของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อ สื่อสารทางธุรกิจ (商务交际能力项目) มีดังนี้

เกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ (商务交际能力项目) อยู่ในหลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语考试大纲》 และขอบเขตที่สำคัญของหลักสูตรคือ เพื่อวัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจของผู้เข้ารับการสอบวัดระดับ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต (生活类) เนื้อหาจะมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในชีวิตประจำวันและสอดแทรกกิจกรรมด้านธุรกิจ ด้านที่ 2 ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ (业务类) เนื้อหาจะมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการทำธุรกิจหรือกิจกรรมภายในบริษัท มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเข้าสังคม พบปะ วัฒนธรรม มารยาททางธุรกิจ ผู้วิจัยได้นำเนื้อหาเหล่านี้มาเปรียบเทียบกับหนังสือในเนื้อหาทั้ง 5 เล่ม ผลสรุปในการเปรียบเทียบมีดังต่อไปนี้

2.1 ด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต (生活类)

ขอบเขตของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ในหลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ ด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต ได้แบ่งออกเป็น 7 รายการในเกณฑ์การวัดและประเมิน ได้แก่ วีซ่า (签证) อาหาร (饮食) การออกเดินทาง (出行) ซื้อของ (购物) ทางสังคม (社交) วัฒนธรรม (文化) และ ที่พัก (住宿) ผู้วิจัยได้สรุปผลวิเคราะห์และเปรียบเทียบเนื้อหาของหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การวัดและประเมินด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิตทั้ง 5 รายการ มีรายละเอียดดังนี้

จากการนำเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม มาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ในหลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ ด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต สามารถสรุปได้ว่า

2.1.1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ วีซ่า (签证) ประกอบไปด้วย สอบถาม (咨询) และ พิธีการ (办手续) พบว่า ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนการสอนภาษาจีนทั้ง 5 เล่ม

2.1.2 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ อาหาร (饮食) ประกอบไปด้วย สั่งอาหาร (点菜, 订餐) และ งานเลี้ยงและมารยาทบนโต๊ะอาหาร (宴请及餐桌文化) พบว่า มีปรากฏเนื้อหาแค่ในหนังสือตำราเรียนการสอนภาษาจีนธุรกิจ 1

2.1.3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ที่พัก (住宿) ประกอบไปด้วย จองที่พัก (订房间) ศูนย์บริการด้านธุรกิจ (商务中心服务项目) เช่าห้อง ซื้อบ้าน (租房, 购房) การจัดการทรัพย์สินและการบริการ (物业管理及服务) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับจองที่พัก มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีน 1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเช่าห้อง ซื้อบ้าน มีปรากฏแค่เนื้อหาในหนังสือตำราเรียนการสอนภาษาจีนธุรกิจ 2 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการด้านธุรกิจ การจัดการทรัพย์สินและการบริการ ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.1.4 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ การออกเดินทาง (出行) ประกอบไปด้วย ถามทาง นำทาง ดูแผนที่ เข้าใจสัญลักษณ์ในสถานที่สาธารณะ (问路、指路、看地图)、การสอบถาม ขอความช่วยเหลือ (理解



公共场合的表示咨询、求助) จองตั๋ว(订票) การนั่งโดยสารรถไฟ เครื่องบิน เรือยนต์ แท็กซี่ รถโดยสารประจำทาง (乘 (火车、飞机、轮船、出租车、公共汽车)) และการเบิกค่าใช้จ่าย (费用报销) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการสอบถาม ขอความช่วยเหลือและจองตั๋ว และการเบิกค่าใช้จ่าย ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการนั่งโดยสารรถไฟ เครื่องบิน เรือยนต์ แท็กซี่ รถโดยสารประจำทาง และเนื้อหาถามทาง นำทาง คูแผนที่ เข้าใจสัญลักษณ์ในสถานที่สาธารณะ มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนการสอนภาษาจีนธุรกิจ 1

2.1.5 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ซื้อของ (购物) ประกอบไปด้วย สอบถามราคา (问价) วิธีการชำระเงินและสมัครบัตรส่วนลด (交款方式及办理优惠卡) และการบริการหลังการขาย (商品的售后服务) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการสอบถามราคาและการชำระเงิน มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีน 1 หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) หนังสือตำราเรียนการสอนภาษาจีนธุรกิจ 2 และหนังสือตำราเรียนการสอนภาษาจีนธุรกิจ 3 ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิธีการชำระเงินและสมัครบัตรส่วนลด มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนการสอนภาษาจีนธุรกิจ 3 ในส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบริการหลังการขาย ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.1.6 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ทางสังคม(社交) ประกอบไปด้วย นัดพบ เยี่ยมเยียน (约见、拜访) งานเลี้ยงสังสรรค์(庆典、聚会) รู้สึกยินดีปรีดาและขอบคุณ(激情及致谢) กล่าวอวยพร(道贺及祝愿) ขออภัยและปฏิเสธ(道歉及拒绝) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการขออภัยและปฏิเสธ มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนัดพบ เยี่ยมเยียน งานเลี้ยงสังสรรค์ รู้สึกยินดีปรีดาและขอบคุณ และกล่าวอวยพร ไม่มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม

2.1.7 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรม(文化) ประกอบไปด้วย มารยาท วัฒนธรรมประเพณี (礼仪、习俗) และ จริยธรรมทางธุรกิจ (商业道德) มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) และหนังสือตำราเรียนการสอนภาษาจีนธุรกิจ 3

2.2 ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ(业务类)

ขอบเขตของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ในหลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ ได้แบ่งออกเป็น 17 รายการ ในเกณฑ์การวัดและประเมิน ได้แก่ การรับสมัครงาน (招聘) การสมัครงาน(应聘) ค่าตอบแทน หรือ สวัสดิการ (待遇) การประเมิน (评估) การพบปะ(会见) การติดต่อ (联系) ตรวจสอบ (考察) การเจรจาทางธุรกิจ (谈判) เซ็นสัญญา (签约) การตลาด(营销) ศุลกากร (海关) การตรวจสอบสินค้า (商检) การถกประเด็น (争议) ภาษีอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ (工商税务) ธนาคาร (银行) การลงทุน(投资) และ อื่นๆ (其他) ผู้วิจัยได้สรุปผลวิเคราะห์และเปรียบเทียบเนื้อหาของหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การวัดและประเมินด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ ทั้ง 17 รายการ รายละเอียดมีดังนี้

จากการนำเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม มาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ในหลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ สามารถสรุปได้ว่า

2.2.1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัครงาน (招聘) ประกอบไปด้วย ประกาศรับสมัครงาน (招聘启事) และ สัมภาษณ์งาน (面试) พบว่า ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.2 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการสมัครงาน (应聘) ประกอบไปด้วย แนะนำตัวเอง (自我介绍) และ ประวัติส่วนตัว (简历) พบว่า ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ค่าตอบแทนสวัสดิการ (待遇) ประกอบไปด้วย เงินเดือน โบนัส (工资、奖金) และ การลา (休假) พบว่า ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.4 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการประเมิน (评估) ประกอบไปด้วย การวัดและประเมินผล (评估及考核) สรุปรายงานการทำงาน (述职) และ ลาออก (辞职) พบว่า ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.5 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพบปะ (会见) ประกอบไปด้วย การต้อนรับ (欢迎) การแนะนำ (介绍) การทักทาย (寒暄) การเห็นด้วย (赞同) เข้าใจสถานการณ์ (了解情况) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการต้อนรับและแนะนำ มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 หนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการทักทาย การเห็นด้วยและเข้าใจสถานการณ์ ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.6 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อ (联系) ประกอบไปด้วย รับสายโทรศัพท์ (电话应答) การถ่ายทอดคำสั่งที่ได้รับมอบหมายการทำงานของภายใน (传达内部指示) การประชุมและกำหนดการ (会议及日程安排) ฝากข้อความ (留言) อีเมล โน้ต จดหมายธุรกิจ โทรเลข (电子邮件、便条、商业信函、传真) การรายงาน (报告) และส่งไปรษณีย์ จัดส่งด่วน (邮寄、特快专递) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับส่งไปรษณีย์ จัดส่งด่วน มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับรับสายโทรศัพท์ การถ่ายทอดคำสั่งที่ได้รับมอบหมายการทำงานของภายใน การประชุมและกำหนดการ ฝากข้อความ อีเมล โน้ต จดหมายธุรกิจ โทรเลข และรายงาน ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.7 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ตรวจสอบ (考察) ประกอบไปด้วย เยี่ยมชม (参观) เข้าใจสถานการณ์ของบริษัท (了解公司情况) เข้าใจสินค้า การวิเคราะห์แนวโน้มของผลิตภัณฑ์และสำรวจตลาด (了解产品、产品前景分析及市场调查) นิทรรศการ (会展) และเข้าใจเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของภูมิภาค (了解地域经济、文化) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเยี่ยมชม เข้าใจสถานการณ์ของบริษัท เข้าใจสินค้า การวิเคราะห์แนวโน้มของผลิตภัณฑ์และสำรวจตลาด เข้าใจเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของภูมิภาค มีปรากฏเนื้อหาแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการ ไม่มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ ทั้ง 5 เล่ม



2.2.8 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ การเจรจาทางธุรกิจ (谈判) ประกอบไปด้วย แนะนำผลิตภัณฑ์ (产品介绍) ตัวแทน (代理) การเบิกเงิน (报销) ราคา (价格) ค่าคอมมิชชั่น (佣金) การถกประเด็น (争议) ชำระเงิน (支付方式) การสอบถาม เสนอราคา ต่อรอราคา (询盘、报盘、还盘) ยอมอ่อนข้อให้ (让步) ตกลงซื้อขาย (成交) ชนิดหรือประเภทของผลิตภัณฑ์ (品种) จำนวน (数量) บรรจุภัณฑ์ (包装) การลำเลียงขนส่ง (运输) ส่งมอบสินค้า (交货) ประกันภัย (保险) ชำระเงิน (付款) ยื่นฟ้องอุทธรณ์ (申诉) อนุญาโตตุลาการ (仲裁) และเรียกร้องสินไหมทดแทน (索赔) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนะนำผลิตภัณฑ์ มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) และหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับตัวแทน มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) ในส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเบิกเงิน มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับราคา มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) หนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับค่าคอมมิชชั่น การถกประเด็น ชำระเงิน การสอบถาม เสนอราคา ต่อรอราคา ยอมอ่อนข้อให้ ตกลงซื้อขาย ชนิดหรือประเภทของผลิตภัณฑ์ จำนวน มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์และการลำเลียงขนส่ง ยื่นฟ้องอุทธรณ์ อนุญาโตตุลาการและเรียกร้องสินไหมทดแทน มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับส่งมอบสินค้า ประกันภัยและชำระเงิน มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย)

2.2.9 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ เซ็นสัญญา (签约) ประกอบไปด้วย การปรึกษาหารือ (磋商) ตรวจสอบ (审核) แก้ไข (修改) ข้อบังคับใช้ที่กำหนดไว้ในสัญญา (合同履行) พบว่า มีปรากฏเนื้อหาแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย)

2.2.10 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ การตลาด (营销) ประกอบไปด้วย สำรองตลาด การแนะนำผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย (市场调查 商品介绍、推销) โฆษณา (广告) กลยุทธ์ (策略) การประมูล การเสนอการประมูล (招标、投标) และประมูล (拍卖) พบว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสำรองตลาดและประมูล มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการแนะนำผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโฆษณา มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการประมูล การเสนอการประมูล ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.11 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ศุลกากร (海关) ประกอบไปด้วย ยื่นเอกสาร (申报) ตรวจสอบ (查验) พบว่า มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย)

2.2.12 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ การตรวจสอบสินค้า(商检) ประกอบไปด้วย ทดสอบ(检验) การตรวจสอบ(鉴定) พบว่า มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย)

2.2.13 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ การถกประเด็น(争议) ประกอบไปด้วย การเจรจาต่อรอง การไกล่เกลี่ย(协商、调解) อนุญาโตตุลาการ(仲裁) การดำเนินคดี(诉讼) พบว่า มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย)

2.2.14 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ภาษีอุตสาหกรรมและการพาณิชย์(工商税务) ประกอบไปด้วย ลงทะเบียน(登记) การตรวจสอบประจำปี(年检) ภาษี(税收) การตรวจสอบทรัพย์สิน(财务审计) ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.15 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ธนาคาร(银行) ประกอบไปด้วย การสอบถาม(咨询) เปิดบัญชีเงินฝากและถอนเงิน(开户、存取款) แลกเปลี่ยนเงินตรา(货币兑换) ตราสารเครดิต L/C และใบรับรองเครดิต(信用证及资信证明) โอนเงิน(汇款、转账) เงินตรา(货款) นโยบายทางการเงิน(金融政策) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสอบถาม เปิดบัญชีเงินฝากและถอนเงิน ตราสารเครดิต L/C และใบรับรองเครดิต โอนเงิน เงินตรา และนโยบายทางการเงิน พบว่า มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแลกเปลี่ยนเงินตรา พบว่า มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1

2.2.16 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ การลงทุน(投资) ประกอบไปด้วย ตลาดหลักทรัพย์(股市) ตลาดแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ(汇市) การลงทุนให้กับอนาคต(期货) หนี้สินของชาติ(国债) และความเสี่ยงในการลงทุน(风险投资) พบว่า ไม่มีปรากฏเนื้อหาในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม

2.2.17 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ อื่น ๆ(其他) ประกอบไปด้วย นโยบายธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ (商贸政策、商业法律) เขตเศรษฐกิจ(经济地区) การดำเนินงานข้ามประเทศ(跨国经营) องค์กรระหว่างประเทศ เช่น องค์กรการค้าโลก(国际组织、如 WTO) ทรัพย์สินทางปัญญา(知识产权) การทุ่มตลาดสินค้าและการคว่ำบาตรต่อการทุ่มตลาดสินค้าต่างประเทศในตลาดภายในประเทศ(倾销与反倾销) การควบรวมกิจการ(企业并购) กลยุทธ์ในการสอบถาม(战略咨询) การดำเนินงานด้านทุน(资本运作) อีคอมเมิร์ซ(电子商务) พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการทุ่มตลาดสินค้าและการคว่ำบาตรต่อการทุ่มตลาดสินค้าต่างประเทศในตลาดภายในประเทศ มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านคำศัพท์ และด้านแบบฝึกหัด

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจด้านโครงสร้าง

โครงสร้างของตำราเรียนมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ไม่เพียงเป็นการจัดเนื้อหาในการเรียงโครงสร้างที่เกี่ยวข้องให้สมบูรณ์ ยังช่วยเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาของแต่ละบท อีกทั้งยังเป็นการชี้แนะให้ผู้เรียนได้มีการเรียนรู้



เพื่อให้มีการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบการจัดเรียงโครงสร้างบทเรียนของหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม มีรายละเอียดดังนี้

1.1 การเปรียบเทียบโครงสร้างบทเรียนของแต่ละเล่ม

ภาษาจีนธุรกิจ 1 ประกอบด้วย 4 ภาค ภาคที่ 1 มี 3 บท ภาคที่ 2 มี 6 บท ภาคที่ 3 มี 2 บท และภาคที่ 4 มี 3 บท แต่ละภาคมีส่วนของเนื้อหาที่แตกต่างกัน

ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) ประกอบด้วย 12 บท โครงสร้างเนื้อหาเหมือนกันทุกบท การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 ประกอบด้วย 10 บท แต่ละบทมี 3 บทเรียน โครงสร้างเนื้อหาเหมือนกันทุกบท

การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 ประกอบด้วย 10 บท แต่ละบทมี 3 บทเรียน โครงสร้างเนื้อหาเหมือนกันทุกบท

การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 ประกอบด้วย 10 บท แต่ละบทมี 3 บทเรียน โครงสร้างเนื้อหาเหมือนกันทุกบท

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พบว่า โครงสร้างบทเรียนของหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม มีความเหมือนและแตกต่างกันไป หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) และหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 ในส่วนที่คล้ายกันคือ มีคำนำหรือบทนำ และในส่วนเนื้อหาภาคผนวก ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) แบ่งภาคผนวกออกเป็น 2 ส่วนคือตัวบทหลักนำเสนอในรูปแบบอักษรจีนแบบตัวย่อ และมีตรรกะค้นหา ส่วนหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 แบ่งภาคผนวกออกเป็น 3 ส่วนคือมีตัวอย่างข้อสอบ มีคำอ่านภาษาไทยของตัวบทเรียนและมีคำศัพท์และสำนวนธุรกิจ ภาคผนวกของหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีการนำเสนอตัวบทเรียนในรูปแบบอักษรจีนแบบตัวย่อ เพราะในตัวบทเรียนหลักใช้ภาษาจีนที่เป็นตัวเต็ม จึงมีภาษาจีนตัวย่อเพิ่มเข้ามา ในส่วนของตรรกะค้นหาจะเป็นการเรียงคำศัพท์จากตัวอักษร A-Z มีการจัดเรียงภาษาจีน พินอินและระบุหน้า เพื่อให้สะดวกต่อการค้นหา ภาคผนวกของหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 มีคำอ่านภาษาไทยของตัวบทเรียน เป็นการเพิ่มคำอ่านภาษาไทยสำหรับผู้เรียนที่อ่านพินอินยังไม่ได้ ในส่วนคำศัพท์และสำนวนธุรกิจ จะเป็นการเรียงคำศัพท์จากตัวอักษร A-Z มีการจัดเรียงภาษาจีน พินอินและภาษาไทย แล้วยังมีคำศัพท์ที่เกี่ยวกับสำนวนภาษาจีนธุรกิจสอดแทรกมาด้วย ส่วนของเนื้อหาที่มีการจัดเรียงเหมือนกันได้แก่ สารบัญ ตามด้วยบทเรียนและเป็นส่วนบรรณานุกรม มีหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 แต่หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 มีความแตกต่างในการจัดเรียงเนื้อหาไม่เหมือนกับหนังสือเล่มอื่น ๆ ก็คือการแบ่งออกเป็นภาค ภาคที่ 1 เป็นเนื้อหาบทความที่ 1-3 เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นในการประกอบธุรกิจ ภาคที่ 2 เป็นเนื้อหาบทสนทนาที่ 1-6 เกี่ยวกับการเจรจาธุรกิจ ภาคที่ 3 เป็นเนื้อหาบทความที่ 1-2 เกี่ยวข้องกับการเขียนจดหมายธุรกิจ และในภาคที่ 4 เป็นภาคผนวก

1.2 การเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอของโครงสร้าง

Wang, J. (2012) รูปแบบของบทเรียนโดยทั่วไปจะมี บทความ (记述文) บทสนทนา (对话) บทความอธิบาย (说明文) เอกสารทางการ (公文) แนวคิดและทฤษฎี (理念和理论) ร้อยแก้ว (散文)

รายงาน(报道) นิทาน(寓言) เป็นต้น จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือทั้ง 5 เล่มพบว่า มีรูปแบบการนำเสนอของโครงสร้างเพียงแค่ 4 รูปแบบ ได้แก่ บทสนทนา(对话) บทความ(记述文) บทความอธิบาย(说明文) และเอกสารทางการ(公文) จากการสรุปผลสามารถแบ่งสัดส่วนออกเป็นร้อยละได้ดังนี้

รูปแบบการนำเสนอโครงสร้างเนื้อหาของหนังสือตำราเรียน การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 จะเน้นบทสนทนา(对话)เป็นหลักคิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) จะเน้นบทสนทนา(对话)เป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 86.02 มีบทความ(记述文)ที่เป็นการอ่านเสริมเป็นเนื้อหารอง คิดเป็นร้อยละ 6.45 มีเนื้อหาที่ปรากฏเป็นเอกสารทางธุรกิจ(公文) คิดเป็นร้อยละ 4.31 และบทความอธิบาย(说明文) คิดเป็นร้อยละ 3.22 เนื้อหาในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 จะเน้นรูปแบบบทความ(记述文)เป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 44.45 รองลงมาเป็นเนื้อหาที่เป็นเอกสารทางธุรกิจ(公文) คิดเป็นร้อยละ 33.34 ลำดับท้ายสุดเป็นเนื้อหาของบทสนทนา(对话) คิดเป็นร้อยละ 22.21 รูปแบบการนำเสนอโครงสร้างเนื้อหาของหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 จะเน้นบทสนทนาเป็นหลัก แสดงให้เห็นถึงลักษณะและโครงสร้างของเนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับผู้เรียนที่ไม่ต้องมีพื้นฐานหรือมีพื้นฐานในระดับต้น มีเพียงแค่หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 ที่เน้นบทความเป็นหลัก แสดงให้เห็นถึงลักษณะและโครงสร้างของเนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับผู้เรียนที่มีพื้นฐานในระดับกลางไปถึงระดับสูง และสามารถเรียนรู้เนื้อหาที่ปรากฏในเอกสารทางธุรกิจที่ซับซ้อนได้

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจด้านคำศัพท์

คำศัพท์เป็นอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญในการเขียนหนังสือตำราเรียนและเป็นหัวใจสำคัญในการเรียนภาษา การให้ความสำคัญกับคำศัพท์สามารถทำให้ผู้เรียน รับรู้และเรียนรู้ภาษาต่างประเทศได้อย่างเป็นระบบ ในแต่ละบทเรียนควรมีสัดส่วนของคำศัพท์ที่เหมาะสม เรียงจากง่ายไปยาก จากน้อยไปมาก จึงจะทำให้การเรียนรู้และการจดจำเป็นไปตามขั้นตอนที่จะสามารถรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ Huo, X. (2013) การเรียบเรียงคำศัพท์ในหนังสือตำราเรียน ควรคำนึงถึงผู้เรียนที่ใช้หนังสือ ขอบเขตของการรับรู้และการเรียนรู้ของผู้เรียน ดังนั้นควรคำนึงถึงการคัดเลือกคำศัพท์และจำนวนที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนมีการรับรู้และจดจำคำศัพท์ได้ง่าย

2.1 การวิเคราะห์จำนวนคำศัพท์ทั้งหมดที่ปรากฏในหนังสือตำราเรียน

การวิเคราะห์จำนวนคำศัพท์ประกอบไปด้วย คำศัพท์ คำศัพท์เฉพาะ คำศัพท์เสริมหรือคำศัพท์เพิ่มเติม คำอธิบายประกอบ จากหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผลสรุปพบว่า ภาษาจีนธุรกิจ 1 มีทั้งหมด 14 บท จำนวนคำศัพท์ทั้งหมด 1,060 คำศัพท์ ค่าเฉลี่ยของจำนวนในคำศัพท์แต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 75.7 ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีทั้งหมด 12 บท จำนวนคำศัพท์ทั้งหมด 614 คำศัพท์ ค่าเฉลี่ยของจำนวนในคำศัพท์แต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 51.1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 มีทั้งหมด 10 บท จำนวนคำศัพท์ทั้งหมด 295 คำศัพท์ ค่าเฉลี่ยของจำนวนในคำศัพท์แต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 29.5 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 มีทั้งหมด 10 บท จำนวนคำศัพท์ทั้งหมด 315 คำศัพท์ ค่าเฉลี่ยของ



จำนวนในคำศัพท์แต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 31.5 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีทั้งหมด 10 บท จำนวนคำศัพท์ทั้งหมด 282 คำศัพท์ ค่าเฉลี่ยของจำนวนในคำศัพท์แต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 28.2

2.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบจำนวนคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับคำศัพท์ที่ใช้ในหมวดทั่วไปและคำศัพท์เกี่ยวกับหมวดธุรกิจ

จำนวนคำศัพท์ที่พบทั้งหมดหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และคิดค่าเฉลี่ยออกมาเป็นสัดส่วนของจำนวนคำศัพท์เกี่ยวกับคำศัพท์ที่ใช้ในหมวดทั่วไป (通用类) และคำศัพท์เกี่ยวกับหมวดธุรกิจ (商务类) ที่ปรากฏในแต่ละเล่ม โดยอิงตามเกณฑ์คำศัพท์ของตารางคำศัพท์ที่ใช้ในภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语常用词语表》 ที่อยู่ในหลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语考试大纲》 จากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า หนังสือตำราเรียนที่มีจำนวนคำศัพท์เกี่ยวกับหมวดธุรกิจ (商务类) ได้แก่ ภาษาจีนธุรกิจ 1 มีจำนวนทั้งหมด 568 คำ คิดเป็นร้อยละ 57.95 อันดับ 2 ได้แก่ ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีจำนวนทั้งหมด 286 คำ คิดเป็นร้อยละ 46.58 รองลงมาเป็นการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีจำนวนทั้งหมด 19 คำ คิดเป็นร้อยละ 6.73 ลำดับต่อมาคือ การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 มีจำนวนทั้งหมด 8 คำ คิดเป็นร้อยละ 2.53 และลำดับสุดท้ายคือ การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 มีจำนวนทั้งหมด 6 คำ คิดเป็นร้อยละ 2.03 หนังสือตำราเรียนที่มีจำนวนคำศัพท์ที่อยู่ในหมวดทั่วไป (通用类) ได้แก่ ภาษาจีนธุรกิจ 1 มีจำนวนทั้งหมด 412 คำ คิดเป็นร้อยละ 38.86 อันดับ 2 ได้แก่ ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีจำนวนทั้งหมด 328 คำ คิดเป็นร้อยละ 53.42 รองลงมาเป็นการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 มีจำนวนทั้งหมด 307 คำ คิดเป็นร้อยละ 97.46 ลำดับต่อมาคือ การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 มีจำนวนทั้งหมด 289 คำ คิดเป็นร้อยละ 97.96 และลำดับสุดท้ายคือ การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีจำนวนทั้งหมด 263 คำ คิดเป็นร้อยละ 93.26 หากเปรียบเทียบระหว่างจำนวนคำศัพท์เกี่ยวกับหมวดธุรกิจ (商务类) และจำนวนคำศัพท์เกี่ยวกับหมวดทั่วไป (通用类) ของหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีจำนวนของคำศัพท์ของทั้ง 2 หมวดที่ใกล้เคียงกันและมีความสมดุลกัน ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ทั่วไปและคำศัพท์เชิงธุรกิจไปพร้อม ๆ กันได้ ส่วนหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 จำนวนคำศัพท์เกี่ยวกับหมวดทั่วไป (通用类) มีเยอะเกินไปเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับทั้ง 2 หมวด อาจจะทำให้ผู้เรียนไม่ได้รับการเรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ในหมวดธุรกิจที่เพียงพอ

2.3 การเปรียบเทียบจำนวนคำศัพท์ที่สอดคล้องกับระดับคำศัพท์ใน BCT (A) และ BCT (B)

การทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจ (BCT) (商务汉语考试) เป็นการสอบวัดระดับความรู้ความสามารถภาษาจีนในระดับสากล ลักษณะคือเป็นการสอบวัดมาตรฐานระดับความสามารถการใช้ภาษาจีนในสถานที่ทำงานและในสถานการณ์ตามจริงของการดำเนินธุรกิจ การทดสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจ (BCT) แบ่งออกเป็น 2 หลักสูตร ได้แก่ “หลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT (A)” เป็นการสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจในระดับ 1-3 อยู่ในระดับต้น เมื่อเทียบกับการสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK มีคำศัพท์ทั้งหมด 648 คำ และ “หลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT (B)” เป็นการสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจในระดับ 4-6 อยู่ในระดับกลางและระดับสูง เมื่อเทียบกับการสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK

มีคำศัพท์ทั้งหมด 3352 คำ ดังนั้นคำศัพท์ในการทดสอบระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจ BCT มีคำศัพท์ทั้งหมด 4,000 คำ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเภทคำทั้งหมดของหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม กับ “หลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT (A)” และ “หลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT (B)” มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละของจำนวนคำศัพท์ที่สอดคล้องกับระดับคำศัพท์ใน BCT (A) และ BCT (B) ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจของแต่ละเล่ม

ชื่อหนังสือ ระดับคำศัพท์	ภาษาจีนธุรกิจ 1	ภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับ ผู้เรียนชาวไทย)	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 1	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 2	การสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 3
จำนวนคำศัพท์ ทั้งหมด	980	614	295	315	282
BCT(A)	312	115	142	162	97
คิดเป็นร้อยละ	31.83%	18.72%	48.13%	51.42%	34.39%
BCT (B)	236	137	11	5	21
คิดเป็นร้อยละ	24.08%	22.31%	3.72%	1.58%	7.44%
ไม่มีใน BCT(A)และ BCT (B)	432	362	142	148	164
คิดเป็นร้อยละ	44.08%	58.95%	48.13%	46.98%	58.15%

จากตารางข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าคำศัพท์ที่อยู่ในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม ส่วนใหญ่อยู่ใน BCT(A) และคำศัพท์ที่ไม่มีทั้งใน BCT(A) และ BCT (B) สาเหตุที่ส่วนใหญ่นำคำศัพท์ที่อยู่ในหลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT(A) เป็นเพราะคำศัพท์ที่อยู่ในหนังสือตำราเรียนทั้ง 5 เล่ม นำเสนอคำศัพท์ของแต่ละบทให้มีความสอดคล้องกับโครงสร้างของบทสนทนาในบทเรียน เป็นคำศัพท์ที่อยู่ในระดับต้น ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และจดจำได้ง่าย และการนำเสนอคำศัพท์ส่วนใหญ่ไม่มีทั้งใน BCT(A) และ BCT (B) สาเหตุเป็นเพราะมีคำศัพท์ที่เป็นทั้งสำนวนทางธุรกิจ คำศัพท์เฉพาะในเชิงธุรกิจ อย่างเช่น ลงโฆษณาธุรกิจการค้า (登商业广告) จ่ายตราสารเครดิต/L/C ทันที(即期信用证 L/C) ค่านายหน้า(中间商佣金) สินค้าชั้นดี(上等商品) คิดบัญชี(结算帐目) พอใจทุกฝ่าย(皆大欢喜) เต็มไปด้วยแรงดึงดูด(富吸引力) ป้องกันความเสียหาย(防止损害) บัญชีลูกหนี้(贷方账单) ร่างสัญญา(草拟合同) เป็นต้น หรือเป็นการนำเสนอคำศัพท์หมวดทั่วไป ไม่มีทั้งใน BCT(A) และ BCT (B) อย่างเช่น ผลไม้กระป๋อง(罐头果子) ย่านศิลปะ(艺术区) หอศิลป์(美术馆) หม้อไฟ(火锅) มีด(刀子) ส้อม(叉子) ชุดกระโปรง(连衣裙) ภาพยนตร์ตลก(喜剧片) เนื้อตุ๋นพะโล้(卤肉) ดอกโบตั๋น(牡丹花) เป็นต้น

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจด้านแบบฝึกหัด

แบบฝึกหัดเป็นส่วนที่สำคัญอย่างมากในการเขียนและเรียบเรียงหนังสือตำราเรียน และเป็นตัวชี้้นำในการเรียนรู้ทางภาษา เพื่อให้ผู้เรียนสามารถทบทวนองค์ความรู้ผ่านการฝึกหัดสามารถนำไปใช้ได้ Li, X. (2013) ในส่วนนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์เปรียบเทียบจำนวนข้อของแบบฝึกหัดในแต่ละบทและวิเคราะห์การนำเสนอรูปแบบของแบบฝึกหัดในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม ผลการวิเคราะห์มีดังนี้



3.1 การเปรียบเทียบจำนวนข้อของแบบฝึกหัดในแต่ละบท

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จำนวนข้อในแบบฝึกหัดแต่ละบทในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม พบว่าจำนวนข้อแบบฝึกหัดของแต่ละบทมีจำนวนที่แตกต่างกัน ผลสรุปมีดังนี้

หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 มีทั้งหมด 15 บท มีจำนวนข้อของแบบฝึกหัดทั้งหมด 75 ข้อ ค่าเฉลี่ยของจำนวนข้อในแต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 5

หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีทั้งหมด 12 บท มีจำนวนข้อของแบบฝึกหัดทั้งหมด 72 ข้อ ค่าเฉลี่ยของจำนวนข้อในแต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 6

หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 มีทั้งหมด 10 บท มีจำนวนข้อของแบบฝึกหัดทั้งหมด 23 ข้อ ค่าเฉลี่ยของจำนวนข้อในแต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 2.3

หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 มีทั้งหมด 10 บท มีจำนวนข้อของแบบฝึกหัดทั้งหมด 20 ข้อ ค่าเฉลี่ยของจำนวนข้อในแต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 2

หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีทั้งหมด 10 บท มีจำนวนข้อของแบบฝึกหัดทั้งหมด 29 ข้อ ค่าเฉลี่ยของจำนวนข้อในแต่ละบทคิดเป็นร้อยละ 2.9

3.2 การเปรียบเทียบรูปแบบของแบบฝึกหัด

การออกแบบแบบฝึกหัดเป็นส่วนที่สำคัญมากสำหรับการทบทวนเนื้อหาบทเรียน เนื้อหาในการออกแบบแบบฝึกหัด อาทิเช่น แบบฝึกหัดการรับรู้ภาษา แบบฝึกหัดทักษะด้านภาษา หรือแบบฝึกหัดทบทวนการเรียนรู้ เป็นต้น Li, X. (2013) ได้แบ่งประเภทเนื้อหาของแบบฝึกหัด การเขียนเรียบเรียงตำราเรียนภาษาจีนในฐานะภาษาที่สอง (汉语第二语言教材编写) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) แบบฝึกหัดด้านระบบภาษา (形式练习) เป็นแบบฝึกหัดในรูปแบบการทดสอบระบบภาษา มีการทดสอบระบบเสียง การทดสอบไวยากรณ์ การทดสอบคำศัพท์ เพื่อให้เรียนรู้ ทดลองและจดจำ 2) แบบฝึกหัดด้านทักษะ (技能练习) เป็นแบบฝึกหัดในรูปแบบการทดสอบทักษะทางภาษา มีการทดสอบทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน เพื่อให้ภาษาของผู้เรียนมีความคล่องแคล่วและแม่นยำ 3) แบบฝึกหัดด้านการสื่อสาร (交际练习) เป็นแบบฝึกหัดในรูปแบบการทดสอบการสื่อสาร กล่าวคือ ผู้เรียนมีความสามารถใช้ภาษาจากการฝึกหัดเพื่อสื่อสารได้ 4) แบบฝึกหัดด้านกิจกรรม (任务型练习) เป็นแบบฝึกหัดในรูปแบบการทดสอบเพื่อต่อยอดให้มีการสื่อสารได้เป็นอย่างดี โดยมอบหมายหัวข้อกิจกรรมหรือภาระกิจจากการเรียน ให้สามารถนำความรู้ที่เรียนมาใช้ได้จริงตามกลยุทธ์ด้านการสื่อสารของผู้เรียน จากการวิเคราะห์พบว่า

แบบฝึกหัดด้านระบบภาษา (形式练习) มีรูปแบบทั้งหมด 16 รูปแบบ ได้แก่ การอ่านออกเสียง การเติมเสียงในสัทอักษรจีน การเขียนตามคำบอก เขียนตามลายเส้นตัวอักษรจีน การขยายคำศัพท์ การสลับเปลี่ยนประโยค เปลี่ยนคำในประโยคตามโครงสร้างที่ให้มี เขียนตามโครงสร้างประโยค การเรียงประโยค การจับคู่หรือโยงเส้น การแปล การแทนที่คำ แต่งประโยค เติมคำลงในช่องว่าง เขียนบทสนทนา และอธิบายคำศัพท์

รูปแบบแบบฝึกหัดด้านระบบภาษา (形式练习) ประเภทการอ่านออกเสียง การเติมเสียงในสัทอักษรจีน การเขียนตามคำบอก เขียนตามลายเส้นตัวอักษรจีน การขยายคำศัพท์ การสลับเปลี่ยนประโยค เปลี่ยนคำ

ในประโยคตามโครงสร้างที่ให้มา เขียนตามโครงสร้างประโยค การเรียงประโยค ทั้งหมด 9 รูปแบบ ไม่ปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม รูปแบบแบบฝึกหัดประเภทการจับคู่หรือโยงเส้น มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) รูปแบบแบบฝึกหัดประเภทการแทนที่คำ มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม รูปแบบแบบฝึกหัดประเภทการแปล มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) และรูปแบบแบบฝึกหัดประเภทแต่งประโยค เติมคำลงในช่องว่าง เขียนบทสนทนา และอธิบายคำศัพท์ มีปรากฏแค่ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1

แบบฝึกหัดด้านทักษะ(技能练习) มีรูปแบบทั้งหมด 6 รูปแบบ ได้แก่ ตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับบทเรียน เขียนตามรูปภาพที่ให้มา เลือกข้อที่ได้ยิน การอ่านวิเคราะห์ การเขียนและสร้างบทสนทนา

รูปแบบแบบฝึกหัดด้านทักษะ(技能练习) ประเภทเขียนตามรูปภาพที่ให้มา เลือกข้อที่ได้ยิน การเขียน สร้างบทสนทนา ไม่ปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม รูปแบบแบบฝึกหัด ประเภทตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับบทเรียน มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) รูปแบบแบบฝึกหัดประเภทการอ่านวิเคราะห์ มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1

แบบฝึกหัดด้านการสื่อสาร(交际练习) มีรูปแบบทั้งหมด 4 รูปแบบ ได้แก่ การรายงานตามหัวข้อ การแสดงบทบาทสมมติ การอภิปราย และอภิปรายหลังการอ่าน รูปแบบเหล่านี้ ไม่มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม

แบบฝึกหัดด้านกิจกรรม(任务型练习) ไม่มีปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม

รูปแบบของแบบฝึกหัดที่ปรากฏในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีรูปแบบแบบฝึกหัดด้านระบบภาษาและด้านทักษะ 2 ด้าน ส่วนหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีรูปแบบแบบฝึกหัดเพียงด้านเดียว ได้แก่ ด้านระบบภาษาประเภทการแทนที่คำ ซึ่งไม่มีแบบฝึกหัดรูปแบบอื่น ๆ จึงอาจทำให้ลำบากในการฝึกฝน ฝึกหัด ทบทวน และการทำความเข้าใจในการใช้ภาษาที่ไม่เพียงพอ

6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัย

การเขียนหนังสือตำราของแต่ละเล่มมีวิธีการที่หลากหลายและแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการผสมผสานระหว่างทฤษฎีหรือการปฏิบัติ Dong, J. (2019) จะต้องคำนึงและปรับเปลี่ยนหลักการให้เข้ากับสภาพและสถานการณ์ของผู้เรียน สามารถช่วยเสริมสร้างคุณภาพการเรียนการสอนภาษาจีนได้อย่างครอบคลุม โดยคำนึงถึง “โครงสร้าง สมรรถภาพและวัฒนธรรม” เข้าด้วยกัน โดยเฉพาะการวางโครงสร้างของเล่มหนังสือตำรา เช่น มีคำศัพท์ บทเรียน บทเรียนอ่านเสริม คำอธิบายเพิ่มเติม โครงสร้างไวยากรณ์ เกร็ดความรู้ การปฏิบัติ กิจกรรม แบบฝึกหัด เป็นต้น มีการวางแผนเนื้อหา ก่อนหลังให้สอดคล้องกับรายวิชา Wang, X. (2020) การเขียนโครงสร้างตำราเรียนจึงเปรียบเสมือนตัวนำทางขึ้นเนื้อหา มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจนไม่ออกนอกกรอบความคิด โดยคำนึงถึงหลักการ “ความครบถ้วน (整体性) ความหลากหลาย (丰富性) มีกรณีศึกษา (案例性) และ การนำไปใช้ได้ (实用性)” Lu, B. (1992) ได้เสนอแนวคิดการเขียนตำราภาษาจีนโดยควร



คำนึงถึง “การนำไปใช้ได้ (实用性) การสื่อสารได้(交际性) ได้ความรู้ (知识性) มีหลักการ (科学性) กลุ่มเป้าหมาย (针对性) และ มีความน่าสนใจ(趣味性)” Zhao, X. (1994) ก็ได้เสนอแนวคิดในหลักการ การเขียนหนังสือตำราโดยควรคำนึงถึง “เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย (针对性) การปฏิบัติ(实践性) มีความ น่าสนใจ(趣味性) และ มีหลักการ (科学性)” Wang, X. (2016) ยังได้เสนอแนวคิดการเรียบเรียงเนื้อหา ในตำราควรคำนึงถึง “การนำไปใช้ได้ (实用性) มีความน่าสนใจ (趣味性) ข้อมูลเป็นความจริง(真实性) และ มีความเป็นระบบ(系统性)”

จากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม มีลักษณะเด่นที่แตกต่าง กัน การเขียนตำราและการเรียบเรียง กำหนดโครงสร้าง ความน่าสนใจ การฝึกหัดทบทวน การคัดเลือกคำศัพท์ รูปแบบการนำเสนอ หนังสือตำราแต่ละเล่มจะต้องมีกรอบโครงสร้างและกลุ่มผู้เรียนที่ชัดเจน หนังสือตำราเรียน การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 จะมุ่งเน้นไปยัง ผู้เรียนภาษาจีนที่ยังไม่มีพื้นฐานภาษาจีนไปจนถึงมีพื้นฐานในระดับต้น สามารถเรียนควบคู่ไปกับการเรียน เนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจได้ เนื้อหาในหนังสือตำราเรียนเหมาะสำหรับผู้เรียนชาวไทยที่ใช้ชีวิตในประเทศจีนและ สามารถสื่อสารได้ในสถานการณ์จริง ในเนื้อหาที่มีทั้ง เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย (针对性) มีความน่าสนใจ(趣味性) และการนำไปใช้ได้(实用性) ส่วนหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียน ชาวไทย) จะเหมาะสำหรับผู้เรียนภาษาจีนที่มีพื้นฐานอยู่ในระดับกลางไปจนถึงระดับสูง เนื้อหาของภาษาจีน ธุรกิจค่อนข้างที่จะเข้มข้น สามารถนำองค์ความรู้ไปประกอบการทำธุรกิจกับคนจีนได้จริง ในเนื้อหาที่มีทั้ง เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย (针对性) การปฏิบัติ(实践性) มีความน่าสนใจ(趣味性) การนำไปใช้ได้(实用性) ข้อมูลเป็นความจริง(真实性) การสื่อสารได้(交际性) และได้ความรู้(知识性)

2. จุดเด่นและจุดด้อยของหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม

ด้านเนื้อหา จากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจแต่ละเล่มจะเน้นเป็น รูปแบบบทสนทนา มีตัวละครพูดคุยตามสถานการณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินเจรจาธุรกิจ ผู้เรียนสามารถนำเอา ตัวอย่างสถานการณ์ในบทเรียนไปใช้ได้จริง และคำศัพท์ที่นำมาในแต่ละบทล้วนมีในบทเรียน สามารถเข้าใจได้ ง่าย หนังสือตำราภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีการสอดแทรกบทสนทนาตัวอย่างหลาย ๆ ตัวอย่าง เหมาะสำหรับผู้เรียนนำบทสนทนาตัวอย่างไปทบทวนและฝึกฝนได้ หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 มี บทความที่เป็นเนื้อหา สำนวนเกี่ยวกับภาษาจีนธุรกิจ อีกทั้งยังมีการฝึกให้ผู้เรียนเขียนจดหมายธุรกิจ เพื่อ เสริมสร้างความรู้ด้านธุรกิจอีกชั้นหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีภาคผนวกสามารถให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ที่ นอกเหนือจากบทเรียนอีกด้วย การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนา ภาษาจีนธุรกิจ 3 มีเนื้อหาบทเรียนที่สามารถให้ผู้เรียนไปเรียนในประเทศจีนและสามารถนำมาใช้ใน ชีวิตประจำวันได้ สามารถต่อรองราคา ซื้อของ แนะนำได้

ด้านการสื่อสาร หนังสือตำราในแต่ละเล่มค่อนข้างที่จะให้ความสำคัญกับการสื่อสารและการถ่ายทอด จากการวิเคราะห์จากหลักสูตรการทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีนธุรกิจ 《商务汉语考试大纲》 ตามเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ (商务交际能力项目) ทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต (生活类) และ ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ (业务类) พบว่า

หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีเนื้อหาสอดคล้องกับความรู้ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ (业务类) ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาด้าน การเจรจาธุรกิจ (谈判) การเซ็นสัญญา (签约) ศุลกากร (海关) ทั้ง 2 เล่ม มีเนื้อหาที่ครอบคลุมในการสื่อสารและเจรจาต่อรอง หนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 มีเนื้อหาที่มีค่าเฉลี่ยเยอะอยู่ในด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต (生活类) เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากผู้เรียบเรียงได้วางโครงสร้างบทเรียนเพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถในการสนทนาภาษาจีนได้ ดังนั้นการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตเป็นหลัก

ด้านคำศัพท์ จากการวิเคราะห์จาก การทดสอบระดับความรู้ภาษาจีนธุรกิจ (BCT) (商务汉语考试) พบว่า จำนวนคำศัพท์ที่ปรากฏในหนังสือตำราเรียนของแต่ละเล่มมีจำนวนคำศัพท์ที่ไม่มีในหลักสูตร (BCT) คิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 60 ซึ่งยังเป็นปัญหาที่ผู้เรียบเรียงหนังสือตำราเรียนในอนาคตควรตระหนักและปรับปรุงต่อไป

ด้านแบบฝึกหัด ในหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) มีจำนวนข้อและรูปแบบแบบฝึกหัดที่เหมาะสม สามารถให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะบททวนการเรียนรู้ได้ ส่วนหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 จำนวนข้อและรูปแบบแบบฝึกหัดแต่ละบทมีเพียงรูปแบบแบบฝึกหัดการแทนที่คำเพียงอย่างเดียว ผู้เรียนไม่สามารถทบทวนและทำความเข้าใจเนื้อหาได้เพียงพอ

จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยพบว่า หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจทั้ง 5 เล่ม ไม่มีปรากฏเนื้อหาด้านไวยากรณ์ และเนื้อหาด้านวัฒนธรรมทางธุรกิจ หากนำเนื้อหา 2 ด้านนี้สอดแทรกเข้ามา จะทำให้ผู้เรียนได้รับความรู้และฝึกเขียนรูปแบบประโยคด้านภาษาจีนธุรกิจ เรียนรู้และเข้าใจถึงวัฒนธรรมทางธุรกิจเพิ่มได้อีก หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจ 1 และภาษาจีนธุรกิจ (สำหรับผู้เรียนชาวไทย) ถึงแม้ว่าจะเป็นเนื้อหาที่ควรค่าแก่การเรียนรู้และมีคุณค่า สามารถนำเอาความรู้ที่เรียนมาไปใช้ได้จริง แต่ยังคงมีความล้าสมัยมากจนเกินไป ควรจะมีการพัฒนาไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน ส่วนหนังสือตำราเรียนการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 1 การสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 2 และการสนทนาภาษาจีนธุรกิจ 3 ควรมีการวางแผนวางโครงสร้างหัวข้อ มีการเรียบเรียงเนื้อหาการเรียนรู้ที่ชัดเจน ไม่เรียบเรียงเนื้อหาสลับไปมา และเพิ่มเติมในด้านคำศัพท์ เนื้อหาความรู้ที่เกี่ยวกับธุรกิจ เพิ่มเติมรูปแบบของแบบฝึกหัดให้มีความครอบคลุมและเหมาะสมกับการเรียนรู้ การทบทวนและการฝึกฝนมากกว่านี้

จากข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปแนวทางในการเขียนตำราภาษาจีนธุรกิจในระดับอุดมศึกษาได้ ดังนี้ 1. ควรมีการเรียบเรียงวางแผนลำดับการเขียนตำราให้ครอบคลุมและเป็นระบบ 2. ควรมีจำนวนคำศัพท์อยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยที่เท่าเทียมตามเกณฑ์ ทั้ง 2 หลักสูตร คือมีคำศัพท์ทั้งใน “หลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT (A)” และ “หลักสูตรการทดสอบภาษาจีนธุรกิจ BCT (B)” 3. มีเนื้อหาในการสื่อสารธุรกิจที่ครอบคลุมตามเกณฑ์วัดและประเมินความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ (商务交际能力项目) ทั้ง 2 ด้าน ทั้งด้านการสื่อสารธุรกิจในการดำรงชีวิต (生活类) และ ด้านการสื่อสารเชิงธุรกิจ (业务类) ตามระดับมาตรฐานความรู้ของผู้เรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ในการเขียนตำราเกี่ยวกับธุรกิจควรเป็นเนื้อหาที่ทันยุคทันสมัยและ



มีความถูกต้องแม่นยำ 4. ควรคำนึงถึงจำนวนข้อและรูปแบบของแบบฝึกหัดให้มีความเหมาะสม สามารถให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะทบทวนการเรียนรู้ได้

3. ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจในประเทศไทย ยังไม่มีหนังสือตำราเรียนที่ใช้เป็นระบบเดียวกันในระดับอุดมศึกษา ดังนั้นในสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่จะใช้หนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจที่เป็นนักวิชาการชาวจีนเป็นผู้เรียบเรียงหรือเป็นหนังสือที่มาจากประเทศจีนนำมาใช้ในการเรียนการสอน โดยส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือที่ใช้สำหรับการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาชาวต่างชาติ ที่เป็นชาวตะวันตกมากกว่าและเหมาะสมสำหรับผู้เรียนชาวต่างชาติที่จะดำเนินธุรกิจในประเทศจีน ฉะนั้นหากจะใช้หนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจที่นักวิชาการชาวจีนเป็นผู้เรียบเรียงหรือเขียนขึ้น มาใช้ในการเรียนการสอนในประเทศไทย ผู้สอนจึงควรคำนึงถึงความรู้และเนื้อหาที่จะถ่ายทอดไปยังผู้เรียน มีความสอดคล้องกับหลักสูตรหรือคำอธิบายรายวิชาหรือไม่ ดังนั้นการเลือกใช้ตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจให้เหมาะสมกับผู้เรียนและหลักสูตรของแต่ละสถาบันยังคงเป็นปัญหาที่แต่ละสถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญในการเลือกสรรหรือสืบค้นหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนและหลักสูตร หรืออาจมีบางสถาบันใช้หนังสือเรียนภาษาจีนธุรกิจที่บุคลากรในสถาบันนั้น ๆ เรียบเรียงขึ้นเอง แต่มีจำนวนที่น้อยมากในประเทศไทย ในงานวิจัย บทความที่เกี่ยวกับการเขียนตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจหรือเกี่ยวกับการเปรียบเทียบตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจของประเทศไทยยังคงต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมขึ้นไปอีก โดยการกระตุ้น ผลักดัน ส่งเสริมให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเรียบเรียงหรือการเขียนตำราเรียนในประเทศไทย จัดตั้งคณะกรรมการ บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาและนักวิชาการที่เชี่ยวชาญในเรื่องการทำธุรกิจไทย-จีน มาเรียบเรียงและรวบรวมข้อมูลให้เป็นหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจที่ใช้ในประเทศไทยสำหรับสถาบันอุดมศึกษาอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งกระตุ้นและผลักดันให้คณาจารย์ในมหาวิทยาลัยต่างๆที่เป็นผู้รับผิดชอบในการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวกับภาษาจีนธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นในรายวิชาเอก หรือในรายวิชาเลือก อาจารย์ในแต่ละสถาบันอุดมศึกษานั้น ๆ สามารถกำหนดเนื้อหาขอบเขต ภูมิภาค ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียน และจัดเป็นหนังสือตำราเรียนภาษาจีนธุรกิจประจำหลักสูตรเพื่อสอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชาได้อีกด้วย ดังนั้นการเขียนเรียบเรียงตำราเรียนในประเทศไทยยังต้องมีการพัฒนาต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- Business Chinese major Faculty of Liberal Arts Panyapiwat Institute of Management. (n.d). *Business Chinese Conversation Textbook 1-3*. <https://anyflip.com/qmntnr/ztyi/basic> (in Thai)
- Chinese Tests Service Website. (2023). *Business Chinese Test*. [http://Chinesetest.cn/BCT\(in Chinese\)](http://Chinesetest.cn/BCT(in%20Chinese))
- Dong, J. X. (2019). *The comparative study between two series of Elementary Business Chinese textbook* [Unpublished master's thesis]. Shanghai Jiaotong University. (in Chinese)

- Guo, H. (2012). Comparative analysis of “Practical Business Chinese” and “Basic Practical Chinese”. *Xindai Yuwen Journal*, 6(1), 158-160. (in Chinese)
- Huo, X. W. (2013). *Analysis on curse of Intermediate Business Chinese - Based on the comparison of two curse books* [Unpublished master’s thesis]. Shandong University. (in Chinese)
- Kong, R. (2014). *The Comparison between Developing Business Chinese Spoken articles and International Business Chinese course* [Unpublished master’s thesis]. Lanzhou University. (in Chinese)
- Li, X. (2013). *Compilation of Chinese second language teaching materials*. Beijing Normal University Publisher. (in Chinese)
- Lu, B. (1992). Theoretical research issues in teaching Chinese as a foreign language. *Yuyan Wenzi yingyong Journal*, 1(1), 61-68. (in Chinese)
- Lu, X. (2007). *A Comparative Study between “Jingmao Qiatan ABC” and “Shangwu Hanyu”* [Unpublished master’s thesis]. Sichuan University. (in Chinese)
- Manomaiwiboon, P. & Sutthanasun, P. (2006). *Business Chinese for Thai students (2)*. Bangkok: Academic work dissemination project Faculty of Arts Chulalongkorn University. (in Thai)
- Office of the Secretariat of the Education Council. (2016). *Research report for developing the Chinese language teaching management system in Thailand, synthesizing the overall picture*. http://thesis.swu.ac.th/swuebook/A410805_V7.pdf (in Thai)
- Royal Thai Embassy in Beijing (2023). *Thai-Chinese relations overview*. <https://thaiembbeij.org/th/republic-of-china/thai-relations-china/>. (in Thai)
- Sacchanand, C. (2021). *Lecture documents “Techniques for preparing academic work: Textbooks and books”*. Sukhotai Thammaturat Open University. (in Thai)
- Siritarungsri, B. (2011). Principle and technique for academic writing. *Journal of Health Science*, 5(2), 1. (in Thai)
- Thai Government Gazette. (2022). *The civil service commission in higher education institutions announcement 2021*. (in Thai)
- Vongsurakrai, K. (2023). *Thai business strategy for the Chinese market*. <https://www.okmd.or.th/fast-forward-talk/video/forum-2/210/> (in Thai)
- Waichompu, N. (2013). Review lessons: Writing textbooks and books for application to academic position. *Journal of Educational Administration*, 24(2), 6. (in Thai)

- Wang, J. (2012). *A comparative study of six Business Chinese textbooks for foreigners* [Unpublished master's thesis]. Jinan University. (in Chinese)
- Wang, J. (2013). *A comparative study between “Business Chinese of Managers” and “New Cambridge Business English Advanced” course* [Unpublished master's thesis]. Shanghai International University. (in Chinese)
- Wang, X. (2016). *A comparative study on vocabulary of two sets of Advanced Business Chinese textbooks* [Unpublished master's thesis]. Zhongshan University. (in Chinese)
- Wang, X. (2020). *Analysis of the textbooks for intermediate and advanced comprehensive courses in the series “Excellent Chinese, Winning in Business Chinese”* [Unpublished master's thesis]. Heilongjiang University. (in Chinese)
- Witthayaphirom, K. (2013). Necessity analysis of business Chinese for cross-cultural communication. *Journal of Chinese Studies*, 6(6), 259-276. (in Thai)
- Woralaknakul, S. (2005). *Business Chinese I*. Ramkhamhaeng University Press. (in Thai)
- Wu, J. (2011). *The comparison of < Easy Business Chinese> and <A General Course for Business Chinese 1>* [Unpublished master's thesis]. Jilin University. (in Chinese)
- Yu, L. (2012). *A comparative study between <Beijing Business Chinese (Elementary)> and <Into Business with Chinese>* [Unpublished master's thesis]. Jilin University. (in Chinese)
- Zhang, K. (2012). *The comparative study of Business Chinese series and Chinese for managers series — Concurrently talk about the construction of Elementary Business Chinese materials* [Unpublished master's thesis]. Northeast Normal University. (in Chinese)
- Zhao, X. (1994). A brief introduction to the teaching of Chinese language and culture courses as a foreign language about teaching orientation and teaching principles. *Hanyu Xuexi Journal*, 19(1), 53-56. (in Chinese)

The Development of Chinese Language Learning Package by Using the Recreational Activity Songs

Puriwan Waranusast; Chananya Phuangthong¹

Department of Eastern Languages, Faculty of Humanities Naresuan University
Pitsanulok 65000 Thailand

E-mail: puriwanw@nu.ac.th; chananyap@nu.ac.th

(received 16 September 2024) (revised 19 November 2024)

(accepted 2 December 2024)

Abstract

The objectives of this research were to develop and evaluate the effectiveness of a Chinese language learning package using recreational activity songs and to study students' satisfaction after using these songs in Chinese language learning. The sample group, obtained through simple random sampling, consisted of 26 minor Chinese language students from the Faculty of Humanities, Naresuan University, during the 2021 academic year. The study employed three research instruments: six Chinese-translated recreational songs, a 30-item multiple-choice pre-test and post-test to assess Chinese vocabulary and grammar knowledge, and a satisfaction questionnaire. The results revealed a statistically significant improvement in students' test scores after using the learning package ($p < .05$). The pre-test mean score was 21.07, while the post-test mean score increased to 27.78, demonstrating the effectiveness of the recreational songs in enhancing Chinese language learning. Additionally, students reported high satisfaction with the learning package, with an overall mean satisfaction score of 4.26 out of 5.00. The song that received the highest satisfaction rating was "Apple, Papaya, Banana, Orange" (mean = 4.48), particularly for its effectiveness in vocabulary memorization. The findings suggest that incorporating recreational songs into Chinese language teaching can effectively improve students' language skills and create an engaging learning environment, particularly for vocabulary acquisition and retention.

Keywords: learning package; recreational activity songs; teaching Chinese language

¹ Corresponding Author



การพัฒนาชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสันหนากการ

ภูริวรรณ วรรณสาสน์² ชนัญญา พวงทอง³

ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก 65000 ประเทศไทย

อีเมล puriwanw@nu.ac.th; chananyap@nu.ac.th

วันรับบทความ 16 กันยายน 2567 วันแก้ไขบทความ 19 พฤศจิกายน 2567

วันตอบรับตีพิมพ์บทความ 2 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสันหนากการและเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนิสิตที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้ชุดเพลงสันหนากการในการเรียนภาษาจีน กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก ที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาโท โดยเลือกเรียนวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 2 ในปีการศึกษา 2564 จำนวน 26 ราย ที่ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างง่ายด้วยการจับสลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุดเพลงสันหนากการที่แปลและดัดแปลงเป็นภาษาจีน จำนวน 6 เพลง แบบทดสอบปรนัยก่อนเรียนและหลังเรียนสำหรับวัดความรู้คำศัพท์และไวยากรณ์ภาษาจีน จำนวน 30 ข้อ และแบบสอบถามความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อกิจกรรมการสอนภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสันหนากการ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตมีคะแนนการทดสอบหลังเรียนเพิ่มขึ้นจากคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีคะแนนการทดสอบเฉลี่ยก่อนเรียนที่ 21.07 คะแนน และคะแนนทดสอบเฉลี่ยหลังเรียนที่ 27.78 คะแนน แสดงว่า ชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสันหนากการที่พัฒนาขึ้น สามารถช่วยพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ภาษาจีนของนิสิต นอกจากนี้ นิสิตมีความพึงพอใจในกิจกรรมการสอนภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสันหนากการอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.38 จาก 5.00 เพลงที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือเพลง “แอปเปิลมะละกอ กล้วย ส้ม” ด้วยค่าเฉลี่ย 4.48 ซึ่งช่วยในการจดจำคำศัพท์มากขึ้น ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการนำชุดเพลงสันหนากการมาใช้ในการสอนภาษาจีนสามารถพัฒนาทักษะทางภาษาของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเรียนรู้และจดจำคำศัพท์

คำสำคัญ ชุดการเรียนรู้ ชุดเพลงสันหนากการ การสอนภาษาจีน

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริวรรณ วรรณสาสน์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

³ อาจารย์ ดร.ชนัญญา พวงทอง คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

1. บทนำ

ภาษาจีนเป็นภาษาหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงเป็นอันดับต้นของโลก เนื่องมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ส่งผลให้มีความต้องการขยายตลาดแรงงานจากในประเทศออกสู่ต่างประเทศ จึงได้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างสาธารณรัฐประชาชนจีนกับนานาประเทศ ซึ่งรวมถึงประเทศไทย ด้วยการเล็งเห็นความสำคัญของภาษาจีนเช่นนี้ ทางกระทรวงศึกษาธิการจึงได้มีการบรรจุให้ภาษาจีนเป็นหลักสูตรภาษาต่างประเทศภาษาหนึ่งที่นักเรียนไทยควรต้องเรียน

หนึ่งในความยากลำบากของการเรียนภาษาจีนหรือภาษาต่างประเทศภาษาอื่นๆ นั้น คือการเรียนรู้ด้านคำศัพท์ ซึ่งเปรียบเสมือนอุปกรณ์ที่สำคัญในการเรียนภาษาและเป็นพื้นฐานอันจะนำไปสู่การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร การไม่รู้คำศัพท์หรือรู้คำศัพท์ไม่เพียงพอ นับเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการสื่อสารได้ ดังเช่นที่ Nation (2008) กล่าวว่า ถึงแม้ว่าโครงสร้างไวยากรณ์จะมีความสำคัญแต่ก็ยังน้อยกว่าคำศัพท์ เนื่องจากหากปราศจากไวยากรณ์ก็ยังสามารถสื่อสารได้ แต่ถ้าหากไม่รู้คำศัพท์ก็จะไม่สามารถสื่อสารใดๆ ได้เลย คำศัพท์เป็นองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้ภาษา การจำคำศัพท์ที่เพียงพอจะสามารถพัฒนาทักษะการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนได้ (Zhao, 2009 as cited in Wu, 2021) โดยเฉพาะคำศัพท์ภาษาจีน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเรียนภาษาจีน ดังเช่นที่ Sangsikaew (2021) กล่าวว่า หากผู้เรียนสามารถจำคำศัพท์ภาษาจีนได้และนำไปใช้เป็นก็จะทำให้ผู้เรียนสามารถนำไปต่อยอดการเรียนภาษาจีนของตนเองได้ ตลอดจนสามารถพัฒนาทักษะต่างๆ ในการเรียนภาษาจีนได้เป็นอย่างดีในอนาคต แม้ว่าในประเทศไทยปัจจุบันจะมีการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในหลายระดับอย่างแพร่หลายตามสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ แต่ยังคงประสบปัญหาหลายด้าน หนึ่งในนั้นคือปัญหาด้านการสอนคำศัพท์ ทำให้กลายเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้เรียนคนไทยที่เรียนภาษาจีนในฐานะที่เป็นภาษาต่างประเทศ (Sangsikaew, 2021) กอปรกับสภาพการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยปัจจุบัน ในด้านคำศัพท์ที่ยังคงใช้วิธีการเน้นการท่องคำศัพท์และการคัดเขียน ซึ่งส่งผลให้วิชาภาษาจีนเป็นวิชาที่ขาดแรงจูงใจสำหรับผู้เรียน (Wu, 2021) ผู้วิจัยเห็นว่า การเรียนรู้คำศัพท์โดยการท่องจำหรือพูดตามซ้ำๆ ไม่สามารถทำให้ผู้เรียนจดจำคำศัพท์ได้นานและไม่ส่งผลให้เกิดความจำระยะยาว อีกทั้งเมื่อผู้เรียนไม่สามารถจดจำคำศัพท์ได้ก็ยิ่งทำให้ขาดแรงจูงใจในการเรียนและทำให้ผลการเรียนไม่ดีนัก

การร้องเพลง เป็นกิจกรรมที่สำคัญกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ มนุษย์นำเพลงมาเป็นสื่อเพื่อก่อให้เกิดความสนุกสนาน เนื่องจากเพลงช่วยในการผ่อนคลายอารมณ์ ทำให้รู้สึกกระปรี้กระเปร่า สดชื่น มีพลัง ด้วยเหตุนี้ เราจึงมักร้องเพลงหรือนำเพลงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในแทบจะทุกกิจกรรมในชีวิต ซึ่งเพลงไม่เพียงแต่จะช่วยผ่อนคลายอารมณ์ มอบความบันเทิงให้กับผู้ฟังเท่านั้น หากบทเพลงยังนับว่าเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่สะท้อนถึงอารมณ์หรือสิ่งต่างๆ ตามความมุ่งหมายของผู้ประพันธ์ผ่านความหมายของเนื้อเพลงและทำนองของเพลง

การใช้เพลงจะสามารถช่วยให้ผู้เรียนจดจำคำศัพท์และยังช่วยสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ภาษาที่ดีให้แก่ผู้เรียน kasuwan (2013) กล่าวว่า การใช้เพลงในชั้นเรียน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากกิจกรรมเดิมๆ ในชั้นเรียนให้น่าสนใจมากขึ้น เพลงยังเปรียบเสมือนเป็นทรัพยากรที่จะช่วยพัฒนาความสามารถของผู้เรียนในหลายทักษะ อีกทั้งเพลงยังสามารถนำมาใช้เพื่อช่วยสอนความหลากหลายทางภาษา เช่น การออกเสียง รูปแบบ



การเรียนรู้คำศัพท์ ประโยค เป็นต้น ดังนั้นบทเพลงจึงเหมาะสมในการเอาไปใช้ในชั้นเรียน เพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้คำศัพท์

สำหรับเพลงในประเทศไทยนั้นมีหลากหลายที่เป็นเครื่องมือในการสร้างความบันเทิงทางเลือกให้แก่ผู้คนในสังคม มีทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังคงมีเพลงอีกประเภทหนึ่งที่พบเห็นได้ทั่วไปและเป็นที่นิยมแพร่หลายโดยเฉพาะในกลุ่มของวัยรุ่นสาวก็คือ เพลงที่ใช้การร้องปากเปล่าประกอบกับเครื่องประกอบจังหวะอื่นๆ มีลักษณะคล้ายกับเพลงพื้นบ้านแต่มีการดัดแปลงทั้งเนื้อร้องและทำนองจนเกิดเป็นเพลงรูปแบบใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เรียกเพลงลักษณะนี้ว่า “เพลงร้องเล่นสมัยใหม่” ซึ่ง “เพลงร้องเล่นสมัยใหม่” นี้ มีชื่อเรียกอื่นๆอีก เช่น “เพลงรับน้อง” “เพลงเอ็นเตอร์เทน” และ “เพลงสันตนาการ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ร้องเล่นในกิจกรรมรื่นเริงของหนุ่มสาว พบเห็นได้มากและแพร่หลายในสถาบันการศึกษา ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาเรื่อยไปจนถึงระดับมหาวิทยาลัย (Rattanakdee, 2018)

ผู้วิจัยเห็นว่า นิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาแม้จะนับว่าเป็นนักเรียนในระดับโตแล้วก็ตาม แต่กิจกรรมสันตนาการต่างๆ ในรั้วมหาวิทยาลัยก็ยังคงมีการใช้บทเพลงสันตนาการหรือเพลงรับน้องเป็นตัวดำเนินกิจกรรมหลักอยู่เสมอ เพลงสันตนาการจึงนับได้ว่าเป็นเพลงที่คุ้นหูที่สร้างความสนุกสนานแก่นิสิตนักศึกษา จึงเหมาะสมที่จะนำมาทำการศึกษาวิจัยโดยใช้เพลงสันตนาการมาช่วยในการเรียนการสอนภาษาจีน ซึ่งยังไม่พบเห็นการวิจัยในลักษณะดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทดลองการวิจัยนี้ เพื่อช่วยพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนให้ดีขึ้นและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสันตนาการ

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนิสิตที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้ชุดเพลงสันตนาการในการเรียนภาษาจีน

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 หลังการใช้ชุดเพลงสันตนาการที่คุ้นหูนำมาแปลและดัดแปลงจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน จะช่วยพัฒนาศักยภาพการเรียนภาษาจีน นิสิตจะมีผลการสอบหลังการทดลองสูงกว่าผลการทดสอบก่อนการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3.2 นิสิตที่ใช้ชุดเพลงสันตนาการที่คุ้นหูนำมาแปลและดัดแปลงจากภาษาไทยเป็นภาษาจีนมีความพึงพอใจในการเรียนภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสันตนาการ โดยมีค่าผลการประเมินค่าในระดับ เหมาะสมมาก ขึ้นไป

4. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุดการเรียนรู้หรือชุดกิจกรรม มาจากคำว่า Instructional Packages หรือ Learning Packages ซึ่ง Kaunhavech (1999) กล่าวว่า เดิมมักใช้คำว่า ชุดการสอน เพราะเป็นสื่อที่ครูนำมาใช้ในการเรียนการสอนแต่หลังจากการนำแนวคิดการใช้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางเข้ามาใช้มากขึ้น นักการศึกษาจึงเปลี่ยนมาใช้เป็นคำว่า ชุดการเรียนรู้ เพราะการเรียนรู้เป็นทั้งกิจกรรมของครูและนักเรียนที่ต้องเกิดคู่กัน Kaunhavech (1999) ยังกล่าวอีกว่า ชุดการเรียนรู้หรือชุดกิจกรรมเป็นสื่อการสอนชนิดหนึ่ง เป็นชุดของสื่อประสม (MultiMedia) สามารถแบ่งชุดกิจกรรมได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ชุดกิจกรรมประกอบคำบรรยาย เป็นชุดกิจกรรมสำหรับผู้สอนที่ใช้สอนผู้เรียนเป็นกลุ่มใหญ่หรือเป็นกิจกรรมการสอนที่ต้องการปูพื้นฐานให้ผู้เรียนส่วนใหญ่ได้รู้และเข้าใจในเวลาเดียวกัน
2. ชุดกิจกรรมแบบกลุ่มกิจกรรม เป็นชุดกิจกรรมสำหรับผู้เรียนเรียนร่วมกันเป็นกลุ่มเล็กๆ มุ่งเน้นฝึกทักษะในเนื้อหาวิชาที่เรียนและให้ผู้เรียนได้มีโอกาสทำงานร่วมกัน
3. ชุดกิจกรรมแบบรายบุคคลหรือชุดกิจกรรมแบบเอกกัตภาพ เป็นชุดกิจกรรมที่ใช้สำหรับนักเรียนเรียนด้วยตนเองเป็นรายบุคคล

นอกจากนี้ Sripanyakorn (2010) ยังกล่าวถึงชุดการเรียนรู้ไว้ว่า ชุดการเรียนรู้คือสื่ออุปกรณ์ที่จัดไว้อย่างเป็นรูปแบบ มีจุดมุ่งหมายชัดเจน มีการกำหนดเนื้อหาและกิจกรรมต่างๆมาใช้ในการเรียนการสอน ทำให้นักเรียนเกิดความรู้ในเรื่องที่สอน และดำเนินให้กิจกรรมการเรียนการสอนนั้นมีประสิทธิภาพ โดยในชุดการเรียนรู้จะประกอบไปด้วยคำชี้แจง ชื่อเรื่อง จุดมุ่งหมาย เนื้อหา กิจกรรม การวัดผลและประเมินผล คู่มือครูแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน และ Sripanyakorn (2010) ยังได้กล่าวถึงประโยชน์ของชุดการเรียนรู้ไว้ว่า ชุดการเรียนรู้เป็นนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอน เพราะสามารถช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับการเรียนและช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สอน โดยชุดการเรียนรู้มีประโยชน์ดังนี้ 1) ช่วยลดภาระการสอนของผู้สอน 2) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง 3) ช่วยสร้างความสนใจให้แก่ผู้เรียนไม่ให้เกิดเบื่อหน่าย 4) ส่งเสริมความสำเร็จในการเรียนรู้ 5) สามารถเรียนได้ตามความพร้อมของผู้เรียน 6) แก้ปัญหาความแตกต่างระหว่างบุคคล 7) ช่วยถ่ายทอดเนื้อหาประสบการณ์ที่ซับซ้อน และ 8) สร้างความพร้อมให้แก่ผู้สอนและประหยัดเวลาในการเตรียมการสอน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพลง

Kunyosying (2011) กล่าวว่า การใช้กิจกรรมเพลงเป็นสื่อการสอนที่ได้จัดสร้างเป็นแผนการสอนขึ้นมาสามารถทำให้ทักษะการฟัง-พูดภาษาอังกฤษของผู้เรียนเพิ่มขึ้นด้วยปัจจัยหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยจากตัวผู้เรียนเองที่มีความสนุกสนานเพลิดเพลินไปกับเนื้อหากิจกรรมและเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความพยายามในการพัฒนาทักษะฟัง-พูดของตนเอง การแก้ไขข้อผิดพลาดด้วยตนเอง หรือว่าปัจจัยจากครูผู้สอนที่มีความเป็นกันเอง ใช้เนื้อหาและกิจกรรมที่ลดความตึงเครียดระหว่างการเรียน ทำให้บรรยากาศทางการเรียนรู้เป็นไปอย่างสบายๆ ค่อยเป็นค่อยไป ไม่เร่งรัดให้ผู้เรียนรีบพูดหรือตอบคำถามช่วยลดความวิตกกังวลในการสื่อสารของผู้เรียน นอกจากนี้ผู้เรียนยังสามารถนำเนื้อหาความรู้ที่ได้รับจากการเรียนการสอนโดยใช้กิจกรรมเพลงไปปรับใช้ให้เข้ากับการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเองได้



Boonyos (2007) กล่าวว่า เพลงเป็นสื่อที่ดีและมีประสิทธิภาพ ช่วยทำให้เด็กมีเจตคติที่ดีต่อการเรียน การสอน เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน เรียนรู้ได้อย่างมีความสุข ได้รับความรู้ ความสามารถอย่าง ครบถ้วน ด้วยเนื้อหาสาระของเพลง ทั้งทางตรง และทางอ้อม เด็กที่ชอบร้องเพลง และจำเนื้อเพลงได้มาก ย่อมสามารถ นำความรู้หรือประสบการณ์ที่ได้รับไปปรับประยุกต์ใช้ได้ตลอดชีวิต คติสอนใจ และแง่คิดที่แฝงอยู่ในบทเพลง ประกอบกับท่วงทำนอง และจังหวะของเพลง จะช่วยกล่อมเกลาคิดใจและอารมณ์ของเด็กให้นุ่มนวลมาในทาง ฝ้ายดี ทำให้เขาเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ดีได้ต่อไปในอนาคต สื่อบทเพลงจึงเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียน การสอนที่ให้ประโยชน์แก่ครูผู้สอนอย่างคุ้มค่า แต่ราคาประหยัดที่สุด เพราะสามารถนำไปใช้ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว สื่อเพลงจะมีค่าเป็นทวีคูณ หากครูผู้สอนสามารถแต่งเนื้อเพลงและร้องเพลงได้เอง

Hornby (1990, as cited in Kasuwan, 2013) และ Walker (2006, as cited in Kasuwan, 2013) สามารถสรุปความหมายของเพลงว่า เพลงคือชิ้นส่วนของดนตรีที่มีคำร้องและเป็นชุดภาษาที่ดีอีกด้วย เพราะ เพลงได้รวมภาษา วัฒนธรรม การฟัง ไวยากรณ์ และทักษะทางภาษาอื่นๆ มาเรียงร้อยเป็นถ้อยคำที่คล้องจอง ซึ่งโดยธรรมชาติของเพลงสำหรับเด็กนั้น จะมีเนื้อร้องเข้าไปเข้ามา ทำให้เด็กจำคำศัพท์ได้ และไม่ว่าใครก็ตามเมื่อ ได้เรียนรู้การร้องเพลงก็จะจำเนื้อเพลงได้อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ เพลงและจังหวะยังสามารถสร้างความมั่นใจในการทำกิจกรรม ด้านไวยากรณ์ทางภาษา และสร้างความสนุกสนาน ก่อให้เกิดความคิด สร้างสรรค์ทั้งในและนอกห้องเรียน กล่าวได้ว่า เพลง บทกลอน และจังหวะ เป็นสื่อที่เข้าได้กับทุกคน เพราะ สามารถจดจำได้อย่างสนุกสนาน และยังเป็นอุปกรณ์การเรียนรู้ภาษาที่หนึ่งและภาษาที่สอง

ในส่วนของการเลือกเพลงมาใช้ในการเรียนการสอนนั้น Intaraprasit และ Srabua (2015) กล่าวว่า สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการเลือกเพลงก็คือ อายุของผู้เรียนและความสัมพันธ์ของเพลงหรือการร้องเพลงกับการ เรียน หากผู้สอนไม่สามารถหาเพลงตรงตามที่ต้องการได้ ก็สามารถแต่งเนื้อเพลงและทำนองเองได้อย่าง สร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของผู้สอนได้เช่นกัน และ Kasuwan (2013) กล่าวว่า ครูควรเลือกเพลงที่มีเนื้อหาเชิงบวกและสามารถเลือกเพลงโดยพิจารณาโครงสร้างของภาษาเป็นหมายที่ปรากฏ ในเพลง ซึ่งมีหลายเพลงที่เหมาะสมสำหรับโครงสร้างไวยากรณ์และใช้ประโยชน์จากรายการคำศัพท์ที่เป็น ประโยชน์กับครูและนักเรียนจากเว็บไซต์

จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวกับการสอนภาษาด้วยเพลง ผู้วิจัยเห็นว่า เพลงเป็นสื่อที่สำคัญในการ ส่งเสริมการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างทางภาษา ไวยากรณ์ และคำศัพท์ โดยที่ ผู้สอนสามารถเลือกเพลงที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน ขณะเดียวกัน ผู้สอนเองก็สามารถแต่งหรือดัดแปลง เพลงให้ตรงกับจุดประสงค์ของการเรียนการสอน นอกจากนี้ อายุของผู้เรียนก็มีความสำคัญต่อการคัดเลือก เพลงที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอน ซึ่งในระดับอุดมศึกษาที่ผู้เรียนอยู่ในช่วงวัยรุ่นหนุ่มสาว การเลือกเพลงที่ คั่นหูและสนุกสนานอย่างเพลงสันตนาการ ย่อมโน้มน้าวให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกสนานและอยากมีส่วนร่วมในการ เรียนมากกว่าเพลงเด็กอื่นๆ อันจะส่งผลให้การเรียนการสอนนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ในภาคสนามหรือในสถานการณ์ในชีวิตจริง ที่ไม่สามารถทำการสุ่มตัวอย่างเข้ากลุ่มได้โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ อาจเป็นกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอยู่แล้วตามสภาพธรรมชาติ (intact groups) เช่น นักเรียนในห้องเรียน คนไข้ในโรงพยาบาล และผู้ร่วมโครงการณรงค์ต่าง ๆ (Choochom, 2009)

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 กลุ่มประชากร ได้แก่ นิสิตคณะมนุษยศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 ที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาโท โดยเลือกเรียนวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 ในปีการศึกษา 2564 กลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 จำนวน 50 คน

5.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิสิตคณะมนุษยศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 ที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาโท โดยเลือกเรียนวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 ในปีการศึกษา 2564 กลุ่มที่ 1 จำนวน 26 คน ได้มาด้วยการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) ด้วยการจับสลาก

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

1) ชุดเพลงสนทนาการ ประกอบด้วยเพลงสนทนาการที่แปลมาจากเพลงไทยที่คุ้นหู นำมาแปลและดัดแปลงจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน จำนวน 6 เพลง ตามลำดับความยากง่ายของคำศัพท์และไวยากรณ์ มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อเพลง	เนื้อหา
1. เพลงแอปเปิล มะละกอ กล้วย ส้ม (苹果 木瓜 焦 橘)	- คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับผลไม้
2. เพลงฮิปโป (河马)	- การใช้คำว่า 真 - คำศัพท์เกี่ยวกับคำคุณศัพท์
3. เพลงแมงมุม (蜘蛛)	- คำศัพท์และโครงสร้างเกี่ยวกับลักษณนาม - ส่วนเติมเต็มของประโยค 来/去
4. เพลงกิ่ง ก้าน ใบ (枝茎叶)	- คำศัพท์และการใช้คำซ้ำ
5. เพลงไก่ย่าง (烤鸡)	- คำนามและคำกริยา - การใช้คำ 被 - คำว่า 左/右
6. เพลงโอ้ทะเล (Oh! 海洋)	- คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับทะเล

2) แบบทดสอบก่อน-หลัง เป็นแบบทดสอบปรนัยชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวนชุดละ

30 ข้อ



3) แบบสำรวจความพึงพอใจ จำนวน 25 ข้อ เป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating scale) แบบลิเคิร์ท (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ จากความเหมาะสมน้อยที่สุด (1) จนถึงเหมาะสมมากที่สุด (5)

5.3 การสร้างเครื่องมือ

ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

5.3.1 เพลงสนทนาการ

ผู้วิจัยคัดเลือกเพลงสนทนาการที่นิสิตคุ้นหูและมีเนื้อหาสอดคล้องกับบทเรียนในหนังสือ Developing Chinese Elementary Comprehensive Course 1 (发展汉语初级综合 I) จำนวน 6 เพลง คือ 1) เพลงแอปเปิล มะละกอ กล้วย ส้ม (苹果 木瓜 焦 橘) 2) เพลงแมงมุม (蜘蛛) 3) เพลงฮิปโป (河马) 4) เพลงกิ่ง ก้าน ใบ (枝 茎 叶) 5) เพลงไก่ย่าง (烤鸡) และ 6) เพลงโอ้ทะเล (Oh! 海洋)

5.3.2 การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำเพลงสนทนาการทั้ง 6 เพลง ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (The Index of Item-Objective Congruence (IOC)) ของชุดเพลงสนทนาการ โดยมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.91

5.3.3 แบบทดสอบก่อน-หลัง

แบบทดสอบที่ใช้ในการวิจัยนี้ เป็นแบบทดสอบปรนัยชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบทดสอบดังนี้

1) ออกแบบและสร้างแบบทดสอบก่อน-หลัง เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวนชุดละ 40 ข้อ

2) นำแบบทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คนตรวจสอบเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 1.00

3) นำแบบทดสอบที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองสอบกับนิสิตสาขาวิชาภาษาจีน ชั้นปีที่ 1 จำนวน 45 คน ซึ่งมีพื้นฐานทางภาษาจีนใกล้เคียงกับนิสิตสาขาวิชาอื่นๆ ชั้นปีที่ 2 ที่เลือกเรียนภาษาจีนเป็นวิชาโทและเรียนหนังสือเล่มเดียวกันคือ Developing Chinese Elementary Comprehensive Course 1 (发展汉语初级综合 I) เพื่อหา ค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้ค่าความเชื่อมั่นแบบค่าวัดอัลฟาครอนบาช (Cronbach's alpha) ของแบบทดสอบ ค่าความยาก (difficulty index) และค่าอำนาจจำแนก (discrimination index) โดยมีค่าเท่ากับ 0.86 0.39 และ 0.33 ตามลำดับ

4) คัดเลือกแบบทดสอบ ได้ 30 ข้อ ที่อยู่ในเกณฑ์ โดยมีเกณฑ์ที่พิจารณา ดังนี้

- ค่าความยากอยู่ระหว่าง 0.20-0.80
- ค่าอำนาจจำแนกมากกว่าหรือเท่ากับ 0.25

5.3.4 แบบสำรวจความพึงพอใจ

1) เป็นแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจในชุดเพลงสนทนาการที่แปลมาจากเพลงไทยที่คุ้นหู ในเรื่องความยากง่ายของเพลงที่ร้อง คำศัพท์ และไวยากรณ์ โดยแบบสำรวจความพึงพอใจ

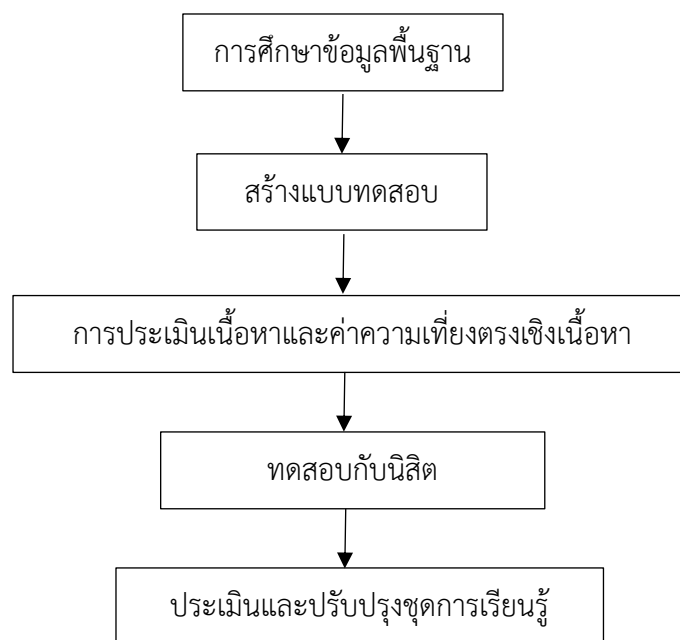
เป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating scale) แบบลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้ (Srisa-ard, 2002)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	เหมาะสมมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	เหมาะสมน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

2) นำแบบสำรวจความพึงพอใจที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.93

6. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental) และได้ออกแบบการวิจัยเป็นแบบ One-Group Pretest-Posttest Design โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้



6.1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

6.1.1 วิเคราะห์หลักสูตรภาษาจีนพื้นฐาน 1 และ ภาษาจีนพื้นฐาน 2 จากหนังสือ Developing Chinese Elementary Comprehensive Course 1 (发展汉语初级综合 I)

6.1.2 ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร

6.1.3 ศึกษาความต้องการของผู้เรียน เกี่ยวกับรูปแบบ ขอบข่ายเนื้อหา การวัดและประเมินผล และการนำไปใช้



6.2 การสร้างชุดการเรียนรู้เพลงสันหนากการ

คัดเลือกบทเพลงสันหนากการให้สอดคล้องกับบทเรียนจากหนังสือ Developing Chinese Elementary Comprehensive Course 1 (发展汉语初级综合 I) และแปลบทเพลงสันหนากการจากภาษาไทยให้เป็นภาษาจีน จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบที่มีประสบการณ์การสอนภาษาจีนในระดับอุดมศึกษา ไม่น้อยกว่า 3 ปี และมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกขึ้นไป จำนวน 5 คนตรวจสอบ เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (The Index of Item-Objective Congruence (IOC)) ของชุดเพลงสันหนากการ โดยมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.91

6.3 การสร้างแบบทดสอบก่อน-หลังและแบบสำรวจความพึงพอใจ

ดำเนินการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 จำนวนข้อสอบทั้งสิ้น 40 ข้อ 2 ชุด เป็นแบบทดสอบก่อนและหลัง ซึ่งแบบทดสอบเป็นแบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก โดยมีเนื้อหาครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การสอนภาษาจีนในระดับอุดมศึกษา ไม่น้อยกว่า 3 ปี และมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกขึ้นไป จำนวน 5 คนตรวจสอบเอกสาร ได้แก่ เอกสารรายละเอียดเนื้อหาบทเรียนของรายวิชา ภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 ชุดเพลงสันหนากการที่แปลจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน และแบบทดสอบก่อนและหลังการทดลอง เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของชุดเพลงสันหนากการ โดยมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 1.00

ต่อมาได้นำแบบทดสอบทั้ง 40 ข้อ ไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้ค่าความเชื่อมั่นแบบค่าวัดอัลฟาครอนบาช (Cronbach's alpha) ค่าความยาก (difficulty index) และค่าอำนาจจำแนก (discrimination index) โดยนำไปทดสอบกับนิสิตสาขาวิชาภาษาจีน ชั้นปีที่ 1 จำนวน 45 คน ซึ่งมีพื้นฐานทางภาษาจีนใกล้เคียงกับนิสิตสาขาวิชาอื่นๆ ชั้นปีที่ 2 ที่เลือกเรียนภาษาจีนเป็นวิชาโทและเรียนหนังสือเล่มเดียวกันคือ Developing Chinese Elementary Comprehensive Course 1 (发展汉语初级综合 I) โดยมีค่าเท่ากับ 0.86 0.39 และ 0.33 ตามลำดับ จากนั้น คัดเลือกแบบทดสอบเหลือชุดละ 30 ข้อ โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกว่า ข้อใดที่ไม่ตรงเกณฑ์ให้ตัดออก โดยเกณฑ์ดังกล่าวคือ ค่าความยากควรอยู่ระหว่าง 0.20-0.80 และค่าอำนาจจำแนกควรเท่ากับ 0.25 หรือมากกว่า

ในส่วนของแบบสำรวจความพึงพอใจ เป็นการสร้างแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจในชุดเพลงสันหนากการ เกี่ยวกับความยากง่ายของเพลงที่ร้อง คำศัพท์ และไวยากรณ์ จำนวน 25 ข้อ โดยแบบสำรวจความพึงพอใจเป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating scale) แบบลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ จากความเหมาะสมน้อยที่สุด (1) จนถึงเหมาะสมมากที่สุด (5) และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.93

6.4. การทดลองแบบทดสอบ

ในการทดลองแบบทดสอบนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1) ให้นิสิตคณะมนุษยศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 ที่เลือกเรียนภาษาจีนเป็นวิชาโท และเลือกเรียนวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 ในปีการศึกษา 2564 ทั้ง 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 เป็น

กลุ่มประชากร จากนั้น ใช้วิธีจัดการสุ่มเลือกกลุ่มทดลองอย่างง่าย ด้วยการจับสลาก โดยผลที่ได้คือนิสิตกลุ่มที่ 1 จำนวน 26 คน ทำแบบทดสอบก่อนเรียน

2) หลังจากทำแบบทดสอบก่อนเรียนเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทยอยสอนเพลงสันตนาการที่แปลเป็นภาษาจีนให้นิสิตได้ร้องและเต้นกันในวิชาเรียน ตามแต่ละบทเรียนที่สอดคล้องกับเพลงสันตนาการ

3) เมื่อสอนเพลงสันตนาการครบทุกเพลงแล้ว ผู้วิจัยให้นิสิตได้ทำแบบทดสอบหลังเรียน จำนวน 30 ข้อ และให้นิสิตตอบแบบสำรวจความพึงพอใจ

6.5. การประเมินและปรับปรุงชุดการเรียนรู้

1) นำผลจากแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน และผลจากแบบสำรวจความพึงพอใจ มาคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสถิติทดสอบที (t-test) และระดับนัยสำคัญทางสถิติ (statistical significance)

2) นำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาปรับปรุงชุดการเรียนรู้

7. ผลการวิจัย

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนและหลังเรียน พบว่า คะแนนสอบหลังเรียนของนิสิตกลุ่มตัวอย่างจำนวน 26 คน มีผลดังตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบที และระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเปรียบเทียบคะแนนสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตคณะมนุษยศาสตร์ ที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาโท โดยเลือกเรียนวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 ในปีการศึกษา 2564 (n=26)

การทดสอบ	$\bar{x}$	S^2	$\bar{D}$	S.D. _D	t	Sig.(1-tailed)
ก่อนเรียน	21.07	2.87	6.70	2.88	12.10*	0.0000
หลังเรียน	27.78	1.58				

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า การทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตคณะมนุษยศาสตร์ ที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาโท โดยเลือกเรียนวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 21.07 คะแนน และ 27.78 คะแนนตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่า คะแนนสอบหลังเรียนของนิสิตสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนทักษะภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสันตนาการที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ช่วยพัฒนาศักยภาพทักษะการเรียนรู้ภาษาจีนของนิสิต

ผลจากการสอบถามความพึงพอใจในกิจกรรมการสอนทักษะภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสันตนาการจากนิสิตจำนวน 26 คน ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้



ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการสอนทักษะภาษาจีน
โดยใช้ชุดเพลงสันหนากา

ที่	รายการ	$\bar{X}$	SD	อยู่ในระดับ
1	เพลง แอปเปิล มะละกอ กล้วย ส้ม	4.48	0.795	เหมาะสมมาก
	1 เนื้อเพลงจดจำได้ง่าย	4.50	0.949	เหมาะสมมาก
	2 ร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย	4.42	0.817	เหมาะสมมาก
	3 ช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับผลไม้มากขึ้น	4.58	0.631	เหมาะสมมากที่สุด
	4 ท่านมีความพอใจในเพลงนี้ระดับใด	4.42	0.782	เหมาะสมมาก
2	เพลง ฮิปโป	4.23	0.922	เหมาะสมมาก
	1 เนื้อเพลงจดจำได้ง่าย	4.04	0.813	เหมาะสมมาก
	2 ร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย	4.23	0.853	เหมาะสมมาก
	3 ช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับคำคุณศัพท์มากขึ้น	4.31	0.953	เหมาะสมมาก
	4 ท่านมีความพอใจในเพลงนี้ระดับใด	4.35	1.067	เหมาะสมมาก
3	เพลง แมงมุม	4.16	1.472	เหมาะสมมาก
	1 เนื้อเพลงจดจำได้ง่าย	4.19	1.222	เหมาะสมมาก
	2 ร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย	4.12	1.388	เหมาะสมมาก
	3 ช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับลักษณนามและ ส่วนเติมเต็มของประโยค 来/去 มากขึ้น	4.12	1.568	เหมาะสมมาก
	4 ท่านมีความพอใจในเพลงนี้ระดับใด	4.19	1.709	เหมาะสมมาก
4	เพลง กิ้ง ก้าน ใบ	4.19	2.1029	เหมาะสมมาก
	1 เนื้อเพลงจดจำได้ง่าย	4.15	1.8340	เหมาะสมมาก
	2 ร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย	4.23	1.9870	เหมาะสมมาก
	3 ช่วยในการจดจำคำศัพท์และคำซ้ำมากขึ้น	4.15	2.2010	เหมาะสมมาก
	4 ท่านมีความพอใจในเพลงนี้ระดับใด	4.23	2.3897	เหมาะสมมาก
5	เพลง ไก่ย่าง	4.19	2.103	เหมาะสมมาก
	1 เนื้อเพลงจดจำได้ง่าย	4.15	1.834	เหมาะสมมาก
	2 ร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย	4.23	1.987	เหมาะสมมาก
	3 ช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับคำนามและ คำกริยามากขึ้น	4.15	2.201	เหมาะสมมาก
	4 ท่านมีความพอใจในเพลงนี้ระดับใด	4.23	2.389	เหมาะสมมาก

ที่	รายการ	$\bar{x}$	SD	อยู่ในระดับ
6	เพลง โอ้ทะเล	4.22	2.831	เหมาะสมมาก
	1 เนื้อเพลงจดจำได้ง่าย	4.23	2.537	เหมาะสมมาก
	2 ร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย	4.12	2.766	เหมาะสมมาก
	3 ช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับทะเลมากขึ้น	4.23	2.925	เหมาะสมมาก
	4 ท่านมีความพอใจในเพลงนี้ระดับใด	4.31	2.831	เหมาะสมมาก
ความพึงพอใจทั้ง 6 เพลง		4.26	1.625	เหมาะสมมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจในกิจกรรมการสอนทักษะภาษาจีนโดยใช้ชุดเพลงสนทนาการในภาพรวมทั้งหมด มีค่าเฉลี่ย 4.26 อยู่ในระดับเหมาะสมมาก เมื่อจำแนกในแต่ละเพลง มีผลความพึงพอใจดังนี้

เพลง แอปเปิล มะละกอ กล้วย ส้ม มีค่าเฉลี่ย 4.48 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก โดยผู้เรียนมีความเห็นว่า เป็นการช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับผลไม้มากขึ้นมีค่าเฉลี่ย 4.58 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เนื้อเพลงจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.50) อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก และร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทยและมีความพอใจในเพลงนี้ระดับมีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.42) ตามลำดับ

เพลง ฮิปโป มีค่าเฉลี่ย 4.23 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก โดยผู้เรียนมีความพอใจในเพลงนี้ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาได้แก่ เป็นการช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับผลไม้มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.31) อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก ร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย (ค่าเฉลี่ย 4.23) อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก และเนื้อเพลงจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก ตามลำดับ

เพลง แมงมุม มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก โดยผู้เรียนมีความพอใจในเพลงนี้และเนื้อเพลงจดจำได้ง่าย อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาได้แก่ ร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย และช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับลักษณะนามและส่วนเติมเต็มของประโยค 来/去 มากขึ้น อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

เพลง กิ้งก่าใบ มีค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก โดยผู้เรียนมีความพอใจในเพลงนี้และร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาได้แก่ เนื้อเพลงจดจำได้ง่าย และเป็นการช่วยในการจดจำคำศัพท์และคำซ้ำมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก ตามลำดับ

เพลง ไก่ย่าง มีค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก โดยผู้เรียนมีความเห็นว่าร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทยและมีความพอใจในเพลงนี้ระดับมีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ เนื้อเพลงจดจำได้ง่ายและช่วยในการจดจำคำศัพท์เกี่ยวกับคำนามและคำกริยา มากขึ้น อยู่ในระดับมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

เพลง โอ้ทะเล มีค่าเฉลี่ย 4.22 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก โดยผู้เรียนมีความพอใจในเพลงนี้ระดับมีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ เนื้อเพลงจดจำได้ง่ายและช่วยในการจดจำคำศัพท์



เกี่ยวกับทะเลมากขึ้น อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และร้องได้ง่ายสอดคล้องกับเพลงต้นฉบับภาษาไทย อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

8. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

8.1 สรุปผลการวิจัย

1. จากการให้นิสิตคณะมนุษยศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 ที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาโท โดยเลือกเรียนวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 ทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่า คะแนนทดสอบของนิสิตก่อนการใช้ชุดสันทนาการในการเรียนการสอนนั้น มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 21.07 คะแนน และคะแนนทดสอบหลังการใช้ชุดสันทนาการในการเรียนการสอน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 27.78 คะแนนตามลำดับ ซึ่งคะแนนสอบหลังเรียนของนิสิตสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า ชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนทักษะภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสันทนาการที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น สามารถช่วยพัฒนาศักยภาพทักษะการเรียนรู้ภาษาจีนของนิสิต

2. นิสิตมีความพึงพอใจในกิจกรรมการสอนทักษะภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสันทนาการ มีความพึงพอใจในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.26 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

8.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการใช้ชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนทักษะภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสันทนาการ ในรายวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 1 และภาษาจีนพื้นฐาน 2 ของนิสิตคณะมนุษยศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 ที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาโท สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยพบว่าการใช้ชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสันทนาการสามารถช่วยพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ภาษาจีนของนิสิตได้อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นิสิตมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยว่า นิสิตจะมีผลการสอบหลังการทดลองสูงกว่าผลการทดสอบก่อนการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า สาเหตุที่ทำให้นิสิตสามารถพัฒนาการเรียนภาษาจีนได้โดยเฉพาะด้านคำศัพท์นั้น เนื่องมาจากการเรียนโดยใช้เพลงประกอบ ซึ่งนับว่าเป็นกิจกรรมที่ทำให้นิสิตได้มีส่วนร่วม ได้ปฏิบัติจริง ได้ร่วมร้องเพลง ร่วมทำท่าทางประกอบเพลง กอปรกับเพลงที่คัดเลือกมาก็เป็นเพลงสันทนาการที่นิสิตคุ้นเคย ค่อนข้างเป็นอย่างดี อันเนื่องมาจากการเข้าร่วมกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ในรั้วมหาวิทยาลัย แม้จะนำมาดัดแปลงและเพิ่มเติมคำศัพท์ภาษาจีนเข้าไป ก็ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการทำความเข้าใจ และเมื่อเข้าใจ จดจำเนื้อหาจากเพลงได้ จึงร้องตามได้ไม่ยาก เกิดเป็นความสนุกสนานเพลิดเพลิน ส่งผลให้บรรยากาศในการเรียนการสอนเป็นไปด้วยความสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อหน่ายด้วยเหตุนี้ เพลงจึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นิสิตรู้สึกสนุกในการเรียน การใช้เพลงมาเป็นกิจกรรมเสริมในชั้นเรียน จึงเป็นการกระตุ้นให้ช่วยจดจำเนื้อหาเรียนได้ง่ายขึ้น และเรียนรู้คำศัพท์ได้ดีขึ้น จึงส่งผลให้นิสิตมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Param (2018) ที่ศึกษาผลการใช้กิจกรรมเพลงเพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟัง-พูดภาษาอังกฤษและความรู้คำศัพท์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่าความรู้ด้านคำศัพท์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 สูงกว่าก่อนเรียนโดยใช้กิจกรรมเพลงอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .01 เนื่องจากการเลือกใช้เพลงที่มีเนื้อหาน่าสนใจ จำนวนคำศัพท์ ระดับความยากเหมาะสมกับระดับความสามารถของผู้เรียนและเป็นคำศัพท์ที่ผู้เรียนรู้จักดีสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Promsit (2021) ที่ศึกษาประสิทธิภาพของการสอนภาษาอังกฤษด้วยกิจกรรมเพลงในการเรียนรู้ความคงทนของคำศัพท์และความสามารถด้านการพูดรวมทั้งความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเรียนรู้กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 38 คน ของโรงเรียนบ้านระกาย อ. เมือง จ.นครราชสีมา ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีคะแนนการทดสอบหลังเรียนทันทีเพิ่มขึ้นจากคะแนน ก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 แสดงให้เห็นว่าการเรียนโดยใช้กิจกรรมเพลงทำให้นักเรียนสามารถพัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์ความคงทนในการ จดจำคำศัพท์และความสามารถด้านการพูดได้ อีกทั้งผลงานวิจัยของ Suksamran (2018) ที่ศึกษาผลการสอนโดยใช้เพลงประกอบที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาจีนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 พบว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการสอนภาษาจีนโดยใช้เพลงประกอบมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเพลงสามารถลดความเบื่อหน่าย และสร้างบรรยากาศที่ดีแก่ห้องเรียน ทำให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในห้องเรียนมากขึ้น เกิดการเรียนรู้ อันส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น

2. จากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสนทนาการ ซึ่งผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนิสิตทั้ง 26 คน ทำให้ทราบว่า ภาพรวมนิสิตมีความพึงพอใจต่อการใช้ชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสนทนาการโดยรวมในระดับเหมาะสมมาก (4.26) ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ว่า นิสิตที่ใช้ชุดเพลงสนทนาการที่คุ้นหูนำมาแปลและดัดแปลงจากภาษาไทยเป็นภาษาจีนมีความพึงพอใจในการเรียนภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสนทนาการ โดยมีค่าผลการประเมินค่าในระดับเหมาะสมมากขึ้นไป และหากพิจารณาตามประเด็นที่นิสิตมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ชุดเพลงสนทนาการมีส่วนช่วยในการจดจำคำศัพท์มากขึ้น ได้แก่ เพลงแอบเปิด มะละกอ กล้วย ส้ม มีค่าเฉลี่ย 4.48 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก เพลงฮิปโป มีค่าเฉลี่ย 4.23 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก เพลงแมงมุม มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก เพลงกิ้งก่าใบ มีค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก เพลงไก่ย่าง มีค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก และเพลงไอ้ทะเล มีค่าเฉลี่ย 4.22 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก ผู้วิจัยเห็นว่า ที่นิสิตมีความพึงพอใจต่อชุดเพลงสนทนาการมีส่วนช่วยในการจดจำคำศัพท์มากขึ้นนั้น เนื่องจากเพลงที่นำมาใช้สอนเลือกใช้คำศัพท์ที่ง่ายไม่ซับซ้อน อีกทั้งยังสอดคล้องกับเนื้อเพลงที่คุ้นหูจดจำง่าย นอกจากนี้นิสิตยังรู้สึกสนุกสนานและเป็นอิสระรู้สึกมีส่วนร่วมในการเรียนมากกว่าการนั่งท่องศัพท์ตามบทเรียนปกติ ซึ่งผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับ Hangkaew (2018) ที่ศึกษาการพัฒนาเพลง ประกอบการเรียนการสอนสังคมศึกษาและภาษาไทยสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น พบว่านักเรียนมีความพึงพอใจต่อเพลงประกอบการสอนอยู่ในระดับมาก และผลงานวิจัยของ Ampornpana (2018) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้เพลงในการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนบ้านบ่อสามแสน พบว่านักเรียนมีความพึงพอใจต่อวิชาภาษาอังกฤษโดยใช้เพลงในการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับมาก ซึ่งงานวิจัยทั้งสองได้สอดคล้องกับ Morene et al. (2009) ที่กล่าวว่า การฝึกฝนดนตรีมีอิทธิพลต่อความสามารถด้านภาษา ดังนั้น



จึงสามารถกล่าวได้ว่า การใช้เพลงและการร้องเพลง มีส่วนช่วยในด้านการสร้างความเข้าใจมากกว่าการสอนตามปกติ การที่เราฝึกฝนภาษาด้วยการใช้เพลงจัดเป็นวิธีการหนึ่งในการเรียนรู้ภาษาได้ดี

จากผลการวิจัยข้างต้นล้วนแสดงให้เห็นว่า การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศผ่านการใช้บทเพลงเป็นสื่อการเรียนการสอนนั้น จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านภาษาของผู้เรียนได้ดีขึ้น กอปรกับผลการศึกษาของผู้วิจัยที่ปรากฏให้เห็นว่า คะแนนสอบหลังเรียนของนิสิตผู้เรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญ จึงแสดงว่าชุดการเรียนรู้ประกอบการสอนภาษาจีนโดยการใช้ชุดเพลงสนทนาการที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มีส่วนช่วยพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ภาษาจีนของนิสิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเรียนรู้และจดจำคำศัพท์

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ก่อนเริ่มดำเนินการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เพลงสนทนาการสวดแทรกในบทเรียนนี้ ผู้สอนควรอธิบายกระบวนการเรียนการสอนทั้งกระบวนการให้ผู้เรียนเข้าใจก่อน เพื่อให้ผู้เรียนมีเป้าหมายการเรียนรู้ในแต่ละขั้นตอนอย่างชัดเจน

2) ในระหว่างการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เพลงสนทนาการที่พัฒนาขึ้นนี้ ผู้สอนควรต้องกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน เนื่องจากการนำเพลงมาใช้ ยังมีผู้เรียนบางส่วนเกิดความเขินอายไม่กล้าเข้าร่วมการเรียนการสอน การกระตุ้นและผู้เรียนมีส่วนร่วมและสนุกไปกับการเรียนจึงเป็นส่วนสำคัญ นอกจากนี้ ผู้สอนยังควรกระตุ้นให้ผู้เรียนได้คิดทบทวนเพื่อเชื่อมโยงการเรียนรู้และความรู้เดิมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดผลระยะยาวแก่ผู้เรียน

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาและพัฒนารูปแบบการใช้เพลงหรือสื่อบันเทิงรูปแบบอื่นในการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นพัฒนาทักษะการใช้ภาษาจีน และส่งเสริมทักษะกระบวนการเรียนรู้ที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนยุคใหม่

2) ควรมีการศึกษาค้นคว้าผลของการใช้เพลงสนทนาการนี้ที่ส่งผลต่อทักษะอื่นๆ เช่น ทักษะด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาจีน เพื่อศึกษาให้ทราบว่ารูปแบบการเรียนการสอนโดยใช้เพลงสนทนาการนี้ไปใช้แล้วจะช่วยส่งเสริมผู้เรียนในด้านอื่น ๆ ได้อย่างไรบ้าง

บรรณานุกรม

- Ampornpana, B. (2018). The learning Development by using English songs in students grade 1 at Banbosamsaen School. *The 2nd National Conference on Education (NCE)*. (pp. 72-86) <https://research.kpru.ac.th/research2/pages/filere/5642019-10-12.pdf>
- Boonyos, C. (2021, May 3). *Khunkhākhōngphlēng* [คุณค่าของเพลง]. GotoKnow. <https://www.gotoknow.org/posts/122931> (in Thai)

- Choochom, O. (2009). Quasi – experimental research. *Journal of Behavioral Science*, 15(1), 1-15. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/jbst/article/view/1587> (in Thai)
- Hangkaew, S. (2018). Developing songs for learning social studies and Thai language for lower primary students. *Academic Journal of Education Journal Srinakharinwirot University*, 19(2), 138-152. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/jedu/article/view/11711/9715> (in Thai)
- Intaraprasit, N., & Srabua, A. (2015). *Applying English song activities to develop connected speech in English*. Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. (in Thai)
- Jetsadawiroj, S. (2007). *Kānčhatkānrīankānsōnbāpūnnākān* [การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ]. Bookpoint. (in Thai)
- Kasuwan, M. (2013). *Effectiveness of English Song Activities on Learning and Retention on Vocabulary and Speaking Abilities* [Master's Thesis, Prince of Songkla University]. PSU Knowledge Bank. <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/9034/1/373956.pdf> (in Thai)
- Kaunhavech, B. (1999). *Nawatkamkānsuksā* [นวัตกรรมการศึกษา]. Charoen Wittaya Printing. (in Thai)
- Kunyosying, C., Luengtrairat, T., Srisombat, A., Jantabutr, J., Boonsert, K. & Kongkul, S. (2011, June 5). *Using song activities to promote English listening and speaking ability and Reducing student communication anxiety*. Lanna Polytechnic Chiang Mai. http://online.lannapoly.ac.th/Research/FileUpload/20120917_101928.pdf (in Thai)
- Moreno, S., Marques, C., Santos, A., Santos, M., Castro, S.L., & Besson, M. (2009). Musical training influences linguistic abilities in 8-year-old children: more evidence for brain plasticity. *Cerebral Cortex*, 19(3), 712-723. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhn120>
- Nation, I.S.P. (2008). *Teaching vocabulary strategies and techniques*. Heinle Cengage Learning.
- Param, W. (2018). *Effect of using song activity to promote English listen-speaking ability and vocabulary knowledge for prathomsuksa 2* [Unpublished master's Thesis]. Buriram Rajabhat University. (in Thai)
- Phothiyen, K. (2016). Learning management for happiness of learning. *Journal of Education Silpakorn University*, 13(2), 121-131. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/suedujournal/article/view/91833> (in Thai)
- Pradubwate, R. (2017). Technology learning management guidelines by using Bloom's taxonomy. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 10(3), 1065-1065. <https://he02.tci-thaijo.org> (in Thai)

- Promsit, S. (2021). Effectiveness of English music activities on learning and retention of vocabulary and speaking ability of prathomsuksa 5th at Ban Rakai School, Muang District, Nakhonratchasima Province. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(12), 224-238. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/251111> (in Thai)
- Rattanapakdee, O. (2018). A study of modern Thai recreational songs. *Journal of Integrated Sciences*, 15(2), 31-67. <https://so06.tcithaijo.org/index.php/citujournal/article/view/246459/166962> (in Thai)
- Rong, J.H. (2015). *Developing Chinese Elementary Comprehensive Course I* (8th ed.). Beijing Language and Culture University Press. (in Chinese)
- Sangsikaew, P. (2021). The guidelines to improve the skills of memorizing Chinese vocabulary for Thai learners. *ARU Research Journal*, 8(3), 119-128. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/rdi-arur/article/view/249597/169630> (in Thai)
- Sripanyakorn, P. (2010). *The development of learning packages on sufficiency economy for lower secondary school learner* [Master's Thesis, Silpakorn University]. Thesis Online. http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000005385 (in Thai)
- Suksamran, N. (2018). The effects of using songs in teaching Chinese on learning achievement of primary one student. In Graduate School Rangsit University (Ed.), *The 13th RSU National Graduate Research Conference*. (pp. 1762-1772) <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/issue/view/40> (in Thai)
- Wu, J. (2020). *The Use of Memory Strategies to Develop the Ability of Memorizing Chinese Vocabulary of Grade 5 Students* [Master's thesis, Rangsit University]. RSUIR. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/538> (in Thai)
- Xu, G.M. (2012). *Developing Chinese Elementary Comprehensive Course II*. Beijing Language and Culture University Press. (in Chinese)

ภาคผนวก

เพลงสั้นๆ ที่นำมาใช้และแปลเป็นภาษาจีนแล้ว

1. เพลง แอปเปิล มะละกอ กล้วย ส้ม

píngguǒ mùguā jiāo jú
苹果 木瓜 蕉 橘

แอปเปิล แอปเปิล แอปเปิล	มะละกอ มะละกอ มะละกอ
píngguǒ píngguǒ píngguǒ	mùguā mùguā mùguā
苹果 苹果 苹果	木瓜 木瓜 木瓜
กล้วย กล้วย กล้วย	ส้ม ส้ม ส้ม
jiāo jiāo jiāo	jú jú jú
蕉 蕉 蕉	橘 橘 橘
แอปเปิล มะละกอ กล้วย ส้ม	กล้วยส้ม กล้วยส้ม กล้วยส้ม
píngguǒ mùguā jiāo jú	jiāo jú jiāo jú jiāo jú
苹果 木瓜 蕉 橘	蕉 橘 蕉 橘 蕉 橘

2. เพลง ฮิปโป

hé mǎ
河马

ฮิป...ฮิป...ฮิป...ฮิปโป	โอ้! ตัวมันใหญ่
hé hé hé hé mǎ	tiān nā tā zhē dà
河...河...河...河马	天 哪 它 真 大
มันเดินอืดอืด	มันเดินอืดอืด
tā zǒu àn àn nǐ nǐ	tā zǒu àn àn nǐ nǐ
它 走 慢 腾 腾	它 走 慢 腾 腾

3. เพลง แมงมุม

zhī zhū
蜘蛛

แมงมุมมันมี 8 ขา	เดินไป เดินมา	ขยุ้ม ขยุ้ม
zhī zhū yǒu bā tiáotiǎo	zǒu qù zǒu lái	zhuō zhuō zhuō zhuō
蜘蛛 有 八 条 腿	走 去 走 来	抓 抓 抓 抓

4. เพลง กิ่ง ก้าน ใบ

zhī jīng yè
枝 茎 叶

กิ่งก้านใบ ชะ ชะ ใบก้านกิ่ง	กิ่งก้านใบ ชะ ชะ ใบก้านกิ่ง	
zhī jīng yè xǐ xǐ jīng yè zhī	zhī jīng yè xǐ xǐ jīng yè zhī	
枝 茎 叶 洗 洗 茎 叶 枝	枝 茎 叶 洗 洗 茎 叶 枝	
ฝนตกลงมาจริงๆ	ฝนตกลงมาจริงๆ	ชะ ชะ กิ่งก้านใบ
zhōng yú yǔ xià lái le	zhōng yú yǔ xià lái le	xǐ xǐ zhī jīng yè
终 于 雨 下 来 了	终 于 雨 下 来 了	洗 洗 枝 茎 叶



5. เพลงไถ่อย่าง

kǎo jī
烤鸡

ไถ่อย่างถูกเผา
kǎo jī bèi shāo
烤鸡被烧

ไถ่อย่างถูกเผา
kǎo jī bèi shāo
烤鸡被烧

มันจะถูกไม้เสียบ
tān bèi zhú qī ān chā
它被竹签插

มันจะถูกไม้เสียบ
tān bèi zhú qī ān chā
它被竹签插

เสียบตุ๋นซ้าย
chā dào zuǒ pì gǔ
插到左屁股

เสียบตุ๋นขวา
chā dào zuǒ pì gǔ
插到左屁股

ร้อนจริงๆ ร้อนจริงๆ
tān sǐ le tān sǐ le
烫死了 烫死了

ร้อนจริงๆ
tān sǐ le
烫死了

6. โอ้ทะเล

hǎi yáng
Oh 海洋

โอ้ทะเลแสนงาม
hǎi yáng jī měi
Oh 海洋极美

ฟ้าสีครามสดใส
lǎn tiān yě qīng lǎng
蓝天也晴朗

มองเห็นเรือใบ
kàn jiàn fān chuán
看见帆船

เล่นอยู่ในทะเล
yùn zài hǎi yáng lǐ
运在海洋里

หาดทรายงามเห็นปู
shā tān shàng jiàn xī
沙滩上见蟹

ดูซีดูหมู่ปลา
qī yí yí qī yí yú qún
瞧一瞧鱼群

กุ้งหอยนานา
xiā bèi děng děng
虾贝等等

ว่ายอยู่ในทะเล
yóu zài hǎi yáng lǐ
游在海洋里

The Zhang Yuanbian's Practical Philosophy: Analysis, Reflection, and Interpretation

Yi Zhang

Hunan International Economics University, Changsha 410205 P.R. China

E-mail: scholarzhangyi@163.com

(received 22 October 2024) (revised 29 November 2024)

(accepted 3 December 2024)

Abstract

The scholarly emphasis within the domain of Chinese intellectual history has progressively transitioned from an examination of Wang Yangming's philosophy to an exploration of post-Yangming school studies, particularly during the Ming and Qing dynasties. This shift has led to a burgeoning interest in the philosophical contributions of figures such as Nie Shuangjiang, Luo Nianan, Wang Ji, Wang Gen, and Li Zhi, with new research continually emerging. However, there remains a significant academic void concerning other pivotal representatives of the post-Yangming school, including Zhang Yuanbian, whose work has been largely overlooked. Zhang Yuanbian's practical philosophy, encapsulated within his philosophy, is a critical component of his intellectual framework. An investigation reveals that Zhang Yuanbian's practical philosophy is composed of various interrelated concepts, each with its own logical genesis. This paper posits that the application of certain technical methodologies can elucidate the discourse and intertextual references within his work, thereby revealing the comprehensive structure and developmental trajectories of his ideas. This approach integrates the cultural heritage and individual insights inherent in the understanding of Zhang Yuanbian's philosophy. Consequently, Zhang Yuanbian's practical philosophy is recognized as a synthesis of Confucian practice tradition and Wang Yangming's doctrine of the "unity of knowledge and action." and it plays a unique role and possesses unique historical significance in the history of thought. This study not only bridges the gap in the academic discourse on Zhang Yuanbian's thought but also offers a novel perspective and

theoretical insights into the evolution of psychological studies and the contemporary interpretation of ancient Chinese philosophy.

Keywords: post-Yangming school; Zhang Yuanbian; Practical Philosophy; Technical Knowledge

张元忬的践履哲学：分析、审思与诠释

张懿

中国 长沙市 湖南涉外经济学院 410205 邮箱:scholarzhangyi@163.com

收稿日期 2024. 10. 22 修回日期 2024. 11. 29 接收日期 2024. 12. 3

摘要

随着中国思想史研究对明清时期心学的探讨重点从王阳明思想向阳明后学的逐步转移，对阳明后学的考察逐渐兴盛起来，诸如针对聂双江、罗念庵、王畿、王艮和李贽等代表人物思想的研究在不断涌现。然而，包括张元忬在内的一众其他同属心学的代表人物，却因缺乏关注而产生了大量的学术空白。而张元忬的践履哲学，是他思想体系中的重要部分。通过考察，发现张元忬的践履哲学是若干观念及其联系且都有自身生成的逻辑。本文认为可以运用一些技术型知识对相关论述以及具有互文性的文本展现并探讨其全貌以及其中的生成路径，从而相关理解中涉及的文化传统和个体性知识的结合阐述出来。因此，张元忬的践履哲学被视为儒家修行传统与王阳明“知行合一”相结合的产物，并且发挥着独特的作用和具有独特的思想史价值。这项研究不仅填补了张元忬思想研究的空白，而且为理解心学的发展历程与中国古代哲学的现代化诠释提供了新的视角和理论贡献。

关键词：阳明后学、张元忬、践履哲学、技术型知识

一、引言

践履一词，最早见于《诗·大雅·行苇》中的“敦彼行苇，牛羊勿践履”，最初的为“踩踏”之意(Kong, 1936: 1)。这个词语在之后的文本语境中又产生了“实践”的引申义，其中最为典型的文本就是司马光的奏议：《孝经》、《论语》，其文虽不多，而立身治国之道，尽在其中。就使学者不能践履，亦知天下有周公、孔子、仁义礼乐。(Yang & Huang, 1986: 16)故而中国古代思想家所用的“践履”，用如今的话说，便是“实践”。本研究着重于对明朝政治家和思想家张元忬的“践履哲学”的理解问题。这里的“理解”，应该解释为对张元忬的“践履哲学”的深入探究和领会，包括对其核心概念的解读、基本观点的剖析、以及它的意义和价值。在中国传统思想语境中，“践履哲学”往往是思想者对“行”的态度及其衍生的产物。然而，笔者发现张元忬的“践履哲学”其实是更为深层和抽象思想的体现或应用——这些观念与更深层次观念之间的联系往往被前人所忽略。因此，本文需要从对张元忬的“践履哲学”的分析基础上

寻找到答案，即对其的审思。但这些分析与审思，最终还是为对其诠释而服务。笔者更倾向于回归到张元忞的著作以及具有互文性的文本中寻找答案，并使用思想史和诠释学等涉及多个领域的技术型知识来阐述有关的若干思考。本文将进一步的对张元忞的“践履哲学”进行分析、审思与诠释，使其全貌尤其是其中更具体的含义和更潜在的联系能被深刻揭示出来。私认为，张元忞的“践履哲学”，其实是对王阳明的“知行合一”观点和儒家修行传统结合并发展的产物并在其思想中起着关键作用。

二、张元忞思想研究的现状

之前对张元忞的研究，相较于对其他阳明后学思想家的研究，可谓是一大冷门。目前这些这个领域的研究，主要集中于以下几个方面：一是与其它思想家之间的关系和影响，其中具有代表性的研究是 Wang (2010) 对张元忞和徐渭之间关系和思想影响的研究和 Zhu (2018)；二是针对其著作的研究，这方面包括了 Zhang (2017) 对张元忞著作的整理、Wang (2018) 对张元忞著作和其生平之间联系的研究和 Zhang (2018) 对张元忞诗歌作品的探讨。刚刚提及的两个方面的研究都在一定程度上涉及到了对张元忞思想研究——即使它们探讨的目的并不是为了揭示张元忞思想的。三是张元忞思想研究，其中包括了一些研究——Wang (2019) 对张元忞的政治思想进行了整体的研究和 Chen (2007) 与 Li (2018) 对张元忞的心学思想的研究。

因此，相关的研究现状有着若干不足之处。首先，目前的研究主要集中在张元忞与其他思想家的关系、影响以及其著作的研究，而对于张元忞思想体系的全面理解仍然不足——这也意味着对张元忞的哲学思想、政治思想和伦理思想的深入探讨还有很大的拓展空间。其次，这些探讨即使利用了张元忞的第一手材料，即他的相关论述以及具有互文性的文本，但这些研究并没有触及对张元忞思想深层次理解和解释的可能性。再次，这些探讨过于依赖传统的文献分析方法，使得相关的处理及其研究成果显得单一。最后，这些研究并没有充分的对张元忞的思想进行初级，以及从中理解其思想史价值、思想的独特性和普遍性和对于当代社会的意义。

显然，目前对张元忞思想的研究相对来说还是比较缺乏的。这些缺乏所造成的空白急需补充，尤其是在目前学界对明清时期心学的探讨重点从王阳明思想向阳明后学的逐步转移的背景下。因此，这项研究可以对此空白进行研究并由此进一步的彰显其在思想史中的独特价值。

三、研究的方法

这项研究从第一材料（也就是张元忞的相关论述以及具有互文性的文本）进行展开，并通过文本分析和批判性分析来进行知识的生产。所幸的是，张元忞的著作已经

得到了前人的整理。本研究所采用的张元忬相关论述主要是源于钱明进行点校后的Zhang(2020)版本，并以Zhang(1866)，即古刻本为辅助参考版本。那么，具有互文性的文本是什么呢？在任何文化结构中，所有的意义元素被视为文本。互文性是一种相互关系，它意味着文本之间的被包含关系——这种关系是文本及其代码和其他代码与语言图像的转化和变化(Kerimov, 1996; Kristeva, 1968)。这些对互文性文本的认识还仅仅停留于文学分析，而在学术写作当中，Merton(1957)所说的互文性是知识建设协作性，是知识编撰过程的重点。由此可知，本文中所采用的互文性文本应该被视为与张元忬的著作存在交际性、自反性、共同性和相互影响性关系的文本——这些文本通常是张元忬著作中的其它方面论述、同时期思想家的通信与评论。这些文本被视为与张元忬相关论述的交互性对话，而通过特殊技术的处理则可以使其意义转化为作者指定的意义。

这里的“特殊技术的处理”，指的是本研究采取的一些技术型知识——它们涉及多个领域，以思想史和诠释学为主。思想史（或者说观念史）不仅仅是研究知识分子创造、讨论和传播各种思想的历史研究类别（这也是为何能应用到本研究的原因），更是在人文学科和社会科学中进行历史本位的跨学科知识生产与处理技术。这种技术的最佳体现是Sirinelli(1988)的研究，他通过“地点-环境-网络中的人”，将地理、社会学与意识形态的方法串联在一起，运用于对知识环境的结构、运作方式和与权力关系的反思当中——而其中的网络的动态是知识分子，即思想主体的意识形态信念通过活动的联系构建起来的。Sean(1999)将这种技术视为将思想主体置于他们的知识背景和个人处境中，以便更好地理解这些想法在其时代利害关系。无论如何，思想史这个年鉴学派造出来的词汇，成为了超越学科界限的揭示作品的一种技术，它通过对形式的思想和先验的历史对象进行探讨，使其能处理特定文本的意义(Charrier, 2004; Dosse, 2003: 11)。这种通过集体性的思想景观研究个体性的技术，使笔者联想到了Ast(1808: 178)的论述：

重要的是从个体中寻找整体的精神，通过整体来理解个体；一个是分析方法，另一个是知识的综合方法。

通过这一论述，另一种技术——诠释学便也能与思想史相融合且应用于本研究当中。诠释学试图构建一种解释原则或概念系统——Frisk(1960)和Chantraine(1982)认为其制定是根据未定义的环境和上下文而产生的。诠释学侧重的是文本的内在证据，即词语本身及其含义和言语行为（即构成话语的事物）并从二者中寻求到内在的重新体验——作者和解释者的主体性在文本的表征形式中得到统一。因此，Nöth(2000)将解释学视为适当解释的要求、解释方法的一般学说和一种哲学性的理解。此种定位恰

恰是将理解作为反思对象且考虑持续存在的隐藏性的产物，它完成了 Gadamer(1990: 2) 的设想：

哲学思想的经典，当我们试图理解它们时，它们本身就断言了当代意识
既无法拒绝也无法超越的真理，这是哲学思考的基本经验的一部分。

在引言中有关“践履哲学”的论述，基本上就是使用了诠释学的技术，更准确的来说，是使用了“词语的历史”来进行微妙的处理。

综上所述，运用涉及多个领域的技术型知识来处理张元忞著作中的相关论述以及具有互文性的文本，以实现对其全貌的展示和探讨，从而实现对现有空白补充的研究在目前研究现状中是可行的——这也是本研究所做的。Shaun(2019: 145-148)曾认为对文本及其具有互文性的文本，存在三种研究层次，即经验、表达和理解。本研究展现和探讨张元忞“践履哲学”，也遵从了这三种研究层次——将其分为若干层次的分析（经验）、探讨其何以生成以及由此产生的文本特征（表达）和如何诠释其中具体的含义（理解），它依托这篇文章的正文结构“分析—审视—诠释”以展开。这也符合 Bolten(1985)对理解文本的表述：

理解文本意味着理解文本结构或内容以及文本产生的特征，考虑到文本的历史及其接受，以及在相互论证关系的意义上反思自己的解释观点……有或多或少适当的解释，这是从理解成分的历史性和解释学螺旋的相关不完整性得出的……与螺旋运动相对应，解释受到关于假设形成的自我修正机制的影响。

四、分析

张元忞的“践履哲学”，其实可以被视为若干观念作为成分所构成的组合。它包括了践履为本论、学术济世与经世致用论和践履伦理三个方面的观念，其中，这些观念存在着若干联系。

4.1 践履为本论

张元忞的践履为本论，是“践履哲学”最基本的部分与核心。从逻辑演绎的角度来看，后面将提到的学术济世与经世致用论和有关践履的伦理理论二者是实践为本论在两个领域的拓展延伸与应用。总体而言，可以以“然不空事口耳，专务以实践为基”（Shen, 1986: 130）一言以蔽之。在张元忞看来，将本体与工夫二者在践履中相结合，从而实现理想的现实化——因此，践履被视为行为的根本，也是人作为行为主体而存在于世的根本。

张元忞的践履为本论中很大一部分是对当时（明朝中后期）思想界“尚空谈”风潮的抗议与批判——因此，对此的理解涉及到了集体性的思想景观研究个体性的技术，

即对当时思想景观以及他对此进行回应的考查。在他(2020: 64)看来,当时的思想界已经陷入到“名归而实则失之久矣”的虚谈风气当中。他对于这种风气的批判则是两方面的。一方面,他对那些论学趋于空疏,即因对过于注重所谓本体和自然而轻视工夫最终贬低践履的部分王门弟子进行了抨击,最具代表的便是反驳杨起元“识得本体便是工夫”(Luo, 2020)的主张。张元忬对将佛学纳入到自身思想的左派王学“尚空谈”的批评显然也是属于这方面的批评——他提出“吾以不可学龙溪之可”(Huang, 2005: 369)的原因,被后世阐释为对当时因佛学思想而空谈的批判,即“无流入禅寂之弊”(Zhang et al., 1974: 7289)。另一个方面,他则是通过提出新的工夫论,即“虚谈亦何为,躬行日培养”(Zhang, 1997)来促进一种追求践履的学问,以此来实现宣扬其践履为本论的目的。而他(2020: 193)将这些对于当时思想界“尚空谈”风潮的抗议与批判的原因归结于一种属于自我和自我所在的士大夫群体的救时责任。事实上,这种将自我的理论具体化并用于救时实践当中的做法,本质上也是一种“践履哲学”。

4.2 学术济世与经世致用论

前文已经提到,张元忬的学术济世论是其实践为本论的一大拓展。在同时期学者耿定向的书信中,我们可以觉察到张元忬将张元忬提出学术济世的动机——张元忬将自我学术变为天下学术主流的可能视为“挽回人心世道一大机”(Geng, 1997: 22-23)。而在张元忬自己的书信中,他(2020: 91)则认为“践履哲学”将会被世人所仿效,也就是“君子言必天下法”,进而实现自己挽回人心世道以救时的学术目的。

张元忬尝试用很多方式来宣扬践履的时效性。在学术上,他试图通过著述尤其是内容上宣扬“经世致用”的著述,来传播他有关践履的一些看法和一些有利于践履的思想。从他今天仍然遗存的一些完备详尽的著作,譬如《馆阁漫录》和《翰林著述选粹》中,都强调所谓的“经世致用”,即知识的实用性和某些具体领域知识的应用。此外,他还试图解决一些在他看来毫无实际意义的学术争端,譬如“朱陆之争”。“朱陆之争”是宋明理学的内部之争,即官方所提倡的以朱熹为代表的理学和作为阳明心学前身的陆九渊心学之间孰对孰错的学说争议——这种对“道统”的门派之争,其实在中国古代学术界是一种普遍存在的现象。但张元忬对此显然有不同的看法。在他看来,理学之间不论流派其实都是儒家道统的继承者,都是正确的学说(Zhang, 1991: 423)。所以,这些流于形式的学术争论,对于双方的知识分子而言是不值得的——在空耗时间与精力的同时耽误了自身与集体的发展的时机(Zhang, 2020: 40-42)。张元忬试图通过“朱陆同源”的说法来减少这种纷争,这种做法其实还是试图通过调和的方式缓解学术争论,从而达到思想上的统一以挽救当时的社会危机目的。在Wang(2020)看来,提出这种学说以缓解相关纷争的原理,其实是企图通过强调二者的共同来源和内容上的共同性来减少因内容上的分歧而产生的矛盾。为此,张元忬试图在学术上调和二者

之间的分歧。他将自己调和两种学术体系的思想成果，汇编为《朱子摘编》一书。该书被《明分省人物考》评为“祛世儒之惑” (Ji, 1986: 10) 之书，在当时的学界有着一定的影响。

同时，张元忬意识到仅仅依靠学术济世论是远远不够的。他认为，士大夫群体不能仅仅将精神领域上的修行视为践履，还应该将政治上的行为视为一种相较而言更有效和更广泛的践履。因此，他认为士大夫应该将通过科举入仕以及之后的参政议政视为自己的使命，这样才能更好的贯彻知识分子的知识是为了经世致用的目的。于是，张元忬又扩充了经世致用论的范围，丰富了经世致用论的内容，使其不再局限于学术济世涉及的领域中。

针对入仕的士大夫群体，张元忬量身打造了一套经世致用的理论。首先，他从朝廷取士的目的来唤醒那些入仕的士大夫群体的责任意识。他 (2020: 178) 说，朝廷之所以进行科举取士，就是为了能够让士大夫拥有“口诵而身蹈之，处以饬躬，出以经世”的通道。此外，他还试图通过劝诫士大夫群体“立志”的方式来激发其潜在的责任意识。他 (2020: 45, 351) 将士大夫入仕的志向，描述为“尽心以成天下之事，是惟纯臣”，并将这里的“天下之事”具体化为救时。张元忬提出了一系列践履的建议以供这些具有责任意识的入仕士大夫们参考。第一个建议是希望这些人能够做到“经世致用”。在他看来，现有的儒学经典的知识已然能够处理政务，即“四书具而为邑之道略备矣” (2020: 37)。而对于这些人而言，需要能够学习这些经典知识并能做到“经世致用”——具体而言便是其中的理论指导。第二个建议便是提供一些个人的经验，以供这些具有责任意识的入仕士大夫们参考。譬如，他在《答杨大尹》的信件中就总结了一些地方政治治理的经验和教训。第三个建议便是入仕士大夫在践履过程中不能拘泥于理论，而是要进行活用，也就是“穷惟法立一时，贵变通以尽利；功施万姓，宜俎豆之不忘” (Zhang, 2020: 70)。第四个建议是强调入仕的士大夫应当在践履的过程中以百姓为重。后人文献记载张元忬对此可谓是以身作则，甚至在自己作为地方官执政的时候“生民利病，皆手有记，慎取与，持身如捧盈” (Yu, 2020: 18)。第五个建议便是提醒入仕的士大夫应该重视践履而非热衷于政治斗争。在他看来，唯有践履才是真实可靠的。他如此警告那些热衷于政治斗争的入仕士大夫：“盖道有升降，政有损益，经世者慎图之也” (Zhang & Zhang, 1998: 2-3)。

4.3 践履伦理

之前所提到的所有观念，其实都仅仅与士大夫群体有关。这一点不难理解，毕竟张元忬秉持着“躬行以为诸士先” (Niu et al., 1934: 730) 的理念。但张元忬其实已经意识到光靠士大夫群体在学术和政治层面对其理念的自觉性实践，恐怕还是无法做到其主张践履的最终目的，也就是救时。因此，他试图构建一种践履伦理。践履伦理

中规则的制定毫无疑问是用于指导践履的理论，是其从伦理学的角度制定了一套伦理规则，试图通过这套规则强制的约束来改造人，从而达到救时的目的。

对于之前已经提到的士大夫群体，张元忬为他们提出了一种特殊的践履伦理。张元忬认为，士大夫应该要符合“孝友在宗党，端洁在乡间，直节在朝廷，令闻在天下……至默契良知之体”（Zhang, 2020）的行为规范。由此观之，张元忬对士大夫伦理规定的主张所蕴含的思想还是希望士大夫群体在伦理层面上通过有层次划分的践履来进行自我价值的实现。同时，践履伦理中的道德判断是基于道德行为本身。这里的道德行为，指的是个体的道德行为，这里有一例可证：“人生世间，处心行事，全以诚为主”（Zhang, 2020: 369）。任何道德体系都将会面临道德困境，为此，张元忬则设立了伦理概念上的优先级来进行处理，譬如在面临“家-国”困境时，应该要遵守“移孝为忠”（Zhang, 2020: 29）的原则。

当然，张元忬的践履伦理并不仅仅是用于士大夫群体，还是用于无论任何阶层的所有人的普遍伦理。但相对于士大夫群体而言，拥有不同身份的人们所需要遵守的道德。比如他在针对妇女的践履伦理中非常强调对这个群体的教育，认为要贯彻“夫以身教，不徒以言”（Zhang, 2020: 38）的理念，以此来劝导妇女应该在家庭生活中关注丈夫的践履来进行道德学习。再比如他针对帝王，也设计了一套特殊的践履伦理。他（2020: 28）认为，帝王作为“继天而立极也”的存在，应贯彻诸如“端其本，清其源，澄心节欲”的要求——同士大夫一样，帝王作为政治角色，也应当在政治实践中充满自身的道德意识。在他（2020: 22）看来，帝王应该要合理运用“齐天下之一具”的政与“化成天下之实”的礼来完成对天下的治理——二者都以践履伦理为核心。

五、审思

在上一个部分，我将张元忬的“践履哲学”拆分为践履为本论、学术济世与经世致用论和践履伦理三个方面的观念，并对这些观念及其联系进行简短的说明——以此展现其“践履哲学”构成了一个完整且成熟的整体。在这个部分，我将会对这些观念及其所构成的整体，即“践履哲学”进行审思，以期揭示其何以生成以及由此产生的文本特征。

5.1 何以生成？：张元忬思想体系的产物

事实上，整个“践履哲学”及其各个观念潜藏着更深层的含义，它们都有着更为抽象和更为基础的思想作为其来源。在张元忬的思想体系当中，这几个方面值得注意，即属于心学范畴的“本体——工夫论”、强调“存心之功”、“渐修合一”与“研几之学”和实用主义态度。前述若干思想体系的组成部分，可以视为“践履哲学”的思想来源，下文有详尽论述。

张元忞的“本体—工夫论”被概括为“上事即本体为工夫，下学用工夫合本体” (Luo, 2020)，也就是本体和工夫二者是一致的观点——此举将本体与工夫二者的对立所消解了。因此，张元忞的这个观点也不可避免地演化为“不离于事物言行之间而穷理尽性而至于命” (Zhang, 1866: 11b)，即通过自我实践以改造世界，从而创造理想的存在的历史目的论——这种历史哲学的观点也是为何张元忞如此看重践履并将其视为根本的原因之一。此外，张元忞的心学中，也隐藏着对“本体—工夫论”的新看法。他认为，“本体本无可说，凡可说者皆工夫也” (Yang, 1997: 306)。而 Wu (2016: 120) 这种看法，认为其在本质上是在不对本体抗拒或悬置的前提下强调了工夫在心学理论中的首出地位。而工夫在心学理论中的首出地位，也逐渐衍生出了对工夫以及与其紧密相联系的践履的强调。

“存心之功”、“研几之学”和“渐修合一”这些术语以及背后的理念，也是其践履哲学的一大支撑。张元忞 (2020: 98) 认为，上述三种术语及其概念往往是一致且具有同样目的，也就是“致良知”。他还提出，这些术语及其背后的理念不仅仅局限于传统意义上内修的范畴，还应该强调外行——在他 (2020: 98) 的描述当中，“存心之功”是对人作为主体的主观能动性的强调，“研几之学”是人从实践中获得认识，而“渐修合一”，则是外行在致良知中扮演着不可或缺的作用，尤其是在日用事为与言行酬酢中发挥的作用。

张元忞的实用主义态度往往会被研究者所忽视，因为其表述往往是相对而言更为隐蔽。事实上，张元忞的实用主义态度使其充分考虑了践履的效用，从而丰富与坚定了自己的践履哲学。张元忞对所有的观念都有着开放的态度，这点在后儒的评价中可见一斑。这些评价中最具有代表的是“千圣非异学，为之则是；宇宙事非异任，用之则行” (Zhu, 2020)。而开放的观念是注重事物实效性的一大前提，也是践履过程中对践履对象与方法的选择的理论依据。此外，他认为对事物的践履才是经验的可靠来源，即“体验实践自得为多” (Luo, 2020)，这种想法保证了践履的实效性。

5.2 文本特征

上述的生成使其具备了有着自我特色的若干文本特征，它们共同构成了张元忞的践履哲学的独特风格和深度。此外，这些特征揭示了其本质，即儒家修行传统与王阳明“知行合一”相结合的产物。

张元忞的践履哲学可以理解为对实践性的一种看法，它表现在强调实践对于认识而言的重要性、对实践案例与经验的关注和对实践方法和效果的探讨。这其中浓厚的行动导向和实用主义倾向驱使着作为主体的人为理想存在而做出自我的行动。在这其中，蕴含着对知识的应用——这里的“知识”，被理解为跨学科的和思辨的。在实践性的要求之下，践履也不再仅仅是关注自身道德修养，他还与“政治—历史—社会”发

生着种种作用，成为了一种以道德与文化作为社会历史目的论的一部分。而其中的开放和多元（譬如践履伦理适用对象的多样性），本质上是使得整个践履哲学具有更广泛的适用性和意义——这也使得后面关于其在张元忬思想中的重要性并且具有独特的思想史价值之讨论成为可能。

另外，以上若干的文本特征显然是将儒家修行传统与王阳明“知行合一”相结合的产物，即使这其中有关张元忬的创造部分，但其基调仍然是二者交融的结果。这其中最具有代表性的是作为践履哲学基础的“研几之学”，它实际上是孟子修身观中“洗心”观念与王阳明对“几”的论述的结合体。比如其中的“尽心以成天下之事，是惟纯臣”（Zhang, 2020: 45）是受到孟子（2005, 127, 17）“尽其心者，知其性也。知其性，则知天矣。存其心，养其性，所以事天也”与“乐天者保天下，畏天者保国”和阳明心学中“故立志而圣，则圣矣；故立志而贤，则贤矣”（Wang, 2016: 73）的影响，这显然也是“知行合一”的推论。而张元忬对帝王设计的特殊践履伦理显然是中国传统文化中圣人崇拜和贤人政治这两种潜意识的表现。正如 Zhu（2012）所说，圣人崇拜实际上是中国哲学中的本根性观念与情结。而作为生成之源的观念，譬如“体验实践自得为多”则来源于宋明理学的“想见前贤，造诣之深，践履之熟”（Zhu, 1986: 18a）。

六、诠释

本部分将探讨如何诠释张元忬的践履哲学中践履的具体的含义，它将涉及到前面两个部分的内容。同时，它也指向了另一则结论，即其在张元忬思想中的重要性并且具有独特的思想史价值。

6.1 术语的特定含义和用法

从之前的两个部分可以得出，“践履”这个术语及其代表的基础含义在张元忬的践履哲学中依然保持着传统中的含义，即“实践”。凭借对“词语的历史”的技术性把握，张元忬在传统含义之外还赋予了这个术语特殊的含义以及全新的用法，这也是下面需要探讨的。

“践履”在传统语境下往往与“行”相关——这在文中的引言已有提及，而张元忬也保持了此意。但与传统不同的是，“践履”也成为了与“行”形成对立的“知”范畴中的一部分，即实践的知识与知识的实践。“行”也因此被赋予了知识性，而“知”则被赋予了行动性。因此，“践履”不仅是主体行动的体现，更是知识的实践——这便是对王阳明“知行合一”的继承与发扬。

此外，张元忬赋予了“践履”新的含义与用法——“践履”不再仅仅是与个人修养，即个体的道德与认识相关的概念，其被赋予了那些集体性的政治、社会和历史的意义。之前关于“践履”或“行”的概念，往往是有所谓“出世”和“入世”之分的。

如果从活动的联系构建意识形态的角度考虑，这种意义的发生则是将这些观念回归到了“修齐治平”的框架当中，打破了对二者区分，从而使得“出世”所象征的个体性“践履”与“入世”所象征的集体性“践履”之间的区别消弭了，进而使二者融为一体，即主体在世之目标。而其有关的知识，无论是伦理上的和认识上的，还是政治的、社会的和历史的，都成为了主体应具备和践履的——毕竟它们对于主体而言不再是不可兼得的选择，这也使其二者不再具有冲突性。这一理论创新，也是其在思想史上独特价值的来源之一。

6.2 在思想体系中的定位

这些特殊含义与用法奠定了张元忞的践履哲学在其思想体系中的定位。下面将会对此进行探讨。

前面已经提及，张元忞的践履哲学本质上是对心学的应用。所谓“心学”中的“心”，本身属于主体的——这也使得践履可以被理解为主体的流行发用。也正因如此，践履本身其实就是作为一种桥梁式的概念而存在，即主体的“心”或者说主体的内在世界如何与主体之外的外部世界施加作用的描述。因此，践履应该被理解为主体的一种行为和行动，同时也是主体内在世界的表达和体现——这也意味着主体本身经历着践履及其所带来的内在的体验和感悟所塑造着，更准确地说，即生活的意义和价值。因此，张元忞的践履哲学是一种生活哲学。

此外，践履作为桥梁式的概念，还蕴藏着张元忞对存在本身的思考。对于主体而言，践履的表征其实是自我主观性与主体性的体现，即“我思故我在”，因此，对践履的反思便是对存在本身的反思，也是对存在方式本身的探讨——而这里的“存在方式”，便是对主体修行的强调，但这种修行涉及到之前所说的主体的内在世界（伦理和认识）与主体外的外在世界。这也使得张元忞的思想是一种强调文化以及内在人文精神的思想体系，正如 Éric (2018) 所言：

文化为个人提供的知识、表征、规则和期望，使他们能够赋予自己的行为以意义，描述和解释世界（语义维度），同时也能够行动、生产某事，解决问题（务实维度）。

6.3 与其它知识的关联和独特的思想价值

前面提到了践履作为桥梁式的概念，连接了个体性知识与集体性知识。在这个部分，作者将探讨践履与张元忞思想体系中两种领域知识之间的关联。这些关联将会彰显其独特的思想史价值。

对于个体领域，即关于个体的道德与认识的知识而言，践履意味着一种方式。对于个体的道德而言，践履的存在意味着道德本身就是一种实践理性，而所有行为都应当符合、体现和验证属于本体之“心”的伦理准则。而对伦理准则的不断践履，使得“心”的修行融入到日常生活当中，使得其在这种修行之中不断趋向于美善完满，其

中的道德境界以此获得源源不断的提升之动力。而在认识当中，践履成为了获取外部知识的直接途径——无论是直接经验还是由此产生的诸种认识，这些认识往往真实而又深刻。这些认识并不是与内在世界毫不关联的，这些真实而又深刻的外部世界知识将会在“格物致知”的过程中触发“心”的反思及其带来的更新。而在“知行合一”的语境当中，“知”与“行”二者恰恰是相辅相成的，并于践履中实现合一——“知”用于“行”和“行”产生“知”二者的运动及其过程，形成了个体关于“知”与“行”的良性认识循环。对于中国思想史而言，它的意义在于在儒家修行传统的共识中将理学对外物的追求与心学对内心的求索在修身过程中统一起来，构建了使二者不再矛盾的修行知识新理解。

对于集体领域，即集体的政治、社会和历史的知识而言，践履是实现儒家理想的一种方式。在“修齐治平”的语境当中，知识分子需要将自身的个体的道德与认识的知识运用到对集体的政治、社会和历史的知识当中，尤其是将其中的种种知识应用于政治、社会和历史领域践履的理论指导当中。更重要的是，儒家传统中知识分子试图将自身在政治、社会和历史作用的目标是试图构造一种盛世的乌托邦。之前提到的张元忬的践履伦理就是其中的典型，其希望将伦理规范应用于政治、社会和历史作用。他(2020,66)试图通过这些伦理使现实能成为“会当圣主之龙飞，适睹真儒之鸿渐”的理想社会——这也是包括了他在内的整个儒家所渴求的乌托邦图景。对于中国思想史而言，它是明末清初“经世致用”思潮的先声，其回归“修齐治平”语境也暗合明末至清朝的复古浪潮这一历史趋势。

七、结语

在以往研究的基础上，对一些关于张元忬践履哲学的文本进行了重新的考察，发现其中生成及其文本特征，并以此进行了再诠释——包括其特定含义与用法、在思想体系中的定位和与其它知识的关联，以此展开探讨。此外，笔者还在其中运用了诸如思想史和诠释学的技术型知识来对这些文本进行了处理。文章的核心结论是张元忬的践履哲学是儒家修行传统与王阳明“知行合一”思想相结合的产物，并且在其思想发挥重要作用的同时兼具着独特的思想史价值。

对于未来的中国思想史研究而言，这项研究提供了一些启示，譬如运用技术性知识去处理文献的尝试与重新发现曾经被忽视的史料来修补历史的“断裂”。与此相关的诸多工作将会重构中国思想史及其书写，为我们重新审视中国的历史与文化提供基础。

此外，未来的中国思想史研究可以引入更大规模的比较研究。仅以本文的议题为例，笔者认为，包括张元忬践履哲学在内，存在着大量同样强调“行”的哲学，比如

王艮的“造命论”。并且这并不局限于阳明后学当中，譬如王夫之的“知行相资”。这种强调实践的哲学，其实在其它文明的思想界中也有大量存在。仅仅在德国古典哲学当中，就有黑格尔、费希特、谢林和费尔巴哈强调实践的论述。这更进一步的证明了实践在强调实践和行动的重要性是一种普遍存在的趋势——即使这种趋势在不同哲学流派和思想家之间有着不同的表现和侧重点，但都认为实际行动，即实践是实现个人和社会的目标和理想的重要途径。

参考文献

- Ast, F. (1808). *The Foundation of Grammar: Hermeneutics and Its Criticism* [Die Grundlagen der Grammatik: Hermeneutik und ihre Kritik]. Kessinger. (in German)
- Bolten, J. (1985). The hermeneutic spiral: Reflections on an integrative literary theory [Die Hermeneutische Spirale: Überlegungen zu einer integrativen literaturtheorie]. *Poetry (Poetica)*, 17(3-4), 355-371. (in German)
- Chantraine, P. (1982). Hermeneutics. *Greek Etymology Dictionary* (Vol.2) [Dictionnaire étymologique de la langue grecque: histoire des mots (Vol.2)]. Editions Klincksieck. [https://doi.org/10.1016/0024-3841\(82\)90066-3](https://doi.org/10.1016/0024-3841(82)90066-3). (in French)
- Chartier, R. (2004). Intellectual history and psychological history: A double reassessment? [Интеллектуальная история и история ментальностей: двойная переоценка?]. *New Literature Review* [Новое литературное обозрение], 9(2). <https://magazines.gorky.media/nlo/2004/2/intellektualnaya-istoriya-i-istoriya-mentalnostej-dvojnaya-pereoczenka.html> (in Russian)
- Chen, B.L. (2007). The study of mind in the early Ming dynasty [明初心学钩沉]. *Studies on Ming history (ten series)* [明史研究(第十辑)]. Chinese Academy of Social Sciences. (in Chinese)
- Dosse, F. (2003). *The path of thought: The history of intellectuals and the intellectuals in history* [La marche des idées: Histoire des intellectuels, histoire intellectuelle]. La Découverte. (in French)
- Éric, G. (2018). Interpretation [Interpretation]. *Anthropen: Dictionary of Contemporary Anthropology and Cultural Sciences* [Anthropen: La dictionnaire francophone d'anthropologie ancré dans le contemporain]. Laval University. (in French)
- Frisk, H. (1960). Hermeneutics [Hermeneutika]. *Greek Etymology Dictionary* (Vol.1) [Griechisch Etymologie Wörterbuch (Bd.1)]. Karl Winter's University Bookstore. (in German)

- Gadamer, H.-G. (1990). *Truth and method* (Vol.1) [Wahrheit und Methode (Bd. 1)]. Mohr. (in German)
- Geng, D.X. (1997). *The collected works Mr.Geng Tiantai* [耿天臺先生文集]. Qilu Bookstore. (in Chinese)
- Huang, Z.X. (2005). *Complete Works of Huang Zongxi* (Vol.7) [黃宗羲全集 (第七卷)]. Zhejiang Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Ji, Z.Y. (1986). *General historical records of Zhejiang* (Vol.176) [浙江通志]. Commercial Press. (in Chinese)
- Kerimov T.H. (2015). Postmodernism [Постмодернизм]. *Dictionary of Modern Philosophy* [Словарь современной философии]. Odyssey. (in Russian)
- Kong, Y.D., Wang, D.S., Qi, W. Zhao, Q.Y., Jia, P.Y., & Zhao, H.Z. (1936). *The Correct Meaning of Shi* (Vol. 17) [毛詩正義 (卷十七)]. Zhonghua bookstore. (in Chinese)
- Kristeva, J. (1968). The analysis by Jehan de Saintre [Analyse par Jehan de Sainte]. *The Collected Works of Common Theory* [Anthologie théorique commune]. Seuil. (in French)
- Luo, W.H. (2020). The epitaph of Duke Zhang Yanghe, a Ming Fengzhi official, Zuo Chunfang Zuo Yude, and a Hanlin Academy attendant [明奉直大夫左春坊左諭德兼翰林院侍讀陽和張公墓誌]. *Zhang Yuanbian Collection* [張元忞集]. Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Mencius. (2005). Mencius[孟子]. Sanqin Publishing House. (in Chinese)
- Merton, R.K. (1957). Priorities in scientific discovery. *American Sociological Review*, 22(6), 635-659. <https://doi.org/10.2307/2089193> (in English)
- Niu, Y.X., Luo, Y.X., Ding, Q., & Yu, C.Y. (1934). *Historical records of Sheng County* (Vol.25) [嵊縣誌 (卷二十五)]. The Editorial Committee of Historical Records of Sheng County. (in Chinese)
- Nöth, W. (2000). Handbook of Semiotics (2nd ed.) [Handbuch der Semiotik (2nd ed.)]. Metzler. <https://doi.org/10.1007/978-3-476-03213-3> (in German)
- Sean, F.M. (1999) Intellectual history/History of ideas. *The Encyclopedia of Historians and Historical Writing*. Routledge. (in English)
- Shaun, G. (2019). Dilthey and empathy. *Interpreting Dilthey*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316459447.008> (in English)
- Shen, J. (1986). *A record of words and actions of Ming Confucianism* (Vol.8) [明儒言行錄 (卷八)]. Commercial Press. (in Chinese)

- Sirinelli, J.-F. (1988). *Hanex and normal people in the 1920s: A political history of a generation of intellectuals (1919-1945)* (XXI + 2117 p. dactyl.) [Haneks et l'homme ordinaire dans les années 1920: une histoire politique d'une génération d'intellectuels (1919 - 1945) (XXI + p. 2117)]. Fayard. (in French)
- Wang, L. (2018). *Research on Zhang Yuanbina's people and articles* [张元忭其人其文研究] [master's thesis]. Shaoxing University. (in Chinese)
- Wang, P. (2010). Rationality and abnormal emotions: Cultural identity of Zhang Yuanbian and Xu Wei. *Culture and Poetics*, 3(1), 219-241. (in Chinese)
- Wang, X.J. (2020). The epitaph of Duke Zhang Yanghe, a Ming Fengzhi official, Zuo Chunfang Zuo Yude, and a Hanlin Academy attendant [明奉直大夫左春坊左諭德兼翰林院侍讀陽和張公墓誌銘]. *Zhang Yuanbian Collection* [張元忭集]. Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Wang, Y. (2019). *Research on Zhang Yuanbian's political thought* [张元忭政治思想研究] [Master's thesis]. Central China Normal University. (in Chinese)
- Wang, Y.M. (2016). *Complete Works of Wang Yangming* (Vol.3) [王阳明全集第三卷]. Zhongzhou Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Wu, Z. (2016). *Research on post-Yangming school* [阳明后学研究]. Shanghai People Press. (in Chinese)
- Yang, Q.Y. (1997). *The compilation of academic research* (Vol.4) [證學編(卷四)]. Qilu Bookstore. (in Chinese)
- Yang, S.Q., & Huang, H. (1986). *The memorial to the emperor (or throne) from famous officials of all dynasties* (Vol. 166) [歷代名臣奏議(卷一百六十六)]. The Commercial Press. (in Chinese)
- Yu, Y. (2020). A small explanation of Jun's historical records[郡志小傳]. *Zhang Yuanbian Collection* [張元忭集]. Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Zeng, F.Y. (2020). Preface to Mr. Zhang Yuanbian's essay on learning[陽和先生論學書後序]. *Zhang Yuanbian Collection* [張元忭集]. Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Zhang, D. (2018). *The Zhang Dai's collection of poetry and prose* [张岱诗文集]. Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Zhang, G.X. (2018). *Zhang Yuanbian and his poetry research* [张元忭及其诗歌研究] [master's thesis]. Northwest Normal University. (in Chinese)

- Zhang, K.W. (2017). The record of known writings by Ming Dynasty confucian scholar Zhang Yuanbian: A discussion on the main theme and destination of his thoughts [明儒张元忬著述所知录: 兼论其思想旨归]. *Journal of Local Culture Research* [地方文化研究辑刊], 9, 239-264. (in Chinese)
- Zhang, T.Y., Wan, S.T., Ye, F.A., Zhang, Y.S., Zhu, Y.Z., Zhu, S., & Wang, H.X. (1974). *The History of Ming*[明史]. Zhong Hua Book Company. (in Chinese)
- Zhang, Y.B. (1866). *Zhang Yuanbian Collection*[張陽和集]. Zhengyitang. (in Chinese)
- Zhang, Y.B. (1997). Zou Jusuo was ordered to send poetry as an envoy to Guangling [贈鄒聚所奉使廣陵]. *Mr.Zou Jusuo External Collection* [鄒聚所先生外集]. Qilu Bookstore. (in Chinese)
- Zhang, Y.B. (2020). *Zhang Yuanbian collection* [张元忬集]. Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Zhang, Y.B., & Zhang, T.F. (1997). *Research on the vast geography* [廣皇輿考]. Beijing Press. (in Chinese)
- Zhu, G. (2020). Brief biographical sketch of Duke Zhang Yanghe, a Ming Fengzhi official, Zuo Chunfang Zuo Yude, and a Hanlin Academy attendant[明奉直大夫左春坊左諭德兼翰林院侍讀陽和張公行狀]. *Zhang Yuanbian Collection* [张元忬集]. Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)
- Zhu, X. (1986). *The collected works of Zhu Xi* (Vol.40) [朱熹選集(卷四十)]. Commercial Press. (in Chinese)
- Zhu, Y.L. (2012). On the worship of Saints: An exploration of the spirit of Chinese philosophy [论圣人崇拜: 关于中国哲学精神之探索]. *Journal of Ningbo Municipal Party School*[宁波市委党校学报], 26(1), 104-110. (in Chinese)
- Zhu, Y.L. (2018). On Zhang Dai and Yangming's School of mind: Also on the significance of family inheritance in the spread of Yangming's School of mind [论张岱与阳明心学: 兼论家族传承在阳明心学传播中的意义]. *Zhejiang Academic Journal* [浙江学刊], 41(2), 33-31. (in Chinese)

Studying China's New Energy Automobile Industry Development Plan under the Made in China 2025 Strategy to Develop Thailand's New Energy Automotive Industry

Kobboon Viriyayingyong¹; Banthita Pathravishkul

School of Sinology, Mae Fah Luang University Chiang Rai Thailand 57100

E-mail: kobboon.vir@mfu.ac.th; banthita.pat@mfu.ac.th

(received 24 March 2024) (revised 3 July 2024) (accepted 8 August 2024)

Abstract

The Made in China 2025 strategy is an economic and social development plan implemented by the People's Republic of China, with a specific emphasis on the advancement of the manufacturing industry. As for the Eastern Economic Corridor (EEC), the primary goal is to develop Thailand's Eastern Seaboard industry. Since the Made in China 2025 strategy and EEC have shared the similarities in support for developing a new energy automobile industry, at present China has developed higher technology for producing electric cars. It is an important producer and consumer in the electric vehicle market. Thailand serves as a manufacturing hub for various foreign companies. Therefore, this article studies the current state of development in the new energy automotive industry in China and Thailand, with a specific focus on government assistance policies, including analyzing the strengths and weaknesses of the electric car industry in China and Thailand, cost barriers and production capacity in Thailand, and opportunities and guidelines for developing the electric vehicle industry in Thailand under the cooperation of the EEC and Made in China 2025 to provide guidelines for the future development of Thailand's electric vehicle industry to become a leader. As a result, Thailand has the strength to become a leader in the electric vehicle industry. Simultaneously, it is plausible to apply the weaknesses of China's development policies in comprehensive ways, such as promoting the electric vehicle manufacturing industry and providing guidelines for increasing domestic demand.

Keywords: Made in China 2025; Electric car; EEC; New energy automobile industry

¹ Corresponding Author

การศึกษาแผนพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ของจีนภายใต้ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ของไทย ภายใต้โครงการ EEC

กอบบุญ วิริยยังยง² บัณฑิตา ภัทรวิชญ์กุล³

สำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ประเทศไทย 57100

อีเมล kobboon.vir@mfu.ac.th; banthita.pat@mfu.ac.th

วันรับบทความ 24 มีนาคม 2567 วันแก้ไขบทความ 3 กรกฎาคม 2567

วันตอบรับตีพิมพ์บทความ 8 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 เป็นหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มุ่งเน้นในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิต ส่วนโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC มีวัตถุประสงค์เพื่อต่อยอดการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่ชายฝั่งตะวันออกของประเทศไทย เนื่องจากทั้งยุทธศาสตร์ Made in China 2025 และโครงการ EEC มีการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ที่คล้ายคลึงกัน ด้วยในปัจจุบัน ประเทศจีนมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่สูงขึ้นเป็นผู้ผลิตและผู้บริโภคที่สำคัญในตลาดรถยนต์ไฟฟ้า ส่วนประเทศไทยเป็นฐานในการผลิตรถยนต์ให้กับบริษัทต่างชาติต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ ผู้จัดทำจึงทำการศึกษาสถานการณ์การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ของประเทศจีนและประเทศไทยภายใต้แผนยุทธศาสตร์และโครงการดังกล่าว ในด้านนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศจีนและประเทศไทย อุปสรรคด้านต้นทุนและกำลังการผลิตของประเทศไทย โอกาสและแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศไทยภายใต้ความร่วมมือโครงการ EEC กับยุทธศาสตร์ Made in China 2025 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศไทยในอนาคตที่มีเป้าหมายเป็นผู้นำในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีจุดแข็งที่จะสามารถขึ้นมาเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าได้ และในขณะเดียวกันก็พบจุดอ่อนที่สามารถนำนโยบายจากแผนการพัฒนาของประเทศจีนมาประยุกต์ใช้ได้ อย่างรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงแนวทางการกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศ

คำสำคัญ Made in China 2025 รถยนต์ไฟฟ้า โครงการ EEC อุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่

² ผู้ประพันธ์บรรณกิจ อาจารย์ประจำสำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

³ อาจารย์ ดร. ประจำสำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



บทนำ

ในกระแสโลกาภิวัตน์ ความนิยมในการใช้พลังงานทางเลือกเป็นสิ่งที่ประชาชนเริ่มให้ความสนใจมากขึ้น ทั้งในด้านการใช้พลังงานทดแทนในครัวเรือนหรือในระบบอุตสาหกรรม ความนิยมเหล่านี้กลายเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตประเภทต่าง ๆ เริ่มมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการออกแบบและผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันความนิยมในการใช้รถยนต์พลังงานใหม่ หรือรถยนต์พลังงานไฟฟ้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในภาคเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ โดยเฉพาะการเข้ามาของรถยนต์ไฟฟ้าจากประเทศจีนเป็นที่น่าสนใจตามองของทั่วโลก เพราะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง มีศักยภาพในการแข่งขันสูง ซึ่งในปัจจุบันรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศจีนสามารถแข่งขันกับรถยนต์จากประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศยุโรป ประเทศญี่ปุ่น ที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีการผลิตรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา เทคโนโลยี หรือยอดขายทางการตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ประเทศไทยควรเตรียมความพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมประเภทนี้

การพัฒนาและการส่งเสริมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศจีนนั้น เป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่สนับสนุนให้ประเทศกลายเป็นประเทศผู้ผลิตที่แข็งแกร่ง พร้อมทั้งมีการส่งเสริมการพัฒนาในอุตสาหกรรมที่สำคัญ รวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ประหยัดพลังงานและยานยนต์พลังงานใหม่ โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และมีความร่วมมือจากองค์กรหลายฝ่ายในประเทศในการผลักดันการใช้พลังงานทดแทน

สำหรับประเทศไทยเริ่มมีผู้บริโภคให้ความสนใจ และตอบรับการใช้รถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น โดยภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนผู้ผลิตภายใต้โครงการ EEC ในการเข้ามาพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ที่เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมาย ทั้งในด้านการพัฒนาให้เป็นฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า โครงการ EEC Model เป็นต้น รวมถึงการออกนโยบายและมาตรการสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ และสำหรับผู้บริโภค รัฐบาลก็มีการสนับสนุนเงินอุดหนุนในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า และการเพิ่มสถานีชาร์จทั่วประเทศ เป็นต้น

1. สถานการณ์การพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ของประเทศจีน

1.1 แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025

แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 เป็นหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ระยะ 5 ปี (2016-2020) ของประเทศจีนที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนโครงสร้างการผลิต จากประเทศผู้ผลิตสินค้าและบริการที่เน้นการผลิตเชิงปริมาณ ไปสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำที่เน้นการผลิตเชิงคุณภาพ โดยแบ่งการพัฒนาออกเป็นสามระยะ คือ ระยะที่ 1 พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของการผลิตภายในประเทศ ระยะที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี และระยะที่ 3 มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมการผลิต

โดยอุตสาหกรรมการผลิตที่สำคัญในแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ประกอบด้วย 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ประหยัดพลังงานและยานยนต์พลังงานใหม่ อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือด้านวิศวกรรมทางทะเลและเรือที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ด้านพลังงานไฟฟ้า เป็นต้น สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตที่เน้นความยั่งยืน และลดการพึ่งพิงการผลิตจากภายนอก ทั้งในด้านการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบและการผลิตสินค้า เป็นการกระจายอัตราการจ้างงานในประเทศ และเพิ่มความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศ อาทิ การพัฒนาชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนยานยนต์แห่งอนาคต รวมถึงการผลิตแผงวงจรรวม (Integrated Circuits) และแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้า

ปัจจุบัน ประเทศจีนดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 (2021 – 2025) โดยให้ความสำคัญกับการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม มีการดำเนินนโยบาย Green China เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมพลังงานสะอาด เศรษฐกิจนิเวศสีเขียวไฮโดรเจน รถยนต์ไฟฟ้า และการพัฒนาเชิงโครงสร้างสังคม โดยมีเป้าหมายคือ ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) หรือ “De-carbonization” และมุ่งไปสู่การเป็นประเทศที่ “ปลอดคาร์บอน” (Carbon Neutrality) ภายในปี 2060 ทั้งนี้ ประเทศจีนได้สนับสนุนอุตสาหกรรมพลังงานสะอาด เช่น รถยนต์ไฟฟ้า แบตเตอรี่ และสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าสาธารณะ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงด้านพลังงานให้กับประเทศในระยะยาว โดยจีนถือเป็นตลาดรถยนต์ไฟฟ้าที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีส่วนแบ่งการตลาดกว่าร้อยละ 55 ของยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าทั่วโลก สำนักวิจัยด้านการตลาด Canalys คาดการณ์ว่า ภายในปี 2025 ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าจะคิดเป็น 1 ใน 3 ของยอดขายรถยนต์ใหม่ทั้งหมดในประเทศจีน (Nattakrit Laotaweessap, 2021)

1.2 สถานการณ์การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ในปัจจุบันของประเทศไทย

จากรายงานของสำนักงานพลังงานระหว่างประเทศ (IEA) พบว่าในปี 2021 ประเทศจีนมียอดขายการผลิตรถยนต์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ล้านคัน คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ของยอดขายการผลิตทั่วโลก ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้ามากกว่า 3.4 ล้านคัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53 ของยอดขายทั่วโลก (Department of International Trade Promotion, 2021)

ส่วนในปี 2022 ประเทศจีนมียอดขายการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า 6.7 ล้านคัน คิดเป็นร้อยละ 64 ของยอดขายการผลิตทั่วโลก ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้ามากกว่า 6.89 ล้านคัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.2 ของยอดขายทั่วโลก (Department of International Trade Promotion, 2023) และในปี 2023 ประเทศจีนมียอดขายการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า 11.4 ล้านคัน คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 60 ของยอดขายการผลิตทั่วโลก ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้ามากกว่า 14.2 ล้านคัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.5 ของยอดขายทั่วโลก (China Energy Net, 2024)

จากแนวโน้มความต้องการใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศไทยพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการที่รัฐบาลจีนมีนโยบายสนับสนุนภาคการผลิตที่เข้มแข็ง ทำให้ประเทศจีนกลายเป็นประเทศผู้นำในตลาดรถยนต์ไฟฟ้าด้วยยอดขายที่มากที่สุดในโลก

1.3 นโยบายและมาตรการสนับสนุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของรัฐบาลจีน

รัฐบาลจีนให้การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ผ่านแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 โดยตั้งเป้าหมายการจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศจำนวนหนึ่งล้านคันภายในปี 2020 และจำนวนสามล้านคันภายในปี 2025 คิดเป็นร้อยละ 80 ของส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ในจีน โดยดำเนินนโยบายเชิงรุกและกำหนดเงื่อนไขที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า ดังนี้

1. ความเท่าเทียมของต้นทุน เป็นนโยบายทางการเงินเพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตรถยนต์ในการลดต้นทุนการผลิตและพัฒนาเครื่องยนต์พลังงานไฟฟ้า โดยรัฐบาลจะทำการจ่ายเงินอุดหนุนให้กับผู้ผลิตรถยนต์โดยตรง ในปี 2010 รัฐบาลจีนเปิดตัวโครงการรถยนต์ไฟฟ้าในเมืองเซี่ยงไฮ้ เซินเจิ้น หางโจว เหนิง波 และฉางชุน และมีการจัดสรรงบประมาณหนึ่งล้านล้านหยวนเพื่อเป็นสิ่งจูงใจสำหรับผู้ซื้อและผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งผู้ซื้อสามารถขอรับเงินสนับสนุนสูงสุด 60,000 หยวน เพื่อซื้อเครื่องยนต์พลังงานไฟฟ้า (BEV) ที่ผลิตในประเทศ และ 35,000 หยวนสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าปลั๊กอินไฮบริด (PHEV) นอกจากนี้ ยังสนับสนุนสูงสุด 500,000 หยวนสำหรับรถบรรทุกไฟฟ้า ทั้งนี้ เพื่ออำนวยความสะดวกในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ นับตั้งแต่ปี 2014 เป็นต้นมา รัฐบาลกลางได้ลดเพดานการอุดหนุนสำหรับผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่มีระยะการขับขี่ต่ำกว่า 400 กม. ลงทุกปี และในปี 2018 รัฐบาลได้ลดการอุดหนุนโดยเงินอุดหนุนสูงสุดจะจ่ายให้เฉพาะรถยนต์ไฟฟ้าที่มีระยะทางการขับขี่มากกว่า 400 กม.

2. การกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศ รัฐบาลมีนโยบายเงินอุดหนุนให้กับผู้ซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ส่งผลให้อุปสงค์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีส่วนลดจากแบรนด์รถยนต์ไฟฟ้ายี่ห้อต่าง ๆ อาทิ BAIC BYD ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ (Xinhuanet, 2017) ส่งผลให้ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2014 ทำให้ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของจีนบรรลุเป้าหมายการขายเชิงปริมาณตามที่รัฐบาลกำหนด ซึ่งจากสถิติพบว่า ในปี 2013 รถยนต์ไฟฟ้าของจีนมียอดขายเพียง 6,051 คัน เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 768,023 คันในปี 2017 โดยรถยนต์ไฟฟ้าครองตลาดยานยนต์ในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 90 และในปี 2023 ด้วยยอดขายจำนวนมากกว่า 14.2 ล้านคัน นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีนโยบาย Green License Plates นำร่องใน 5 เมือง ได้แก่ เซี่ยงไฮ้ หนานจิง อู๋ซี จีหนาน และเซินเจิ้น โดยเจ้าของรถยนต์ไฟฟ้าที่มีป้ายดังกล่าวจะได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ได้รับการยกเว้นจากกฎที่ห้ามไม่ให้รถธรรมดาขับในเมืองใหญ่ และสามารถจอดรถได้ฟรีสูงสุดสองชั่วโมงในพื้นที่ที่กำหนด

3. การผลักดันอุปทานการผลิตยานยนต์พลังงานใหม่ภายในประเทศ เพื่อรักษาอุปทานของการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศให้อยู่ในระดับคงที่ รัฐบาลจีนมีการใช้ข้อกำหนด CAFE⁴ สำหรับการปล่อยมลพิษของอุตสาหกรรมยานยนต์ รถยนต์ไฟฟ้าที่ผลิตหรือนำเข้ามาในจีนจะต้องผ่านข้อกำหนดดังกล่าว ซึ่งในปี 2020 หากผู้ผลิตรถยนต์รายใดมีค่า CAFE สูงกว่าระดับที่กำหนดจะถูกดำเนินการลงโทษ (Tim Dixon, 2017) นอกจากนี้ รัฐบาลมีเป้าหมายที่จะปรับปรุง CAFE ของยานพาหนะใหม่ทั้งหมดในอนาคต และเนื่องจากการ

⁴ ข้อกำหนด CAFE (Corporate Average Fuel Efficiency) คือ เกณฑ์ควบคุมการนำเข้ารถยนต์จากค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการใช้พลังงานของยานยนต์จากบริษัทรถยนต์แต่ละราย

ผสมผสานระหว่างนโยบายการกระตุ้นอุปสงค์และผลักดันอุปทาน ทำให้บริษัทชั้นนำในการผลิตรถยนต์ของต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในประเทศจีนไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากต้องปฏิบัติตามนโยบายรถยนต์ไฟฟ้าของจีน

4. การลดช่องว่างทางเทคโนโลยี นโยบายของรัฐบาลในการใช้ข้อกำหนด CAFE ที่มีผลบังคับสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าทั้งในประเทศ และที่นำเข้าจากต่างประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการถ่ายโอนเทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้า และเป็นการขยายเครือข่ายการผลิตในประเทศผ่านบริษัทร่วมทุนระหว่างจีนและต่างประเทศ สามารถช่วยให้ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศก้าวขึ้นเป็นบริษัทการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าชั้นนำของโลก

5. การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานและเครือข่ายการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ รัฐบาลกลางให้เงินอุดหนุนกระทรวงการไฟฟ้าเพื่อกระจายการวางสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า เนื่องจากรัฐบาลกลางเล็งเห็นความสำคัญของการกระจายเสาและสถานีชาร์จเชิงพื้นที่ โดยในปี 2016 มีการติดตั้งเสาชาร์จมากกว่า 100,000 เสา และเพิ่มขึ้นเป็น 446,000 เสาในปี 2017 ในปี 2020 มีการติดตั้งเสาชาร์จ 4.8 ล้านเสา (Godfrey Yeung, 2019) และในปี 2023 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 8.5 ล้านเสา (China Daily, 2024) ถือเป็นประเทศที่มีระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าที่มีจำนวนที่มากที่สุดในโลก

2. สถานการณ์การพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ของประเทศไทย

2.1 โครงการ EEC

โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor, EEC) ริเริ่มในปี 2018 เป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ Thailand 4.0 ที่ครอบคลุมพื้นที่เขตอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกของประเทศไทย 3 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคของประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

โครงการ EEC มุ่งเน้นการพัฒนาใน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมายหลัก อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ ภาครัฐและภาคเอกชนยังให้การสนับสนุนด้านการเงินในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานกว่า 650,000 ล้านบาท เพื่อจัดสร้างโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงเชื่อมสามสนามบิน 3 แห่ง ได้แก่ สนามบินดอนเมือง-สนามบินสุวรรณภูมิ-สนามบินอู่ตะเภา โครงการพัฒนาท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด เป็นต้น (Primo Service Solution Company Limited, 2022)

2.2 สถานการณ์การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ในปัจจุบันของประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถยนต์สันดาปที่มีศักยภาพ ด้วยมียอดการผลิตเป็นลำดับที่ 1 ของอาเซียน ลำดับที่ 5 ของเอเชีย และลำดับที่ 10 ของโลก (Bangkok Bank, 2023) จึงทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย ปัจจุบัน รัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานสะอาด พลังงานทดแทน จึงดำเนินนโยบายเพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนการผลิตยานยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้า ซึ่งจากสถิติปี 2020 ประเทศไทยมีการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่มีฐานการผลิตในประเทศจำเป็นต้องเพิ่มกำลังผลิต เพื่อตอบสนองอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นในประเทศ โดยมีการผลิต



ทั้งในรูปแบบไฮบริด (HEV) ปลั๊กอินไฮบริด (PHEV) และแบบที่ใช้พลังงานจากแบตเตอรี่ (BEV) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล อาทิ เงินอุดหนุน ลดภาษีสรรพสามิต เป็นต้น สำหรับยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศในปี 2022 มีจำนวน 71,450 คัน คิดเป็นร้อยละ 20.52 ของยอดขายรถยนต์นั่งทั้งหมด และปี 2023 มีจำนวน 168,425 คัน คิดเป็นร้อยละ 41.39 ของยอดขายรถยนต์นั่งทั้งหมด โดยเฉพาะรถยนต์ไฟฟ้าประเภทแบตเตอรี่ (BEV) มียอดขายเพิ่มขึ้นในตลาดจากร้อยละ 3 ในปี 2022 เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.08 ในปี 2023 แสดงให้เห็นถึงความตื่นตัว และความสนใจหันมาใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคในประเทศ (Trade Policy and Strategy Office, 2023)

นอกจากนี้ รัฐบาลไทยมีการวางกรอบยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าในหลายระดับ อาทิ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 4 อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 หมายความว่า 3 ที่ต้องการให้ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของภูมิภาคและของโลก ตั้งเป้าหมายผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศรวม 225,000 คันต่อปีภายในปี 2025 ซึ่งพื้นที่ EEC มีท่าเรือแหลมฉบังที่สามารถรองรับการขนส่งรถยนต์ได้ 2 ล้านคันต่อปี และเป็นฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า อาทิ BYD MG GWM NETA V เป็นต้น (Manisorn Wansirikul, 2022)

2.3 นโยบายและมาตรการสนับสนุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของรัฐบาลไทย

1. นโยบายของโครงการ EEC มีมาตรการสนับสนุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านการเตรียมความพร้อมและสร้างระบบนิเวศสำหรับรองรับการเป็นฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนของไทย มีการจัดตั้งศูนย์ต่าง ๆ อาทิ ศูนย์ทดสอบยางและล้อแห่งชาติ (ATTRIC) ศูนย์ทดสอบแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้า เพื่อทำให้พื้นที่ EEC ก้าวสู่การเป็น Super cluster ของการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในอนาคต

ด้านการพัฒนานวัตกรรมที่ต่อยอดจากรถยนต์ไฟฟ้า มีการจัดตั้งพื้นที่ EEC innovation (EECi) ในพื้นที่วังจันทร์ จังหวัดระยอง โดยมี EECi-Ariopolis เป็นเมืองนวัตกรรมระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ และเป็นสนามทดสอบสำหรับยานยนต์ไร้คนขับ รวมถึงเป็นที่ตั้งของโรงงานต้นแบบการผลิตแบตเตอรี่สังกะสี ซึ่งเป็นการพัฒนานวัตกรรมการผลิตแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าโดยการใช้แร่สังกะสีของไทย แทนการใช้แร่ลิเทียมที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ (Atthasit Mueanmart, 2021)

ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เน้นทักษะสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า ควบคู่กับอุตสาหกรรม 4.0 มีการจัดตั้ง EEC Model โดยได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงแรงงาน การสร้างร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาในต่างประเทศและภายในประเทศในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่ เปิดโอกาสให้บริษัทเอกชนเข้ามาลงทุนในพื้นที่ EEC เพื่อจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมและการพัฒนาความสามารถและฝึกทักษะบุคลากรด้านระบบอัตโนมัติ โซลูชันการจ่ายกระแสไฟฟ้า และระบบชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (Jaturong Kobkaew, 2021)

ด้านการกระตุ้นอุปสงค์การใช้รถยนต์ไฟฟ้า ในพื้นที่ EEC มีการติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าด้วยระบบ DC Fast Charge 138 สถานี อาทิ สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า EA Anywhere โดยการไฟฟ้านครหลวง (MEA) สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า EV Station โดยบริษัทปตท. (PTT) สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าโดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (PEA) สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าโดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิต (EGAT)

2. นโยบายส่งเสริมรถยนต์ไฟฟ้าของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดย BOI ออกนโยบายและมาตรการส่งเสริมการลงทุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ สำหรับผลิตรถยนต์ไฟฟ้า 3 ประเภท ได้แก่ รถยนต์ไฟฟ้าแบบผสม รถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมเสียบปลั๊ก และรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ (BEV) โดยการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมเสียบปลั๊ก ต้องผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้าอย่างน้อย 3 ชิ้น จึงจะได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี ส่วนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ กับการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมควบคู่กัน หากมีขนาดการลงทุนมากกว่า 5,000 ล้านบาท จะได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี หากมีขนาดการลงทุนน้อยกว่า 5,000 ล้านบาท จะได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี (Thailand Board of Investment, 2020)

3. แผนการส่งเสริมรถยนต์ไฟฟ้าตามนโยบาย 30@30 คณะกรรมการรถยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ ตั้งเป้าหมายการผลิตรถยนต์ ZEV ให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมด เพื่อนำประเทศไทยเข้าสู่การเป็นสังคมคาร์บอนต่ำในอนาคต ซึ่งนโยบายจะแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ปี 2021-2022 รัฐบาลจะดำเนินการอุดหนุนส่วนลดการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า 18,000 - 150,000 บาทต่อคัน และลดภาษีนำเข้ารถและส่วนประกอบต่าง ๆ ระยะที่ 2 ปี 2023 - 2025 ตั้งเป้าหมายการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า ประเภทรถยนต์นั่งและรถกระบะ 225,000 คัน ภายในปี 2025 เพื่อตอบสนองการผลิตแบตเตอรี่ในประเทศ โดยมีมาตรการลดภาษีนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้า และระยะที่ 3 ปี 2026 - 2030 ตั้งเป้าหมายการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า ประเภทรถยนต์นั่งและรถกระบะทั้งสิ้น 725,000 คัน (Ministry of Energy, 2021)

4. นโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าของกระทรวงการคลัง เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการแก้ไขปัญหามลพิษ PM 2.5 – PM 10 กระทรวงการคลังจึงดำเนินการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าประเภทแบตเตอรี่ โดยลดอัตราภาษีเป็นร้อยละ 0 เป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2023 จนถึง 31 ธันวาคม 2025

5. ข้อกำหนดของกระทรวงคมนาคม ในปี 2017 กระทรวงคมนาคมกำหนดกำลังของมอเตอร์ไฟฟ้าที่ใช้ในการขับเคลื่อนรถตามกฎหมาย (Ministry of Transport, 2019) โดยมีข้อกำหนดสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า อาทิ รถยนต์ไฟฟ้าสามล้อ กำลังพิกัดมอเตอร์ไม่น้อยกว่า 4 กิโลวัตต์ ความเร็วสูงสุดไม่น้อยกว่า 45 กิโลเมตรต่อชั่วโมง รถยนต์ไฟฟ้าสี่ล้อ กำลังพิกัดมอเตอร์ไม่น้อยกว่า 15 กิโลวัตต์ ความเร็วสูงสุดไม่น้อยกว่า 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมง รถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถยนต์บรรทุกบุคคลไม่เกินเจ็ดคน กำลังพิกัดมอเตอร์ไม่น้อยกว่า 4 กิโลวัตต์ ความเร็วสูงสุดไม่น้อยกว่า 45 กิโลเมตรต่อชั่วโมง

6. แผนอนุรักษ์พลังงานฯ ปี 2015 – 2036 กระทรวงพลังงานมีนโยบายสนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้าเพื่อแก้ปัญหาเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เสริมสร้างความมั่นคงทางพลังงาน และการ



พัฒนาพลังงานสะอาดที่ยั่งยืน โดยมีเป้าหมายที่จะลดอัตราการใช้พลังงาน โดยมีกลยุทธ์ภาคความร่วมมือ คือ 1) รัฐมีนโยบายให้เงินอุดหนุนองค์กรที่ตัดสินใจลงทุนเกี่ยวกับอุปกรณ์ไฟฟ้าพลังงานใหม่ และให้สิทธิลดภาระดอกเบี้ยจากเงินกู้ เพื่อนำไปลงทุน และการอนุรักษ์พลังงานภาคขนส่ง โดยมีแนวทางการเปลี่ยนโครงสร้างจากการใช้ยานยนต์พลังงานน้ำมันมาเป็นการใช้พลังงานไฟฟ้า 2) ปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตรถยนต์ โดยจัดเก็บตามปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อลดอุปสงค์การใช้พลังงานน้ำมันของผู้บริโภค ส่วนกลยุทธ์สนับสนุน อาทิ รัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร การสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด (Ministry of Energy, 2015)

3. การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยและจีน

3.1 จุดแข็งและโอกาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของจีน

1. **ความได้เปรียบเรื่องวัตถุดิบในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า** เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีความโดดเด่น และมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย ทำให้ประเทศจีนมีข้อได้เปรียบด้านการจัดหาวัตถุดิบในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะแร่ลิเทียม (Lithium) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า

2. **นโยบายส่งเสริมอุปสงค์ที่เข้มแข็งจากภาครัฐ** จากแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศจีนมีเป้าหมายที่จะพัฒนา 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายหลักอย่างยั่งยืน โดยหนึ่งในนโยบายที่สำคัญ คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ในด้านปริมาณการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต โดยมีนโยบายสนับสนุนทางการเงิน เพื่อส่งเสริมอุปทาน และมีนโยบายการให้เงินอุดหนุนแก่ผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นยอดขายรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมอุปสงค์ นอกจากนี้ รัฐบาลจีนได้กำหนดค่า CAFE สำหรับการปล่อยมลพิษของอุตสาหกรรมยานยนต์ภายในประเทศให้เป็นมาตรฐานสากล และมีนโยบายที่รองรับการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค โดยมีการเร่งสร้างสถานีชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าทั่วประเทศ

3. **วิสัยทัศน์ของผู้นำ** เนื่องจากวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกลของผู้นำประเทศ และการวางแผนนโยบายอย่างครอบคลุมรอบด้าน และมีประสิทธิภาพ จึงทำให้ประเทศจีนสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำของการผลิต และจัดจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าชั้นนำของโลกในปัจจุบัน นอกจากนี้ จีนยังใช้ประโยชน์จากนโยบาย Belt and Road Initiative ในการสร้างความร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ตามแถบเส้นทาง เพื่อขยายขอบเขตการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยข้างต้นทำให้เห็นว่า ประเทศจีนมีโอกาสด้านศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าทั้งในฐานะผู้ผลิต และผู้บริโภค แต่ขณะเดียวกันก็ยังมีจุดอ่อนและอุปสรรคในการพัฒนา

3.2 จุดอ่อนและอุปสรรคของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของจีน

1. **ต้นทุนในการผลิตต้นอุปทานที่เพิ่มสูงขึ้น** รัฐบาลจีนเล็งเห็นความสำคัญของการรักษาความมั่นคงของประเทศ และการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานของประชาชน จึงมีการสนับสนุนการใช้พลังงานใหม่ โดยให้เงินอุดหนุนจำนวนมากแก่ผู้ผลิต และผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ส่งผลให้มีนักลงทุนทั้งใน

และนอกประเทศเข้ามาลงทุนในเครือข่ายรถยนต์ไฟฟ้าจำนวนมากเกินความคาดหมาย ทำให้นโยบายการผลักดันอุปทานของรัฐมีต้นทุนที่สูงขึ้น

2. การขาดแคลนวัตถุดิบพื้นฐาน และปัญหาการลงทุนซ้ำซ้อน ถึงแม้ว่าจีนจะมีความได้เปรียบทางสภาพภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แต่เนื่องจากมีนักลงทุนหรือผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าจำนวนมากที่เข้ามาลงทุนในประเทศจีน มีความต้องการใช้ทรัพยากรที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดความขาดแคลนด้านวัตถุดิบพื้นฐาน และทำให้กำลังการผลิตของจีนมีข้อจำกัดมากยิ่งขึ้น และเนื่องจากนักลงทุนบางส่วนที่เข้ามาลงทุนในตลาดรถยนต์ไฟฟ้าของจีนยังไม่มีประสบการณ์มากพอ แต่เข้ามาลงทุนเพียงเพราะว่าต้นทุนในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าต่ำ อาจทำให้เกิดปัญหาการลงทุนซ้ำซ้อน และเกิดผลการผลิตส่วนเกินในประเทศ

3. ช่องโหว่ของนโยบายส่งเสริมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า ในด้านการสนับสนุนของรัฐบาล ถึงแม้ว่านโยบายของรัฐจะมีเป้าหมายที่ชัดเจน แต่เนื่องด้วยนโยบายการส่งเสริมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในระยะเวลาดังกล่าวมีความกระชั้นชิด ส่งผลให้นโยบายมีช่องโหว่ อาทิ การตรวจสอบผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่ไม่ครอบคลุม ก่อให้เกิดปัญหาทุจริตในการขออนุมัติรับเงินสนับสนุน กล่าวคือ ได้รับเงินสนับสนุนแต่ผู้ผลิตไม่ได้ทำการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าจริง นอกจากนี้ ความไม่แน่นอนของนโยบายรัฐบาลที่ยกเลิกการให้เงินอุดหนุนแก่หน่วยงานท้องถิ่นกระทันหัน ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งระหว่างรัฐบาลกลางและหน่วยงานท้องถิ่นที่มีความเกี่ยวข้องกับเครือข่ายรถยนต์ไฟฟ้า

4. กำลังการผลิตไฟฟ้าที่เกินกว่าความต้องการ จากนโยบายการส่งเสริมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของรัฐบาล ทำให้การผลิตรถยนต์ไฟฟ้าขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ปริมาณรถยนต์ไฟฟ้าในตลาดเกินความต้องการของผู้บริโภคในประเทศจีน ส่งผลให้ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่เป็นบริษัทสตาร์ทอัพไปจนถึงบริษัทขนาดกลางถึงเล็ก ประสบปัญหาทางธุรกิจจากการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่ล้นเกินในอุตสาหกรรม นอกจากนี้ การแข่งขันภายในประเทศจากผู้ผลิตรายใหญ่ที่สามารถผลิตรถยนต์ไฟฟ้าด้วยต้นทุนที่ถูกลง ทำให้ผู้ผลิตเปลี่ยนเป็นเน้นการส่งออกไปต่างประเทศ เพื่อให้พ้นวิกฤติตลาดรถยนต์ไฟฟ้าที่ล้นเกินในประเทศจีน

3.3 จุดแข็งและโอกาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของไทย

1. ความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตโดยภาพรวม ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันการผลิต เนื่องจากเป็นฐานสำคัญในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ให้กับบริษัทชั้นนำทั่วโลก ทำให้มีความได้เปรียบในการต่อยอดสู่อุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงการเกิดการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมเดียวกัน ส่งผลให้ต้นทุนในการติดต่อสื่อสาร หรือการวางแผนกลยุทธ์ร่วมกันอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ ในเขตพื้นที่ EEC มีผู้ประกอบการยานยนต์และชิ้นส่วนจำนวนมาก ประกอบกับนโยบายส่งเสริมการลงทุนผ่านสิทธิประโยชน์พิเศษจากคณะกรรมการ BOI ทำให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถและการพัฒนาต่อยอดผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เดิมสู่รถยนต์ไฟฟ้า

2. นโยบายสนับสนุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าจากภาครัฐ นโยบายของภาครัฐที่เอื้อประโยชน์ให้กับผู้ลงทุนผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ยกเว้นอากรเครื่องจักร และยกเว้น



อากรวัตถุดิบการผลิตเพื่อส่งออก ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์หลายแบรนด์เข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เป็นการกระตุ้นการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ

3. มาตรฐานการผลิตอยู่ในระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับฐานการผลิตอื่นในกลุ่มอาเซียน มาตรฐานการผลิตอุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมยานยนต์ และอุตสาหกรรมยางของประเทศไทยสูงกว่าฐานการผลิตอื่นในกลุ่มอาเซียน ส่งผลให้มีบริษัทผู้ผลิตรถยนต์หลายแบรนด์เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ซึ่งไทยสามารถใช้ประโยชน์จากการเป็นฐานการผลิต เรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ เร่งพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความเชี่ยวชาญ เพื่อรองรับการพัฒนาในอนาคต และรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าเพื่อครองส่วนแบ่งในตลาดต่อไป

3.4 จุดอ่อนและอุปสรรคของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของไทย

1. อัตราค่าแรงขั้นต่ำที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากประเทศไทยมีอัตราค่าแรงขั้นต่ำที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ พม่า ลาว เวียดนาม ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญที่สามารถเข้ามาเป็นส่วนแบ่งในอุตสาหกรรมยานยนต์ได้ จึงอาจส่งผลให้นักลงทุนย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่า รวมถึงประเทศไทยยังขาดแคลนวัตถุดิบหลักในการผลิต อาทิ นิกเกิล (Nickel) ที่ใช้ในการผลิตแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า

2. สถานีชาร์จรถไฟฟ้าที่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ในปัจจุบันประเทศไทยมีสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าที่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความต้องการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค อีกทั้งราคารถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยยังมีราคาที่สูง และมีตัวเลือกที่ยังไม่หลากหลาย และเทคโนโลยีในด้านอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของไทยยังไม่ทัดเทียมกับเทคโนโลยีในการผลิตจากต่างประเทศ

3. ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่ ประเทศไทยมีข้อจำกัดด้านการผลิตแบตเตอรี่ ด้วยวัตถุดิบหลัก อาทิ ลิเทียม โคบอลต์ และนิกเกิล ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้มีต้นทุนการผลิตสูง ส่งผลให้รถยนต์ไฟฟ้ามีราคาสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์สันดาปทั่วไป และอายุการใช้งานของแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้ายังคงมีข้อจำกัด ส่วนการรีไซเคิลแบตเตอรี่มีกระบวนการที่ซับซ้อนและค่าใช้จ่ายสูง ด้านเทคโนโลยีการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า ประเทศไทยยังคงขาดแคลนเทคโนโลยีเฉพาะทาง รวมทั้งวิศวกรและช่างเทคนิคที่มีความชำนาญ อีกทั้งมาตรฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในไทยยังไม่ได้มีการพัฒนาหรือปรับปรุงให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากล ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

4. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ของไทยภายใต้ความร่วมมือของโครงการ EEC กับยุทธศาสตร์ Made in China 2025

ประเทศจีนถือเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าทั้งในด้านการผลิตและการบริโภค ประกอบความได้เปรียบทางปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย รวมถึงการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุม จึงสามารถเป็นต้นแบบที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศไทย จากการสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้จัดทำจึงเสนอแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศไทย ดังนี้

ด้านนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า ประเทศไทยควรมีนโยบายสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศ เพื่อลดต้นทุนในอุตสาหกรรมการผลิต รวมถึงมีนโยบายลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีการนำเข้าชิ้นส่วนอุปกรณ์เพื่อผลักดันอุปทาน มีการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ล้ำสมัย เร่งการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี และบ่มเพาะบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า รวมทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำที่เกี่ยวข้อง (Thai-Smartgrid, 2021)

ด้านการกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศ ในปัจจุบันรัฐบาลจีนและรัฐบาลไทยต่างมีนโยบายเงินอุดหนุนให้กับผู้ซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อผลักดันอุปสงค์ อย่างไรก็ตาม นโยบายของไทยยังคงมีช่องโหว่ที่สามารถเรียนรู้ได้จากนโยบายของจีน อาทิ ไทยควรเร่งดำเนินการสร้างสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เร่งพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า มีการเก็บภาษีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อสนับสนุนให้ลดการใช้พลังงานสิ้นเปลือง ตระหนักถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม รวมทั้งนำนโยบายการให้สิทธิพิเศษบนท้องถนนของจีนมาเป็นแบบอย่าง เช่น รถยนต์ไฟฟ้าสามารถจอดรอในที่สาธารณะได้ฟรี ยกเว้นค่าผ่านทางหรืออนุญาตให้ใช้ช่องทางสำหรับรถประจำทางหรือแท็กซี่ (Green Licence Plates) ฯลฯ ทั้งนี้ ประเทศไทยสามารถถอดบทเรียนจากกรณีที่มีการฉ้อโกงของจีนมาสร้างนโยบายให้รัดกุม อาทิ จัดตั้งองค์กรตรวจสอบเฉพาะทางที่เข้มงวด และออกกฎหมายที่มีบทลงโทษเข้มงวดต่อผู้กระทำผิด

บทสรุป

แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 เป็นแผนที่มุ่งเน้นให้ประเทศจีนกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมการผลิตที่แข็งแกร่ง ซึ่งหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย คือ อุตสาหกรรมยานยนต์ประหยัดพลังงานและยานยนต์พลังงานใหม่ จากการสนับสนุนของรัฐบาลประกอบกับกระแสความนิยมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่มากขึ้นทั่วโลก ส่งผลให้ประเทศจีนสามารถผลิต และมียอดขายรถยนต์ไฟฟ้าเป็นอันดับหนึ่งของโลก

รัฐบาลจีนมีนโยบายสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้า อาทิ 1) นโยบายความเท่าเทียมของต้นทุน เพื่อเป็นการจูงใจทางการเงินสำหรับการช่วยเหลือผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้า 2) นโยบายการกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศ เป็นนโยบายเพื่อเพิ่มความต้องการให้แก่ผู้บริโภค โดยรัฐให้เงินอุดหนุนแก่ผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ไฟฟ้า 3) นโยบายการผลักดันอุปทานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศ โดยลดปริมาณการใช้ยานยนต์เครื่องสันดาป และเพิ่มปริมาณการใช้รถยนต์ไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง 4) นโยบายการลดช่องว่างของเทคโนโลยี เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิตภายในประเทศ ในการแลกเปลี่ยนและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า และ 5) นโยบายการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานและเครือข่ายการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ โดยดำเนินการสร้างสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

ถึงแม้ว่านโยบายการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของจีนจะมีความเข้มแข็ง และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างเต็มที่ แต่ก็ยังมีอุปสรรคในการพัฒนา อาทิ จำนวนผู้ผลิตที่มากขึ้นทำให้เกิดการลงทุนซ้ำซ้อน และทำให้เกิดอุปทานส่วนเกิน การขาดแคลนวัตถุดิบ หรือช่องโหว่ของการรับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล และความขัดแย้งระหว่างรัฐบาลกลางและหน่วยงานท้องถิ่น เป็นต้น

ดังนั้น หากประเทศไทยต้องการก้าวขึ้นเป็นตลาดผู้นำทางด้านอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า รัฐบาลควรให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ อาทิ เงินอุดหนุนแก่ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้า สนับสนุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ออกนโยบายลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีการนำเข้าชิ้นส่วนอุปกรณ์ นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศ ไทยควรเร่งดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์โครงการ EEC ที่มีความได้เปรียบทั้งสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ การขนส่งโลจิสติกส์ และเขตอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อาทิ จัดตั้งพื้นที่ EEC innovation (EECi) เมืองนวัตกรรม EECi-Ariopolis หรือโครงการ EEC Model การติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าทั่วพื้นที่ EEC เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐบาลควรเก็บภาษีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อสนับสนุนให้ลดการใช้รถพลังงานสิ้นเปลือง ตระหนักถึงการรักษาสีเขียว และควรนำนโยบายการให้สิทธิพิเศษบนท้องถนนของจีนมาเป็นแบบอย่าง เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าให้แก่ประเทศไทยได้ครบวงจร

บรรณานุกรม

- Bangkok Bank. (2023). *Keep an eye on the big players in the EV industry, setting up investment bases in Thailand, and enter the ASEAN market.*
<https://www.bangkokbanksme.com/en/23-9sme1-ev-industry-establishes-investment-base-in-thailand>
- China Briefing. (2019). *What is Made in China 2025, why it makes the world so nervous.*
<https://www.china-briefing.com/news/什么是《中国制造2025》，为何它会让世界如此紧张/>
- China Daily. (2024). *By the end of 2023, my country has built a total of 8.596 million charging infrastructure.* https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202403/content_6939863.htm
- China Energy Net. (2024). *World New Energy Vehicle Sales in 2023: 1.28 Million Units in China.* <https://www.china5e.com/m/news/news-1165203-1.html>
- Department of International Trade Promotion. (2021). *China has maintained a leading position in the world electric car market for 6 consecutive years.*
https://www.ditp.go.th/contents_attach/759213/759213.pdf
- Department of International Trade Promotion. (2023). *Looking at the success factors of Chinese new energy vehicle brands in the global market.* <http://www.ditp.go.th/zh/post/124155>
- Dixon, Tim. (2017). *China Green Licence Plate Scheme Going National.*
<https://cleantechnica.com/2017/12/10/china-green-licence-plate-scheme-going-national/>
- Kobkaew, Jaturong. (2021). *EEC Model, a model for modern education throughout the country.*
<https://www.salika.co/2021/03/20/eec-model-master-modern-studies-thailand/>

- Laotaweessap, Nattakrit. (2021). *"China's Megatrends" Chinese economic and China 14th Five-Year Plan for National Economic and Social Development*.
<https://forbesthailand.com/commentaries/economic-outlook/chinas-megatrends-เศรษฐกิจจีน-กับ-แผน>
- Lee, Amanda. (2018). *China's electric car market is growing twice as fast as the US. Here's why*. <https://www.scmp.com/business/companies/article/2143646/chinas-ev-market-growing-twice-fast-us-heres-why>
- Leingchan, Rachot. (2022). *Electric cars: Needs and opportunities are coming*.
<https://www.krungsri.com/th/researchresearch-intelligence/ev-survey-22>
- Ministry of Energy. (2015). *Energy Efficiency Plan; 2015 –2036*.
<http://eetransport.dede.go.th/transport/content/show?id=10>
- Ministry of Transport. (2019). *Final report of strategy and action plan for promoting small and medium-sized businesses Electric vehicle industry branch*.
https://www.otp.go.th/uploads/tiny_uploads/ProjectOTP/2561/Project10/FinalReport.pdf
- Mueanmart, Atthasit. (2021). *Look at the progress of the EEC's EV conversion mission, a strategy to prepare Thailand. Smooth transition to the electric car industry* [ส่องความคืบหน้าภารกิจปั้น EV Conversion ของ EEC ยุทธศาสตร์เตรียมความพร้อมให้ประเทศไทย เปลี่ยนผ่านสู่อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าได้อย่างราบรื่น]. <https://www.salika.co/2021/09/28/ev-conversion-eec-hdc-latest-update/>
- Primo Service Solution Company Limited. (2022). *Let's get to know the Eastern Economic Corridor or EEC*. <https://primo.co.th/บทความ/ทำความรู้จัก-eastern-economic-corridor-หรือ-eec-ก็/>
- Royal Thai Government. (2022). *The government aims "Thailand is a center for producing electric vehicles." It is expected that in 2020 the country's GDP will be no less than 200,000 million baht*. <https://www.thaigov.go.th/infographic/contents/details/5145>
- Salika. (2021). *EV conversion industry of hope*. <https://www.salika.co/2021/11/29/thailand-ev-conversion-industry/>
- Srilert, Nakarin. (2022). *"Zinc Ion" pilot factory pinned on "EECi" to produce EV batteries*.
<https://www.bangkokbiznews.com/business/998641>
- Thailand Board of Investment. (2020). *Thailand BOI approves new EV package, and over 35 billion baht in large investment projects*.
https://www.boi.go.th/upload/content/no.140_2563.pdf

- Thai-Smartgrid. (2021). *Guidelines for promoting electric vehicles (EV) in the country according to the 30@30 policy*. <https://thai-smartgrid.com/ev-3030-plan/>
- Thansettakij. (2023). *Thailand and being an important EV production center in the world*. <https://www.thansettakij.com/business/552265>
- The Government Public Relations Department. (2022). *Move forward to support the use of electric cars hoping to reduce oil use - reduce environmental problems*. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/cid//iid/103891>
- TNN ONLINE. (2021). *4 ASEAN tigers start a battle to compete for the throne of “electric car” Thailand removes the dragon model*. <https://www.tnnthailand.com/news/wealth/82285/>
- Trade Policy and Strategy Office. (2023). *Electric vehicle situation Thai opportunities and challenges*. https://คิดค้า.com/wp-content/uploads/2024/03/รายงานสถานการณ์รถยนต์ไฟฟ้า_2023.pdf
- Wansirikul, Manisorn. (2022). *Survey of EV car registrations in 2022. Just the total for 10 months is more than 10 years combined*. <https://urbancreature.co/electric-vehicle- car-registration/>
- Xinhuanet. (2017). *China Focus: China leads new energy vehicle development*. http://www.xinhuanet.com//english/2017-07/16/c_136447876.htm
- Yeung, Godfrey. (2019). *“Made in China 2025”: The development of a new energy vehicle industry in China*. https://www.researchgate.net/publication/327457743_%27Made_in_China_2025%27_the_development_of_a_new_energy_vehicle_industry_in_China

