



การศึกษาเชิงเปรียบเทียบการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และ
เครื่องมือแปลภาษา Google Translate จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

โดย

นางสาวกัญญารักษ์ สาสงเคราะห์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการแปลภาษาอังกฤษและไทย ภาควิชาภาษาอังกฤษและภาษาศาสตร์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาเชิงเปรียบเทียบการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และเครื่องมือ
แปลภาษา Google Translate จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

โดย

นางสาวกัญญารักษ์ สาสงเคราะห์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการแปลภาษาอังกฤษและไทย ภาควิชาภาษาอังกฤษและภาษาศาสตร์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

A COMPARATIVE STUDY OF HUMAN TRANSLATION AND MACHINE
TRANSLATION (GOOGLE TRANSLATE)
IN HOTEL WEBSITES FROM THAI TO ENGLISH

BY

MS. KANYAPHAK SASONGKOAR



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF ARTS IN ENGLISH – THAI TRANSLATION
DEPARTMENT OF ENGLISH AND LINGUISTICS
FACULTY OF LIBERAL ARTS
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2019
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะศิลปศาสตร์

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวกัญญากัด สาสงเคราะห์

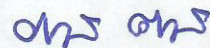
เรื่อง

การศึกษาเชิงเปรียบเทียบการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา Google Translate
จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

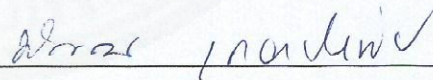
เมื่อ วันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2563

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสพงศ์ ศรีพิจารณ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



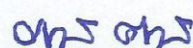
(รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน ชูอารยะประทีป)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ปรีมา มัลลิกะมาส)

คณบดี



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสพงศ์ ศรีพิจารณ์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาเชิงเปรียบเทียบการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา Google Translate จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวกัญญภัค สาสงเคราะห์
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการแปลภาษาอังกฤษและไทย ภาควิชาภาษาอังกฤษและภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน ชูอารยะประทีป
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาความแตกต่างของการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และโปรแกรมแปลภาษา Google Translate (GT) ในการแปลข้อความประเภทบอกกล่าวและข้อความจูงใจ และวิเคราะห์ความแตกต่างของการแปลในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ รวมถึงเปรียบเทียบความเป็นธรรมชาติในภาษาแปล โดยเลือกข้อมูลต้นฉบับภาษาไทย (SL) จากเว็บไซต์โรงแรมไทยทั้งหมด 29 แห่ง และศึกษาภาษาปลายทางจากคลังข้อมูลภาษาอังกฤษ 2 แห่ง ได้แก่ คลังข้อมูลจากเว็บไซต์ของโรงแรม (HT) และคลังข้อมูลจาก GT

ผลจากการศึกษาพบว่า HT และ GT ใช้กลวิธีแปลแบบตรงตัวมากที่สุด แต่ HT ปรากฏกลวิธีการแปลที่หลากหลายมากกว่าและมีสากลักษณะของภาษาแปลมากกว่า GT โดยเฉพาะการแปลข้อความจูงใจ เนื่องจาก HT สามารถปรับบทแปลได้ทุกระดับ ในขณะที่ GT ยังไม่สามารถปรับบทแปลในระดับข้อความได้ และยังมีข้อผิดพลาดที่เกิดจากการแบ่งประโยคผิดพลาดอยู่ การปรับบทแปลและการแบ่งประโยคที่ต่างกันนี้จึงเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ภาษาปลายทางของ GT และ HT ต่างกันอย่างชัดเจน โดยที่ (1) GT สามารถแปลคำทั่วไปได้ถูกต้องใกล้เคียงกับ HT แต่ยังมีข้อจำกัดด้านถ่ายทอดคำทางวัฒนธรรม และ HT มีการหลกคำที่หลากหลายกว่า GT รวมถึงมีการใช้คำสร้างจินตภาพ ระดับคำที่เป็นทางการและเฉพาะทางมากกว่า GT (2) HT และ GT มีโครงสร้างอนุประโยคของประโยคความซ้อนใกล้เคียงกัน แต่ HT สามารถปรับโครงสร้างประโยคคำสั่งในภาษาปลายทางได้หลากหลายกว่า GT ซึ่ง GT ยังมีปัญหาด้านไวยากรณ์ที่เกิดจากการแบ่งประโยคผิดอย่างชัดเจน (3) GT ไม่สามารถปรับการถ่ายทอดอนุวัจน์และเครื่องมือเชื่อมโยงความด้วยการเพิ่มความ ละความ

สลับข้อความ หรือเปลี่ยนประเภทเครื่องมือเชื่อมโยงความได้เช่นเดียวกับ HT (4) HT สามารถปรับคำบ่งชี้บุคคลและคำปรากฏร่วมให้เข้ากับภาษาปลายทางได้อย่างเป็นธรรมชาติมากกว่า GT (5) อย่างไรก็ตาม HT และ GT ยังใช้คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติมากนักเมื่อเทียบกับคลังข้อมูลเฉพาะทางที่เขียนโดยเจ้าของภาษา (L1) และคลังข้อมูล HT และ GT มีความสอดคล้องกับคลังข้อมูล L1 ในระดับหมวดหมู่ความหมายเท่านั้น แต่หากพิจารณาความถี่อันดับต้น การใช้คำปรากฏร่วมในคลังข้อมูลภาษาแปลยังแตกต่างกับคลังข้อมูล L1 ค่อนข้างชัดเจน

คำสำคัญ: โปรแกรมแปลภาษา การแปลข้อความด้านการท่องเที่ยว คลังข้อมูลภาษา



Thesis Title	A COMPARATIVE STUDY OF HUMAN TRANSLATION AND MACHINE TRANSLATION (GOOGLE TRANSLATE) IN HOTEL WEBSITE FROM THAI TO ENGLISH
Author	Ms. Kanyaphak Sasongkoar
Degree	MASTER OF ARTS
Major Field/Faculty/University	ENGLISH – THAI TRANSLATION DEPARTMENT OF ENGLISH AND LINGUISTICS FACULTY OF LIBERAL ARTS THAMMASAT UNIVERSITY
Thesis Advisor	Assoc.Prof. Nantawan Chuarayapratib, Ph.D.
Academic Years	2019

ABSTRACT

This study investigated the comparison and contrast between human translation and machine translation on hotel websites from English to Thai through three stages: (i) the strategies used in translating informative and vocative texts, (ii) the analysis of translated texts (TT) in lexical, sentence and discourse levels and (iii) the naturalness in TT. Data derived from 29 official hotel websites in Thai version were collected as a source text, and two translated corpora were examined: the English version from those official websites (HT) and another version translated by Google Translate (GT).

The results revealed that literal translation was the highest frequency strategy used in this text type. However, HT represented more universal features of translation than GT especially in vocative texts due to the shift of language at all levels, while the shift at the discourse-level was not found in GT. Moreover, errors caused by improper sentence splitting in GT occurred obviously. Thus, different translation editing and sentence splitting had a great impact on delivering distinctive target language in both versions, i.e., (i) at the lexical level, GT translated general words more accurately than cultural words, while HT could provide more imagery words, synonyms, formal

words and technical terms than GT, (ii) the embedded clause structures from HT and GT were quite similar, while HT could deliver more imperative sentence structures than GT, (iii) the discourse analysis manifested that addition and omission approaches, including converting type of steps and cohesive devices could not be seen in GT, which contradicted HT approaches in transferring these linguistic features to TT, (iv) HT could apply personal deixis and collocation more naturally than GT, compared with a specific corpus written by native speakers (L1); (v) nevertheless, high-frequency collocations from two translated corpora were considerably unrelated to L1 and certain collocations sounded unnatural, and the use of collocations within these three corpora would correspond only when investigated with a particular category of word meaning.

Keywords: Machine Translation, Translation in Tourism Text, Corpus Analysis

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสพงศ์ ศรีพิจารณ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน ชูอารยะประทีป กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ปริมา มัลลิกะมาส ที่ได้เมตตาและสละเวลาให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยจนสำเร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผศ.ดร.เฉลิมศรี จันทสิงห์ อาจารย์พัชรกร น้อยพันธ์ และคณาจารย์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่เคยประสานวิชาความรู้ด้านอักษรศาสตร์ และผลักดันให้ผู้วิจัยมีแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตบนเส้นทางนี้

ขอขอบคุณน.ส. ปฐมาภรณ์ โปะเงิน น.ส. ศิริภัสสร อ่อนเรือง เพื่อนร่วมโครงการฯ และพี่ ๆ กรมอเมริกาและแปซิฟิกได้ทุกท่านที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบคุณศิลปินผู้สร้างสรรค์แรงใจผ่านเสียงดนตรีจนทำให้ผู้วิจัยมีพลังในการทำวิจัย สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้าย ขอขอบคุณครอบครัวที่คอยส่งเสริมและสนับสนุนทุกอย่างในชีวิต

นางสาวกัญญาภัค สาสงเคราะห์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(18)
รายการสัญลักษณ์และคำย่อ	(19)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	4
1.3 คำถามงานวิจัย	4
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.5 สมมติฐานงานวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแปล	7

2.1.1 ทฤษฎีการแปลและการปรับบทแปล	7
2.1.1.1 ทฤษฎีการแปลทั่วไป	7
2.1.1.2 ภาษาแปลที่เป็นธรรมชาติ	9
2.1.1.3 สากลลักษณะของภาษาแปล	11
2.1.1.4 การแปลไทยเป็นอังกฤษ	12
2.1.2 การแปลข้อความจริงใจ	13
2.2 เครื่องมือแปลภาษาและเครื่องมือช่วยแปลภาษา	18
2.2.1 เครื่องมือแปลภาษาและเครื่องมือช่วยแปลภาษา	18
2.2.2 คลังข้อมูลภาษา	21
2.3 แนวคิดและทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	23
2.3.1 การจัดประเภทข้อความ	23
2.3.2 การศึกษาข้อความด้านการท่องเที่ยว	24
2.3.3 การใช้คำสร้างจินตภาพ	26
2.3.3.1 การพรรณนา	26
2.3.3.2 สัญลักษณ์และภาพพจน์	26
2.3.4 ประโยคความซ้อน และประโยคคำสั่ง	27
2.3.4.1 ประโยคความซ้อน	27
2.3.4.2 ประโยคคำสั่ง	28
2.3.5 การเรียงลำดับความคิดและการนำเสนอความคิด	29
2.3.6 เครื่องมือแสดงการเชื่อมโยงความ (Cohesive Devices) การบ่งชี้ (Deixis) และการวิเคราะห์อรรถภาค (Move Analysis)	31
2.3.6.1 เครื่องมือแสดงการเชื่อมโยงความ (Cohesive Devices)	32
2.3.6.2 การบ่งชี้ (Deixis)	33
2.3.6.3 อรรถภาควิเคราะห์ (Move analysis)	35
2.3.7 การศึกษาคำปรากฏร่วม	38
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการแปลงานด้านการท่องเที่ยว	40
2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือแปลภาษา	41

บทที่ 3 วิธีการวิจัย	44
3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย	44
3.2 แหล่งข้อมูลและการสร้างคลังข้อมูล	44
3.3 เครื่องมือในการวิจัย	45
3.4 การรวบรวมข้อมูล	46
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	48
3.6 การตรวจสอบความแม่นยำการแบ่งประเภทข้อมูล	56
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	59
4.1 การวิเคราะห์การแปลตามประเภทข้อความ	59
4.1.1 การแปลข้อความประเภทบอกกล่าว (Informative Text)	59
4.1.1.1 การแปลกฎ/ข้อตกลง/ระเบียบในการเข้าพัก	59
4.1.1.2 การแปลข้อมูลทั่วไป	63
4.1.2 การแปลข้อความประเภททักทาย (Vocative Text)	67
4.1.2.1 การแปลสโลแกน	67
4.1.2.2 การแปลข้อความที่มีการใช้คำสร้างจินตภาพ	70
4.1.2.3 การแปลโปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ	77
4.2 การวิเคราะห์การแปลในระดับต่าง ๆ	83
4.2.1 การแปลในระดับคำ	83
4.2.1.1 กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมและการแปลคำทั่วไป	83
4.2.1.2 การหลากคำ	92
4.2.1.3 ระดับการใช้คำ	93
4.2.1.4 การแปลคำว่า “มี”	94
4.2.1.5 การใช้คำที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบ/คำสร้างจินตภาพ	97
4.2.2 การแปลในระดับประโยค	99
4.2.2.1 การแปลประโยคคำสั่ง	99
4.2.2.2 การแปลอนุประโยค	104

4.2.3 การแปลในระดับข้อความ	111
4.2.3.1 การแบ่งประโยคและการรวมประโยค	111
4.2.3.2 การวิเคราะห์อรรถาธิบาย	116
4.2.3.3 การศึกษาเครื่องมือเชื่อมโยงความ	127
4.3 การวิเคราะห์การใช้คำอย่างเป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง	138
4.3.1 การศึกษาคำบ่งชี้บุคคล	139
4.3.2 การศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์	142
4.3.2.1 การเปรียบเทียบกลุ่มประเภทความหมายของคำปรากฏร่วม โดยรวมแบบไม่จำกัดความถี่	142
4.3.2.2 การเปรียบเทียบคำปรากฏร่วมที่มีความถี่อยู่ในอันดับต้น	149
4.3.2.3 การศึกษาคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติ	154
4.4 ประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือนอกเหนือจากงานวิจัยก่อนหน้า	160
4.4.1 สาทลักษณะของการแปลและภาษาแปลที่เป็นธรรมชาติ	160
4.4.2 การแปลแบบตรงตัวเป็นวิธีที่ปรากฏมากที่สุดจากทั้ง GT และ HT	162
4.4.3 การแปลคำทางวัฒนธรรม	163
4.4.4 NMT มีปัญหาด้านการแปลในระดับประโยคแตกต่างกับมนุษย์ อย่างชัดเจน	165
4.4.5 การปรับภาษาต้นฉบับที่ส่งผลต่อคุณภาพการแปลของ GT	168
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	170
5.1 สรุปผลการวิจัย	170
5.2 แนวทางศึกษาต่อไปในอนาคต	173
รายการอ้างอิง	174
ภาคผนวก	184

ภาคผนวก ก	185
ภาคผนวก ข	191
ภาคผนวก ค	215
ภาคผนวก ง	224
ภาคผนวก จ	241
ประวัติผู้เขียน	247



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางเปรียบเทียบคำบ่งชี้บุคคลที่พบมากที่สุดในแต่ละอัตถภาควของเว็บไซต์ โรงแรมในไทยและเว็บไซต์โรงแรมในนิวซีแลนด์	35
2 ตัวอย่างการแยกประเภทข้อมูล	46
3 ตัวอย่างการแยกวิธีการแปลแบบต่าง ๆ	49
4 ตารางแสดงความถี่การใช้คำคุณศัพท์ perfect unique และ luxurious	55
5 ประเด็นที่เห็นไม่ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตรวจสอบ	57
6 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัวและการแปลแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัว ที่ถูกไวยากรณ์ (GT)	60
7 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัว การเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ และเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)	61
8 ตัวอย่างการแปลโดยการละความ (HT) / การแปลแบบตรงตัวถูกไวยากรณ์ (GT)	61
9 ตัวอย่างการแปลโดยการลดความ การเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ การถอดความ และการละความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)	62
10 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความและการแปลเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัว แบบถูกไวยากรณ์ (GT)	63
11 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัวและแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบ ถูกไวยากรณ์ (GT)	64
12 ตัวอย่างการแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)	65
13 ตัวอย่างการแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า การแปลแบบเพิ่มความ และการแปลแบบตรงตัว (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทาง ผิดไวยากรณ์และการแปลแบบลดความ (GT)	65
14 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทาง ผิดไวยากรณ์ (GT)	66
15 ตัวอย่างการละความไม่แปล และการแปลแบบลดความ (HT) / การแปลตรงตัว ที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)	66

16 ตัวอย่างการแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)	68
17 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัว (GT)	68
18 ตัวอย่างการแปลแบบเปลี่ยนชนิดคำและการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)	69
19 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัว การแปลแบบถอดความ และการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)	69
20 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัวและถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)	70
21 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)	70
22 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัว แบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ แบบเพิ่มความและแบบถอดความ (HT) / การแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์และแบบตรงตัว (GT)	71
23 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า และการแปลแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)	72
24 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)	73
25 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความและการแปลแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลแบบตรงตัว (GT)	74
26 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ และการละความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)	75
27 ตัวอย่างการแปลแบบเปลี่ยนมุมมอง และการแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ และการใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า (GT)	76
28 ตัวอย่างการแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)	78
29 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัวและการแปลแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)	78
30 ตัวอย่างการแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)	79

31 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ การแปลแบบลดความ และการแปลแบบ	80
ลดความ (HT) / การแปลแบบตรงตัวที่ผิดความหมายและไวยากรณ์ (GT)	
32 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ และการแปลแบบเปลี่ยนชนิดของคำ (HT) /	81
การแปลตรงตัวแบบผิดความหมาย (GT)	
33 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัว แบบเปลี่ยนมุมมอง แบบถอดความ และแบบ	82
เปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิด	
ไวยากรณ์ (GT)	
34 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้คำยืม	83
35 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยการบรรยาย	84
36 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม	85
37 การแปลคำทางวัฒนธรรมแบบตรงตัว	85
38 การแปลคำทางวัฒนธรรมแบบแบบถอดความ	86
39 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า	86
40 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า	86
41 การแปลคำทางวัฒนธรรมแบบผสม	87
42 การแปลคำทั่วไปแบบตรงตัว	89
43 การแปลคำทั่วไปแบบเพิ่มความ	90
44 การแปลคำทั่วไปโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า	90
45 การแปลคำทั่วไปโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า	91
46 การแปลคำทั่วไปแบบลดความ	91
47 การแปลคำทั่วไปโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม	91
48 การแปลคำทั่วไปโดยโดยใช้คำยืม	92
49 ตารางแสดงการหลกคำระหว่าง HT และ GT	93
50 ตารางแสดงการใช้ระดับภาษาที่แตกต่างกันระหว่าง HT และ GT	94
51 ตัวอย่างการแปลคำว่า “มี” โดยใช้คำว่า “has” ของ HT และ “There is” ของ GT	94
52 ตัวอย่างการแปลคำว่า “มี” โดยใช้คำว่า “There is” ของ HT และ GT	94
53 ตัวอย่างการแปลคำว่า “มี” โดยใช้คำว่า “There is” และ “with” ของ HT	95
และการใช้ “with” และการใช้โครงสร้าง V. to be + Adj ของ GT	
(ในตัวอย่างนี้ละ V. to be เหลือเพียง Adj)	

54 ตัวอย่างการแปลคำว่า “มี” โดยใช้คำกริยาอื่นที่มีความหมายใกล้เคียงกันของ HT และการใช้ “with” ของ GT	95
55 ตัวอย่างการแปลคำว่า “มี” โดยตัดคำออก แล้วเปลี่ยนโครงสร้างเป็นวลีของ HT และการใช้ “have, with” ของ GT	95
56 ตัวอย่างการแปลคำว่า “มี” โดยใช้คำกริยาอื่นๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงกันของ HT และการใช้ “has” ของ GT	96
57 ตัวอย่างการแปลคำว่า “มี” โดยเปลี่ยนเป็นรูป V. to be + Adj ที่มีความหมายใกล้เคียงกันของ HT และการใช้ “There is” ของ GT	96
58 ตัวอย่างการแปลคำว่า “มี” โดยตัดคำออก แล้วเปลี่ยนโครงสร้างเป็นวลีของ HT และการใช้โครงสร้าง V. to be + Adj ของ GT	96
59 ตารางสรุปความแตกต่างในการแปลคำว่า “มี” ระหว่าง HT และ GT	97
60 ตัวอย่างการใช้คำที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบ/คำสร้างจินตภาพ	98
61 ตัวอย่างการแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิมของ GT	99
62 การแปลโดยเปลี่ยนโครงสร้างเป็น Present Participle ของ GT	100
63 ตัวอย่างการแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิมของ HT	100
64 ตัวอย่างการแปลประโยคคำสั่งโดยเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและตัดคำกริยาเดิมออก	101
65 ตัวอย่างการแปลประโยคคำสั่งโดยเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและเปลี่ยนคำกริยาด้านหน้ามาอยู่ในรูปกรรมวาจก	101
66 ตัวอย่างการแปลประโยคคำสั่งโดยเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและเปลี่ยนคำกริยาด้านหน้าเป็นคำนาม	102
67 ตัวอย่างการแปลประโยคคำสั่งโดยเปลี่ยนเป็นวลีและตัดคำกริยาเดิมออก	102
68 ตัวอย่างการแปลประโยคคำสั่งโดยเปลี่ยนเป็นวลีและคงคำกริยาเดิมไว้	102
69 ตัวอย่างการแปลเป็นประโยคคำสั่ง เพิ่มคำกริยาใหม่ และเปลี่ยนคำกริยาเดิมเป็นคำนาม	103
70 สรุปการแปลประโยคคำสั่งบนเว็บไซต์โรงแรมที่แปลโดย HT และ GT	103
71 ตัวอย่างการแปลอนุประโยคโดยใช้โครงสร้าง with + NP / Present Participle	104
72 ตัวอย่างการแปลอนุประโยคโดยใช้โครงสร้าง ADJ + NP / Relative Clause	105
73 ตัวอย่างการแปลอนุประโยคโดยใช้โครงสร้างนามวลี / Present Participle	105
74 ตัวอย่างการแปลอนุประโยคโดยการแยกประโยค / การใช้โครงสร้าง Past Participle	106

75 ตัวอย่างการแปลงประโยคโดยใช้โครงสร้าง Present-Past Participle / การแปลผิดความหมายและผิดหลักไวยากรณ์	106
76 ตัวอย่างการแปลงประโยคโดยเปลี่ยนเป็นวลี + ใช้เครื่องหมายคอมมา / การแยกประโยค	107
77 ตัวอย่างการแปลงประโยคโดยเปลี่ยนเป็นวลี + ใช้เครื่องหมายคอมมา / การแบ่งประโยคผิด	107
78 ตัวอย่างการแปลงประโยคโดยใช้โครงสร้าง Past Participle	108
79 ตัวอย่างการแปลงประโยคโดยใช้โครงสร้าง Relative Clause / with + NP	108
80 ตัวอย่างการเลือกอนุประโยคที่ต่างกันระหว่าง HT และ GT	109
81 ตัวอย่างการเลือกอนุประโยคที่ต่างกันระหว่าง HT และ GT	110
82 ตารางสรุปการเปรียบเทียบการแปลงประโยคของประโยคความซ้อน	110
83 ตัวอย่างการแบ่งประโยคระหว่าง HT และ GT	111
84 ตัวอย่างประโยคขาดประธาน	112
85 ตัวอย่างการจบประโยคที่นามวลี	112
86 ตัวอย่างการจบประโยคที่ส่วนขยาย	113
87 ตัวอย่างการแยกส่วนของประโยคที่มีคำสันธาน	114
88 ตัวอย่างการรวมประโยคเป็นประโยคความซ้อนของ HT	114
89 ตัวอย่างการรวมประโยคที่เกิดจากการแบ่งประโยคไม่ถูกต้องของ GT	115
90 ตัวอย่างการเพิ่มอนุวัจน์ของ HT	122
91 ตัวอย่างการรวมอนุวัจน์จากคลังข้อมูลภาษาที่เขียนโดยเจ้าของภาษา (L1)	124
92 ตัวอย่างการรวมอนุวัจน์ cs+gf	125
93 ตัวอย่างการรวมอนุวัจน์ gf+df	126
94 ตัวอย่างการรวมอนุวัจน์ tg+df	126
95 ตัวอย่างการแปลการอ้างถึงโดยใช้คำชี้เฉพาะที่เหมือนกับต้นฉบับของ HT และ GT	127
96 ตัวอย่างการเพิ่มเครื่องมือเชื่อมโยงความประเพณีการอ้างถึงของ HT	128
97 ตัวอย่างการละไม่แปลเครื่องมือเชื่อมโยงความประเพณีการอ้างถึงของ HT	129
98 ตัวอย่างการแปลเครื่องมือเชื่อมโยงความประเพณีการละและการแทนที่ของ HT และ GT	130
99 ตัวอย่างการแปลคำสันธานให้อยู่ในรูปเดิมของ HT และ GT	132
100 ตัวอย่างการละคำสันธานในภาษาปลายทางของ HT	132

101 ตัวอย่างการเพิ่มคำสันธานในภาษาปลายทางของ HT	133
102 ตัวอย่างการซ้ำคำที่เหมือนกันระหว่าง HT และ GT	134
103 ตัวอย่างการใช้คำจากกลุ่มที่เหมือนกันระหว่าง HT และ GT	135
104 ตัวอย่างการซ้ำคำที่ไม่เหมือนกันระหว่าง HT และ GT	136
105 ตารางแสดงคำบ่งชี้บุคคลบนเว็บไซต์โรงแรมจากคลังข้อมูล HT คลังข้อมูล GT และคลังข้อมูล L1	189
106 ตารางแสดงการเรียงลำดับความถี่ในการใช้คำบ่งชี้บุคคลจากมากไปน้อย	140
107 ตารางแสดงตัวอย่างการเพิ่มคำว่า our แทนชื่อโรงแรมของ HT	140
108 ตารางแสดงตัวอย่างการใช้คำว่า your แทนคำว่า you ของ HT	140
109 ตารางแสดงตัวอย่างการละคำว่า you ด้วยการเปลี่ยนรูปประโยค ของ HT	141
110 ตารางแสดงตัวอย่างการละคำว่า you โดยใช้คำว่า guest ของ HT	141
111 ตารางเปรียบเทียบหมวดคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect”	143
112 ตารางเปรียบเทียบคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect”	143
113 ตารางเปรียบเทียบหมวดคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique”	145
114 ตารางตัวอย่างคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique”	146
115 ตารางเปรียบเทียบหมวดคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious”	147
116 ตารางตัวอย่างคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious”	148
117 ตารางคำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “perfect”	149
118 ตารางคำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “unique”	151
119 ตารางคำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “luxurious”	152
120 ตารางแสดงคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า perfect	154
121 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม perfect + menu	155
122 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม perfect + wine	155
123 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม perfect + beach	155
124 ตารางแสดงคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า unique	156
125 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม unique + taste	156
126 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม unique + blend	157
127 ตารางแสดงคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า unique	157
128 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม luxurious + feature	158
129 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม luxurious + atmosphere	158

130 ความแตกต่างของการเลือกใช้คำระหว่าง HT และ GT	162
131 ตัวอย่างการตีความพจน์ที่ต่างกันระหว่าง HT และ GT	163
132 ตัวอย่างการแปลผิดความหมายของ GT	166
133 การแปลสำนวนอย่างตรงตัวของ GT	168
134 ตารางแสดงภาษาต้นฉบับที่ใช้คำไม่เหมาะสมและส่งผลต่อการแปลของ GT	169
135 ตารางการตรวจแก้การแยกประเภทข้อความ	185
136 ตารางการตรวจแก้กลวิธีการแปลโดยผู้มีความรู้ด้านการแปล	191
137 ตัวอย่างอนุวัจน์ที่พบในกลุ่มตัวอย่าง	241



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 การเปรียบเทียบคุณภาพการแปลระหว่าง PBMT, NMT และการแปลด้วยมนุษย์	2
2 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลการแปลกฎ/ข้อตกลง/ระเบียบในการเข้าพัก	59
3 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลข้อมูลทั่วไป	64
4 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลการสโลแกน	67
5 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลการสโลแกนข้อความที่มีการใช้คำสร้างจินตภาพ	71
6 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลโปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ	77
7 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ในคลังข้อมูล L1 โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	215
8 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ในคลังข้อมูล HT โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	216
9 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ในคลังข้อมูล L1 โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	217
10 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูล L1 โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	218
11 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูล HT โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	219
12 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูล GT โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	220
13 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูล L1 โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	221
14 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูล HT โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	222
15 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูล GT โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance	223

รายการสัญลักษณ์และคำย่อ

สัญลักษณ์/คำย่อ	คำเต็ม/คำจำกัดความ
SL	ภาษาต้นฉบับ (Source Language)
HT	การแปลโดยมนุษย์ (Human Translation)
GT	การแปลโดยโปรแกรมแปลภาษา (Google Translation)
L1	คลังข้อมูลเฉพาะทางเว็บไซต์โรงแรมเขียนเป็น ภาษาอังกฤษโดยเจ้าของภาษา
NMT	ระบบการแปลโครงข่ายประสาท (Neural Machine Translation)
ADJ	คำคุณศัพท์ (Adjective)
NP	นามวลี (Noun Phrase)
PP	บุพบทวลี (Prepositional Phrase)
DET	คำนำหน้านาม (Determiner)
N	คำนาม (Noun)
V	คำกริยา (Verb)

บทที่ 1

บทนำ

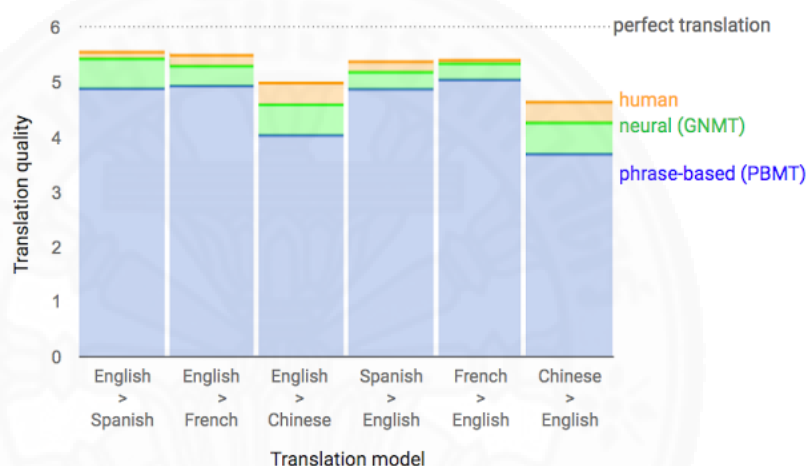
1.1 ที่มาและความสำคัญ

เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพการทำงานในอุตสาหกรรมเกือบทุกภาคส่วน รวมถึงอุตสาหกรรมการแปลที่ต้องใช้ทักษะขั้นสูงของมนุษย์ในการทำงาน โดยเทคโนโลยีการแปลได้รับความนิยมมากขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ (Zhang & Cai, 2015) เห็นได้จากการพัฒนาเทคโนโลยีช่วยแปล และโปรแกรมแปลภาษาสำเร็จรูปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ค.ศ. 1930 จากการใช้ระบบ Rule-based (RBMT) ซึ่งแปลตามกฎของหลักภาษาศาสตร์ที่กำหนดไว้ จนถึงระบบ Corpus-based ซึ่งแปลโดยใช้ข้อมูลจากคลังข้อมูลสองภาษา (CBMT) (Chérargui, 2012) และแม้นักวิชาการบางกลุ่มจะมองว่าการแปลเป็นความสามารถของมนุษย์ที่เทคโนโลยีไม่อาจลอกเลียนแบบได้ และยังคงอาศัยความสามารถของมนุษย์ในการตรวจทานแก้ไข แต่ก็มีผลสำรวจเผยว่า กลุ่มนักแปลในบางบริษัทพึงพอใจกับการใช้เทคโนโลยีช่วยแปลมากกว่าร้อยละ 80 เพราะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแปลให้สูงขึ้น (Jared, 2013 อ้างถึงใน Zhang & Cai, 2015)

อย่างไรก็ดี การใช้เทคโนโลยีช่วยแปลมักได้ผลดีกับการแปลงานเฉพาะทาง หากมีข้อมูลหน่วยความจำสำหรับการแปล (translation memory) และคำศัพท์เฉพาะ (termbase) ที่ถูกต้องและครอบคลุมมากพอ (จุฑามาศ อยู่เจริญ, 2559) และอาจยังไม่เหมาะกับงานวรรณกรรม หรืองานเขียนที่ต้องการสื่ออารมณ์หรือจูงใจผู้อ่าน อาทิ สุนทรพจน์ งานโฆษณาต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือช่วยแปลมักจำกัดการใช้งานอยู่ในกลุ่มผู้แปลงานเฉพาะด้านเท่านั้น ในขณะที่โปรแกรมแปลภาษาก็ยังไม่เป็นที่นิยมในวงการแปลมากนัก เนื่องจากข้อความในภาษาปลายทางยังมีข้อบกพร่องอยู่มาก ทั้งปัญหาความแตกต่างของคำศัพท์ ปัญหาโครงสร้างภาษาที่กำกวม และปัญหาความแตกต่างด้านโครงสร้างทางไวยากรณ์ (Hutchins, 2007) ในทางกลับกันกลุ่มคนที่นิยมใช้เครื่องมือแปลภาษากลับเป็นบุคคลทั่วไปที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วของข้อมูล และไม่ต้องการความแม่นยำสูงมากนัก อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้เพื่อการสื่อสารในระดับหนึ่งเท่านั้น โดยเครื่องมือแปลภาษาในปัจจุบันมีบริการทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ และแบบที่เสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย อาทิ Google Translate Bing Translator

Google Translate เป็นเครื่องมือแปลภาษาออนไลน์ที่พัฒนาโดย Google สามารถแปลเป็นภาษาต่าง ๆ ได้มากถึง 103 ภาษา และใช้งานได้ทั้งบนเว็บไซต์ translate.google.com Chrome Browser แอปพลิเคชันในระบบ Android และระบบ iOS รวมถึง Enterprise API ซึ่งมีผู้เข้าใช้ประมาณ 500 ล้านคนทั่วโลกต่อเดือน มีการแปลข้อมูลต่าง ๆ วันละ 1,000 ครั้ง รวมแล้วมากกว่าวันละ

140,000 คำ ซึ่งเดิมที Google Translate ใช้ระบบ Phrase-Based Machine Translations หรือ PBMT โดยแปลจากการตัดข้อความทีละส่วน จนกระทั่งปี 2016 ได้เปลี่ยนมาใช้ระบบ Google Neural Machine Translation (GNMT) ที่เลียนแบบระบบประสาทของมนุษย์ด้วยวิธีการป้อนฐานข้อมูลจำนวนมากและแปลประโยคเป็นภาพรวมโดยประมวลผลข้อมูลจากบริบทมากขึ้น ทำให้การประมวลผลเป็นไปอย่างแม่นยำและเป็นธรรมชาติมากขึ้น อีกทั้งช่วยลดความผิดพลาดของการแปลลงได้ 55-85% โดยประเทศไทยได้เข้าร่วมระบบนี้ตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม 2017 (“เจาะลึกการทำงานของ Neural Machine Translation,” 2017)



ภาพที่ 1 การเปรียบเทียบคุณภาพการแปลระหว่าง PBMT, NMT และการแปลด้วยมนุษย์ (ภาพจาก <https://ai.googleblog.com/2016/09/a-neural-network-for-machine.html>)

อย่างไรก็ดี การแปลโดยใช้ Google Translate ยังไม่ได้รับการยอมรับมากนักเพราะยังมีข้อผิดพลาดปรากฏอยู่ อาทิ ปัญหาการแปลข้อความระดับย่อหน้า ปัญหาเรื่องการเลือกใช้คำ ปัญหาคำทางวัฒนธรรม ปัญหาการตัดทอนคำ (กมล เกตุพันธ์ และวราภรณ์ ศรีเพ็ชรพันธุ์, 2016) ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาความสามารถในการแปลและข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากโปรแกรม Google Translate พัฒนาเป็นระบบ Neural Machine Translation (NMT) โดยมุ่งความสนใจไปที่ข้อมูลบนเว็บไซต์ของโรงแรม เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ไม่ยากและไม่ง่ายจนเกินไป มีความเฉพาะทาง และทำหายตัวซอฟต์แวร์ได้ในระดับหนึ่ง เพราะนอกเหนือจากประเด็นเรื่องความถูกต้องแล้ว ยังมีปัจจัยเรื่องความงามทางภาษาเข้ามาเกี่ยวข้องอีกด้วย กล่าวคือ ข้อมูลบนเว็บไซต์โรงแรม เป็นทั้งข้อความที่บอกกล่าวข้อมูลทั่วไปของโรงแรมและที่พ้องโดยตรงไปตรงมา และเป็นข้อความในเชิงโฆษณาที่ใช้ภาษาจูงใจผู้อ่านให้มาใช้บริการ

ด้วยอสังการทางภาษาจากการสร้างจินตภาพและการใช้ภาพพจน์ เช่น การอุปมา การอุปลักษณ์ การกล่าวเกินจริง เป็นต้น

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพราะการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (ราณี อีสัยกุล, 2558) และผู้คนที่สนใจเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งเป็นผู้บริโภคและผู้ผลิตเอง โดยในปี 2018 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทยถึง 38.27 ล้านคน และทำรายได้ให้แก่ประเทศถึง 2 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2019) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจการท่องเที่ยวกำลังเติบโต และมีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้ประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจสาขาโรงแรมและภัตตาคารที่ขยายตัวขึ้นร้อยละ 7.9 ในปี 2018 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2019) และมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะเมื่อรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงธรรมชาติมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจที่พิกตามชนบทมากขึ้นในหลายรูปแบบ ทั้งโฮสเทล เกสเฮาส์ และโฮมสเตย์ ซึ่งดำเนินธุรกิจโดยคนท้องถิ่น ดังนั้น การแปลงานสาขานี้ยังเป็นสาขาหนึ่งที่จำเป็น เนื่องจากผู้ประกอบการยังคงต้องการข้อมูลโฆษณาธุรกิจภาษาอังกฤษที่มีจุดขายด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติ และหากเครื่องมือแปลภาษาสามารถพัฒนาจนมีประสิทธิภาพมากพอ ก็อาจช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจด้านนี้มากขึ้น

ปัจจุบันงานวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีการแปลเน้นไปที่การพัฒนาระบบ การตรวจสอบประสิทธิภาพงานแปล และการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในขณะที่การศึกษาการแปลข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแขนงต่าง ๆ ก็เน้นเรื่องกลวิธีการแปลหรือการเลือกใช้คำศัพท์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น รวมถึงการศึกษาการเปรียบเทียบการแปลระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษาด้านการท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุมถึงการแปลข้อมูลประเภทจูงใจ (persuasive text) จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ อีกทั้ง การใช้โปรแกรมแปลภาษา Google Translate ระหว่างภาษาตะวันตกด้วยกันก็มีประสิทธิภาพมากกว่าการแปลภาษาตะวันออก (Aiken & Balan, 2011) และการแปลจากโหมตภาษาอื่น ๆ โดยเฉพาะภาษาตะวันออกไปยังภาษาอังกฤษยังมีปัญหาเรื่องความแม่นยำในภาษาปลายทางอยู่ (Balk et al., 2012 อ้างใน Vidhayasai, Keyuravong & Bunsom, 2015) งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งศึกษาเชิงเปรียบเทียบของการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ รวมถึงศึกษาข้อผิดพลาดหรือประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการแปล เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยและพัฒนาเครื่องมือแปลภาษาต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เปรียบเทียบกลวิธีการแปลเว็บไซต์โรงแรมจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) ตามประเภหตุมุ่งหมายของงานเขียน

1.2.2 ศึกษาการแปลเว็บไซต์โรงแรมจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) ในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ

1.2.3 ศึกษาความเป็นธรรมชาติของการใช้คำปรากฏร่วมและคำบ่งชี้บุคคลในงานแปลเว็บไซต์โรงแรมโดยมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

1.3 คำถามงานวิจัย

1.3.1 กลวิธีการแปลข้อความเพื่อบอกกล่าวข้อมูล (Informative Text) และข้อความจูงใจ (Vocative Text) บนเว็บไซต์โรงแรมของมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา Google Translate จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

1.3.2 การแปลเว็บไซต์โรงแรมของมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา Google Translate ในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

1.3.3 การใช้คำปรากฏร่วมและคำบ่งชี้บุคคลในงานแปลเว็บไซต์โรงแรมของมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) มีความเป็นธรรมชาติเหมือนหรือต่างกันอย่างไร เมื่อเทียบกับคลังข้อมูลเว็บไซต์โรงแรมภาษาอังกฤษที่เขียนโดยเจ้าของภาษา

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

ศึกษาการแปลเว็บไซต์โรงแรมโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากเว็บไซต์โรงแรมในประเทศไทยที่มีข้อมูลบนเว็บไซต์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น คำโปรย ข้อมูลห้องพัก ข้อมูลการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น แต่ไม่รวมข้อมูลในส่วนที่เป็นข้อตกลงและเงื่อนไข นโยบาย ความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์ นโยบายคุกกี้ เนื่องจากข้อความดังกล่าวเป็นภาษาเชิงกฎหมายมากกว่า

1.5 สมมติฐานงานวิจัย

1.5.1 มนุษย์มีกลวิธีการแปลข้อความเพื่อบอกกล่าวและข้อความจูงใจบนเว็บไซต์โรงแรมจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษได้หลากหลายกว่าเครื่องมือแปลภาษา Google Translate

1.5.2 เครื่องมือแปลภาษา Google Translate สามารถแปลเว็บไซต์โรงแรมจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในระดับคำได้ใกล้เคียงกับมนุษย์ แต่ยังไม่สามารถใช้โครงสร้างภาษาในระดับประโยคและเรียงลำดับข้อความในระดับข้อความได้หลากหลายเท่ามนุษย์ และอาจพบปัญหาในการแปลมากกว่ามนุษย์

1.5.3 การใช้คำปรากฏรวมและคำบ่งชี้บุคคลในงานแปลเว็บไซต์โรงแรมโดยเครื่องมือแปลภาษา Google Translate อาจมีความเป็นธรรมชาติได้น้อยกว่าการแปลโดยมนุษย์ เมื่อเทียบกับคลังข้อมูลเว็บไซต์โรงแรมภาษาอังกฤษที่เขียนโดยเจ้าของภาษา

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบข้อแตกต่างในการแปลข้อความเพื่อบอกกล่าวข้อมูลและข้อความจริงที่ปรากฏบนเว็บไซต์โรงแรมของมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

1.6.2 ทราบข้อแตกต่างการแปลเว็บไซต์โรงแรมจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) ในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ

1.6.3 เป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมแปลภาษาโหมดการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น

กำหนดให้ข้อมูลภาษาอังกฤษที่ปรากฏบนเว็บไซต์โรงแรมในโหมดภาษาอังกฤษเป็นข้อความฉบับแปลที่แปลโดยมนุษย์ (HT)

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาความแตกต่างในการแปลข้อมูลบนเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา Google Translate โดยเปรียบเทียบเทคนิคการแปลที่ปรากฏในภาษาปลายทางทั้งในข้อความประเภทบอกกล่าวข้อมูล และข้อความจูงใจ รวมถึงศึกษาความแตกต่างของการแปลในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ ตลอดจนเปรียบเทียบการเลือกใช้คำอย่างเป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบความคิดในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแปล

2.1.1 ทฤษฎีการแปลและการปรับบทแปล

2.1.2 การแปลข้อความจูงใจ

2.2 เครื่องมือแปลภาษาและเครื่องมือช่วยแปลภาษา

2.2.1 เครื่องมือแปลภาษา

2.2.2 คลังข้อมูลภาษา

2.3 แนวคิดและทฤษฎีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 การจัดประเภทข้อความ

2.3.2 การศึกษาข้อความด้านการท่องเที่ยว

2.3.3 การใช้คำสร้างจินตภาพ

2.3.4 ประโยคความซ้อน และประโยคคำสั่ง

2.3.5 การเรียงลำดับความคิดและการนำเสนอความคิด

2.3.6 เครื่องมือแสดงการเชื่อมโยงความ การบ่งชี้ และการวิเคราะห์อรรถภาค

2.3.7 การศึกษาคำปรากฏร่วม

2.4 เอกสารงานและวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปลงานด้านการท่องเที่ยว

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือแปลภาษา

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแปล

2.1.1 ทฤษฎีการแปลและการปรับบทแปล

2.1.1.1 ทฤษฎีการแปลทั่วไป

J.C. Catford (1965, p. 20) กล่าวว่า “การแปล หมายถึง การแทนที่ของคำในภาษาปลายทางที่มีความหมายเทียบเคียงกันกับภาษาต้นฉบับ” โดยอาจแทนที่ได้ทั้งหมด เรียกว่า การแปลแบบทั้งหมด (full translation) หรืออาจแทนที่ได้เพียงบางส่วน เรียกว่า การแปลบางส่วน (partial translation) ซึ่งการจำแนกดังกล่าวเป็นการจำแนกตามสัดส่วนภาษาปลายทางที่เปลี่ยนไปจากต้นฉบับ แต่หากพิจารณาถึงจุดมุ่งหมายในงานแปลเป็นหลัก จะสามารถแบ่งประเภทการแปลได้ทั้งหมด 3 ประเภท (Hatim & Mason 1990, p.16 อ้างถึงใน สุพรรณิ ปันมณี, 2546, น. 13-14) ดังนี้

(1) การแปลแบบยึดผู้เขียนเป็นหลัก (author-centred translating)

การแปลที่ยึดเจตนารมณ์ของผู้เขียนเป็นหลักกว่าต้องการถ่ายทอดอะไร โดยผู้เขียนและผู้แปลอาจทำงานร่วมกัน เพื่อตรวจสอบว่าการตีความของผู้แปลเป็นไปในทางเดียวกันกับผู้เขียนหรือไม่

(2) การแปลแบบยึดสิ่งที่แปลเป็นหลัก (text-centred translating)

การแปลงานที่ยึดเรื่องความถูกต้องของเนื้อหาเป็นหลัก โดยไม่จำเป็นต้องเน้นว่าใครเป็นผู้เขียน หรือผู้เขียนต้องการสื่ออะไร เช่น งานประเภทกฎหมาย หรือข้อระเบียบต่าง ๆ

(3) การแปลแบบยึดผู้อ่านเป็นหลัก (reader-centred translating)

การแปลที่คำนึงถึงปฏิกิริยาการตอบสนองของผู้อ่านเป็นอันดับแรก และค่อยพิจารณาถึงผู้เขียนและตัวเนื้อหาตามมา

อย่างไรก็ดี เมื่อกล่าวถึงการแปลภาษา มักมีเรื่องลักษณะเฉพาะทางภาษา หรือรูปแบบการใช้ภาษาและความหมายของภาษาเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นสองสิ่งที่มีความสัมพันธ์กัน และไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะบางครั้งรูปแบบของภาษาเป็นตัวสื่อความหมายของภาษา และบางครั้งความหมายของภาษาก็คือตัวกำหนดรูปแบบการใช้ภาษาเช่นกัน ทำให้เกิดการแบ่งประเภทของการแปลใหญ่ๆ ได้อีก 2 ประเภท ได้แก่ การแปลแบบตรงตัว (Literal Translation) และการแปลแบบเอาความ (Free Translation) (อลิสสา วานิชดี, 2556)

การแปลแบบตรงตัว (Literal Translation) เป็นการแปลที่เน้นการรักษารูปแบบของภาษาต้นฉบับมากกว่าเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อ โดย Nida (1964) เสนอว่า การแปลแบบเน้นรักษารูปแบบต้นฉบับ (Formal Equivalence Translation) จะคำนึงถึงรูปแบบมากกว่าเนื้อหา โดยสร้างองค์ประกอบทางภาษา 3 อย่างขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง ได้แก่ 1) หน่วยทางไวยากรณ์ (grammatical units) หากภาษาต้นฉบับมีการใช้ไวยากรณ์อย่างไร ภาษาปลายทางต้องใช้อย่างนั้น ไม่มีการเปลี่ยนชนิดหรือหน้าที่ของหน่วยคำ ไม่มีการแยกประโยค และต้องรักษาเครื่องหมายวรรคตอนต่าง ๆ ไว้

เหมือนเดิม 2) ความสม่ำเสมอในการใช้คำศัพท์ (consistency in word usage) เช่น การใช้ศัพท์เฉพาะให้เหมือนกับต้นฉบับ และ 3) ความหมายจากต้นฉบับ (meaning in terms of source context) ซึ่งภาษาปลายทางต้องรักษาความหมายดั้งเดิมของภาษาต้นฉบับ โดยไม่มีความคิดเห็นหรือความรู้สึกใด ๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากสิ่งที่ปรากฏอยู่ในต้นฉบับ สอดคล้องกับวิธีการแปลของ Newmark (1988)

1) แบบ word-for-word translation หรือการแปลแบบคำต่อคำ โดยไม่คำนึงถึงบริบท เพื่อดูแลไวยากรณ์ของภาษาต้นฉบับ แต่ไม่สามารถสื่อความหมายได้ครบถ้วน 2) การแปลแบบ literal translation หรือ การแปลแบบตรงตัวที่ใช้โครงสร้างในภาษาปลายทางเทียบเคียงได้กับภาษาต้นฉบับ โดย Vinay & Darbelnet (1995) ได้ระบุไว้ว่า literal translation เป็นการแปลแบบคำต่อคำในระดับอนุประโยคหรือระดับประโยค มีรูปแบบและความหมายที่เทียบเคียงกันระหว่างภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทาง 3) การแปลแบบ faithful translation การแปลที่สื่อตรงต่อต้นฉบับและผู้เขียนมากที่สุด เน้นการแปลความหมายให้เทียบเคียงกับภาษาต้นฉบับมากที่สุดเท่าที่โครงสร้างในภาษาปลายทางจะทำได้ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับวิธี borrowing วิธีการแปลโดยตรงของ Vinay & Darbelnet (1995, pp. 31-41) ที่นำคำในภาษาต้นฉบับมาใช้ในภาษาปลายทางโดยตรง และ calque ซึ่งหมายถึง การนำรูปแบบในระดับกลุ่มคำของภาษาต้นฉบับมาแปลตรงตัวให้มีความหมายเทียบเคียงกันในภาษาปลายทาง

การแปลแบบเอาความ (Free translation) เป็นการแปลที่เน้นการถ่ายทอดเนื้อหา มากกว่าการถ่ายทอดลักษณะทางภาษา โดยสอดคล้องกับแนวคิดการแปลแบบเทียบเคียง หรือ Dynamic Equivalence Translation ที่เน้นการหาความหมายเทียบเคียงในภาษาต้นฉบับมาสื่อสารในภาษาปลายทางให้เป็นธรรมชาติ (Nida, 1964) แนวคิดการแปลแบบเอาความนี้ครอบคลุมวิธีการแปลของ Newmark 4 วิธี ที่อยู่ฝั่งเน้นภาษาปลายทางเป็นหลัก ได้แก่ 1) adaptation การแปลที่รักษาเฉพาะเนื้อหา และปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เข้าใจชัดเจนขึ้น เป็นการแปลที่อิสระที่สุด มักใช้กับการแปลบทละคร หรือกวีนิพนธ์ ซึ่งสอดคล้องกับคำนิยามของ Vinay & Darbelnet (1995) ที่กล่าวว่า adaptation หมายถึง การดัดแปลงภาษาปลายทางขึ้นมาใหม่ แต่ยังคงเทียบเคียงเนื้อหาหลัก ๆ ตามต้นฉบับเดิม 2) free translation การแปลที่คงเนื้อหาไว้ และเปลี่ยนรูปแบบในภาษาปลายทาง เช่น การแปลแบบถอดความ (paraphrase) โดยอาจเพิ่มเติมข้อมูลมาให้ยาวกว่าต้นฉบับ 3) idiomatic translation เป็นการถ่ายทอดสารโดยเขียนกล่าวซ้ำ อาจมีการเปลี่ยนแปลงระดับความหมายบ้าง แต่แก่นสำคัญโดยรวมยังเหมือนเดิม และใช้คำในภาษาปลายทางมาเทียบเคียง มักใช้แปลสำนวน 4) communicative translation การแปลที่เน้นการส่งสารให้ผู้อ่านเข้าใจ โดยตัวเนื้อหาและภาษาต้องเป็นที่ยอมรับได้ และยังสอดคล้องกับวิธีที่อยู่ฝั่งที่เน้นภาษาต้นฉบับอีกหนึ่งวิธี คือการแปลแบบ semantic translation ที่เน้นการถ่ายทอดความหมายและความสุนทรีย์ตามต้นฉบับ อาจยืดหยุ่นและมีการเปลี่ยนแปลงรูปประโยคได้ (Newmark, 1988)

นอกจากนี้ Newmark (1988) ได้เสนอไว้ว่า “translation method” และ “translation procedure” นั้นต่างกัน โดย translation method เกี่ยวข้องกับวิธีการแปลข้อความโดยรวมทั้งหมด แบ่งออกเป็นสองฝั่ง คือ ฝั่งที่เน้นภาษาต้นฉบับ และฝั่งที่เน้นภาษาปลายทาง ในขณะที่ translation procedure เป็นวิธีการแปลที่เกี่ยวข้องในระดับประโยคและหน่วยของภาษาที่เล็กกว่า มีหลายประเภท ซึ่งบางวิธีก็จัดอยู่ในกลุ่มวิธีการแปลทางอ้อม (oblique translation) ของ Vinay & Darbelnet (1995) เช่น 1) transposition หมายถึง วิธีการเปลี่ยนแปลงทางไวยากรณ์จากภาษาต้นฉบับเป็นภาษาปลายทาง โดยที่ความหมายยังคงเดิม แบ่งเป็น 3 แบบ ได้แก่ การเปลี่ยนพจน์จากเอกพจน์เป็นพหูพจน์ การเปลี่ยนโครงสร้างไวยากรณ์เมื่อไม่มีโครงสร้างนั้นในภาษาปลายทาง และการเปลี่ยนโครงสร้างไวยากรณ์เมื่อโครงสร้างในภาษาปลายทางไม่เป็นธรรมชาติ โดย Newmark มองว่าบางครั้งก็มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างโดยไม่จำเป็น 2) Modulation หมายถึง วิธีการแปลแบบเปลี่ยนมุมมองให้ต่างจากต้นฉบับ โดยที่ความหมายยังคงเดิมและถูกไวยากรณ์ในภาษาปลายทาง ซึ่ง Newmark เสนอว่า ควรใช้เมื่อภาษาปลายทางไม่เป็นธรรมชาติเท่านั้น 3) Equivalence หมายถึง วิธีการแปลโดยการหาคำในภาษาปลายทางให้มีความหมายเทียบเคียงกับภาษาต้นฉบับมากที่สุด 4) Compensation การแปลที่มีการสูญเสียความหมายในส่วนใดส่วนหนึ่งของประโยค และชดเชยในส่วนอื่นแทน 5) Reduction and Expansion การลดและการเพิ่มข้อมูลในภาษาปลายทาง 6) Paraphrase การแปลโดยเน้นความหมายของข้อความ โดยเปลี่ยนรูปแบบการเขียน เป็นต้น

2.1.1.2 การแปลภาษาที่เป็นธรรมชาติ

การเทียบเคียงภาษาต้นฉบับให้ได้ภาษาปลายทางที่เป็นธรรมชาติ (dynamic equivalence translation) ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) การเทียบเคียง (equivalence) ซึ่งเน้นไปที่ภาษาต้นฉบับ 2) ความเป็นธรรมชาติ (natural) เน้นไปที่ภาษาปลายทาง และ 3) ความใกล้เคียงกัน (closeness) ที่ผสมภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทางอย่างลงตัว โดยความเป็นธรรมชาตินี้ต้องมีความเข้ากับภาษาและวัฒนธรรมปลายทางทุกด้าน ต้องเหมาะสมกับบริบทที่จะสื่อออกไป และเข้ากับผู้รับสารในภาษาปลายทาง บทแปลที่เป็นธรรมชาติจะไม่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกที่กำลังอ่านงานแปลอยู่ และผู้รับสารต้องมีท่าทีตอบโต้เช่นเดียวกับการอ่านภาษาต้นฉบับ (Nida, 1964) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Jakobson (1959 อ้างถึงใน Bayani, 2016) ที่กล่าวว่า งานแปลที่เป็นธรรมชาติไม่ใช่การถ่ายโอนข้อมูลเพียงบางหน่วยจากภาษาหนึ่งไปอีกภาษาหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นการถ่ายโอนข้อความทั้งหมด โดยความยากของการแปลภาษาให้เป็นธรรมชาติคือ ระดับความยากของภาษาต้นฉบับ และความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ผู้แปลจึงต้องใส่ใจวัฒนธรรมของภาษาปลายทางเป็นอย่างมาก โดยอาจแก้ปัญหาด้วยการใช้เทคนิคการแปลต่าง ๆ อาทิ การแปลแบบเปลี่ยนมุมมอง (modulation) ที่มีหลายรูปแบบ เช่น การเปลี่ยนรูปกรรมาจกเป็นกรรตุวาท การใช้คำปฏิเสธ การใช้คำตรงข้าม เป็นต้น (Putranti, 2018)

As-Safi & Ash-Sharifi (n.d.) เสนอว่า ระดับของความเป็นธรรมชาติทางภาษา แบ่งได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับคำ ระดับประโยค ระดับเชื่อมความ และระดับสำนวน โดยลักษณะของภาษาแปลที่เป็นธรรมชาติมี 5 ข้อ ได้แก่ 1) มีการจัดรูปแบบทางภาษาที่ดี (well-formedness) หมายถึง การเรียบเรียงภาษาหรือรูปประโยคให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ แต่ Sinclair (1983) ได้แย้งว่า รูปประโยคที่ดีไม่ได้หมายความว่าภาษานั้นจะเป็นธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ภาษาพูดในชีวิตประจำวันที่มีกผิดหลักไวยากรณ์ 2) เป็นที่ยอมรับได้ (acceptability) 3) มีสำนวนภาษาเหมือนภาษาปลายทาง (idiomaticity) หมายถึง มีการใช้สำนวน ภาษิต และคำปรากฏร่วมที่เป็นธรรมชาติในวัฒนธรรมของภาษาปลายทาง 4) มีความถูกต้อง (authenticity) ซึ่งเกิดจากการจัดรูปแบบภาษาที่ดีและการเป็นที่ยอมรับ โดยเป็นสมดุลระหว่างการสร้างสรรค์และการคงเนื้อหาในภาษาปลายทางให้เป็นธรรมชาติได้ และ 5) มีความเป็นปัจจุบัน (contemporaneity) เพื่อให้เข้ากับผู้อ่านในภาษาปลายทางเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป โดยลักษณะของภาษาดังกล่าวจะส่งผลให้ภาษาปลายทางมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจภาษาปลายทางได้อย่างสิ้นไหล และไม่เกิดคำถามตามมา

นอกจากนี้ Nida (1964) ได้กล่าวว่า การทำภาษาปลายทางให้เป็นธรรมชาติ เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนในระดับคำและระดับไวยากรณ์ สอดคล้องกับแนวคิดการปรับบทแปลของสัญญาวิ สายบัว (2542, น. 63-78) ที่เสนอว่า ผู้แปลควรปรับบทแปลเมื่อมีความจำเป็นเท่านั้น กล่าวคือ เมื่อเกิดข้อจำกัดทางภาษาที่อาจทำผู้อ่านภาษาปลายทางไม่เข้าใจความหมายต้นฉบับหากแปลตรงตัว โดยได้จำแนกการปรับบทแปลเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับคำ และระดับโครงสร้างทางภาษา ซึ่งการปรับบทแปลระดับคำจะกระทำเมื่อภาษาปลายทางไม่มีคำที่อ้างถึงสิ่งเดียวกับคำในภาษาต้นฉบับ มีทั้งหมด 5 วิธี ดังนี้

(1) การเติมคำอธิบาย หมายถึง การเพิ่มคำที่ไม่ปรากฏในต้นฉบับลงไป ในเนื้อหา หรืออาจเพิ่มไว้ในรูปแบบของเชิงอรรถในภาษาปลายทาง แต่ควรเติมไว้ในเนื้อเรื่องมากกว่า เพราะจะไม่ทำให้งานแปลเสียอรรถรส ซึ่งสามารถเติมเป็นคำลักษณะนามด้านหน้า เติมเป็นข้อความสั้น ๆ หรือใส่วงเล็บอธิบายด้านหลังก็ได้

(2) การใช้วลีหรือประโยคแทนคำ หมายถึง การใช้วลีหรือประโยคขยายความหมายแทนคำในภาษาต้นฉบับ เช่น “He disappeared into his igloo.” แปลเป็น “เขาหายเข้าไปในกระท่อมที่สร้างด้วยน้ำแข็งหลังนั้น” เป็นต้น

(3) การใช้คำที่อ้างอิงถึงความหมายที่กว้างขึ้น หมายถึง การเลือกใช้คำในภาษาปลายทางที่มีความหมายกว้างกว่าคำในภาษาต้นฉบับ เช่น “ผีกระสือ” แปลเป็น “ghost” เป็นต้น

(4) การเติมตัวเชื่อมระหว่างกลุ่มความคิดต่าง ๆ หมายถึง การเพิ่มคำเชื่อมความระหว่างสองประโยคให้มีใจความต่อกัน เช่น “Having heard the news, John decided to leave to town” แปลเป็น “พอได้ข่าว จอห์นก็ตัดสินใจออกจากเมือง” เป็นต้น

(5) การตัดคำหรือสำนวนทิ้งไป หมายถึง การตัดคำหรือสำนวนที่ปรากฏในภาษาต้นฉบับ ซึ่งไม่ได้มีความสำคัญมาก หรืออาจเป็นคำซ้ำ ที่ไม่สามารถทำให้เสียรรถสรหรือส่งผลต่อความหมายของงานแปลมาก เช่น “Answering, John said that...” แปลเป็น “จอห์นตอบว่า...” เป็นต้น

การปรับเปลี่ยนระดับโครงสร้าง จะกระทำเพื่อให้ภาษาปลายทางเป็นธรรมชาติ และเหมาะสมกับบริบท แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

(1) ระดับเสียง หมายถึง การถ่ายทอดเสียงผ่านตัวอักษรในงานแปลให้ใกล้เคียงกับต้นฉบับ และการใช้คำทับศัพท์เพื่อถ่ายทอดชื่อ

(2) ระดับโครงสร้างคำ หมายถึง การปรับเปลี่ยนคำให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ในภาษาปลายทาง เช่น ภาษาอังกฤษมีการผันคำกริยาตามประธาน แต่ภาษาไทยมีคำกริยาเพียงรูปเดียวไม่ต้องผันตามประธาน เป็นต้น

(3) ระดับประโยค หมายถึง การปรับเปลี่ยนบทแปลที่เกิดขึ้นในระดับประโยค ได้แก่ การปรับระเบียบวิธีเรียงคำในประโยคหรือวลี การเปลี่ยนประโยคเป็นวลี และวลีเป็นประโยค การปรับการใช้ปฏิเสธ การปรับการใช้กรรตุจาก และกรรมจาก การเพิ่มและละคำในประโยค

(4) ระดับที่สูงกว่าประโยค หมายถึง การปรับทำนองการเขียน หรือการปรับลำดับความคิด ซึ่งจะกระทำก็ต่อเมื่อแน่ใจแล้วว่าการเปลี่ยนนี้จะไม่ส่งผลต่อความหมายของงานแปล เช่น การปรับเปลี่ยนย่อหน้า เป็นต้น

2.1.1.3 สากลลักษณะของภาษาแปล

จากเอกสารเชิงวิชาการของ Bednář (2015) Laviosa-Braithwaite (2001) และ Robin (2017) ที่ศึกษาเกี่ยวกับสากลลักษณะของภาษาแปล (universal features of translation) จากนักวิชาการต่าง ๆ ที่เสนอประเด็นนี้โดยเฉพาะอย่าง Baker (1993) Blum-Kulka (1985) Vanderauwera (1985) Toury (1995) Shlesinger (1991) สามารถสรุปได้ว่า สากลลักษณะของภาษาแปล หมายถึง ลักษณะทางภาษาศาสตร์ที่ปรากฏในภาษาฉบับแปลมากกว่าภาษาต้นฉบับ ไม่ว่าจะเป็นการแปลจากภาษาใดเป็นภาษาหนึ่งก็ตาม โดย Mona Baker เป็นผู้เสนอแนวคิดนี้ขึ้นเป็นคนแรกเมื่อปี 1993 ซึ่งปรากฏในเอกสารเชิงวิชาการหัวข้อ ‘Corpus Linguistics and Translation Studies – Implications and Applications’ และเป็นกลายประเด็นที่ได้รับความสนใจในสาขาวิชาการแปลอย่างแพร่หลายในเวลาต่อมา สากลลักษณะของภาษาแปลประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ข้อ ได้แก่

(1) การทำภาษาให้ง่ายขึ้นและการเลี่ยงคำซ้ำ (simplification and avoidance of repetitions) หมายถึง ลักษณะของภาษาแปลที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับคำและระดับไวยากรณ์เพื่อให้ภาษาปลายทางในฉบับแปลเป็นภาษาที่เข้าใจง่ายขึ้น และไม่มีโครงสร้างซับซ้อน อาทิ การแบ่งประโยคความซ้อนให้เป็นประโยคความเดียว หรือเป็นประโยคที่สั้นลง หรือการใช้คำจากกลุ่มเมื่อไม่มีคำศัพท์ที่มีความหมายเฉพาะเจาะจงเท่ากับภาษาต้นฉบับ การใช้คำไวพจน์ การใช้คำที่มีภาษาใกล้เคียงกัน การถอดความ รวมถึงการหลีกเลี่ยงการใช้คำซ้ำและการใช้คำฟุ่มเฟือย เพื่อลดความสับสนและความซับซ้อนในภาษาปลายทาง

(2) การแสดงความแจ่มชัดและการขยายความ (explicitation and amplification) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงภาษาฉบับแปลโดยการเพิ่มเติมทั้งทางด้านความหมาย และด้านไวยากรณ์ อาทิ การปรับเปลี่ยนเครื่องมือการเชื่อมโยงความ การเพิ่มเติมส่วนขยาย การเพิ่มเติมคำเชื่อม การยกตัวอย่าง และการกล่าวซ้ำ เพื่อแสดงความชัดเจนของข้อความและลดช่องว่างความแตกต่างทางวัฒนธรรมของภาษาปลายทางและภาษาต้นฉบับ

(3) การปรับตามขนบภาษาเป้าหมาย (normalization) หมายถึง การปรับภาษาแปลให้เป็นไปตามขนบตามขนบภาษาปลายทาง อาทิ การเปลี่ยนแปลงเครื่องหมายวรรคตอน การเลือกใช้คำ การปรับสไตล์การเขียน การปรับโครงสร้างประโยคและลำดับโครงสร้างของข้อความ การปรับไวยากรณ์ตามลักษณะเฉพาะของภาษาปลายทาง การปรับระดับการใช้ภาษา

นอกจากนี้ นักวิชาการบางคนเสนอว่า สากลักษณะของภาษาแปลอาจรวมถึงรูปแบบความถี่ในการใช้คำที่มีลักษณะเฉพาะในภาษาปลายทาง และการถ่ายโอนภาษาในระดับวาทกรรมที่ต้องพิจารณาถึงภาษาศาสตร์จิตวิทยา ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้แปล ตลอดจนมุมมองทางสังคมและวัฒนธรรมที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการแปลอีกด้วย

2.1.1.4 การแปลไทยเป็นอังกฤษ

สุพรรณิ ปันมณี (2552) เสนอว่า ข้อผิดพลาดในการถ่ายทอดความหมายจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษมี 10 ข้อ ได้แก่ (1) แปลผิดความหมายและผิดไวยากรณ์ (2) แปลผิดลีลา (3) แปลผิดระดับภาษา (4) แปลเกิน (5) แปลขาด (6) แปลผิดวัฒนธรรม (7) แปลจุดเน้นต่างกัน (8) แปลโดยใช้คำผิด (9) แปลน้ำเสียงแตกต่างกัน และ (10) แปลโดยใช้ความหมายเดียวกันแต่มิฉะนั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานของเวลิกา มามูล (2561) ที่ศึกษาข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ของการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ หลักสูตรภาษาอังกฤษ ชั้นปีที่ 3 และพบว่า ปัญหาที่นักศึกษาแปลผิดมากที่สุด คือ เรื่อง subject-verb agreement และงานของพัฒนพงศ์ วงศ์เรณู (2560) ที่ศึกษาการแปลหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเว็บไซต์ของนักศึกษาชั้นปีที่

3 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยใช้โมเดลของสมบูรณ์ พจน์ประสาธ และพบว่า งานแปลของนักศึกษามีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์มากที่สุด โดยผิดพลาดเรื่องการใช้คำนามนับได้/ไม่ได้ การใช้คำนำหน้านาม และเรื่อง tense มากที่สุด รองลงมาคือข้อผิดพลาดด้านความหมาย และข้อผิดพลาดอื่น ๆ เช่น การสะกดผิด การแปลขาด และการแปลที่ไม่เป็นธรรมชาติ เป็นต้น

นอกจากนี้ วิมลวรรณ อังสุวรรณ (2557) ได้ศึกษาการแปลคำและวลีทางวัฒนธรรมในงานของว.วชิระเมธี และพบว่า (1) คำวัฒนธรรมทางสภาพแวดล้อม - มีการแปลแบบตรงตัว และการแปลโดยใช้คำยืม (2) คำวัฒนธรรมทางวัตถุ - มีการแปลแบบตรงตัว การแปลแบบถอดความ การแปลโดยใช้คำยืม การแปลแบบเพิ่มความ (3) คำวัฒนธรรมทางสังคม ความคิด ศาสนา และประเพณี - มีการแปลแบบตรงตัว การแปลแบบถอดความ การแปลโดยใช้คำยืม การใช้คำแทนที่ทางวัฒนธรรม การแปลแบบเพิ่มความ และการละไม่แปล (4) คำแสดงท่าทางลักษณะนิสัย - มีการแปลแบบถอดความ

2.1.2 การแปลข้อความจูงใจ

Newmark (1988: 41) กล่าวว่า “vocative text” หรือข้อความจูงใจ เป็นข้อความที่เน้นไปที่ตัวที่ผู้อ่านเป็นหลัก ให้ผู้อ่านได้รู้สึกเกิดการกระทำบางอย่างหรือคิดตาม บางครั้งอาจเรียกว่า “conative text” “operative text” หรือ “pragmatic text” โดยองค์ประกอบแรกของข้อความประเภทนี้ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เขียนและผู้อ่าน ซึ่งมีการใช้คำเรียกขาน และใช้ไวยากรณ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปประโยค infinitives รูปประโยค imperatives รูปประโยค subjunctives และรูปประโยคกรรมาจก เป็นต้น องค์ประกอบที่สอง คือ ผู้อ่านต้องเข้าใจข้อความที่จะสื่อได้ทันที งานเขียนต่าง ๆ ที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ประกาศต่าง ๆ งานเขียนประเภทจูงใจ นวนิยายที่มีจุดประสงค์เพื่อขายหนังสือและสร้างความบันเทิงแก่ผู้อ่านเป็นหลัก และโฆษณาจูงใจ ซึ่งโฆษณาเป็นงานเขียนแบบจูงใจที่เห็นได้ชัดเจนและได้รับความนิยมในการศึกษาวิจัยมาก ดังนั้น การศึกษาการแปลข้อความจูงใจหลายแง่มุมมักเป็นการศึกษาผ่านการแปลงานประเภทโฆษณา ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากตั้งแต่ช่วงปลายยุค 1970 และสามารถแบ่งช่วงเวลาการแปลโฆษณาออกได้เป็น 3 ช่วง กล่าวคือ ช่วงแรกจะเน้นไปที่การเทียบเคียงโดยการถ่ายทอดโครงสร้างทางไวยากรณ์ ช่วงที่สองมีการวิเคราะห์ตัวต้นฉบับและศึกษาการเทียบเคียงระหว่างภาษาต้นทางและภาษาปลายทางมากขึ้น และในช่วงสุดท้ายจะเน้นไปที่ผู้รับสาร โดยเน้นไปที่ภาษาปลายทางมากกว่าภาษาต้นฉบับ

Cojocaru (2014) ศึกษาการแปลโฆษณาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางค์ และพบว่าวิธีที่เหมาะสมในการแปลงานประเภทนี้มากที่สุดคือการแปลแบบ communicative translation สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lungu-Badea (2008 อ้างถึงใน Cojocaru (2014)) ว่าการแปลแบบ communicative translation เป็นที่นิยมมาก เนื่องจากแปลแล้วครอบคลุมถึงงานประเภทบอกกล่าวข้อมูล และสามารถ

ส่งผลถึงตัวผู้อ่านได้ อย่างไรก็ดี ในอดีตก็มีผู้เสนอวิธีการแปลไว้อย่างหลากหลาย และมีแนวโน้มไปทางวิธี adaptation มากที่สุด อาทิ Piotrowska & Zauberga (1997) อ้างถึงใน Smith (2002) ได้เสนอไว้ 3 วิธี ได้แก่ 1) การแปลแบบตรงตัวตามต้นฉบับ โดยรักษาภาพและความหมายของเนื้อหาไว้ (total transfer) 2) เป็นการดัดแปลงบางส่วน โดยมีการปรับเปลี่ยนหลายรูปแบบ (translation with minimum changes) และ 3) เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมใหม่ หรือการดัดแปลงแบบเต็มรูปแบบทั้งภาพและข้อความถูกดัดแปลงไปทั้งหมดเพื่อดึงดูดผู้รับสาร (adaptation translation) ในขณะที่ Smith & Klein-Braley (1997) เสนอมาทั้งหมด 5 วิธี ได้แก่ 1) ไม่เปลี่ยนแปลงใด ๆ ทั้งสิ้น ให้รักษาข้อความและกราฟิกไว้ มักใช้กับผลิตภัณฑ์ที่แบรนด์เข้มแข็ง เช่น น้ำหอม บุหรี่ เป็นต้น 2) นำเสนอโฆษณาด้านวัฒนธรรมในแง่บวก (export advertisements) รักษาโลโก้ สโลแกน ให้เหมือนต้นฉบับ แต่หากจำเป็นก็สามารถใส่ข้อความเพิ่มเติมได้ 3) การแปลแบบตรงตัว (straight translation) ซึ่งไม่เป็นที่นิยมมากนัก เพราะจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการถ่ายทอดวัฒนธรรมสูง 4) การดัดแปลง (adaptation) หมายถึงการรักษาภาพ และเปลี่ยนแปลงข้อความเล็กน้อยหรือเท่าที่จำเป็น 5) การปรับใหม่ (revision) หมายถึงการรักษาภาพ และเขียนข้อความใหม่ เพราะคำนึงถึงค่านิยมทางสังคมในแต่ละสังคมไม่เหมือนกัน

ต่อมาในช่วงหลังมีการศึกษาแปลโฆษณาในเชิงที่แตกต่างออกไป โดยเชื่อมโยงกับทฤษฎีการแปลเชิงนิเวศน์ (eco-translatology) ซึ่งเน้นไปที่สภาพแวดล้อมโดยรอบ และมองว่าการแปลงานเป็นระบบนิเวศน์อย่างหนึ่งที่ต้องมีการคัดเลือก (selection) และการปรับตัว (adaptation) กล่าวคือ ผู้แปลต้องคัดเลือกว่าจะใช้วิธีการไหนในการแปล และจะปรับการแปลอย่างไรให้เข้าวัฒนธรรมในภาษาปลายทาง เพื่อให้ได้การถ่ายทอดภาษา วัฒนธรรม และการสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพ ถูกต้อง กระชับ และตรงตริงใจ ดังนั้น ผู้แปลควรคำนึงถึงหลักการโฆษณา 3 อย่าง ได้แก่ แปลให้ไม่ซับซ้อนเพื่อให้ติดหูผู้ฟัง แปลให้เป็นภาษาพูด แต่ยังรักษาความหมายอยู่ และแปลให้สั้นกระชับ (Bo, 2014)

จะเห็นได้ว่า วิธีการแปลโฆษณาที่กล่าวมาข้างต้นนั้นล้วนเชื่อมโยงกับการแปลทางด้านวัฒนธรรมทั้งสิ้น เพราะการแปลโฆษณาไม่ได้เกี่ยวข้องแค่การแปลภาษาหนึ่งไปสู่ภาษาหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมสองวัฒนธรรมที่แตกต่างกันด้วย (Cojocaru, 2014) ดังนั้น ผู้แปลต้องคำนึงถึงการถ่ายทอดวัฒนธรรมสู่ภาษาปลายทางด้วย และอาจต้องใช้กลวิธีหลายอย่างในการแปล เพราะบางจุดผู้แปลต้องคำนึงถึงภาษาต้นฉบับเป็นหลัก จนสามารถแปลโดยใช้คำทับศัพท์ได้เลย หรือบางครั้งอาจต้องแปลเพื่อเอาความ หากแปลแบบทับศัพท์ไปแล้วสื่อสารไม่ได้ (Newmark, 1988)

วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตที่แสดงถึงความเฉพาะของสังคม ๆ หนึ่ง ที่ใช้ภาษาในแสดงออกสิ่งต่าง ๆ โดยจำแนกวัฒนธรรมออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1. ระบบนิเวศ หรือสภาพทางภูมิศาสตร์ 2. วัฒนธรรมทางวัตถุ ซึ่งรวมถึงอาหาร การแต่งกาย ที่พักอาศัย การขนส่ง 3. วัฒนธรรม

ทางสังคม 4. ประเพณี กรอบความคิด กิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการเมือง ศาสนา และศิลปะ 5. ท่าทาง และอุปนิสัย ซึ่งคำเหล่านี้มักปรากฏในข้อมูลของกลุ่มโฆษณาการท่องเที่ยวและการโรงแรมมาก เนื่องจากเป็นจุดขายทางวัฒนธรรมที่ใช้ดึงดูดผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม การแปลคำวัฒนธรรมยังคงเป็นปัญหาสำคัญในการแปลงาน (Newmark, 1998, pp. 95-96)

เมื่อผู้แปลประสบปัญหาเรื่องคำศัพท์ในการถ่ายทอดความหมายระหว่างวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเกิดขึ้นเพราะไม่มีแนวคิดทางวัฒนธรรมในภาษาปลายทาง ไม่มีคำในภาษาปลายทาง เหมือนกับคำในภาษาต้นฉบับ ภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทางมีความหมายต่างกัน มีความแตกต่างกันด้านมุมมองจากภายนอกและภายใน ภาษาปลายทางไม่มีคำจำกัดกลุ่ม ภาษาปลายทางไม่มีคำจำกัดกลุ่ม คำศัพท์มีความหมายโดยนัยต่างกัน รูปคำศัพท์ต่างกัน ความแตกต่างของความสม่ำเสมอและจุดประสงค์ในการใช้คำเฉพาะ และการใช้คำยืมในภาษาต้นฉบับ (Baker, 2011, pp. 18-23) ผู้แปลจึงต้องหาทางวิธีแก้ไขเพื่อสื่อความหมายออกมา โดย Baker (2011, pp. 23-43) ได้เสนอวิธีการแก้ไขคำทางวัฒนธรรม 8 วิธี ดังนี้ 1) ใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า 2) ใช้คำที่มีความหมายเป็นกลาง หรือความหมายแคบกว่า 3) ใช้การแทนที่ทางวัฒนธรรม 4) การใช้คำยืม หรือใช้คำยืมเพิ่มเติมกับคำอธิบาย 5) การถอดความโดยใช้คำที่เกี่ยวข้องกัน 6) การถอดความโดยใช้คำที่ไม่เกี่ยวข้องกัน 7) การละ และ 8) การใช้ภาพประกอบ

นอกจากนี้ Xuedong (2014) ได้ศึกษาลักษณะสำคัญของสโลแกนโฆษณา และพบว่า มีลักษณะการสร้างคำใหม่ การใช้ประโยคสั้นและโครงสร้างประโยคที่ไม่ซับซ้อน การใช้ข้อมูลทางสังคมและจิตวิทยา และการใช้ภาพพจน์วาทศิลป์ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Swazienne (2010) ที่ชี้ว่าการเปรียบเทียบ (metaphor) เป็นสไตล์การเขียนที่มีอิทธิพลของงานประเภทโฆษณา และไม่ใช่ว่าเพียงลักษณะทางภาษาอย่างเดียว แต่ยังแสดงถึงความคิด และสะท้อนความจริงของสังคมด้วย ซึ่งอาจไม่ได้มีผลต่อการชักจูงให้ซื้อผลิตภัณฑ์และบริการมากนัก แต่สามารถชักจูงความคิดในด้านอื่นได้ หลายครั้งการแปลการเปรียบเทียบจึงสร้างความซับซ้อน ประเด็นโต้แย้ง และความกำกวม (Lundmark, 2005) ซึ่งเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้แปลควรให้ความสำคัญ และควรคำนึงไว้ว่าจุดมุ่งหมายของการใช้คำเปรียบเทียบนี้คือต้องการให้ภาษามีชีวิตชีวา สร้างสีสัน อารมณ์ และปัญญา ซึ่งความรู้สึกลักษณะต่าง ๆ ที่เกิดจากข้อความล้วนขึ้นอยู่กับคำเหล่านี้

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดกลวิธีการแปลที่เหมาะสม สำหรับการแปลข้อความด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. การแปลโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม (Cultural Substitute Translation) หมายถึง การแปลโดยใช้คำทางวัฒนธรรมของภาษาปลายทาง เพื่อให้สื่อความหมายได้ในทางเนื้อหา เช่น “grey pea soup” แปลเป็น “น้ำพริกกะปิสีเทา” “pipe smoke” แปลเป็น

“ยาเส้น” “Garden of Eden” แปลเป็น “สวรรค์บนดิน” เป็นต้น (Simon Winchester, 2555 อ้างถึงใน หนึ่งฤทัย ลาที, 2556)

2. การแปลแบบลดความ (Reduction) หมายถึง การตัดข้อความออกเนื่องจากอาจทำให้เกิดความซ้ำซ้อน ยุ่งเหยิง หรือทำให้เข้าใจผิด เช่น “Un phénomène naturel, un 'act of God'. [comme disent les Anglais]” แปลเป็น “A natural phenomenon, an act of God.” โดยลดการแปลข้อความในวงเล็บ เนื่องจากอาจมีความหมายซ้ำซ้อนกัน เป็นต้น (Malone 1988, pp.15-61 อ้างใน ปัทมา สัมพันธ์มิตร, 2558)

3. การแปลแบบเพิ่มความ (Expansion) หมายถึง การเพิ่มเติมคำหรือประโยค นอกเหนือจากต้นฉบับ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจหรือมีความหมายชัดเจนขึ้น เช่น “The groves of argan-oil trees and goat-busy scrub eventually give way to the stony desert plains of the hammada, ...(P.105)” แปลเป็น “ป่าต้นอาร์แกนและป่าละเมาะที่เต็มไปด้วยฝูงแกะหายไป กลายเป็นที่ราบทะเลทรายหิน (น.97)” (Simon Winchester, 2012 อ้างถึงใน หนึ่งฤทัย ลาที, 2556)

4. การแปลแบบถอดความ (Paraphrase) หมายถึง การทำความเข้าใจกับความหมายของต้นฉบับทุกอย่าง แล้วแปลตามแบบที่นักแปลเห็นสมควร เช่น “Any trip to Italy should include a visit to Tuscany to sample their exquisite wines.” แปลเป็น “ตอนไปเที่ยวอิตาลี อย่าลืมไปลองไวน์ที่ทัสคานี” (อนัญญา จริยรังษีรัตน, 2559)

5. การแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (Transposition) หมายถึง การแปลโดยปรับเปลี่ยนไวยากรณ์ในภาษาปลายทาง แต่ยังคงความหมายเช่นเดิมตามต้นฉบับ เช่น “..., and because the German army collapsed on the Western Front. (P.256)” แปลเป็น “และเนื่องจากความพ่ายแพ้ของเยอรมันในแนวรบด้านตะวันตก (น.212)” ซึ่งจะเห็นได้ว่า กริยา “collapsed” ในภาษาต้นฉบับถูกแปลเป็นคำนาม “ความพ่ายแพ้” ในภาษาปลายทาง เป็นต้น (Simon Winchester, 2011/2555 อ้างถึงใน หนึ่งฤทัย ลาที, 2556)

6. การแปลแบบเปลี่ยนแปลงมุมมอง (Modulation) หมายถึง การแปลโดยเปลี่ยนรูปแบบภาษาเพื่อเปลี่ยนมุมมองในภาษาปลายทาง แต่คงความหมายของภาษาต้นฉบับไว้เหมือนเดิม เช่น “It is not difficult to show.” แปลเป็น “Es fácil demostrar.” ซึ่งหมายถึง It is easy to show. (Matthews, n.d.)

7. การแปลโดยใช้คำยืม (Borrowing) หมายถึง การใช้คำยืม หรือคำจากภาษาอื่นที่นำมาใช้ในภาษาของผู้พูดในวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งให้มาอยู่ในภาษาแปล เช่น “sofa” แปลเป็น “โซฟา” “cartoon” แปลเป็น “การ์ตูน” และ “ไทยจิตรลดา” แปลเป็น “Thai Chitrlada” เป็นต้น (สุพรรณิ ปันมณี, 2003: 309-312)

8. การแปลโดยใช้คำอธิบาย (Descriptive phrase) หมายถึง การใช้วลีในบอกเล่าบรรยายให้ได้ลักษณะ หรือความหมายของคำ เช่น “นาปรัง” แปลเป็น “an off-season paddy field; double- crop field” หรือแปลจาก “accommodate” เป็น “จัดที่ให้อยู่: ปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมหรือสิ่งใหม่” เป็นต้น (สุพรรณิ ปันมณี, 2546: 285)

9. การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้าง (Generic word) หมายถึง การเลือกใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่าภาษาต้นฉบับ หรือใช้คำจากกลุ่ม เพื่อเป็นการจำแนกประเภทกว้าง ๆ หากผู้แปลไม่สามารถหาคำมาเทียบเคียงให้สมบูรณ์ได้ หรือเมื่อผู้แปลไม่ต้องการเน้นให้คำ ๆ นั้นเป็นประเด็นหลัก เช่น lilies แปลเป็น ดอกไม้ bread แปลเป็น อาหาร เป็นต้น (สุพรรณิ ปันมณี, 2546: 291-292)

10. การแปลความหมายกว้างเป็นความหมายแคบ (Generic to Specific Translation) หมายถึง การแปลโดยใช้คำในภาษาปลายทางที่ความหมายเฉพาะเจาะจงกว่าความหมายในต้นฉบับ เช่น “For the men up in the bridge, Voyage No.115 was basically just another routine crossing. (P.8)” แปลเป็น “สำหรับลูกเรือในห้องบังคับการการเดินทางเที่ยวที่ 115 เป็นเพียงการข้ามมหาสมุทรปกติ (น.23)” เป็นต้น (Simon Winchester, 2011 อ้างถึงใน หนึ่งฤทัย ลาที, 2556)

11. การแปลแบบตรงตัว (Literal Translation) หมายถึง การแปลโดยใช้คำ โครงสร้าง และความหมายในภาษาปลายทางเหมือนเดิมกับภาษาต้นฉบับ เช่น “To be attacked by a pirate ship was a terrifying experience.” แปลเป็น “การถูกเรือโจรสลัดจู่โจมเป็นประสบการณ์ที่น่าหวาดกลัว (น.188)” เป็นต้น (Simon Winchester, 2011 อ้างถึงใน หนึ่งฤทัย ลาที, 2556)

12. การละความไม่แปล (Omission) หมายถึง การไม่แปลบางคำหรือบางประโยค เนื่องจากผู้แปลเห็นว่าข้อความบางส่วนอาจทำให้ผู้อ่านสับสน จึงไม่จำเป็นต้องแปล หรือผู้แปลอาจไม่ทราบความหมายที่แท้จริงของภาษาต้นฉบับ เช่น “Unidentified Russian vessel two miles ahead of me, report your name and business,” (P.387) แปลเป็น “เรือรัสเซียที่อยู่หน้าผม 2 ไมล์ กรุณาแจ้งชื่อและธุรกิจด้วย” (น.309) จะเห็นว่า ในภาษาปลายทางไม่ได้แปลคำว่า “Unidentified” (Simon Winchester, 2011 อ้างถึงใน หนึ่งฤทัย ลาที, 2556)

13. การแปลโดยใช้เชิงอรรถ หมายถึง การแปลโดยใช้คำอธิบายความหมายเพิ่มเติมในภาษาปลายทาง โดยผู้แปลอาจใส่ไว้ในบทแปลรวมกับเนื้อหา หรือใส่หมายเหตุไว้อธิบายที่ตำแหน่งล่างสุดของหน้า หรือท้ายบท/เล่ม ก็ได้

อย่างไรก็ดี การใช้เทคนิคการแปลเพียงเทคนิคเดียวอาจจะไม่สามารถสื่อใจความหมายได้ครบถ้วนสมบูรณ์ และอาจทำให้ผู้อ่านสับสน อย่างกรณีการใช้คำยืม ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้อ่านในภาษาปลายทางมากนัก จึงอาจต้องใช้เทคนิคอื่น ๆ ผสมกันด้วย อาทิ การใช้คำยืมประกอบกับการใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า เช่น “ลิเก” แปลเป็น “drama called Likay” “รามสูร” แปลเป็น “demon named Ramasura” “rupiah” แปลเป็น “เงินรูเปียะห์” เป็นต้น หรือการใช้คำยืมร่วมกับคำที่มีความหมายกว้างและการใช้คำอธิบายเพื่อบรรยายบอกลักษณะ เช่น “วันสงกรานต์” แปลเป็น “water festival called Songkran Day” หรือ “Sheraton” แปลเป็น “แบบเครื่องเรือนของอังกฤษ ชื่อ เซอรัดัน” เป็นต้น หรือบางครั้งอาจใช้คำอธิบายเพื่อบอกวัตถุประสงค์หรือหน้าที่ของคำนั้น ๆ แทน เช่น ไหว้ครู แปลเป็น “a ritual called “Wai Khru” to venerate sacred objects and to pay homage to teachers” หรือ ampere แปลเป็น หน่วยแอมแปร์สำหรับวัดกำลังกระแสไฟฟ้า เป็นต้น โดยผู้แปลต้องเป็นผู้พิจารณาจากบริบทเองว่าควรใช้เทคนิคการแปลแบบไหน ถึงจะสื่อใจความให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและสมบูรณ์ครบถ้วนตรงตามความหมายที่ผู้เขียนต้องการ (สุพรรณิ ปันมณี, 2546)

2.2 เครื่องมือแปลภาษาและคลังข้อมูลภาษา

เทคโนโลยีการแปล (Translation Technology) เป็นสิ่งจำเป็นในยุคที่ต้องการความถูกต้องและรวดเร็วในการส่งผ่านข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น Bowker (2002) นิยามความหมายของเทคโนโลยีการแปลไว้ว่า “เทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ ทั้งที่มนุษย์และคอมพิวเตอร์ใช้ในกระบวนการแปล” ซึ่งมนุษย์พยายามพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการแปลมาโดยตลอดเพื่ออำนวยความสะดวกในสาขาวิชาชีพโดยตรง และเอื้อประโยชน์ต่อสาขาวิชาชีพอื่น ๆ

2.2.1 เครื่องมือแปลภาษาและเครื่องมือช่วยแปลภาษา

เครื่องมือแปลภาษา (Machine Translation, MT) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สำหรับการแปลข้อความจำนวนมากๆ จากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยที่สามารถป้อนข้อมูลภาษาต้นทางเป็นข้อความหรือเสียงก็ได้ และจะได้ภาษาปลายทางเป็นข้อความหรือเสียงเช่นกัน (จุฬารัตน์ ต้นประเสริฐ, วันทนี พันธ์ชาติ, ไพศาล เจริญพรสวัสดิ์, และเทพพิทักษ์ การุญบุญญานันท์, 2544)

เครื่องมือแปลภาษาเริ่มพัฒนาในช่วงปี 1930 เมื่อ George Artsrouni และ Petr Smirnov-Troyanskii พัฒนาเครื่องมือแปลภาษาโดยศึกษาขั้นตอนการแปลอัตโนมัติของเครื่องมือ

แปลภาษาที่ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาศาสตร์ป้อนข้อมูลใส่ระบบ 2) ระบบแปลประมวลผลการแปลที่เทียบเคียงกับภาษาปลายทาง 3) ตรวจแก้ภาษาปลายทางอีกครั้ง แต่ผลงานนี้เริ่มเป็นที่รู้จักในช่วงปี 1950 เมื่อมีผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์นำไปพัฒนาร่วมกับมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา และออกโปรแกรมรุ่นแรกที่ทำงานแบบดิกชันนารีสองภาษาเรียงตามลำดับคำในปี ค.ศ. 1954 ซึ่งได้ผลตอบรับค่อนข้างดี แต่ยังมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างทางภาษาที่ซับซ้อน จนทีมพัฒนาคิดไม่ว่าสามารถแก้ปัญหานี้ได้ ในปี ค.ศ. 1964 รัฐบาลสหรัฐอเมริกาเริ่มเห็นความสำคัญของเครื่องมือแปลภาษา จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการ ALPAC (Automatic Language Processing Advisory Committee) ขึ้นมาเพื่อพัฒนาระบบแปลอัตโนมัติต่อไป จนกระทั่งปี ค.ศ. 1966 คณะกรรมการฯ เสนอว่าระบบการแปลอัตโนมัตินี้ไม่มีประสิทธิภาพมากพอ และไม่คุ้มค่ากับการวิจัยพัฒนา ทำให้การวิจัยเกี่ยวกับเครื่องมือแปลภาษาในสหรัฐอเมริกาหยุดชะงักไปนานหลายปี แต่แคนาดา ฝรั่งเศส และเยอรมนียังคงศึกษาวิจัยต่อไป ซึ่งระบบที่ใช้ได้ในขณะนั้น คือ ระบบ Systran ของคณะกรรมการการยุโรป และระบบ Taum-météo ของมหาวิทยาลัยมอนทรีออลเพื่อแปลคำพยากรณ์อากาศจากภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาอังกฤษ และยังมีพัฒนาการต่อไปในหลายประเทศ จนถึงช่วงปี 1980 มีระบบแปลภาษาหลายตัวเกิดขึ้นใหม่ เช่น Logos (แปลจากภาษาเยอรมันเป็นภาษาฝรั่งเศสและภาษาอื่น ๆ) เหล่านี้มักวิจัยเริ่มทำงานอีกครั้งเพราะตลาดหลายแห่งต้องการโปรแกรมแปลภาษาที่ราคาถูกลง จึงมีการพัฒนาโปรแกรมเพื่อตอบสนองความต้องการตลาดหลายอย่าง ต่อมาในปี ค.ศ. 1990 การแปลเริ่มเน้นเรื่องบริบททางสังคมมากขึ้น โดยเน้นพัฒนาระบบข้อมูลหลายภาษา และเริ่มมีการแปลในระบบออนไลน์มากขึ้น อาทิ Altavista และ encyclopaedias รวมถึง Bing Translator และ Google Translate (Craciunescu, Gerding-Salas & Stringer-O'Keeffe, 2004)

แม้เครื่องมือแปลภาษาจะช่วยลดอุปสรรคด้านการสื่อสารข้ามภาษาได้เป็นอย่างมาก ทั้งยังประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่าการแปลโดยมนุษย์ แต่ความถูกต้องและความเป็นธรรมชาติของภาษาปลายทางยังน้อยกว่าการแปลด้วยความสามารถของมนุษย์ ซึ่งเครื่องมือแปลภาษามักแปลข้อความที่เกี่ยวกับบทความ-ตอบโต้ดีกว่าบทความเล่าเรื่องทั่วไป (Bowker & Ciro, 2015, pp. 165-186) จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 438 คนจากกลุ่มนักแปลอิสระ ผู้จัดหาบริการทางภาษา อาจารย์สอนวิชาการแปล และนักศึกษา ที่แปลงานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการเงินการธนาคาร และด้านเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากกว่าครึ่งใช้เครื่องมือแปลภาษาในการแปลงาน และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนครึ่งหนึ่งไม่พอใจคุณภาพงานแปล (Gaspari & Doherty, 2015) ซึ่งอาจเป็นผลมาจากข้อผิดพลาดด้านไวยากรณ์และความหมายรวมถึงความเหมาะสมของประเภทงานต้นฉบับ เนื่องจากเครื่องมือแปลภาษาไม่เหมาะสมกับงานเฉพาะด้านที่มีความเสี่ยงสูง เช่น เอกสารทางกฎหมาย เอกสารทางการแพทย์ เป็นต้น

นอกจากนี้ เครื่องมือแปลภาษายังไม่เหมาะสมกับข้อความประเทงใจ เนื่องจากการอนุมาน การแยกความต่างของคำ และการใช้คำส่ออารมณ์ยังเป็นข้อจำกัดที่อยู่เหนือความสามารถของเครื่องมือแปลภาษา (The American Translators Association, 2017)

ข้อจำกัดของเครื่องมือแปลภาษาที่เกิดขึ้นทำให้มีการพัฒนาระบบเครื่องมือแปลภาษามาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเริ่มพัฒนา 1) ระบบอิงตามกฎ (Rule-based Method) เป็นระบบแรก ซึ่งอิงข้อมูลจากกฎทางไวยากรณ์และดิคชันนารีสำหรับการแปลที่รวบรวมไว้ 2) ระบบอิงความรู้ (Knowledge based Method) ระบบที่วิเคราะห์โครงสร้างไวยากรณ์ก่อนแล้วถอดรหัสมาเป็นความหมาย และเปลี่ยนจากความหมายในภาษาต้นฉบับมาเป็นภาษาปลายทาง 3) ระบบอิงจากคลังข้อมูลภาษา (Corpus-based Method) เป็นระบบที่เครื่องมือแปลภาษาเรียนรู้ได้จากงานแปลที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้ทั้งในระดับคำ ระดับวลี และระดับประโยค และ 4) ระบบผสม ที่ใช้ระบบแปลภาษาสองระบบขึ้นไปในการทำงานร่วมกัน (Arnold, 1994)

ระบบการแปลโครงข่ายประสาท (Neural Machine Translation: NMT) เป็นเทคโนโลยีแปลภาษาระบบล่าสุดที่พัฒนาขึ้น โดยอิงจากทฤษฎีและเทคนิคของการเข้าใจภาษาธรรมชาติ (Natural Language Understanding: NLU) กระบวนการภาษาธรรมชาติ (Natural Language Process: NLP) เครื่องมือแปลภาษา (Machine Translation: MT) หน่วยความจำการแปล (Translation Memory: TM) การแปลโดยอิงสถิติ (Statistical Machine Translation: SMT) และการเรียนรู้เชิงลึก (deep learning) ซึ่งใช้ข้อมูลมหาศาลในระบบ cloud และเป็นระบบการเรียนรู้จากต้นจนจบกระบวนการ (End-to-End) กล่าวคือ มีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อปรับให้ภาษาแปลมีความสละสลวย เป็นธรรมชาติ และมีคุณภาพยิ่งขึ้น การแปลด้วยระบบโครงข่ายประสาทนี้จะแปลประโยคทั้งประโยคในครั้งเดียว “deep neural network” ซึ่งช่วยให้ระบบเรียนรู้และจดจำรูปแบบและโครงสร้างของประโยคต่าง ๆ ได้ดีขึ้น จนส่งผลให้ไวยากรณ์ในภาษาปลายทางมีความใกล้เคียงกับภาษาที่แปลโดยมนุษย์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม NMT ยังมีข้อผิดพลาดใหญ่ ๆ ได้แก่ การสะกดคำ การแปล proper noun การแปลคำยาก และการแปลประโยคเดี่ยว ๆ ที่ไม่มีบริบทในย่อหน้า ทำให้คุณภาพในการแปลของ NMT ยังไม่สูงมากนัก และเป็นประเด็นที่ทีมวิจัยพัฒนาเครื่องมือแปลภาษาต้องศึกษาหาทางแก้ไขต่อไป (Anastasiou & Gupta 2011 อ้างใน Zong 2018)

ทีมวิจัยวิจัยจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ และทีมวิจัยจากบริษัทยักษ์ใหญ่หลายราย (Estopace, 2017) อาทิ Google Brain ได้ศึกษาฝั่งเครือข่ายระบบประสาทจำลองในคู่ภาษาอังกฤษ-เยอรมัน ซึ่งมีการทดลองถึง 700 ครั้ง และค้นพบฝั่งเครือข่ายระบบประสาทแบบใหม่อีกจำนวนมากที่ช่วยพัฒนาประสิทธิภาพของโปรแกรมแปลภาษาดังกล่าว (Goldie & Le, 2017) Facebook ศึกษาการใช้ประโยคร่วมกันใน 6 ภาษาโดยใช้หลักของ NMT เพื่อแยกประโยคที่มี

ความหมายใกล้เคียงกัน แต่ต่างกันเพียงเล็กน้อยด้านโครงสร้างทางวากยสัมพันธ์ (Schwenk & Douze, 2017) นอกจากนี้ เทคโนโลยีการแปลยังพัฒนาไปในหลายรูปแบบทั้งแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนแบบออนไลน์และออฟไลน์ และไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการแปลในรูปแบบข้อความเป็นข้อความเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนาการแปลภาษาผ่านรูปภาพและเสียง อาทิ Word Lens เทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกจริง (Augmented Reality) ที่แทนคำในภาษาต้นฉบับที่ปรากฏอยู่ในภาพด้วยคำแปลในภาษาปลายทางได้ทันที และเครื่องมือช่วยแปลในอนาคตอย่าง ili - instant-translation wearable เครื่องมือพกพาที่สามารถรับข้อมูลภาษาต้นฉบับทางเสียง และส่งข้อมูลภาษาปลายทางกลับเป็นเสียงเช่นกัน ซึ่งงานวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีการแปลกำลังพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้มนุษย์ในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น และมีแนวโน้มจะมีประสิทธิภาพในการแปลได้ดีมากยิ่งขึ้นในอนาคต

2.2.2 คลังข้อมูลภาษา

Bowker (2002) เสนอว่า คลังข้อมูลภาษา (corpus หรือ corpora) หมายถึง การรวบรวมข้อความภาษาใดภาษาหนึ่งจำนวนมากในรูปแบบของข้อมูลคอมพิวเตอร์ โดยองค์ประกอบสำคัญ 4 อย่างที่ทำให้คลังข้อมูลภาษาต่างจากการรวบรวมข้อมูลแบบอื่น คือ ข้อมูลที่ถูกต้อง (authentic) อยู่ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (electronic) มีขนาดใหญ่ (large) และมีเกณฑ์เฉพาะ (specific criteria) ในขณะที่ Meyer (2002) อ้างใน Lüdeling & Kytö (2008) ให้คำจำกัดความไว้ว่า คลังข้อมูลภาษาเป็นการรวบรวมข้อความหรือส่วนของข้อความที่ขึ้นอยู่กับกระบวนการห้ทางภาษาศาสตร์ จึงสามารถแบ่งเป็นคลังข้อมูลภาษาได้เป็น 2 ยุค คือ ก่อนยุคอิเล็กทรอนิกส์ เช่น Biblical Concordance, SEU Corpus, Gammars Dictionaries เป็นต้น และยุคอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นคลังข้อมูลภาษาที่ใช้ในปัจจุบัน รวมถึงคลังข้อมูลภาษาในยุคแรก ๆ อย่าง The Brown Corpus และ The London Lund Corpus เป็นต้น

คลังข้อมูลภาษามีหลายประเภท หากแบ่งตามขนาดของคลังข้อมูล จะสามารถแบ่งได้เป็นคลังข้อมูลที่มีขนาดจำกัด (reference corpora) ซึ่งไม่สามารถแก้ไขข้อมูลเพิ่มเติมได้ เช่น the British National Corpora และคลังข้อมูลที่มีขนาดไม่จำกัด (monitor corpora) สามารถแก้ไขเพิ่มเติมได้ เช่น คลังข้อมูล Bank of English แต่หากแบ่งตามรูปร่าง จะแบ่งได้เป็นคลังข้อมูลข้อความทั้งหมด และคลังข้อมูลตัวอย่าง หรืออาจแบ่งตามระดับการใช้ภาษาและลักษณะการใช้ภาษา อาทิ คลังข้อมูลภาษาพูด (spoken corpus) และภาษาเขียน (written corpus) คลังข้อมูลเจ้าของภาษา (native speaker) และคลังข้อมูลที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา (non-native speakers) นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งได้เป็นคลังข้อมูลภาษาเดียว (monolingual corpus) ที่รวบรวมข้อมูลเป็นภาษาเดียวกับคลังข้อมูลหลายภาษา (multi-lingual corpus) ที่รวบรวมข้อมูลหัวข้อเดียวหลายภาษา และคลังข้อมูลคู่ขนาน

(parallel corpus) คลังข้อมูลที่รวบรวมภาษาต้นฉบับ และภาษาฉบับแปล หรืออาจแบ่งตามลักษณะข้อมูลเป็นคลังข้อมูลทั่วไป อาทิ American National Corpus กับคลังข้อมูลเฉพาะทาง อาทิ Michigan Corpus of Academic Spoken English (Bowker & Pearson, 2002)

คลังข้อมูลภาษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาทางภาษาได้หลายด้าน เช่น วากยสัมพันธ์ อรรถศาสตร์ วิทยาหน่วยคำ วัฒนธรรมศึกษา โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยเรียนภาษา และภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นต้น เนื่องจากคลังข้อมูลภาษาสามารถนับความถี่การใช้คำและวลี และช่วยในการค้นหาคำปรากฏร่วม เพื่อช่วยศึกษาวิธีการใช้ภาษาที่เป็นธรรมชาติ รวมถึงมีส่วนช่วยให้งานแปลมีคุณภาพมากขึ้น (Miangah, 2012) การออกแบบและควบคุมคลังข้อมูลภาษาจึงเป็นประเด็นสำคัญที่นักวิจัยต้องตัดสินใจว่าจะออกแบบอย่างไร ซึ่งขึ้นอยู่กับทั้งงานวิจัยที่ต้องการศึกษาและข้อจำกัดของข้อมูล รวมถึงระบบที่รองรับในการจัดทำคลังข้อมูล (Houston, n.d. อ้างใน Lüdeling & Kytö (2008)

ในมุมมองด้านการศึกษาลังข้อมูลภาษาเฉพาะด้าน พบว่า การศึกษาลังข้อมูลภาษาเฉพาะด้านมักนำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะทางในการศึกษาลักษณะเฉพาะทางภาษาศาสตร์ของข้อความแต่ละประเภท เพื่อนำองค์ความรู้ไปต่อยอดและพัฒนาการเรียนการสอนแต่ละสาขาทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ อาทิ การประยุกต์ใช้คลังข้อมูลภาษาเฉพาะด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีนเกี่ยวกับการแปลและการล่ามทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคดีข่มขืน เพื่อศึกษาปัญหาในการถ่ายทอดความหมายและบทแปลตัวกฎหมายที่มีผลต่อกระบวนการพิจารณาตีความทางเพศ (Leung, 2015) การศึกษาการใช้คลังข้อมูลภาษาเฉพาะด้านเพื่อเปรียบเทียบการใช้ชุดคำศัพท์และคำปรากฏร่วมบนเว็บไซต์ข่าวการเมืองของสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรที่สะท้อนมุมมองทางการเมืองที่ต่างกัน (Srichai, 2016) การใช้คลังข้อมูลภาษาโปแลนด์เฉพาะด้านเพื่อศึกษาการใช้ภาษาที่แตกต่างกันของผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกายแต่ละประเภท (Trzebińska & Jakub Bartoszewicz, 2014) ตลอดจนการศึกษาคำปรากฏร่วมในภาษาอังกฤษจากคลังข้อมูลภาษาเฉพาะด้านทางการแพทย์ เพื่อพัฒนาสื่อการเรียนการสอนที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาแพทยมากขึ้น (Ozdemir, 2014)

ในมุมมองด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนวิชาการแปล Guo-rong (2010) กล่าวว่า คลังข้อมูลภาษาเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านการแปลทั้งในการศึกษาสไตล์การแปลของนักแปล และการศึกษาแปลทั่วไปในบริบทต่าง ๆ โดย Rodríguez-Inés (2010) เชื่อว่าการประยุกต์ใช้คลังข้อมูลภาษาระหว่างภาษาอังกฤษกับภาษาสเปนร่วมด้วยกับสื่อการสอนอื่น ๆ เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการสอนวิชาการแปล และยังมีการศึกษาเชิงเทคนิคเพื่อเสนอวิธีการใหม่ ๆ ในการใช้คลังข้อมูลภาษากับการเรียนภาษา เช่น การดึงประโยคคู่ขนานจากคลังข้อมูลที่ไม่ใช่คลังข้อมูลภาษาคู่ขนานจากข้อมูลออนไลน์ภาษาอังกฤษและภาษาเวียดนาม มาช่วยปรับปรุงระบบ

การแปลเครื่องมือแปลภาษาที่อิงข้อมูลจากสถิติให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Cuong, Le, Nguyen, & Pham, 2014)

อย่างไรก็ดี การศึกษาการแปลยังต้องการคลังข้อมูลภาษาที่มีขนาดใหญ่ขึ้น มีความหลากหลายทางภาษา ประเภทชุดข้อมูล และช่วงเวลาแต่ละช่วงมากขึ้น เพื่อให้เห็นวิวัฒนาการของการแปลและวิธีการแปล (norm) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางภาษา และเทคโนโลยีการรวบรวมข้อมูล รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล (Zanettin, 2013) ทำให้ในช่วงหลังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาตัวคลังข้อมูลภาษามากขึ้น อาทิ Ustaszewski (2018) พัฒนาคลังข้อมูลภาษา EuroparlExtract ซึ่งต่อยอดมาจากคลังข้อมูลภาษา Europarl (European Parliament Proceedings Parallel Corpus) เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและนักวิจัยวิชาการแปลมากขึ้น โดยแยกคลังข้อมูลภาษาคู่ขนานและคลังข้อมูลภาษาเปรียบเทียบให้แยกย่อยออกมาจากคลังข้อมูลภาษาหลัก

2.3 แนวคิดและทฤษฎีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 การจัดประเภทข้อความ

Newmark (1988: 39-44) ได้แบ่งประเภทงานเขียนตามจุดประสงค์ของงานเขียนทั้งหมด 6 ประเภท ได้แก่

1. Expressive Function หมายถึง งานเขียนที่แสดงอารมณ์ ความคิด ความรู้สึกของผู้เขียน หรือผู้ส่งสาร มักเจอในงานประเภทรณกรรม เรื่องสั้น เรียงความ เป็นต้น
2. Informative Function หมายถึง งานเขียนที่มีจุดประสงค์เพื่อบรรยาย หรือบอกกล่าวข้อมูลที่เป็นความจริง เน้นตัวข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ
3. Vocative Function หมายถึง งานเขียนที่เน้นไปที่ตัวผู้อ่านหรือผู้รับสาร มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร มักใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการจูงใจผู้อ่าน
4. Aesthetic Function หมายถึง งานเขียนที่มีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกผ่านเสียง และการอุปมา มักมีการใช้คำแบบเล่นเสียง เล่นจังหวะ มักพบในงานประเภทร้อยกรอง
5. Phatic Function หมายถึง งานเขียนที่มีจุดประสงค์เพื่อรักษาการสื่อสารกับผู้อ่านอย่างเป็นมิตร มักมีวลีที่เป็นภาษาแบบไม่เป็นทางการร่วมอยู่ด้วย
6. Metalingual Function หมายถึง งานเขียนที่ใช้ภาษาเพื่อวิเคราะห์ตัวภาษาเอง หรือภาษาที่สามารถอธิบายตัวเองได้

2.3.2 การศึกษาข้อความด้านการท่องเที่ยว

Pierini (2007 อ้างใน Skibitska 2015) กล่าวว่า ลักษณะเฉพาะทางภาษาศาสตร์ของข้อความด้านการท่องเที่ยวนี้มีหลายอย่าง เช่น การใช้ภาพพจน์ การใช้สไตร์เรียบง่าย การใช้ evaluative และ superlative adjective เป็นต้น ในขณะที่ Munoz (2012) ได้แบ่งลักษณะเฉพาะของข้อความด้านการท่องเที่ยวเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับคำ เช่น การใช้คำคุณศัพท์ในเชิงบวก การใช้ superlative adjective การใช้คำทางวัฒนธรรม 2) ระดับประโยค เช่น การทำเป็นคำนาม การใช้ประโยคคำสั่ง การใช้ present simple tense 3) ระดับจุดประสงค์ข้อความ ได้แก่ เพื่อบอกข้อมูล เพื่อดึงใจ และเพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการใช้ภาษาที่มีความหมาย “ความวิเศษ” หรือ “magic” เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้มายังสถานที่ที่มีความพิเศษ ไม่เหมือนที่อื่น หรือให้ความรู้ถึงการปลีกตัวมาจากบรรยากาศเดิม ๆ โดยใช้คำที่สื่อความหมายเชิงนี้โดยเฉพาะ เช่น “escape” “wind down” “free” หรือการใช้คำคุณศัพท์เชิงบวกที่ให้ความรู้สึกตื่นตาตื่นใจ (euphoria technique) เช่น “breathtaking” “perfect” “stunning” เป็นต้น รวมถึงการใช้คำบ่งชี้บุคคล (personal deixis) เพื่อสร้างความสัมพันธ์หรือความใกล้ชิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื่องจากการบ่งชี้ดังกล่าวช่วยให้ผู้รับสารรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในสารนั้นมากขึ้น (Persson, 2012)

ข้อความด้านการท่องเที่ยวที่ปรากฏบนสื่อดิจิทัลหรือสื่อออนไลน์ก็มีลักษณะเฉพาะเช่นกัน กล่าวคือ สั้น กระชับ แสดงความหมายชัดเจน และมีการดึงใจ ทั้งผู้เขียนและผู้แปลข้อความด้านนี้ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากผู้อ่านมีแนวโน้มอ่านข้อความบนสื่อดิจิทัลช้ากว่าสิ่งพิมพ์ทั่วไป และมีโอกาสออกจากหน้าเว็บไซต์อย่างรวดเร็ว หากภาษาที่อ่านอยู่นั้นซับซ้อนเกินไป หรือไม่ดึงดูดมากพอ (Skibitska, 2015) โดยจากการศึกษาของ Marza (2011) พบว่า มีการใช้ evaluative adjectives (EA) บนเว็บไซต์โรงแรมจำนวนมากและเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดความสนใจผู้อ่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ 1) คำคุณศัพท์ที่ดึงดูดสุนทรีย์ (aesthetic appeal) 2) คำคุณศัพท์แบบประเมินทั่วไป (general appraisal) 3) คำคุณศัพท์บ่งบอกลักษณะพิเศษ (deviance) 4) คำคุณศัพท์ที่ดึงดูดอารมณ์ความรู้สึก (emotional/sensory appeal) 5) คำคุณศัพท์บอกขนาดและความแข็งแรง (size/strength-related adjectives) โดยโครงสร้างที่พบมากที่สุด ได้แก่ การวาง EA ไว้ตำแหน่งหน้าคำนาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leelertphan (2017) ที่พบว่า โรงแรมมักเลือกใช้คำคุณศัพท์บนเว็บไซต์ในการบรรยายสิ่งอำนวยความสะดวกและลักษณะเฉพาะของโรงแรม เพื่อดึงดูดลูกค้า รวมถึงใช้คำกริยา 4 คำหลัก ๆ ที่ใช้ในการสร้างแรงดึงดูดแก่ผู้อ่าน ได้แก่ คำว่า “welcome” “invite” ที่มักปรากฏในอัตถภาสกรสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน คำว่า “have” ที่ใช้เพื่อแนะนำบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม รวมถึงความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและข้อมูลสำคัญของโรงแรม และคำว่า “offer” ที่มักปรากฏในอัตถภาสกรบรรยายการตกแต่งห้องพัก

Leelertphan ยังศึกษาคำกริยาที่ขึ้นต้นประโยคคำสั่งที่พบบ่อยในอัตถภาคต่าง ๆ ของเว็บไซต์โรงแรม ได้แก่ คำว่า “stay” ซึ่งมักพบในส่วนแนะนำโรงแรมและบริการต่าง ๆ ของโรงแรม คำว่า “allow” และ “relax” พบมากในส่วนการบรรยายข้อเสนอของโรงแรม คำว่า “enjoy” มักใช้บรรยายห้องพัก และคำว่า “contact” “book” “read” ที่มักใช้เพื่อกระตุ้นปฏิกิริยาโต้กลับของผู้อ่าน นอกจากนี้ ยังพบการใช้คำสรรพนาม “we” “our” “you” “your” มากกว่าสรรพนามบุรุษที่ 1 เอกพจน์ และสรรพนามบุรุษที่ 3 โดยที่สรรพนามดังกล่าวปรากฏในทุกอัตถภาคของเว็บไซต์โรงแรมเพื่อเน้นผลประโยชน์และสิ่งที่คุณผู้อ่านจะได้รับ ทั้งยังปรากฏการใช้โครงสร้างกรรมวาจกเพื่อบรรยายห้องพักของโรงแรมให้เด่นขึ้นเป็นจำนวนมาก เห็นได้จากความถี่ของคำปรากฏรวมในโครงสร้างนี้ที่มักใช้กับสิ่งไม่มีชีวิต เช่น “located” “equipped” “designed” “decorated” เป็นต้น

นอกจากนี้ Narumon Huadhom & Wannapa Trakulkasemsuk (2017) ได้ศึกษาสโลแกนการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์จากสถานที่ต่าง ๆ ทั่วโลก และพบว่าโครงสร้างนามวลีเป็นโครงสร้างที่พบมากที่สุด โดยโครงสร้างของนามวลีที่พบมากที่สุด ได้แก่ ADJ + N เช่น Pure Russia Turkey Unlimited รองลงมาคือ ประโยคบอกเล่า เช่น There’s nothing like Australia. และประโยคคำสั่ง เช่น See it! Feel it! Love it! ตามลำดับ ในขณะที่ Wibiwo & Kristina & Kasim (2016) ศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษในข้อความโปรโมชันการท่องเที่ยวในพื้นที่ Solo Raya จากทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ และพบว่า ข้อความส่วนมากยังมีข้อผิดพลาดปรากฏอยู่ ได้แก่ การใช้คำผิดชนิด การเลือกใช้คำผิด ประโยคไม่สมบูรณ์ ประโยคขาดประธานและกริยา กาล การใช้บุพบท และการใช้ประโยคกรตุวากและกรรมวาจก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลประเภทบอกกล่าว และไม่มีข้อมูลที่จูงใจเท่าไร ทางผู้วิจัยจึงได้เสนอการใช้รูปประโยคคำสั่ง และการใช้ประโยคคำถามเพื่อเป็นแนวทางสำหรับสร้างภาษาชักจูงใจให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น

อย่างไรก็ดี ลักษณะเฉพาะของงานเขียนประเภทนี้ในแต่ละวัฒนธรรมอาจมีบางส่วนที่ต่างกัน เพราะแต่ละวัฒนธรรมย่อมมีวิธีการสื่อสารที่ต่างกันตามบริบทของสังคม เช่น ในภาษาอังกฤษอาจมีการใช้ประโยคคำสั่งมาก เพื่อให้โทนเสียงที่ออกมาสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านกับผู้เขียนมากขึ้น ในขณะที่การใช้ประโยคคำสั่งในภาษามลายูเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม เพราะแสดงถึงการมีอำนาจเหนือผู้อ่านและทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าเป็นวิธีที่รุนแรงเกินไป (Sulaiman, 2014) แต่ในบางกรณีความแตกต่างทางวัฒนธรรมอาจไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการสร้างลักษณะเฉพาะทางภาษา เช่นการศึกษาลักษณะเฉพาะของเว็บไซต์โรงแรมในไทย (ภาษาอังกฤษ) และเว็บไซต์โรงแรมในนิวซีแลนด์ของ Leelertphan (2017) ที่ชี้ว่าปัจจัยอื่นอย่างการวางแผนการตลาด การตั้งกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ขนาดธุรกิจ และขั้นตอนในการทำสื่อออนไลน์ก็ส่งผลต่อการเลือกใช้โครงสร้างและลักษณะทางภาษามากกว่าความแตกต่างทางวัฒนธรรม

2.3.3 การใช้คำสร้างจินตภาพ

การสร้างจินตภาพ หมายถึง การสร้างภาพจากความคิดให้บุคคลมองเห็นภาพของบรรยากาศหรือสถานที่ที่มีความพึงพอใจ ให้ความสุขสบายและมีความสุข (ปริญญา สนิกะวาที 2552, น. 5 อ้างถึงใน เทียนชัย ขาญณรงค์ศักดิ์ 2554, น. 11) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้กลิ่น การสัมผัสและการรับรส และในการสร้างจินตภาพ บุคคลจะมีการตอบสนองในลักษณะผ่อนคลายตามการรับรู้ของอารมณ์ที่มีความสุข (บุษบา สมใจวงษ์ 2011, น. 25 อ้างถึงใน เทียนชัย ขาญณรงค์ศักดิ์ 2554, น. 11)

กระบวนการจินตภาพ (imagery) หมายถึง วิธีการสร้างภาพในจิตด้วยถ้อยคำที่เลือกสรรเป็นพิเศษเพื่อแทนความคิด อารมณ์ และประสบการณ์ด้านความรู้สึก (ราชบัณฑิตยสถาน 2545, น. 218) เป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ภาษาวรรณศิลป์อย่างหนึ่งด้วยวิธีการใช้ภาพพจน์ (figure of speech) การพรรณนา (description) หรือสัญลักษณ์ (symbol) เนื่องจากมีคุณสมบัติที่สัมผัสอารมณ์ความรู้สึกได้ดี มักใช้ในข้อความประเภตพจน์ ซึ่งภาพพจน์และสัญลักษณ์เป็นภาษาวรรณศิลป์ที่มีการใช้มากที่สุดในวรรณกรรม (โชษิตา มณีใส, 2555)

2.3.3.1 การพรรณนา

การพรรณนา หมายถึง วิธีการเขียนที่มีลักษณะประณีตบรรจง มุ่งให้เกิดความแจ่มแจ้งละเอียดลออเชิงจินตภาพ มีการใช้ภาษาที่มีพลังด้านการสื่อสารอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และจินตภาพ ทำให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์นึกเห็นตาม มักใช้ภาพพจน์ในการสร้างภาพทั้งการสรรคำการเล่นเสียง การเล่นคำ เพื่อเร้าประสาทสัมผัสทั้งห้า (โชษิตา มณีใส, 2555) โดยตรีศิลป์ บุญขจร และนภลัย สุวรรณธาดา (2541, pp. 199) ให้คำขยายความหลักการเขียนพรรณนา ดังนี้ 1) ต้องมีการเลือกสรรการใช้ถ้อยคำ เพื่อให้สื่อความหมาย สื่อภาพ สื่ออารมณ์ อาจเลือกคำให้เสียงสัมผัสกัน 2) มีใจความดี มุ่งให้เกิดภาพและอารมณ์ความรู้สึกกับเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อ 3) อาจมีการใช้ภาพพจน์ต่าง ๆ เพื่อให้ภาพที่แจ่มชัด อ่านแล้วเกิดจินตนาการให้รู้สึกคล้ายตาม 4) บางกรณีอาจต้องใช้สาธกโวหารประกอบด้วยโดยยกตัวอย่างสิ่งที่คล้ายคลึงกัน

2.3.3.2 สัญลักษณ์และภาพพจน์

โชษิตา มณีใส (2555) อธิบายความหมายของสัญลักษณ์และภาพพจน์ไว้ดังนี้ **สัญลักษณ์** หมายถึง การกล่าวโดยใช้สิ่งหนึ่งแทนสิ่งหนึ่ง เพื่อใช้สื่อสารให้เกิดความหมายเชิงลึกกว่าระดับความหมายพื้นฐาน เช่น มณี ใช้แทนสิ่งที่สูงค่า ท้องฟ้าสีทอง หมายถึง รุ่งอรุณ เป็นสัญลักษณ์แห่งการเริ่มต้น เป็นต้น **ภาพพจน์** หมายถึง สำนวนภาษาที่เกิดจากการเรียบเรียงด้วยวิธีการที่ผิดแผกไปจากการเรียงลำดับคำหรือความหมายของคำตามปกติ เพื่อให้เกิดภาพหรือความหมายพิเศษ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) ภาพพจน์เปรียบเทียบ (trope) หมายถึง การใช้ถ้อยคำสร้างภาพในจิตด้วยการเปรียบเทียบและการเปลี่ยนความหมายของคำ เช่น **อุปมา (simile)** ภาพพจน์ที่ใช้คุณลักษณะที่เหมือนกันบางอย่างของคนละสิ่งมาเปรียบกัน โดยใช้คำเปรียบ เช่น ดัง ราว เหมือน เสมือน เป็นต้น **อุปลักษณ์ (metaphor)** ภาพพจน์ที่นำสิ่งที่สิ่งที่มีคุณสมบัติร่วมกันมาเปรียบเป็นสิ่งเดียวกัน โดยใช้คำกริยา “เป็น” และ “คือ” ที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบ **บุคคลาธิฐานหรือบุคคลวัต (personification)** การสมมติสิ่งที่ไม่มีชีวิตหรือสัตว์ให้แสดงอารมณ์ ความคิด และกิริยาอาการเหมือนมนุษย์ **นามนัย (metonymy)** การกล่าวถึงสิ่งหนึ่งแต่หมายถึงอีกสิ่งหนึ่ง โดยใช้สัมพันธภาพบางประการของความหมายเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงความคิด **อติพจน์ (hyperbole)** การกล่าวเกินจริงเพื่อความขบขันหรือเย้ยหยัน **การอ้างถึง (allusion)** การกล่าวอ้างถึงบุคคลสถานที่ เหตุการณ์ ถ้อยคำ จากวรรณกรรมอื่นโดยตรงหรือโดยปริยาย เป็นต้น

(2) ภาพพจน์วาทศิลป์ (rhetorical figure) เช่น **การเน้นซ้ำคำ (anaphora)** การนำคำหรือกลุ่มคำมากล่าวซ้ำในต้นวรรค **การซ้ำคำ (repetition)** การเน้นคำ วลี หรือความคิดเห็นอย่างเดียวกันมาแปลงเป็นถ้อยคำใหม่ให้เกิดการเน้น **ปฏิพจน์ (oxymoron)** การสร้างคำที่มีความหมายไม่สอดคล้องกันมาไว้ด้วยกัน เพื่อให้มีความหมายเด่นชัดเป็นพิเศษ **สหลักษณะ (synaesthesia)** การนำคำบอกลักษณะประสาทสัมผัสอย่างหนึ่งไปใช้กับคำบอกประสาทสัมผัสอีกอย่างหนึ่ง **คำถามเชิงวาทศิลป์ (rhetorical question)** การตั้งคำถามเพื่อเสนอประเด็นให้คิด โดยไม่ต้องการคำตอบอย่างจริงจัง เป็นต้น

(3) ภาพพจน์ทางเสียง (figure of sound) ภาพพจน์ที่สร้างสุนทรีย์ในการฟัง เช่น **การเล่นเสียงสัมผัสพยัญชนะ (alliteration)** การนำคำที่มีเสียงพยัญชนะคล้ายกันมาวางใกล้กัน **การเล่นเสียงธรรมชาติ (onomatopoeia)** การใช้คำเพื่อให้ภาพในใจเกิดมิติด้านเสียง และก่อให้เกิดอรรถรสมากขึ้น เป็นต้น

2.3.4 ประโยคความซ้อน และประโยคคำสั่ง

2.3.4.1 ประโยคความซ้อน (Complex Sentence)

ประโยค เป็นโครงสร้างภาษาเหนือระดับคำที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนกว่า วลี และคำ หากแบ่งตามโครงสร้างประโยค จะแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ได้แก่ 1) ประโยคความเดียว ประโยคที่มีบทประธาน 1 หน่วย บทกริยา 1 หน่วย และมีองค์ประกอบทุกส่วนอยู่ในระดับคำหรือวลี 2) ประโยคความซ้อน ประโยคที่มีบทประธาน 1 หน่วย และบทกริยา 1 หน่วย ซึ่งมีองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งอยู่ในระดับอนุพจน์ หรืออนุประโยค และ 3) ประโยคความรวม ประโยคที่เกิดจากการรวมประโยคความเดียว หรือความซ้อนเข้าด้วยกัน โดยใช้คำเชื่อมในการเชื่อมความ (โชษิตา มณีใส, 2555)

กำชัย ทองหล่อ (2530) เรียกประโยคความซ้อนว่า สังกรประโยค ซึ่งหมายถึง ประโยคใหญ่ที่ประกอบด้วยประโยคเล็กตั้งแต่ 2 ประโยครวมกัน แต่มีประโยคหัวหน้าหรือประโยคหลัก หรือ มุขยประโยค ที่มีใจความสำคัญเพียงประโยคเดียว และส่วนที่เหลือเป็นประโยคเล็ก หรืออนุประโยคที่ทำหน้าที่แต่งหรือประกอบประโยคหลัก แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 1) **นามานุประโยค** คือ “อนุประโยคที่ทำหน้าที่ได้คล้ายกับนาม อาจเป็นบทประธาน บทขยาย หรือบทกรรมก็ได้” มักมีคำว่า “ให้” “ว่า” “ที่” “สำหรับ” “ของ” นำหน้า และคำกริยาด้านหน้าคำเหล่านี้ต้องเป็นสกรรมกริยา เช่น เขาพูดว่า ต้นเงาะงอกขึ้นในกระถาง เป็นต้น 2) **คุณานุประโยค** คือ อนุประโยคที่ทำหน้าที่ประกอบนามหรือสรรพนามเช่นเดียวกับคำวิเศษณ์ และใช้ประพันธสรรพนาม “ที่” “ซึ่ง” “อัน” เป็นบทเชื่อม เช่น ท่านที่ร้องเพลงโปรดรับรางวัล เป็นต้น และ 3) **วิเศษยานุประโยค** คือ อนุประโยคที่ทำหน้าที่ประกอบคำกริยาหรือคำวิเศษณ์ และใช้ประพันธวิเศษณ์หรือบุพบทซึ่งทำหน้าที่เหมือนประพันธวิเศษณ์เป็นบทเชื่อม อาทิ คำว่า “เมื่อ” “จน” “ตาม” “เพราะ” เช่น เขาอ่อนเพลีย จนเขาต้องพักผ่อน เป็นต้น

การแบ่งประโยคความซ้อนในภาษาไทยเป็นสองส่วนข้างต้นมีโครงสร้างประโยคที่ใกล้เคียงกับประโยคความซ้อนในภาษาอังกฤษเช่นเดียวกัน โดยในภาษาอังกฤษแบ่งเป็นประโยคหลัก (main clause) และประโยคที่ฝังตัวอยู่ในประโยคหลัก หรืออนุประโยค/อนุพากย์ (embedded clause) ซึ่งมีหลายชนิด ได้แก่ อนุพากย์วิเศษณ์ (adverbial clause) อนุพากย์กริยา (predicate clause) อนุพากย์ส่วนเติมเต็ม (complement clause) และอนุพากย์คุณศัพท์ (relative clause) โดยอาจอยู่ทั้งในรูปแบบ finite และ non-finite clause ซึ่งรูปอนุประโยคแบบ non – finite แบ่งย่อยได้อีก 3 โครงสร้าง ได้แก่ 1) โครงสร้าง infinitival เช่น Jane forgot to finish the assignment. 2) โครงสร้าง nominalization เช่น The Police praised her for maintaining the prohibition of alcohol. และ 3) โครงสร้าง participial เช่น I saw Madelon cycling through Oxford. (Anne E. Baker & Kees Hengeveld, 2012: edit)

สุพรรณิ ปิ่นมณี (2552) กล่าวว่า อนุประโยคและส่วนขยายเป็นปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งในการแปล หากผู้แปลไม่ได้วิเคราะห์รูปประโยคและส่วนขยายก่อน อาจทำให้การแปลผิดพลาดได้ โดยเฉพาะโครงสร้าง participle phrase ที่อาจทำให้ผู้แปลสับสน เพราะอยู่ได้ทั้งด้านหน้าด้านหลังคำที่ขยาย ดังนั้น ผู้แปลควรวิเคราะห์ก่อนว่าส่วนขยายนั้นขยายส่วนใดของประโยค

2.4.3.2 ประโยคคำสั่ง (Imperative Sentence)

ประโยคสามารถแบ่งได้ตามจุดประสงค์ของผู้พูดได้อีกหลายประเภท เช่น ประโยคบอกเล่า (declarative sentence) ประโยคคำถาม (Interrogative sentence) ประโยคแสดงความรู้สึก (exclamatory sentence) และประโยคคำสั่ง (Imperative sentence) เป็นต้น (Iriskulov, 2006)

Birjulin & Xrakovski (2001 อ้างใน Jary & Kissine, 2016) ได้ให้คำจำกัดความของประโยคคำสั่งไว้ว่า ประโยคที่ถ่ายทอดความคิดหรือความต้องการของผู้พูดให้ผู้ฟังมีการกระทำโต้ตอบ โดยไม่ได้จำกัดว่าต้องมีจุดประสงค์เพื่อสั่งหรือบังคับผู้ฟังเท่านั้น แต่รวมถึงทั้งการให้คำแนะนำ การเชิญชวน การขอร้อง และการอวยพร ซึ่งความหมายของประโยคเหล่านี้มีทั้งความหมายที่แสดงเจตนาโดยตรงตามรูปประโยค อาทิ Don't hurt him! Read the reviewer's comment carefully! Enjoy the show. และความหมายทางอ้อมที่ซ่อนอยู่ในรูปประโยคคำถาม หรือประโยคบอกเล่า อาทิ Will you close the door? You are leaving now. ซึ่งต้องอาศัยบริบทตามสถานการณ์ระหว่างผู้พูดและผู้ฟังในการตีความและโต้ตอบประโยคดังกล่าว

ไศรยา วิมลสถิตพงษ์ (2558) อธิบายว่า ประโยคคำสั่งต้องมีลักษณะใดลักษณะหนึ่งต่อไปนี้ 1) เริ่มต้นด้วยคำกริยา เช่น เจียบได้แล้ว เข้ามาสิ เป็นต้น 2) เริ่มต้นด้วยคำบ่งชี้แสดงคำสั่งหรือขอร้อง เช่น โปรดแต่งกายสุภาพ จงตอบคำถามต่อไปนี้ เป็นต้น 3) ประโยคคำสั่งที่ขึ้นต้นด้วยคำเรียกขาน เช่น นักศึกษา เดินตรงไปเลยคะ สุมาลี ปิดพัดลมด้วย เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Quirck (1985, p. 200 อ้างถึงใน Juniarta, 2016) ที่จำแนกประโยคคำสั่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ประโยคคำสั่งที่ไม่มีประธาน (ขึ้นอยู่กับการกริยา) เช่น Come over at 9.00 am. เป็นต้น 2) ประโยคคำสั่งที่มีประธาน (you + imperative) เช่น Pete, proceed, please! เป็นต้น 3) ประโยคคำสั่งที่ขึ้นต้นด้วย let (let + personal pronoun) เช่น Let's race! เป็นต้น 4) ประโยคคำสั่งที่มีความหมายเชิงลบ/สั่งห้าม (don't + V) เช่น Don't touch me! เป็นต้น โดยผลจากงานวิจัยของ Juniarta ที่ศึกษาการแปลประโยคคำสั่งในบทบรรยายภาพยนตร์เรื่อง Need for Speed ตามกรอบแนวคิดของ Quirck ชี้ให้เห็นว่า มีการใช้ประโยคคำสั่งที่ไม่มีประธานมากที่สุด และใช้ประโยคคำสั่งที่มีความหมายเชิงลบน้อยที่สุด

2.3.5 การเรียงลำดับความคิดและการนำเสนอความคิด

โชษิตา มณีใส (2555) กล่าวว่า การสื่อสารที่เกิดผลสัมฤทธิ์ หมายถึง การที่ผู้รับสารเข้าใจตัวสารได้ชัดเจน และสามารถขับเคลื่อนความคิด อารมณ์ ความรู้สึก หรือพฤติกรรมตามที่ถูกส่งสารประสงค์ โดยผู้ส่งควรพิจารณาปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายของการสื่อสาร ได้แก่ จุดมุ่งหมายและจุดประสงค์ ผู้รับสาร กาลเทศะ และสื่อ ซึ่งสารที่ต้องการจะสื่อต้องง่ายต่อการติดตามความคิดและการทำความเข้าใจด้วย กล่าวคือ สารต้องมีระเบียบ ไม่ก่อให้เกิดความสับสน มีการจัดลำดับความคิดไว้เป็นอย่างดี โดยจัดกลุ่มความคิดและลำดับความคิดเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกัน การลำดับความคิดที่มักพบ ได้แก่

(1) การลำดับความตามเวลา เป็นการจัดลำดับความคิดที่ใช้กับเนื้อหาประเภทเล่าขั้นตอน กรรมวิธี หรือเล่าเหตุการณ์

(2) การลำดับความตามสถานที่ เป็นการจลัดดับความคิดที่ใช้กับเนื้อหาประเภทบรรยายหรือพรรณนาสถานที่ โดยต้องมีจุดเริ่มต้นหรือจุดสังเกตการณ์ หรือจุดเด่นของภาพ จากนั้นจึงเสนอไปตามลำดับ อาจเริ่มจากใกล้ไปไกล ซ้ายไปขวา หรือบนไปล่าง

(3) การลำดับความคิดตามเหตุผล เป็นการจลัดดับความคิดตามสาเหตุและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยจะลำดับเหตุไว้ก่อนผล หรือผลไว้ก่อนเหตุก็ได้

(4) การลำดับความคิดตามความสำคัญ เป็นการลำดับความคิดที่ให้ระดับน้ำหนักแก่ประเด็นในเนื้อหาลำดับจากสำคัญมากไปสำคัญน้อย หรือน้อยไปมากก็ได้ ใช้ได้กับทุกลักษณะเนื้อหา

การเรียงลำดับความคิดข้างต้นสอดคล้องกับรูปแบบการเสนอข้อมูลแบบเรียงตามลำดับ (Order Pattern) และเรียงตามเหตุและผล (Cause and effect Pattern) ในการวิเคราะห์งานเขียนภาษาอังกฤษ ของ Quinn & Irvings (1997) ที่ได้จัดประเภทการนำเสนอข้อมูลไว้ 5 รูปแบบ เพื่อช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาหลักของข้อความและวัตถุประสงค์ของผู้เขียนได้มากขึ้น ดังนี้

(1) การจัดข้อมูลแบบแสดงรายละเอียด (List Pattern) เป็นการแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับใจความหลัก เพื่อขยายความให้ชัดเจนขึ้น เช่น การยกตัวอย่าง การอธิบาย การแสดงข้อมูลทางสถิติ โดยข้อมูลสามารถสลับที่ได้โดยไม่ทำให้ความหมายรวมเปลี่ยนแปลง มักมีคำว่า “several” “another” “also” “besides” “many” “most” เป็นต้น

(2) การนำเสนอข้อมูลเรียงตามลำดับ (Order Pattern) แบ่งได้เป็น (1) การเรียงข้อมูลตามลำดับเวลา (Chronological Order) มักใช้ในการเขียนเล่าเรื่องหรืองานเขียนทางด้านประวัติศาสตร์ (2) การเรียงข้อมูลตามลำดับขั้นตอน (Process) เพื่อแสดงขั้นตอนในการทำบางสิ่งบางอย่าง (3) การเรียงข้อมูลตามขนาดหรือสถานที่ (Size or Place) โดยสามารถเรียงจากขนาดใดของสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปเป็นอีกขนาดหนึ่ง หรืออธิบายสถานที่จากตำแหน่งหนึ่งไปอีกตำแหน่งหนึ่งก็ได้ (3) การเรียงลำดับตามความสำคัญ (Importance) ซึ่งอาจเรียงได้จากความสำคัญมากไปน้อย หรือน้อยไปมาก มักมีคำว่า “first” “next” “later” “ultimately” “ends” เป็นต้น

(3) การลำดับข้อมูลในลักษณะเปรียบเทียบ (Compare/contrast Pattern) เป็นการนำเสนอข้อมูลโดยการเปรียบเทียบหรือเปรียบเทียบต่างใจความหลักสองประเด็น เพื่อชี้ให้ผู้อ่านเข้าใจในแต่ละประเด็นมากยิ่งขึ้น หรือเป็นทางเลือกในการตัดสินใจ มักมีคำว่า “like” “on the contrary” “instead” “similarly” เป็นต้น

(4) การลำดับข้อมูลอย่างเป็นเหตุเป็นผล (Cause and effect Pattern) เป็นการนำเสนอข้อมูลโดยแสดงให้เห็นสาเหตุและผลลัพธ์ของประเด็นหลัก มักมีคำว่า “results” “thus” “because” “since” “affect” “effect” เป็นต้น

(5) การเสนอประเด็นปัญหาและวิธีแก้ปัญหา (Problem-solution Pattern) เป็นการนำเสนอข้อมูลเพื่อชี้ให้เห็นถึงปัญหาและวิธีการแก้ปัญหา มีลักษณะใกล้เคียงกับการลำดับข้อมูลอย่างเป็นเหตุเป็นผล

นอกจากนี้ ผู้ส่งสารควรกำหนดความคิดหลักที่ต้องการเสนอและใช้เหตุผลหรือหลักฐานข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือสนับสนุนให้แน่น โดยใช้กระบวนการคิดและสรุปอย่างสมเหตุสมผลตามหลักตรรกะแก่กระบวนการเขียนนำเสนอ ซึ่งการนำเสนอความคิดที่ดีควรประกอบด้วยการเขียนย่อหน้าที่ดี อันมีลักษณะดังนี้ (1) เอกภาพ หมายถึง การแสดงความคิดหลักเพียงประการเดียว (2) สัมพันธภาพ หมายถึง ความเกี่ยวเนื่องทางความคิดอย่างมีเหตุมีผล (3) สารัตถภาพ หมายถึง การแสดงความคิดหลักอย่างชัดเจน และ (4) บูรณภาพ หมายถึง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา โดยการเขียนย่อหน้าต้องเริ่มจากการสร้างประโยคใจความสำคัญซึ่งสามารถไว้ได้ทั้งตอนต้น ตอนท้าย และตรงกลางของย่อหน้า จากนั้นจึงขยายใจความสำคัญด้วยวิธีต่าง ๆ อาทิ การขยายด้วยการอธิบาย การให้รายละเอียด การให้เหตุผล การยกตัวอย่าง การเปรียบเทียบ (โซจิตา มณีใส, 2555)

ประเภทของย่อหน้า

1. ย่อหน้าที่เป็นองค์ประกอบหลักของงานเขียน ได้แก่ (1) ย่อนำนำความคิด – ใช้เกริ่นนำเพื่อพาผู้อ่านเข้าสู่เนื้อเรื่อง/การกล่าวกว้าง ๆ กล่าวถึงบรรยากาศที่สำคัญ ข้อมูลเชิงสถิติ ลักษณะเด่นชวนติดตาม ภูมิหลัง การเล่นคำ การยกคำกล่าวของบุคคล (2) ย่อหน้าสรุปความคิด – ใช้สรุปท้ายข้อเขียน/สรุปสาระสำคัญ เน้นสาระความคิด ตั้งคำถาม กล่าวถึงประโยชน์โทษ กล่าวถึงคุณสมบัติเด่นที่น่าสนใจ ให้คำแนะนำ และ (3) ย่อหน้าแสดงความคิด – ใช้แสดงความคิดและประเด็นต่าง

2. ย่อหน้าที่เป็นองค์ประกอบเสริมของงานเขียน ที่มีบทบาทเชิงไวยากรณ์ในการเชื่อมระหว่างย่อหน้า เน้นความหมาย แยกข้อความส่วนที่พูดออกมาให้เด่น ได้แก่ (1) ย่อหน้าโยงความคิด – ใช้เชื่อมย่อหน้าแสดงความคิดให้สัมพันธ์กัน (2) ย่อหน้าเน้นความคิด – บรรจุข้อความที่เป็นคำ ข้อความ หรือวลี ประโยคที่ต้องการจะเน้นความหมายให้เด่น และ (3) ย่อหน้าบทสนทนา บรรจุคำพูด คำกล่าวของบุคคล หรือตัวละคร (โซจิตา มณีใส, 2555)

2.3.6 เครื่องมือแสดงการเชื่อมโยงความ (Cohesive Devices) การบ่งชี้ (Deixis) และการวิเคราะห์อรรถภาค (Move Analysis)

ภาษาระดับข้อความ คือ การศึกษา “กระบวนการใช้ภาษา” ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยเน้นการวิเคราะห์ที่หลากหลาย เช่น การบรรยายรูปแบบหรือความรู้ในภาษา ให้กระจ่างชัดยิ่งขึ้น หรือมุ่งเน้นความสำคัญไปที่ผู้ใช้ภาษา โดยศึกษาและพิจารณานัยยะทางภาษาที่มีปฏิสัมพันธ์กับสังคม หรือพิจารณาสังคมที่ทำให้เกิดการใช้ภาษาตามนัยยะนั้น ๆ (ศึกษา เรื่องคำ, ม.ป.ป.) การวิเคราะห์

ภาษาระดับมีหลายมิติ แต่งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งประเด็นไปที่การศึกษาและเปรียบเทียบเครื่องมือการแสดงความเชื่อมโยงความ การใช้คำบ่งชี้ และการวิเคราะห์อรรถาภิธานระหว่างภาษาต้นทางและภาษาปลายทางกับภาษาที่เขียนโดยเจ้าของภาษา

2.3.6.1 เครื่องมือแสดงการเชื่อมโยงความ (Cohesive devices)

Halliday & Hasan (1976) อธิบายว่า เครื่องมือแสดงการเชื่อมโยงความ คือ เครื่องมือที่ใช้เชื่อมความสัมพันธ์ของภาษาในระดับวาทกรรมให้เกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งการเชื่อมความ (cohesion) จะเน้นความสัมพันธ์ทางด้านความหมายในตัวข้อความเป็นหลัก และจะเกิดขึ้นเมื่อมีการตีความสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาศัยองค์ประกอบอื่น แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การอ้างถึง (reference) การแทนที่ (substitution) การละ (ellipsis) การใช้คำสันธาน (conjunction) และการใช้ความสัมพันธ์ทางคำศัพท์ (lexical cohesion)

(1) การอ้างถึง (reference) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การใช้คำสรรพนามแทนบุคคล (personal reference) เช่น John has moved to a new house. He has it built last year. เป็นต้น การใช้คำชี้เฉพาะ (demonstrative reference) เช่น I like the lions, and I like the polar bears. These are my favourites. เป็นต้น และการใช้คำเปรียบเทียบ (comparative reference) เช่น It's the same cat as we saw yesterday. เป็นต้น

(2) การแทนที่ (substitution) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การแทนที่ คำนาม (nominal substitutes) เช่น These biscuits are stale.- Get some fresh ones. เป็นต้น การแทนที่ คำกริยา (verbal substitutes) เช่น Does Jean sing? – No, but Mary does. เป็นต้น และการแทนที่ อนุพากย์ (clausal substitutes) เช่น The children work very hard in the garden. – They must do. เป็นต้น

(3) การละ (ellipsis) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การละ คำนาม (nominal ellipsis) เช่น I like strong tea. I suppose weak is better for you. เป็นต้น การละ คำกริยา (verbal ellipsis) เช่น What have you been doing? – Swimming. เป็นต้น และการละ อนุพากย์ (clausal ellipsis) เช่น How did they break in? – I'll show you how. เป็นต้น

(4) การใช้คำสันธาน (conjunction) แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การใช้คำสันธานเพื่อเสริมข้อความ (additive) เช่น “and” “also” “in addition” “moreover” เป็นต้น การใช้คำสันธานเพื่อแสดงความขัดแย้ง (adversative) เช่น “yet” “but” “however” “instead” เป็นต้น การใช้คำสันธานเพื่อแสดงความเป็นเหตุเป็นผล (casual) เช่น “so” “because”

“therefore” “due to” เป็นต้น และการใช้คำสันธานเพื่อบอกเวลา (temporal) เช่น “then” “after” “next” “until” เป็นต้น

(5) การใช้ความสัมพันธ์ทางคำศัพท์ (lexical cohesion) แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) การซ้ำ (reiteration) ซึ่งประกอบไปด้วย การซ้ำคำ (repetition) เช่น There’s a boy climbing the old elm. That elm isn’t very safe. การใช้คำพ้องความหมาย (synonym) เช่น Accordingly... I took leave, and turn to the ascent of the peak. The climb is perfectly... เป็นต้น การใช้คำจากลุ่ม (superordinate) เช่น Henry’s bought himself a new Jaguar. He practically lives in the car. เป็นต้น และ (2) การใช้คำปรากฏร่วม (collocation) เช่น Why does this little boy wriggle all the times? Girls don’t wriggle เป็นต้น

2.3.6.2 การบ่งชี้ (deixis)

การบ่งชี้ (deixis) เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาภาษาระดับข้อความ และเป็นส่วนสำคัญในการสร้างข้อความ (Gafiyatova, 2017) เนื่องจากเป็นเครื่องมือการอ้างอิงอย่างหนึ่ง การบ่งชี้คือ การใช้โครงสร้างทางภาษาเพื่อสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและบริบท โดยตีความความหมายของถ้อยคำจากการวิเคราะห์บริบทของถ้อยคำ การบ่งชี้แบ่งออกเป็น 5 ประเภท (Levinson, 1983) ได้แก่

(1) การบ่งชี้บุคคล (personal deixis) หมายถึง การบ่งชี้ผู้ร่วมสนทนา หรือผู้ร่วมเหตุการณ์ แบ่งออกได้เป็น บุรุษที่หนึ่ง เช่น “I” “we” “us” “our” เป็นต้น บุรุษที่สอง ได้แก่ “you” และบุรุษที่สาม เช่น “he” “she” “it” เป็นต้น

(2) การบ่งชี้สถานที่ (place deixis) หมายถึงการบ่งชี้สถานที่หรือพื้นที่ในบริบท มักใช้คำว่า “there” “this” “that” “here” เป็นต้น

(3) การบ่งชี้เวลา (Space Deixis) เป็นการบ่งชี้ช่วงเวลาในบริบท มักมีคำวิเศษณ์ “now” กับ “then” เป็นต้น

(4) การบ่งชี้ทางสัมพันธสาร (discourse deixis) หมายถึง การบ่งชี้ส่วนของสัมพันธสารในถ้อยคำที่มีความสัมพันธ์กับข้อความโดยรอบ

(5) การบ่งชี้ทางสังคม (social deixis) เป็นการบ่งชี้ความแตกต่างทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับผู้ร่วมบทสนทนา มุมมอง และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

การบ่งชี้บุคคลเป็นลักษณะทางภาษาศาสตร์อย่างหนึ่งของข้อความด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะคำบ่งชี้บุคคล “you” “your” “we” “our” โดยงานวิจัยของ Leelertphan (2017) ระบุว่าคำบ่งชี้ดังกล่าวพบได้บ่อยบนเว็บไซต์โรงแรมทั้งในเว็บไซต์โรงแรมของไทยที่เป็น

ภาษาอังกฤษและเว็บไซต์โรงแรมของนิวซีแลนด์ โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของโรงแรมในนิวซีแลนด์เผยว่า ทางโรงแรมจงใจใช้คำบ่งชี้บุคคลดังกล่าวเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายโรงแรม และฝ่ายลูกค้าหรือผู้เข้าพัก และเชื่อว่าการใช้คำบ่งชี้สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีส่วนช่วยให้ผู้อ่านรู้สึกที่รู้สึกอบอุ่น ผ่อนคลาย และมีความใกล้ชิดกันเหมือนเป็นบุคคลในครอบครัวเดียวกัน

นอกจากนี้ การศึกษาคำปรากฏรวมของคำบ่งชี้แต่ละคำของ Leelertphan ยังแสดงให้เห็นบริบทการใช้คำที่ต่างกันด้วย กล่าวคือ คำว่า “you” มักมีคำกริยา “can” และ “will” ปรากฏรวม เพื่อช่วยให้ผู้อ่านได้จินตนาการถึงประสบการณ์ที่จะได้รับเมื่อมาพักผ่อนกับโรงแรม โดยเป็นคำสรรพนามที่ใช้แทนกลุ่มลูกค้าโดยรวมไม่ว่ากลุ่มลูกค้าที่มาท่องเที่ยวคนเดียว หรือมาเป็นกลุ่มกับเพื่อนหรือครอบครัว อาทิ “You can choose 2 styles of wagon bedrooms...” ในขณะที่โรงแรมมักใช้คำว่า “your” เพื่อให้ผู้อ่านถึงความเป็นส่วนตัว และเน้นว่าโรงแรมให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ เช่น “your own cooking facilities and spa bath are bonus..” และคำว่า “we” ที่พบในบริบทนี้มักเป็น we ประเภท exclusive we ซึ่งเป็นสรรพนามแทนโรงแรมและพนักงานของโรงแรม แต่ไม่ได้หมายถึงผู้อ่าน อาทิ “We invite you to discover the magic of Zazen” โดยที่ผลจากการวิเคราะห์ความถี่ของคำบ่งชี้ดังกล่าวชี้ว่า ความถี่ของคำว่า “our” สูงที่สุดทั้งในเว็บไซต์โรงแรมของไทยและของนิวซีแลนด์ (ร้อยละ 9.6, ร้อยละ 11 ตามลำดับ) ซึ่งคำปรากฏรวมที่พบกับคำนี้แบ่งออกเป็น 3 หมวด ได้แก่ (1) หมวดห้องอาหารและบาร์ (2) หมวดอาหารและเครื่องดื่ม และ (3) หมวดพนักงานโรงแรม

คำบ่งชี้บุคคลที่มีความถี่ในการใช้มากเป็นอันดับสอง ได้แก่ คำว่า “your” โดยที่พบความถี่ในเว็บไซต์ของไทย (ร้อยละ 7.2) มากกว่าเว็บไซต์นิวซีแลนด์ (ร้อยละ 4.6) เกือบสองเท่า ซึ่งกลุ่มคำปรากฏรวมที่พบในโรงแรมไทยมี 2 ประเภท ได้แก่ (1) คำที่แสดงความชอบหรือความต้องการส่วนบุคคล อาทิ “your taste” (2) คำที่หมายถึงพนักงานโรงแรม อาทิ “your very own butler” ในขณะที่โรงแรมในนิวซีแลนด์มักใช้ร่วมกับคำว่า “host” อาทิ your kiwi hosts เพื่อแสดงความมิตรกับผู้อ่าน แต่ไม่ได้แสดงถึงความเป็นเจ้าของเช่นเดียวกับโรงแรมไทย

คำบ่งชี้บุคคลที่มีความถี่ในการใช้มากเป็นอันดับสาม ได้แก่ คำว่า “you” ซึ่งมีความถี่ในการใช้บนเว็บไซต์โรงแรมภาษาไทย (ร้อยละ 9.2) มากกว่านิวซีแลนด์ (ร้อยละ 3.07) ประมาณสามเท่า โดยมีโครงสร้างคำปรากฏรวมที่เหมือนกันคือ hotels/restaurants + V (offering/providing/serving) + you + services อาทิ “The Thai and European kitchen serves you many traditional Thai dishes...” และพบความถี่ในการใช้คำว่า “we” น้อยที่สุด นอกจากนี้

Leelertphan ยังศึกษาความแตกต่างการใช้คำบ่งชี้บุคคลในแต่ละอัตถภาค และพบความถี่ในการใช้คำแต่ละคำที่ต่างกันตามแต่ละอัตถภาค ดังปรากฏในตาราง

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบคำบ่งชี้บุคคลที่พบมากที่สุดในแต่ละอัตถภาคของเว็บไซต์โรงแรมในไทยและเว็บไซต์โรงแรมในนิวซีแลนด์ในงานของ Leelertphan

อัตถภาค	คำบ่งชี้บุคคลที่พบมากที่สุดของโรงแรมในไทย	คำบ่งชี้บุคคลที่พบมากที่สุดของโรงแรมในนิวซีแลนด์
แนะนำบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	our	our
สร้างภาพลักษณ์	you	we
บรรยายห้องพัก	your	your
ชักชวนให้มีปฏิกิริยาตอบกลับ	our	our
บรรยายข้อเสนอ	your	your

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าการใช้คำบ่งชี้ในแต่ละอัตถภาคระหว่างเว็บไซต์โรงแรมของไทยและนิวซีแลนด์มีทิศทางไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ภาคแนะนำบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกและภาคกระตุ้นปฏิกิริยาตอบกลับจะเน้นไปทางผู้ส่งสารหรือทางโรงแรม แต่ภาคบรรยายห้องพักและภาคบรรยายข้อเสนอจะเน้นไปทางผู้รับสารหรือผู้อ่าน ยกเว้นภาคสร้างภาพลักษณ์ที่โรงแรมไทยเน้นไปทางผู้รับสาร แต่โรงแรมในนิวซีแลนด์เน้นไปทางผู้ส่งสาร อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาความถี่ในการใช้คำบ่งชี้โดยรวมแล้ว จะพบว่า โรงแรมในไทยมีการใช้คำว่า “you” และ “your” มากกว่าโรงแรมในนิวซีแลนด์อย่างชัดเจน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ของไทยที่เป็นภาษาอังกฤษมีการใช้คำบ่งชี้บุคคลไปทางผู้รับสารมากกว่าผู้ส่งสาร เพื่อให้ความสำคัญกับผู้อ่านและดึงดูดผู้อ่านให้มาใช้บริการของโรงแรม

2.3.6.3 อัตถภาควิเคราะห์ (Move analysis)

อัตถภาค (move) หมายถึง องค์ประกอบที่ใช้แยกโครงสร้างข้อความ โดยแต่ละอัตถภาคมีจุดประสงค์ในการสื่อความที่ต่างกัน และมีหน่วยย่อยที่เรียกว่า อนุวัจน์ (step) ซึ่งเป็นกลวิธีทางวาทศิลป์ที่ใช้บ่งชี้ลักษณะสำคัญและจุดประสงค์การสื่อความของแต่ละอัตถภาค (Bhatia, 1993, Henry and Roseberry, 2001 อ้างใน Sitthanakul, 2017) โดยการวิเคราะห์อัตถภาคมักศึกษาร่วมกับการวิเคราะห์ลักษณะทางภาษาศาสตร์ในข้อความแต่ละประเภทและการใช้ภาษาเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะทาง เนื่องจากข้อความแต่ละประเภทจะมีรูปแบบการใช้อัตถภาคที่ต่างกัน และมีลักษณะเฉพาะทางภาษาที่ปรากฏในแต่ละอัตถภาคต่างกัน

ปัจจุบันการศึกษาอัตถภาควิเคราะห์ข้อความด้านการท่องเที่ยวในสื่อชนิดต่าง ๆ เป็นไปอย่างหลากหลาย โดยเฉพาะลักษณะการใช้ภาษาจูงใจในแต่ละอัตถภาค ซึ่งนักวิชาการสามารถศึกษาและประยุกต์กรอบการวิเคราะห์อัตถภาคของนักวิชาการรุ่นก่อนหรือนักวิชาการท่านอื่น ๆ ได้อย่างเป็นอิสระ เพราะอัตถภาคของข้อความแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์ที่ค่อนข้างชัดเจน นักวิชาการจึงสามารถออกแบบอัตถภาคได้ตามที่เห็นสมควร อาทิ อัตถภาคของข้อความประเภทวีวีวีร้านอาหารมีทั้งหมด 4 อัตถภาค ได้แก่ (1) อัตถภาคเกริ่นนำ ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้อ่าน (2) อัตถภาคประเมิน เพื่อบรรยาย มีอาหาร บรรยากาศร้าน และการบริการ (3) อัตถภาคแนะนำ เพื่อแนะนำเมนูอาหารเพิ่มเติม และ (4) อัตถภาคสรุปประสบการณ์การรับประทาน (Yonthantham, 2014) ในขณะที่อัตถภาคที่ปรากฏในแผ่นพับของสถานที่ท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันตกมีได้มากถึง 9 อัตถภาค เช่น อัตถภาคแสดงชื่อสถานที่ท่องเที่ยว อัตถภาคแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว อัตถภาคระบุคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยว อัตถภาคให้ข้อมูลการบริการ เป็นต้น (Luo & Huang, 2015) หรือแม้แต่การศึกษาข้อความในบริบทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันก็สามารถมีรูปแบบของอัตถภาคและอนุวัจน์ที่ต่างกันได้อาทิ

Sitthanakul (2017) ได้วิเคราะห์อัตถภาคที่ปรากฏบนหน้าโฮมเพจภาษาอังกฤษของโรงแรมในไทยในเขตพัทยา โดยใช้กรอบแนวคิดของ Askehave and Nielsen (2005) และพบว่าหน้าโฮมเพจของโรงแรมดังกล่าวมีอัตถภาค ทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ (1) *อัตถภาคดึงดูดความสนใจ* ประกอบด้วย อนุวัจน์ชื่อโรงแรม โลโก้ หรือสโลแกน และอนุวัจน์ชักทายผู้อ่าน (2) *อัตถภาคสร้างภาพลักษณ์* ประกอบด้วย อนุวัจน์แสดงความพิเศษเหนือโรงแรมอื่น อนุวัจน์แสดงรางวัลที่ได้รับ อนุวัจน์บรรยายสถานที่ตั้ง และอนุวัจน์ให้ข้อมูลเบื้องต้น (3) *อัตถภาคบรรยายข้อเสนอของโรงแรม* ประกอบด้วย อนุวัจน์บอกรายละเอียดบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก และอนุวัจน์แนะนำกิจกรรมที่น่าสนใจ (4) *อัตถภาคชักชวนให้มีปฏิริยาตอบกลับ* ประกอบด้วย อนุวัจน์ชวนให้ค้นหารายละเอียดเพิ่มเติม อนุวัจน์ชักชวนให้ทำบางอย่าง อนุวัจน์เสนอโปรโมชั่น และอนุวัจน์ประกาศข่าวและงานอีเว้นท์ และ (5) *อัตถภาคสร้างข้อมูลการติดต่อ* ประกอบด้วย อนุวัจน์ให้รายละเอียดที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ และอนุวัจน์แสดงข้อมูลอีเมลและโซเชียลมีเดีย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Klankanna (2007) ที่ศึกษาอัตถภาคของหน้าโฮมเพจภาษาอังกฤษของโรงแรมเช่นเดียวกัน ต่างกันเพียงการรวมอัตถภาคสร้างข้อมูลการติดต่อไว้ในอัตถภาคชักชวนให้มีปฏิริยาตอบกลับ ในขณะที่ Akkhakraisi (2004) เสนอว่า อัตถภาคบนหน้าโฮมเพจของโรงแรมมี 4 ประเภท ได้แก่ (1) *อัตถภาคดึงดูดความสนใจ* (2) *อัตถภาคชักชวนให้เกิดการกระทำ* (3) *อัตถภาคบรรยายความพิเศษ/เอกลักษณ์* และ (4) *อัตถภาคระบุข้อตกลงและเงื่อนไข*

นอกจากนี้ Leelertphan (2017) ได้ขยายขอบเขตการศึกษาอัตถภาควิเคราะห์เกี่ยวกับเว็บไซต์โรงแรมในขอบเขตที่กว้างขึ้น โดยวิเคราะห์จากข้อมูลที่ปรากฏบนหน้าเว็บเพจหลัก 3 หน้า ได้แก่ หน้าโฮมเพจ หน้าเพจข้อมูลห้องพัก และหน้าเพจสิ่งอำนวยความสะดวกหรือกิจกรรม ของเว็บไซต์โรงแรมสไตล์บูติกในไทยและนิวซีแลนด์ โดยใช้กรอบแนวคิดของ Swales (1990) และ Bhahia (1993) ซึ่งพบว่า เว็บไซต์ของโรงแรมไทยและเว็บไซต์โรงแรมนิวซีแลนด์มีอัตถภาคบังคับ (อัตถภาคที่พบบ่อยร้อยละ 75) ที่ปรากฏเหมือนกัน 3 อัตถภาค ได้แก่ (1) *อัตถภาคแนะนำโรงแรม/สิ่งอำนวยความสะดวก/บริการ (Move: I)* (2) *อัตถภาคบรรยายห้องพัก (Move: DR)* และ (3) *อัตถภาคสร้างภาพลักษณ์ (Move: E)* นอกจากนี้ เว็บไซต์โรงแรมไทยยังมีอัตถภาคบรรยายข้อเสนอ (Move: DO) เป็นอัตถภาคบังคับ แต่เป็นอัตถภาคทางเลือกของเว็บไซต์โรงแรมนิวซีแลนด์ ในทางกลับกัน เว็บไซต์นิวซีแลนด์ก็มีอัตถภาคชักชวนให้เกิดการกระทำเป็นอัตถภาคบังคับ ซึ่งเป็นเพียงอัตถภาคทางเลือกของเว็บไซต์โรงแรมไทย อัตถภาคทางเลือกอื่น ๆ ในเว็บไซต์โรงแรมทั้งสองประเทศ ได้แก่ อัตถภาคแนะนำห้องอาหารและบาร์ อัตถภาคเกี่ยวกับห้องประชุม อัตถภาคที่แสดงถึงการสนับสนุนสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น อัตถภาคเกี่ยวกันเงื่อนไขและนโยบาย อัตถภาคส่งท้ายที่เป็นมิตร และอัตถภาคแนะนำคำถามที่พบบ่อย โดยอัตถภาคบังคับของเว็บไซต์โรงแรมกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยอนุวัจนต่าง ๆ ดังนี้

(1) **อัตถภาคแนะนำโรงแรม/สิ่งอำนวยความสะดวก/บริการต่าง ๆ** หมายถึง ข้อความที่เป็นบทนำในการแนะนำโรงแรม ประกอบด้วย อนุวัจนบอกชื่อโรงแรม หรือสโลแกนโรงแรม อนุวัจนทักทาย/ต้อนรับผู้อ่าน และอนุวัจนหัวข้ออื่นๆ เกี่ยวกับโรงแรม

(2) **อัตถภาคบรรยายห้องพัก** หมายถึง ข้อความส่วนที่แนะนำรายละเอียดต่าง ๆ ของห้องพักเพื่อประกอบการตัดสินใจของลูกค้า ประกอบด้วย อนุวัจนบรรยายสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง บรรยายการรอบนอกและวิวของห้องพัก อนุวัจนบรรยายการออกแบบและสไตล์ของห้องพัก อนุวัจนบอกราคาห้องพัก และอนุวัจนระบุกลุ่มเป้าหมาย/ความจุห้องพัก

(3) **อัตถภาคสร้างภาพลักษณ์** หมายถึง ข้อความส่วนที่สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้โรงแรม และรับรองคุณภาพและการบริการของโรงแรมแก่ผู้เข้าพัก ประกอบด้วย อนุวัจนบรรยายสถานที่ตั้ง อนุวัจนประวัติโรงแรม อนุวัจนข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น อนุวัจนแสดงความพิเศษกว่าโรงแรมอื่น อนุวัจนแสดงความหรูหรา อนุวัจนแสดงรางวัลที่เคยได้รับ อนุวัจนความคิดเห็นของผู้เข้าพัก และอนุวัจนเกี่ยวกับการประกัน

(4) **อัตถภาคบรรยายข้อเสนอโรงแรม** หมายถึง ข้อความที่แสดงรายละเอียดของโรงแรมด้วยภาษาจูงใจ โดยเน้นไปที่ประสบการณ์และผลประโยชน์ที่ผู้เข้าพักจะได้รับ ประกอบด้วย อนุวัจนบรรยายบรรยากาศและการออกแบบของโรงแรม อนุวัจนบรรยายสิ่งอำนวยความสะดวก อนุวัจนแสดงความใส่ใจถึงความต้องการส่วนตัวของลูกค้า อนุวัจนแนะนำกิจกรรมและบริการที่น่าสนใจ

อนุวัจน์เสนอโปรโมชัน อนุวัจน์บริการภายใต้เงื่อนไข อนุวัจน์ข้อมูลแหล่งซื้อสินค้าและสถานบันเทิงบริเวณรอบโรงแรม

(5) ทัศนคติชักชวนให้เกิดกระทำ หมายถึง ข้อความที่กระตุ้นให้ผู้อ่านจองโรงแรม หรือกดอ่านรายละเอียดเพิ่มเติม รวมถึงมีการติดต่อเพิ่มเติมกับทางโรงแรม

งานวิจัยชิ้นนี้จะยึดการศึกษาทัศนคติวิเคราะห์ของ Leelertphan (2017) และ Sitthanakul (2017) มาเป็นกรอบการศึกษาหลักเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบทัศนคติของบนเว็บไซต์โรงแรมทั้งในภาษาต้นฉบับ ภาษาฉบับแปล และภาษาที่เขียนโดยเจ้าของภาษา

2.3.7 การศึกษาคำปรากฏร่วม

สุพรรณิ ปิ่นมณี (2546) นิยามความหมายของคำปรากฏร่วมหรือสหพท (Collocation) ไว้ว่า “การที่คำตั้งแต่สองคำขึ้นไปปรากฏอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนเป็นธรรมชาติ แล้วสร้างหน่วยความหมายใดหน่วยความหมายหนึ่งขึ้นมาร่วมกัน โดยบริบทในการอยู่ร่วมกันจะเป็นตัวกำหนดว่าในประโยคนั้น ๆ คำนั้น ๆ ให้ความหมายใด ความหมายหลัก ความหมายรอง หรือความหมายเชิงเปรียบเทียบ” ซึ่ง Nation (2001 อ้างถึงใน Borucinsky & Kegalj 2015) กล่าวถึงเกณฑ์การระบุคำปรากฏร่วมไว้ 10 อย่าง ได้แก่ 1) ความถี่ในการปรากฏร่วม 2) การอยู่ใกล้กันของคำ 3) ความเชื่อมโยงทางไวยากรณ์ 4) โครงสร้างทางไวยากรณ์ 5) ลักษณะเฉพาะทางไวยากรณ์ 6) การหยุดชะงักด้านไวยากรณ์ (grammatical fossilization) 7) ลักษณะเฉพาะที่เกิดร่วมกัน (collocational specialization) 8) การหยุดชะงักด้านคำศัพท์ (lexical fossilization) 9) ความโปร่งทางอรรถศาสตร์ (semantic opaqueness) และ 10) ลักษณะเฉพาะทางความหมาย (uniqueness of meaning) โดยโครงสร้างของคำปรากฏร่วมมีได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ คู่คำนามกับคำคุณศัพท์ คู่คำคุณศัพท์กับคำบุพบท และคู่คำนามกับคำบุพบท โดย Lewis (2000) ได้จำแนกโครงสร้างคำปรากฏร่วมไว้ 20 ประเภท และ 1 ใน 5 เป็นโครงสร้างที่ประกอบด้วยคำคุณศัพท์ ได้แก่ 1) ADJ+N 2) V+ADJ+N 3) ADV+ADJ และ 4) ADJ + PP ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ADJ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการศึกษาคำปรากฏร่วม

คำปรากฏร่วมเป็นประเด็นที่ท้าทายสำหรับผู้เรียนภาษาที่สองค่อนข้างมาก เนื่องจากเจ้าของภาษาเรียนรู้การใช้คำปรากฏร่วมด้วยกระบวนการรับรู้แบบอัตโนมัติตามธรรมชาติและไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัวมากนัก ผู้ที่เรียนภาษาที่สองจึงต้องฝึกฝนการใช้คำปรากฏร่วมให้เป็นธรรมชาติใกล้เคียงกับเจ้าของภาษามากที่สุดทั้งทักษะการพูดและการเขียน รวมถึงทักษะด้านการแปล (Sadeghi, 2010) ที่ผู้แปลควรคำนึงถึงความเหมาะสมสอดคล้องกับความเป็นธรรมชาติของภาษาปลายทางด้วย มิใช่คำนึงถึงความถูกต้องทางไวยากรณ์เพียงอย่างเดียว (สุพรรณิ ปิ่นมณี, 2546) หากผู้แปลใช้คำ

ปรากฏการณ์ไม่ถูกต้องหรือไม่เป็นธรรมชาติ อาจส่งผลด้านลบต่อคุณภาพงานแปลและภาพลักษณ์ของนักแปลได้

การศึกษาคำปรากฏการณ์ส่วนใหญ่มักศึกษาร่วมกับคลังข้อมูลภาษาในเชิงอรรถศาสตร์ วากยสัมพันธ์ และด้านการสอนภาษาต่างประเทศ เนื่องจากการศึกษาคำปรากฏการณ์มีส่วนสำคัญในการช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะทางด้านภาษาให้ใช้ภาษาได้ใกล้เคียงกับเจ้าของภาษา (Shin & Nation, 2012 อ้างถึงใน Borucinsky & Kegalj, 2015) อาทิ การออกแบบระบบ FlaxCLS ของ Wu & Witten (2016) เพื่อให้นักเรียนและกลุ่มคนทั่วไปสามารถศึกษาคำปรากฏการณ์ได้ง่ายขึ้น โดย FlaxCLS เป็นระบบที่ดึงข้อมูลมาจากบทความของ Wikipedia จำนวน 3 ล้านบทความ และเรียงลำดับข้อมูลตามรูปแบบวากยสัมพันธ์ จากนั้นแสดงผลการค้นหาตามลำดับความถี่ ซึ่งระบบนี้ได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีในกลุ่มทดลองที่เป็นนักวิจัย เนื่องจากใช้งานง่ายกว่า COCA โดยเฉพาะการค้นหาคำปรากฏการณ์ในโครงสร้าง $N + of + N$ และ $V + pp + N$

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาคำปรากฏการณ์เพื่อประโยชน์ในการสอนภาษาอังกฤษเฉพาะทาง (ESP) อาทิ การใช้คลังข้อมูล MonoConcPro ในการศึกษาคำปรากฏการณ์เพื่อเสนอแนวทางการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการวิศวกรรมทางทะเล เช่น กิจกรรมการจับคู่คำปรากฏการณ์ในอีเมล กิจกรรมแก้ไขข้อผิดพลาดของคำปรากฏการณ์ และกิจกรรมศึกษาคำปรากฏการณ์ในงานแปล เป็นต้น การศึกษาคำปรากฏการณ์ในภาษาอังกฤษทางแพทย์จากคลังข้อมูลภาษาเฉพาะทางจำนวน 31,731 คำที่รวบรวมจาก Journal Medical Case Report เพื่อช่วยพัฒนาสื่อการเรียนการสอนที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนมากขึ้น โดยเฉพาะการศึกษาวิธีการใช้คำศัพท์จาก concordance ซึ่ง 41.2% ของนักศึกษาทางการแพทย์ชาวตุรกี 323 คน ลงความเห็นว่าการศึกษาคำปรากฏการณ์เป็นประโยชน์ในการศึกษาความหมายภาษาอังกฤษทางการแพทย์เป็นอย่างมาก (Ozdemir, 2014)

ในบริบทด้านการท่องเที่ยว Gandin (2015) ได้ใช้คลังข้อมูลที่รวบรวมบทความท่องเที่ยวที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษโดยเจ้าของภาษา และข้อมูลที่แปลจากภาษาอื่นมาเป็นภาษาอังกฤษศึกษาคำที่ปรากฏร่วมกัน (collocates) คำในบริบท (concordances) และคำสำคัญ (keywords) 3 คำ ที่อธิบายสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีที่สุด ได้แก่ landscape (s), space (s) and scenery (ies) โดยผลจากการวิจัย พบว่า ทั้งสามคำมีบริบทและโครงสร้างการใช้คำที่ต่างกัน กล่าวคือ คำว่า “landscape” มักใช้อธิบายสถานที่ท่องเที่ยวในเขตชนบทในบทความฉบับแปล และมีคำปรากฏการณ์ที่หลากหลาย ซึ่งแสดงถึงสากลลักษณะของภาษาแปลประเภทการแสดงความแจ่มชัด (explicitation) และการปรับตามชนภาษาเป้าหมาย (normalization) ในขณะที่การใช้คำว่า “space” ในบทความฉบับแปลพบคำปรากฏการณ์ที่มีความหลากหลายน้อยกว่า มักใช้กับสิ่งที่เป็นนามธรรม และมีรูปแบบการใช้เพื่อการบอกกล่าวมากกว่าเพื่อการจูงใจ แสดงถึงสากลลักษณะของ

ภาษาแปลประเภทการทำภาษาให้เรียบง่าย และประเภทการแทรกแซง ส่วนคำปรากฏร่วมของคำว่า “scenery” ในบทความทั้งสองประเภทมีลักษณะใกล้เคียงกัน เพียงแต่มีสัดส่วนการใช้คำคุณศัพท์ในบทความฉบับแปลมากกว่า ในขณะที่บทความที่เขียนโดยเจ้าของภาษามีค่านามมากกว่า โดยจากผลการศึกษาโดยรวม สรุปว่า สากลลักษณะของภาษาแปลมีผลต่อการใช้คำปรากฏร่วมและการใช้คำเพื่อดึงดูดใจที่แตกต่างกันระหว่างภาษาต้นฉบับและภาษาฉบับแปล

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปลงานด้านการท่องเที่ยว

การศึกษางานแปลด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นไปที่การศึกษากลวิธีและทฤษฎีที่ใช้ในการแปลงาน อาทิ การศึกษาการแปลข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยยึดหลักทฤษฎี relevance ของ Zhang & Lv (2013) ที่เสนอว่าการแปลข้อความประเภทนี้ควรใช้วิธี gloss translation โดยเฉพาะการถอดเสียง เพราะจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจภาษาต้นฉบับและสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิมจนอยากเดินทางไปยังท่องเที่ยวยังสถานที่ที่อยู่ในบริบทของภาษานั้น โดยมีเหตุผลสนับสนุนว่า ข้อความด้านการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการถ่ายทอดข้อมูลทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะ งานที่แปลออกมาจึงมีลักษณะเป็นการแลกเปลี่ยนสิ่งที่นึกคิดจากข้อมูลสองภาษาร่วมกัน และผู้อ่านมีหน้าที่ในการทำควมคุ้นเคยกับข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมนั้น ๆ เอง ซึ่งบางครั้งผู้แปลควรใส่คำอธิบายไว้ด้านล่างเพื่อเป็นทางออกให้กับผู้อ่านได้ตรวจสอบว่าสิ่งที่คิดไว้ตรงตามความหมายจริงหรือไม่

Mišenský (2008) ศึกษาการแปลแผ่นพับในบริบทการท่องเที่ยวจากภาษาเช็กเป็นภาษาอังกฤษโดยเสนอกลวิธีการแปลสิ่งต่าง ๆ หลายวิธี เช่น ควรใช้วิธีการถอดเสียงในการแปลชื่อภาษาท้องถิ่น ไม่ควรแปลชื่อเฉพาะโดยใส่คำแปลแบบตรงตัวแล้วใส่วงเล็บไว้ด้านหลัง ควรแปลแบบตีความเพื่อดึงดูดความสนใจผู้อ่าน เป็นต้น โดยวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ภาษาจากแผ่นพับด้านการท่องเที่ยว 4 ประเภทที่ต่างกัน และพบปัญหาและการใช้ภาษาของข้อความแต่ละประเภทที่ต่างกัน ดังนี้ (1) การแปลข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับถ้ำ - ไม่ค่อยใช้วิธีการขยายความคำศัพท์มากนัก คุณภาพการเทียบเคียงทางภาษาสูง และไม่ค่อยมีการแปลผิดหลักไวยากรณ์ แต่มีปัญหาเรื่องการแปลชื่อเฉพาะ ซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านสับสน (2) การแปลข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติ - มีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์เยอะ ไม่ปรากฏการขยายความคำศัพท์เพิ่มเติม แต่มีการเขียนอธิบาย คำเตือนและคำสั่ง (3) การแปลข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นปราสาทและโบสถ์ - มักมีการใช้คำศัพท์ทางสถาปัตยกรรมมาก แต่ไม่มีการอธิบายคำศัพท์เพิ่มเติม กลวิธีการแปลใกล้เคียงแบบ word-for-word มีโครงสร้างประโยคซับซ้อน ไม่มีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ และมีคุณภาพการเทียบเคียงทางภาษาสูงสุด

และ (4) การแปลรายการอาหาร - มีสไตล์การเขียนแบบเรียบง่าย ใช้ประโยคสั้น และใช้วิธีการแปลแบบ loose translation มีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์เล็กน้อย และมีระดับการเทียบเคียงทางภาษาต่ำสุด

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาการแปลแผ่นพับของสถานที่ท่องเที่ยวและโรงพยาบาลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษของชมพูนุช จิตพงศ์ธรรม (2011) ที่พบว่า วิธีการปรับบทแปลสองวิธีที่ใช้มากที่สุดในปีฉบับนี้ ได้แก่ การเพิ่มความ และการแทนคำด้วยวลีหรือประโยค โดยเฉพาะคำทางวัฒนธรรมหรือชื่อเฉพาะของสถานที่ เช่น “หนังใหญ่” แปลเป็น “Nang Yai (Shadow Play)” “ปากคลองตลาด” แปลเป็น “Flower Market” “หุ่นกระบอก” แปลเป็น “Thai rod puppet” เป็นต้น และเทคนิคที่พบบ่อย ได้แก่ การเปลี่ยนชนิดของคำ ทั้งการเป็นเปลี่ยนเป็นคำคุณศัพท์ หรือการเปลี่ยนเป็นคำนาม เพื่อเทียบเคียงในภาษาปลายทางให้มีความเป็นธรรมชาติ ส่วนปัญหาที่พบมากที่สุด ได้แก่ การแปลผิด และการแปลไม่ครบความ ซึ่งอาจเกิดจากข้อจำกัดด้านเนื้อที่ของแผ่นพับ โดยชมพูนุชฯ เสนอว่า ผู้แปลควรวิเคราะห์ต้นฉบับก่อนการแปลทั้งในแง่ของการวิเคราะห์ข้อความแง่เจตนารมณ์ผู้เขียน แ่งความแตกต่างระหว่างภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทาง และแง่การแปลให้เป็นธรรมชาติ ในขณะที่ Wang (2016) ศึกษาการแปลข้อความเกี่ยวกับทิวทัศน์จากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษโดยใช้ทฤษฎีการแปลแบบเทียบเคียงของ Nida และศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในการแปลข้อมูล โดยพบข้อผิดพลาดหลัก 2 ข้อ ได้แก่ การถ่ายทอดวัฒนธรรมผิด และการใช้คำผิดความหมาย และได้เสนอเทคนิคการแปลข้อความด้านการท่องเที่ยว ดังนี้ (1) การขยายความ (amplification) ซึ่งอาจเพิ่มโดยการใส่ footnote (2) การละไม่แปล(omission) (3) การจัดเรียงลำดับใหม่ (rearrangement of information unites) (4) การใช้คำเปรียบเทียบ (analogy) และ (5) การปรับโครงสร้างภาษาให้เป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง (reconstructing)

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาด้านการสำรวจงานคุณภาพงานแปลด้านการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ อาทิ งานวิจัยด้านการแปลข้อมูลด้านการท่องเที่ยวบนเว็บไซต์ระหว่างภาษาอังกฤษและภาษารัสเซียของ Skibitska (2013) ที่ศึกษาองค์ประกอบทางด้านภาษาศาสตร์ และองค์ประกอบที่ไม่ใช่ภาษาศาสตร์ โดยพบว่า ร้อยละ 34 ของเว็บเพจที่ศึกษาไม่ได้รับการแปล ร้อยละ 32 ของเว็บเพจที่มีการแปลไม่ใช่คำศัพท์ที่หือหาวามากนัก ร้อยละ 31 ของเว็บเพจใช้วิธีการแปลโดยยึดการแปลแบบตรงตัวตามต้นฉบับ และคุณภาพของข้อมูลโดยรวมที่แปลออกมามีคุณภาพต่ำ เนื่องจากข้อมูลนี้ไม่ได้แปลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือแปลภาษา

งานวิจัยที่เกี่ยวกับเครื่องมือแปลภาษาส่วนใหญ่เน้นไปที่การศึกษาประสิทธิภาพและข้อผิดพลาดของเครื่องมือแปลภาษา โดยการประเมินงานแปลของเครื่องมือแปลภาษามักพิจารณา

จากปัจจัยหลัก 7 ข้อ ดังนี้ คุณภาพงานแปล (quality) ประสิทธิภาพในการทำงาน (application efficiency) สไตล์การทำงาน (work style) การใช้ปัจจัยแวดล้อม (use environment) ความสามารถในการบำรุงรักษาและ ความสามารถในการยืดอายุ (maintainability and expandability) อัตราราคาต่อการทำงานของเครื่องมือ แปลภาษา (price ratio on mt system performance) และความคงทน (robustness) ซึ่งการตรวจสอบ คุณภาพงานแปลเป็นเกณฑ์ที่นักวิจัยนิยมนำมาศึกษามากที่สุด (Kruger, 2008 อ้างถึงใน Zong, 2018) โดยการ ประเมินคุณภาพการแปลของเครื่องมือแปลภาษาสามารถประเมินได้โดยมนุษย์ หรือใช้วิธีประเมินแบบอัตโนมัติ และแบบกึ่งอัตโนมัติ (จุฑามาส อยู่เจริญ, 2559)

Lyons (2016) ได้ศึกษาคุณภาพการแปลของเครื่องมือแปลภาษาจากภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษ 5 ชนิดที่เป็นระบบ phrase-based SMT เหมือนกัน ได้แก่ Google Translate, Baidu, Line, Bing และระบบอื่น และพบว่า (1) จากการวัดค่าความถูกต้อง BLEU (bilingual evaluation understudy) ที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.13-0.21 แสดงให้เห็นว่าการแปลจากไทยเป็นอังกฤษ เป็นกระบวนการแปลที่ยาก (2) โปรแกรม Google และ Baidu มีคะแนนทดสอบด้านความเข้าใจที่ ประเมินโดยมนุษย์สูงกว่าโปรแกรมอื่น (3) โปรแกรม Google และ Baidu มีอัตราข้อผิดพลาดในการ แปลต่ำกว่าอีกสามโปรแกรมเมื่อประเมินด้วยเครื่องมือของ Herson โดยข้อผิดพลาดที่พบมากที่สุด ได้แก่ การเลือกใช้คำผิด รองลงมา คือ การเรียงลำดับคำ นอกจากนี้ การตัดแบ่งคำหรือประโยคยังคง เป็นปัญหาสำคัญของเครื่องมือแปลภาษาสำหรับการแปลภาษาไทย

Ali (2016) ศึกษาปัญหาการแปลของเครื่องมือแปลภาษา Google Translate จากภาษาอารบิกเป็นภาษาอังกฤษ โดยให้นักเรียนหญิงชาวอาหรับ 50 คน ที่เรียนด้านภาษาอังกฤษ ตอบแบบสอบถามปรนัย 10 ข้อ และพบว่าเครื่องมือแปลภาษามีปัญหาทั้งทางด้านความหมายและ ด้านไวยากรณ์ นักเรียนร้อยละ 50 ใช้เครื่องมือแปลภาษาทุกวัน และส่วนใหญ่ใช้เกี่ยวกับการแปล คำศัพท์ นักเรียนร้อยละ 34 เห็นว่าเครื่องมือแปลภาษาควรได้รับการปรับปรุงระบบเพื่อคุณภาพการ แปลที่ดี และนักเรียนร้อยละ 64 ไม่เข้าใจภาษาฉบับแปลจากเครื่องมือแปลภาษา เนื่องจากความหมาย ไม่เทียบเคียงกับต้นฉบับ โดยเฉพาะคำทางด้านวัฒนธรรมที่เป็นปัญหาหลักในการแปล และคำบางคำยัง ยากสำหรับโปรแกรมเกินไป เนื่องจากโปรแกรมยังไม่สามารถตีความได้

Yumada (2019) ได้ศึกษาคุณภาพงานแปลของเครื่องมือแปลภาษา Google Translate ในระบบ NMT พร้อมการตรวจแก้หลังแปลโดยมนุษย์ (PE) จากภาษาอังกฤษเป็นภาษาญี่ปุ่น ซึ่งใช้รูปแบบวิธีการวิจัยเช่นเดียวกับงานวิจัยในอดีตเมื่อปี 2014 ที่ทดสอบการคุณภาพการแปลของ Google Translate ระบบ SMT และให้นักศึกษาแก้ไขหลังการแปล โดยเปลี่ยนเป็นระบบ NMT แทน ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพงานแปลของ NMT+PE นั้นมีคุณภาพมากกว่า SMT+PE และมีส่วนช่วยให้

นักเรียนพัฒนาทักษะการแปลมากขึ้น อย่างไรก็ตาม Google Translate ระบบ NMT นั้นยังมีข้อผิดพลาดที่ใกล้เคียงกับข้อผิดพลาดของมนุษย์ ทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งในการแก้ไขงานแปล

Udina (2019) เชื่อว่าการตรวจแก้หลังการแปลเป็นวิธีที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาและพัฒนาทักษะการแปลของนักศึกษา โดยเลือกศึกษาการตรวจแก้บทแปลด้านกฎหมายเกี่ยวกับผู้อพยพที่แปลโดย Google Translate จากภาษาอังกฤษเป็นภาษารัสเซียและพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่สามารถตรวจแก้บทแปลที่เป็นบทแปลในภาษาปลายทางอย่างเดียวได้มากกว่าการตรวจแก้บทแปลพร้อมต้นฉบับ เพราะการตรวจแก้จากข้อมูลภาษาเดียวจะให้นักศึกษามุ่งประเด็นความสนใจไปที่ตัวบทแปลอย่างเดียว ไม่มีต้นฉบับมาเบนความสนใจ ซึ่งประเด็นข้อผิดพลาดที่นักศึกษาพบมีหลายประเด็น อาทิ การใช้คำผิด การใช้ไวยากรณ์เกี่ยวกับคำกริยาและคำบุพบทผิด การเปลี่ยนชนิดคำอย่างไม่เหมาะสม การใช้โครงสร้างประโยคผิด แต่เมื่อให้ตรวจแก้บทแปลพร้อมต้นฉบับกลับพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่พบข้อผิดพลาดในภาษาปลายทางเพิ่มเติม และนักศึกษาบางส่วนแก้ไขบทแปลไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม โดย Udina เสนอว่า การตรวจแก้หลังการแปลจากภาษาปลายทางเพียงอย่างเดียวเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการสอนการตรวจแก้บทแปลในระดับเบื้องต้น

Vardaro, Schaeffer & Hansen-Schirra (2019) ศึกษาการตรวจแก้ของผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลที่ตรวจบทแปลจากเครื่องมือแปลภาษาในระบบ NMT โดยตรง และผู้ตรวจสอบที่ตรวจแก้บทแปลที่ผ่านการตรวจแก้มาแล้วอีกครั้งหนึ่ง (NMTPE) โดยใช้เครื่องมือ Hjerston ในการวิเคราะห์ และเน้นการตรวจแก้ข้อผิดพลาดในการแปล 3 ด้าน ได้แก่ การแปลผิด ข้อผิดพลาดด้านคำศัพท์ และข้อผิดพลาดเกี่ยวกับสไตล์การเขียน ผลการศึกษาชี้ว่า การตรวจแก้บทแปลจากเครื่องมือแปลภาษาโดยตรงมีผลต่อการตรวจแก้ประเด็นเดียวกันในการตรวจแก้บทแปลขั้นที่สอง (NMT) นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาการเคลื่อนไหวของสายตาของผู้ตรวจแก้บทแปลระหว่างการตรวจแก้ข้อผิดพลาดทั้งสามหมวด โดยพบว่า การเคลื่อนไหวสายตาของผู้ตรวจแก้ในแต่ละข้อผิดพลาดแต่ละหมวดไม่มีความแตกต่างกันมากนัก และผู้ตรวจแก้สามารถจับข้อผิดพลาดได้ตั้งแต่ในช่วงการทดลองครั้งแรก เพียงแต่ผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลใช้เวลากับภาษาต้นฉบับนานกว่าภาษาฉบับแปลในหมวดข้อผิดพลาดด้านคำศัพท์ และการแปลผิด ในขณะที่ใช้เวลาในการมองภาษาฉบับแปลและภาษาปลายทางเท่ากันในการตรวจแก้ข้อผิดพลาดด้านสไตล์การเขียน

นอกจากนี้ Vidhayasai, Keyuravong & Bunsom, (2015) ได้ศึกษาการแปลข้อตกลงและเงื่อนไขบนเว็บไซต์ของสายการบินเวียตนามแห่งหนึ่งจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยที่แปลโดย Google Translate โดยพบข้อผิดพลาดด้านคำศัพท์ ดังนี้ การแปลคำผิดความหมาย การแปลคำผิดหน้าที่ การใช้คำที่มีความหมายกว้างเกินไป การจำกัดความมากเกินไปในคำที่ไม่ต้องการ การแปลตรงตัวเกินไป การละความไม่แปล การแปลเกิน การแปลผิดหลักไวยากรณ์ และการใช้ระดับภาษาไม่ถูกต้อง ข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ ได้แก่ การใช้โครงสร้างไม่เหมาะสม การแปลแบบตรงตัวที่ส่งผลให้ภาษาผิดหลักไวยากรณ์ โดยพบว่าข้อผิดพลาดส่วนใหญ่เกิดจากการแปลแบบ word for word แต่การแปลชื่อเฉพาะหรือชื่อย่อยังคงทำได้ค่อนข้างดี

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษาความแตกต่างของการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์ และเครื่องมือแปลภาษา Google Translate ดังนี้

การศึกษาเชิงคุณภาพ - ศึกษาและวิเคราะห์ความแตกต่างของการแปลในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ ตลอดจนเปรียบเทียบการใช้คำบ่งชี้และคำปรากฏร่วมอย่างเป็นธรรมชาติในภาษาปลายทางทั้งสองฉบับ โดยเทียบกับคลังข้อมูลเว็บไซต์โรงแรมภาษาอังกฤษที่เขียนโดยเจ้าของภาษา

การศึกษาเชิงปริมาณ - ศึกษาและเปรียบเทียบสัดส่วนกลวิธีการแปลต่าง ๆ ของมนุษย์ และโปรแกรมแปลภาษา Google Translate ในการแปลข้อความประเภทบอกกล่าว (informative text) และข้อความจูงใจ (vocative text) ที่ปรากฏบนเว็บไซต์โรงแรม และศึกษาความเป็นธรรมชาติของงานแปลโดยใช้โปรแกรม Antconc ช่วยคำนวณสถิติประกอบการวิเคราะห์การใช้คำบ่งชี้และความถี่ของคำปรากฏร่วม

3.2 แหล่งข้อมูลและการสร้างคลังข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์คลังข้อมูลภาษาเดียว แบ่งเป็น 2 ชุด ได้แก่ 1) คลังข้อมูลภาษาอังกฤษที่รวบรวมจากเว็บไซต์โรงแรมที่แปลเป็นภาษาอังกฤษ (HT) โดยมีจำนวนคำทั้งหมด 35,935 คำ และ 2) คลังข้อมูลภาษาอังกฤษที่รวบรวมมาจากโปรแกรมแปลภาษา Google Translate จากโหมดแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ (GT) จำนวน 37,811 คำ ซึ่งคลังข้อมูลทั้งสองส่วนเป็นข้อมูลที่มีต้นฉบับภาษาไทยเดียวกัน โดยรวบรวมจากข้อมูลบนเว็บไซต์โรงแรมทั่วประเทศไทยทั้งหมด 29 แห่ง ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่คำแนะนำที่พักหน้าแรก ข้อมูลห้องพัก ข้อมูลการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยเลือกเฉพาะที่เป็นโรงแรมระดับ 4 -5 ดาว ตามเกณฑ์การแบ่งระดับโรงแรมของเว็บไซต์ Booking.com เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและมีคุณภาพ โดยข้อมูลที่นำมาใช้เป็นข้อมูลเทียบบทสองภาษาระหว่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.2.2 ข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษาอังกฤษที่ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลบนเว็บไซต์ของโรงแรมในกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก (L1) ได้แก่ โรงแรมในประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ตั้งแต่ระดับ 1 ดาว จนถึงระดับ 5 ดาว จำนวน 50 โรงแรม ซึ่งเป็นข้อความที่เขียนขึ้นเป็นต้นฉบับภาษาอังกฤษ ไม่ใช่ข้อความฉบับแปล มีจำนวนคำทั้งหมด 80,186 คำ โดยข้อมูลที่นำมา

วิเคราะห์ครอบคลุมตั้งแต่ข้อมูลแนะนำที่พาดหน้าแรก ข้อมูลห้องพัก ข้อมูลการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากนั้นบันทึกเป็นไฟล์ txt. สำหรับนำเข้าโปรแกรม Antconc

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

3.3.1 โปรแกรมแปลภาษา Google Translate

Google Translate (GT) เป็นบริการแปลภาษาออนไลน์โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายมากกว่า 100 ภาษาทั่วโลก พัฒนาโดยบริษัท Google และปล่อยออกมาให้ใช้เมื่อเดือนเมษายนปี ค.ศ. 2006 ซึ่งเป็นระบบการแปลงข้อมูลสถิติ (statistical machine translation: SMT) ต่อมาเมื่อปี ค.ศ. 2016 Google ได้เปลี่ยนมาใช้ระบบการแปลโครงข่ายประสาท (neural machine translation: NMT) ที่สามารถแปลทั้งประโยคได้ในครั้งเดียว ทำให้การแปลมีความแม่นยำมากขึ้นและมีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น โดยปัจจุบัน GT รองรับการแปลแบบออฟไลน์ได้กว่า 59 ภาษา ซึ่งผู้ใช้งานต้องดาวน์โหลดข้อมูลสำหรับใช้แปลภาษาที่ต้องการมาเก็บไว้ในแอปพลิเคชัน Google Translate บนอุปกรณ์ของตนเอง โดยแต่ละภาษาจะใช้พื้นที่ความจุในเครื่องประมาณ 35 - 45 เมกะไบต์ นอกจากนี้ GT ยังมีฟังก์ชันการแปลที่หลากหลาย ได้แก่ การแปลจากเสียง การแปลด้วยภาพ และการแปลจากลายมือ ซึ่งล่าสุดมีการพัฒนาการแปลภาษาด้วยโหมดกล้องคล้ายกับ Google Lens ซึ่งรองรับการแปลภาษาต้นฉบับจากภาพได้กว่า 88 ภาษา ทำให้การแปลเป็นธรรมชาติและแม่นยำมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถลดความผิดพลาดของการแปลบางคู่ภาษาลงได้ 55 - 85% สามารถใช้งานการแปลด้วยโหมดกล้องทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยการแปลแบบออนไลน์จะมีคุณภาพมากกว่า

3.3.2 โปรแกรม Antconc

Antconc เวอร์ชัน 3.4 เป็นซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลทางภาษาที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายสามารถใช้งานได้ในระบบ Windows, Macintosh, OS X และ Linux เหมาะสำหรับนักเรียน นักศึกษา อาจารย์ และนักวิจัยทางด้านภาษา ซึ่งผู้ใช้งานต้องนำเข้าข้อมูลด้วยไฟล์ประเภท HTML +, TXT + และ XML + โดยโปรแกรมมีเครื่องมือในการวิเคราะห์ทั้งหมด 7 ฟังก์ชัน ได้แก่ (1) Concordance Tool เครื่องมือแสดงผลการค้นหาในรูปแบบ KWIC (2) Concordance Plot Tool เครื่องมือแสดงผลในลักษณะบาร์โค้ด (3) File View Tool เครื่องมือแสดงผลการค้นหาในรูปแบบไฟล์ต้นฉบับ (4) Clusters/N-Grams เครื่องมือการค้นหากลุ่มคำตามที่ผู้ใช้งานกำหนด (5) Collocates เครื่องมือแสดงคำปรากฏร่วมของคำที่ค้นหา (6) Word List เครื่องมือแสดงความถี่ของจำนวนคำแต่ละคำในข้อความนั้นทั้งหมด (7) Keyword List เครื่องมือแสดงความถี่โดยเทียบกับคลังข้อมูลอ้างอิง

3.4 การรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเตรียมข้อมูลที่แปลโดยโปรแกรมแปลภาษา

นำกลุ่มตัวอย่างจากข้อ 3.2.1 มาแยกเป็นส่วน ๆ (Segment) โดยแบ่งเป็นส่วนละ 1-3 ประโยค แต่ละส่วนมีจำนวนคำเฉลี่ย 50-150 คำ จากนั้นนำไปแปลในโปรแกรมแปลภาษา Google Translate ที่ละส่วนในโครงการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ (เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2019)

เกณฑ์การแบ่งส่วน ยึดการตัดประโยคโดยดูใจความสำคัญจากต้นฉบับภาษาไทยเป็นหลัก แต่หากภาษาแปลที่แปลโดยมนุษย์ (HT) ส่วนใดรวมใจความต้นฉบับจากหลายส่วนเป็นส่วนเดียว จะยึดการตัดประโยคตามภาษาของ HT เป็นหลัก

3.4.2 การเตรียมข้อมูลสำหรับศึกษาวิธีการแปลตามประเภทข้อความ

3.5.2.1 แยกข้อมูลตามทฤษฎีการแบ่งประเภทข้อความของ Newmark (1988) ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลประเภทบอกกล่าว (informative) และข้อมูลประเภทจงใจ (vocative) โดยจัดกลุ่มข้อมูลสำหรับการแยกประเภท ดังนี้

ข้อมูลประเภทบอกกล่าว ได้แก่ (1) กฎ ระเบียบ ข้อตกลง (2) ข้อมูลทั่วไปที่มีลักษณะแจ้งให้ผู้อ่านทราบโดยตรงไปตรงมา อาทิ ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลที่ตั้ง

ข้อมูลประเภทจงใจ ได้แก่ (1) สโลแกน (2) ข้อมูลที่มีการใช้คำจินตภาพ (imagery) และ (3) ข้อมูลโปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษที่มีลักษณะจูงใจผู้อ่าน

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการแยกประเภทข้อมูล

ประเภทข้อมูล	ตัวอย่างข้อมูล
ข้อมูลบอกกล่าวประเภท กฎ ระเบียบ ข้อตกลง	นโยบายสัตว์เลี้ยง โรงแรมไม่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงทุกชนิดเข้ามาภายในบริเวณโรงแรม แต่เมืองพัทยานี้มีสถานที่รับฝากสัตว์เลี้ยงทุกชนิด สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
	รถลิμουซีนรับ-ส่งสนามบินนี้ มีให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง หากต้องการยกเลิกหรือเลื่อนเวลาเดินทาง กรุณาแจ้งในทางโรงแรม ทราบ 24 ชั่วโมงก่อนเวลานัดพบที่ระบุไว้
ข้อมูลบอกกล่าวประเภท ข้อมูลทั่วไป	โลฮาส เรสซิเดนซ์ ตั้งอยู่ห่างจากโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ซึ่งเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไม่ถึง 2 กิโลเมตร
	การสร้างหลองข้าวเพื่อเป็นที่เก็บข้าวเปลือกไว้กินตลอดทั้งปีสะท้อนถึง ความอุดมสมบูรณ์ของบ้าน ได้ถุนมีพื้นที่ว่างสามารถทำประโยชน์สำหรับ

	คนในครอบครัวที่มาร่วมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน ด้วยแนวความคิดนี้ โรงแรมซาลา นัมเบอร์ 6 จึงเลือกเป็นพื้นที่ลานจัดกิจกรรมเกี่ยวงาน ศิลปะวัฒนธรรม
ข้อมูลจุดใจประเภทสโลแกน	ค้นพบทุกประสบการณ์แห่งการพักผ่อน ปลดปล่อยตัวเองให้ดื่มด่ำกับรสชาติ การช้อปปิ้ง และวัฒนธรรมระดับโลก
ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูลที่มีการใช้คำ สร้างจินตภาพ	ชั้นดาดฟ้า สวนสีเขียวขจีพร้อมด้วยท้องฟ้าที่ส่องแสงสวยงามดั่งไข่มุก ผักผ่อนในสไตล์ของคุณเองบนสวนบนชั้นดาดฟ้าของเรา นั่งเอนหลังผ่อนคลาย และซึมซับของขวัญที่ดีที่สุดจากธรรมชาติ วิตามินดีจากดวงอาทิตย์ อาจเดินทำสมาธิเพื่อทำความสะอาจิตใจและผ่อนคลายจากการเดินทางในแต่ละวัน ชั้นดาดฟ้าของเราเป็นพื้นที่ที่เงียบสงบ เหมาะสำหรับการอ่านหนังสือหรือเล่นหมากรุก ปลดปล่อยความคิดของคุณ และเพลิดเพลินไปกับการดื่มด่ำธรรมชาติขณะนอนอาบแดด ห้องเที่ยวทางทะเล ผาหินปูนสูงชันบรรจบกับน้ำทะเลสีเขียวมรกต เวิ้งน้ำเรียบสงบ เชิญชวนฝูงปลาสีรุ้งให้ว่ายลัดเลาะไปตามแนวปะการัง นั่งปิกนิกบนชายหาดกับแฮมเปอญสักขวด หนังสือสักเล่มและคนรู้ใจ ปลดปล่อยกายใจไปกับสายลม แสงแดด และเสียงคลื่น ในที่อันสงบไร้ความกังวลุ่นวายใดๆ
ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูล โปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ	แพ็คเกจประกอบด้วย: - ที่พัก 2 คืน - อาหารเช้าสำหรับ 2 ท่านทุกวัน - อัฟเกรดห้องพักเป็นระดับถัดไป (ขึ้นอยู่กับห้องพักที่ว่าง) - ค็อกเทลหรือมี็อกเทลสูตรเฉพาะของโรงแรม 1 แก้วต่อการเข้าพักหนึ่งครั้ง - เช็กเอาท์หลังเวลาที่กำหนดได้จนถึงเวลา 16.00 น. (ขึ้นอยู่กับห้องพักที่ว่าง) - ส่วนลด 20% สำหรับการรับประทานอาหารเช้าตลอดการเข้าพักสำหรับ 2 ท่าน (ไม่รวมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) - ส่วนลด 20% สำหรับบริการนวดน้ำมัน 90 นาทีสำหรับ 2 ท่านตลอดการเข้าพัก - ราคาเริ่มต้นที่ US\$ 119

	EASTER SALE จองห้องพักตอนนี้ รับส่วนลด 25% (เข้าพัก 1 มีนาคม - 31 พฤษภาคม 2562) <u>สิทธิประโยชน์</u> - ส่วนลด 15% จากราคาห้องพักปกติ (ลดเพิ่ม 10% สำหรับสมาชิก) - ฟรี บัตรรถไฟฟ้า บีทีเอส สำหรับ 1 วัน (สูงสุด 2 ใบ ต่อ/ห้อง) - บุฟเฟต์อาหารเช้าที่ห้องอาหาร ซิตี บิสโทร (สำหรับห้องพักที่รวมอาหารเช้า) - ฟรี อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง - ส่วนลด 20% สำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม ณ ห้องอาหารของ โรงแรม (ยกเว้น ร้าน Ping's และ Tatsumi) - ส่วนลด 50% บุฟเฟต์อาหารทะเล ที่ห้องอาหารซิตี บิสโทร - รวมทุกสิทธิประโยชน์ สำหรับลูกค้าที่จองผ่านเว็บไซต์โรงแรมเท่านั้น
--	--

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์การแปลข้อความประเภทบอกกล่าวและประเภทจงใจ

3.5.1.1 กำหนดเทคนิคการแปลภาษาที่ใช้ในการศึกษาข้อความประเภทบอก

กล่าวและข้อความจงใจจากการศึกษาทฤษฎีการแปลของ Newmark (1998) Vinay & Darbelnet (1995) ทฤษฎีการปรับบทแปลของ สัจฉริ์ สายบัว (2542) และการศึกษากลุ่มตัวอย่างงานวิจัย ซึ่งมีทั้งหมด 13 วิธีได้แก่ การแปลโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม (Cultural Substitute Translation) การแปลแบบลดความ (Reduction) การแปลแบบเพิ่มความ (Expansion) การแปลแบบถอดความ (Paraphrase) การแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (Transposition) การแปลแบบเปลี่ยนแปลงมุมมอง (Modulation) การแปลโดยใช้คำยืม (Borrowing) การแปลโดยใช้คำบรรยาย (Descriptive phrase) การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้าง (Generic word) การแปลความหมายกว้างเป็นความหมายแคบ (Generic to Specific Translation) การแปลแบบตรงตัว (Literal Translation) การละความไม่แปล (Omission) และการใช้เชิงอรรถ

3.5.1.2 ศึกษาและแยกประเภทการแปลที่พบแต่ละชนิดในแต่ละประเภทข้อความตามข้อ (1)

ตารางที่ 3 ตัวอย่างการแยกวิธีการแปลแบบต่าง ๆ

วิธีการแปล	คำอธิบายกลวิธี	ภาษาต้นฉบับ	ภาษาฉบับแปล
การแปลโดยใช้สิ่ง ทดแทนทาง วัฒนธรรม (Cultural Substitute Translation)	การแปลโดยใช้คำทาง วัฒนธรรมของภาษา ปลายทางเพื่อเทียบเคียง กับความหมายของ ภาษาต้นฉบับ	ศาลา	pavilion, gazebo
		ตลาดน้ำ	floating market
การแปลแบบ ลดความ (Reduction)	การแปลโดยตัดคำ ประโยค หรือรายละเอียด บางส่วนออก เพื่อลดความ ซ้ำซ้อน แต่ยังมีคำแสดง ใจความหลักเดิมอยู่ โดย ส่วนที่ตัดออกนั้นต้องไม่ได้ มีความหมายในเชิงคำลูก กลุ่มของคำที่คงไว้	กล่าวคำปฏิญาณของคุณ อีกครั้งในโบสถ์สำหรับพิธี แต่งงาน พร้อมวิวทะเล กว้างไกล โดดเด่น ท่ามกลางโรงแรมจัดงาน แต่งงานอื่นๆ ในภูเก็ต จัด พิธีทำบุญตามประเพณี ไทย ที่รายล้อมไปด้วย ครอบครัวและเพื่อนฝูงตัด กับทัศนียภาพของ <u>พื้่นน้ำ สีอำมณังดงาม</u>	Renew your vows in a wedding chapel with sweeping ocean views making it stand out among the Phuket wedding hotels available. Hold a traditional Thai blessing ceremony surrounded by family and friends against a panorama of <u>jewel tones.</u>
การแปลแบบ เพิ่มความ (Expansion)	การแปลโดยเพิ่มคำ ประโยค หรือรายละเอียด บางส่วนที่ไม่ได้ปรากฏใน ต้นฉบับ เพื่อให้ความหมาย ในภาษาปลายทางมีความ ชัดเจนขึ้น	บริการรถรับ-ส่ง ฟรี แหล่งช้อปปิ้งย่านใจกลางเมือง	Daily shopping shuttle bus to <u>Asiatique the Riverfront</u> and downtown
การแปลแบบ ถอดความ (Paraphrase)	การแปลโดยเปลี่ยน รูปแบบภาษา สลับ ตำแหน่งประโยคหรือสลับ ใจความ แต่คงความหมาย โดยรวมเหมือนเดิมตาม ภาษาต้นฉบับ รวมถึงการ ใช้คำที่มีความหมาย	คุณจะได้รับการติดต่อ กลับพร้อมรายละเอียด ของราคาและการบริการ จากเราภายในเวลา 2 ชั่วโมง	Within two hours, we will respond to your request with space, rate and date availability.

	ใกล้เคียงกัน หรือมีความสัมพันธ์กับความหมายตามต้นฉบับ ซึ่งไม่ใช้การใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่าหรือแคบกว่า <i>***หมายเหตุ - ประโยคที่มีการเปลี่ยนโครงสร้างจากกรตุวจากเป็นกรรมวจาก โดยที่ไม่มีการสลับตำแหน่งใจความภายในประโยค <u>ไม่ถือว่าเป็นการแปลแบบถอดความ</u></i>		
การแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (Transposition)	การแปลโดยใช้คำตามความหมายเดิมของต้นฉบับ แต่เปลี่ยนชนิดของคำในภาษาปลายทาง	กัมพู เป็นร้านอาหารริมทะเลเปิดให้บริการตลอดวัน มีอาหารพื้นบ้านและนานาชาติหลากหลายให้ <u>เลือกสรร</u> สำหรับมือเช้า มื้อกลางวัน และมือเย็น...	Kampu, the all-day dining sea-view restaurant, offer a vast <u>selection</u> of local and global food for breakfast, lunch and dinner, ...
การแปลแบบเปลี่ยนแปลงมุมมอง (Modulation)	การแปลโดยเปลี่ยนรูปแบบภาษาเพื่อเปลี่ยนมุมมองในภาษาปลายทาง แต่คงความหมายของภาษาต้นฉบับไว้เหมือนเดิม ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาเฉพาะการเปลี่ยนมุมมองโดยการใช้รูปคำปฏิเสธเท่านั้น	ส่วนอิมเมอร์ลด์พูลบาร์มอบความตื่นเต้นจากกิจกรรม <u>ที่ไม่ควรพลาด</u> ในวันหยุดอย่างการว่ายน้ำขึ้นไปบาร์เพื่อสังสรรค์เทลคลายร้อน	..., while the Emerald Pool Bar provides the <u>must-do holiday thrill</u> of swimming up to the bar to order your tropical cocktail.
การแปลโดยใช้คำยืม (Borrowing)	การใช้คำยืม หรือการถอดเสียงคำจากภาษา ต้นฉบับ มาใช้ในภาษาแปล	ต้นกัมพู (Albizia Saman)	Kampu Tree (Albizia Saman).
		อาสนะ	Asana
		ชุดตั้งรดน้ำ	Ceremonial pouring set

การแปลโดยใช้คำอธิบาย (Descriptive phrase)	การแปลโดยใช้วลีบรรยายลักษณะ เพื่อบ่งบอกความหมายของคำ	แกงเข้มข้น	Creamy curry
การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้าง (Specific to Generic word)	การเลือกใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่าภาษาต้นฉบับ หรือใช้คำจำกัดกลุ่ม เพื่อเป็นการจำแนกประเภทกว้าง ๆ	ตลาดพื้นเมือง	Market
		ขนมอี๋	Dessert
การแปลความหมายกว้างเป็นความหมายแคบ (Generic to Specific Translation)	การแปลโดยใช้คำในภาษาปลายทางที่ความหมายเฉพาะ เจาะจงกว่าความหมายในภาษาต้นฉบับ	สำรวจรสชาติของชาวยุโรปตะวันตก โปแลนด์เซีย และเอเชีย	Explore the flavours of the Hawaii, Polynesia and Asia.
การแปลตรงตัว (Literal Translation)	การแปลโดยใช้คำโครงสร้าง และความหมายในภาษาปลายทางเหมือนเดิมกับภาษาต้นฉบับ	บริการอย่างถี่ถ้วน สอดคล้องความต้องการของคุณ โปรดวางใจในบริการแบบครบวงจรระดับมืออาชีพ สำหรับการวางแผนและดำเนินการประชุมหรือการจัดงานของคุณ	Thorough service In accordance with your needs Please trust in a professional one-stop service. For planning and operating your meetings or events
		จองการประชุม เป็นเจ้าภาพการจัดงาน หรือจัดเวทีสังสรรค์ ณ หนึ่งในสถานที่อันยอดเยี่ยม ในรีสอร์ทหรูระดับ 5 ดาว สุดหรูของเรา	Book a meeting, host an event or stage a party in one of the outstanding venues in our luxury 5-star Hua Hin resort.
การละความไม่แปล (Omission)	การไม่แปลบางคำ หรือบางประโยค เนื่องจากผู้แปลเห็นว่าข้อความนั้นอาจทำให้ผู้อ่านสับสน หรือไม่จำเป็นต้องแปล ซึ่งเมื่อละใจความนั้นไปแล้ว จะไม่	ข้อกำหนดและเงื่อนไข: - ห้องพักและราคาขึ้นอยู่กับอัตราเข้าพักในช่วงวันที่ให้ความสนใจ - ข้อเสนอพิเศษนี้ต้องชำระเงินล่วงหน้าทันที ไม่	Terms and Conditions: - Rooms and rates are subject to availability; blackout dates may apply

	เหลือคำหลักที่แสดงถึงความหมายที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่ละไป	สามารถยกเลิกเปลี่ยนแปลง แก้ไข และ/หรือโอนย้ายได้ - ข้อเสนอ<u>นี้ไม่สามารถใช้สำหรับการเข้าพักแบบหมู่คณะได้ (มากกว่า 10 ห้องขึ้นไป)</u> - ข้อเสนอ<u>นี้ไม่สามารถใช้ร่วมกับโปรโมชั่นหรือรายการส่งเสริมการขายอื่นๆได้</u>	- The offer is not valid in conjunction with any other discount or promotional programme - Rates are non-refundable, non-changeable, and non-transferable, and advance payment is required
การแปลโดยใช้เชิงอรรถ	การแปลโดยใส่คำอธิบายความหมายเพิ่มเติมในภาษาปลายทาง ซึ่งอาจใส่ไว้ในบทแปล ใส่รวมกับเนื้อหา หรือใส่หมายเหตุไว้อธิบายตรงตำแหน่งล่างสุดของหน้า หรือท้ายบท/เล่ม	“พิธีหลังน้ำพระพุทธรณ์และประสาธน์” หรือ “พิธีรดน้ำสังข์” ถือเป็นอีกหนึ่งขั้นตอนสำคัญในการแต่งงานแบบไทย ที่มีความงดงามที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรมของไทยแท้ ๆ พิธีรดน้ำสังข์นี้เป็นขั้นตอนหลังจากที่คู่บ่าวสาวได้ร่วมทำบุญตักบาตร ฟังพระสวดพุทธมนต์ และถวายจตุปัจจัยไทยธรรม จากนั้นจะเป็นฤกษ์รดน้ำหรือรดน้ำสังข์ด้วยหอยสังข์ที่ถือกันว่า เป็นของมงคลอย่างหนึ่ง	BUDDHIST CEREMONY - SAI MONGKOL THAI CEREMONY - Sai Mongkol is the sacred string meant to bind two people for life. In this traditional Thai blessing, simple white cotton thread is looped in circles and placed on the heads of the bride and groom, to unite the couple's souls. This is then followed by a water blessing ritual where the wedding guests, beginning with the parents and the most respected elders of the wedding party, approach the kneeling bride and groom to pour scented water over their hands from a sacred

			conch shell as they offer their best wishes for a happy life together to the couple. This simple but elegant ceremony is steeped in Thai history and tradition.
--	--	--	---

3.5.1.3 คำนวณเปอร์เซ็นต์การแปลที่พบแต่ละชนิดในแต่ละประเภทข้อความ เพื่อหาความถี่ในการแปลแบบต่าง ๆ โดยใช้สูตรคำนวณ

$$\frac{\text{จำนวนกลวิธีการแปลแต่ละวิธี}}{\text{จำนวนกลวิธีการแปลทั้งหมด}} \times 100$$

หมายเหตุ กรณีที่ Segment เดียวกันปรากฏกลวิธีการแปลหลายวิธี จะนับกลวิธีการแปลทุกวิธี (ไม่ได้เลือกเฉพาะกลวิธีที่โดดเด่น) โดยที่จำนวนกลวิธีการแปลทั้งหมด หมายถึง จำนวนกลวิธีทั้งหมดที่พบในข้อความแต่ละประเภท

3.6.1.4 นำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบการแปลแบบต่าง ๆ ระหว่างการแปลโดยของมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา Google Translate ในข้อความทั้งสองประเภท

3.5.2 การวิเคราะห์การแปลในระดับต่าง ๆ

ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะลักษณะเด่นทางภาษาที่พบมากในข้อความที่ปรากฏบนเว็บไซต์โรงแรม โดยแบ่งเป็นระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ ดังนี้

ระดับคำ – ศึกษาการแปลคำทางวัฒนธรรมและคำศัพท์ทั่วไป การหลกคำ ระดับการใช้คำ การแปลคำว่า “มี” และการใช้คำสร้างจินตภาพ/คำเปรียบเปรยจากงานแปลทั้งสองฉบับว่า มนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) มีการแปลคำเหมือนกันหรือไม่อย่างไร

ระดับประโยค – ศึกษาการแปลประโยคคำสั่ง (Imperative Sentence) และประโยคความซ้อน (Complex Sentence) โดยเลือกวิเคราะห์เฉพาะการแปลอนุประโยคประเภทคุณานุประโยค เนื่องจากเป็นอนุประโยคที่พบมากที่สุดในบริบทนี้ และศึกษาการแปลประโยคดังกล่าวของมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) ว่าเหมือนกันหรือไม่อย่างไร

ระดับข้อความ – ศึกษาเรื่องการแบ่งและรวมประโยค การถ่ายทอดอนุวัจน์ และ

เครื่องมือเชื่อมโยงความในงานแปลทั้งสองฉบับว่ามนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) เรียงลำดับความคิดหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

3.5.3 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความเป็นธรรมชาติระหว่างคลังข้อมูลภาษาอังกฤษที่เขียนโดยเจ้าของภาษา (L1) และภาษาปลายทาง (HT, GT)

3.5.3.1 การเปรียบเทียบคำบ่งชี้ (Deixis)

(1) รวบรวมและสรุปข้อมูลจากงานวิจัยของ Leelertphan (2017) เพื่อศึกษาการใช้คำบ่งชี้บุคคลเว็บไซต์ภาษาอังกฤษของโรงแรมไทยและเว็บไซต์ของโรงแรมนิวซีแลนด์ เพื่อใช้เป็นกรอบการศึกษาและข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์

(2) วิเคราะห์การใช้คำบ่งชี้ในคลังข้อมูลเฉพาะทางเว็บไซต์โรงแรมของกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษจำนวน 50 ข้อความ (ข้อ 3.5.1) เพื่อศึกษาความถี่ในการใช้คำบ่งชี้จากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปใช้เป็นเกณฑ์การเปรียบเทียบความเป็นธรรมชาติในภาษาฉบับแปลที่แปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษทั้งสองฉบับ

(3) ใช้โปรแกรม Antconc นับความถี่ของการใช้คำบ่งชี้ในงานแปลทั้งสองฉบับ โดยเลือกศึกษาคำบ่งชี้บุคคลบุรุษที่หนึ่งและสองที่ใช้แสดงความใกล้ชิดระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านเท่านั้น ได้แก่ “You” “We” “Our” “Your”

$$\frac{\text{จำนวนการใช้คำบ่งชี้แต่ละชนิด}}{\text{จำนวนการใช้คำบ่งชี้ทั้งหมด}} \times 100$$

(4) วิเคราะห์การใช้คำบ่งชี้บุคคลเรื่องการเน้นการสื่อสารว่าไปทางผู้รับสารหรือผู้ส่งสารมากกว่ากัน และการปรับบทแปลให้มีการใช้คำบ่งชี้บุคคลให้มีความเป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง โดยเปรียบเทียบระหว่างภาษาแปลของ HT และ GT กับคลังข้อมูล L1 และผลการวิจัยก่อนหน้าของ Leelertphan (2017)

3.5.3.2 การเปรียบเทียบคำปรากฏร่วม (collocation)

(1) กำหนดตัวอย่างคำคุณศัพท์ที่ต้องการศึกษา โดยงานวิจัยชิ้นนี้เลือกคำคุณศัพท์ 3 คำ ได้แก่ “unique” “perfect” และ “luxurious” เนื่องจากเป็นคำที่พบบ่อยในภาษาต้นฉบับ (ซึ่งมักแปลมาจากคำว่า “มีเอกลักษณ์” “ที่สมบูรณ์แบบ” “หรูหรา”) เพราะโรงแรมส่วนใหญ่มักใช้คำว่า “มีเอกลักษณ์” “ที่สมบูรณ์แบบ” อธิบายความพิเศษของโรงแรมแบบกว้าง ๆ ก่อนจะลงรายละเอียดของโรงแรม และด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาเป็นโรงแรมระดับ 4-5 ดาว จึงมี

การใช้คำว่า “หรูหรา” มาก นอกจากนี้ ทั้งสามคำยังมีสัดส่วนการใช้คำที่ใกล้เคียงกันในคลังข้อมูลทั้งสามชนิด (HT, GT, L1) เมื่อคำนวณจากฟังก์ชัน concordance

ตารางที่ 4 ตารางแสดงความถี่การใช้คำ

คลังข้อมูล/ คำคุณศัพท์	unique	perfect	luxurious
L1	0.09	0.18	0.06
HT	0.09	0.21	0.08
GT	0.11	0.12	0.08

(2) ศึกษาและเปรียบเทียบคำปรากฏร่วมของการใช้คำคุณศัพท์ตัวอย่าง (unique, perfect, luxurious) ระหว่างคลังข้อมูลภาษาอังกฤษที่เขียนโดยเจ้าของภาษา (L1) และภาษาฉบับแปลทั้งสองฉบับ (GT, HT) โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance และ Cluster/N-gram

(2.1) การเปรียบเทียบคำปรากฏร่วมแบบจำแนกตามหมวดหมู่ความหมายของคำ โดยไม่จำกัดความถี่

- กำหนดหมวดหมู่ความหมายทั้งหมด 9 หมวด ได้แก่ หมวดสถานที่ที่มีความหมายกว้าง หมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบ หมวดคำบุพบทและคำเชื่อม หมวดนามธรรม หมวดช่วงเวลาและอีเวนท์ หมวดบุคคล หมวดกิจกรรม หมวดสิ่งของ หมวดอื่นๆ (คำคุณศัพท์หรือคำที่ไม่มีความหมายเข้ากับหมวดใด ๆ)

- ใช้โปรแกรม Antconc ฟังก์ชัน Cluster N-gram โดยกำหนดขนาด cluster เป็น Min. 2 Max. 2 เพื่อค้นหาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ทั้ง 3 คำ จากทั้ง 3 คลังข้อมูล

- จำแนกคำปรากฏร่วมที่ปรากฏทั้งหมดตามหมวดหมู่ที่กำหนดไว้ และคำนวณเปอร์เซ็นต์โดยใช้สูตร

$$\frac{\text{จำนวนความถี่ของปรากฏร่วมแต่ละหมวด}}{\text{จำนวนความถี่ของคำปรากฏร่วมทั้งหมด}} \times 100$$

- เปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลคำปรากฏร่วมของภาษาฉบับแปลทั้งสองฉบับกับคลังข้อมูล L1

(2.2) การเปรียบเทียบคำปรากฏร่วมความถี่อันดับต้น

- รวบรวมคำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำคุณศัพท์ทั้ง 3 คำ จาก 3 คลังข้อมูล โดยกำหนดความถี่อันดับต้นที่จะศึกษาให้อยู่ที่ความถี่ 2 ขึ้นไป ซึ่งนำมาจากผลการค้นหาฟังก์ชัน Cluster/N-gram ที่กำหนดขนาด cluster เป็น Min. 2 Max. 2

- เปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลคำปรากฏร่วมของภาษาฉบับแปลทั้งสอง ฉบับกับคลังข้อมูล L1

(2.3) การศึกษาคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติ

- ศึกษาคู่คำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ทั้ง 3 คำ ของ HT และ GT ที่ไม่ปรากฏในคลังข้อมูล L1 โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

- ศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะการใช้คู่คำปรากฏร่วมดังกล่าวในคลังข้อมูล L1 เพื่อเปรียบเทียบการใช้คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติ

3.6 การตรวจสอบความแม่นยำการแบ่งประเภทข้อมูล

งานวิจัยนี้ต้องอาศัยขั้นตอนการตรวจสอบความแม่นยำของการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผู้วิจัยในการแบ่งประเภทข้อความและการวิเคราะห์กลวิธีการแปลต่าง ๆ โดยผู้ตรวจสอบเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการแปลทั้งหมด 2 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการแปลภาษาไทย-อังกฤษ จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 1 ท่าน และกำลังศึกษาวิจัยระดับปริญญาโท ด้านการแปลภาษาไทย-อังกฤษ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 1 ท่าน

3.6.1 การตรวจสอบความแม่นยำของประเภทข้อความ

(1) จัดทำตัวอย่างการแยกประเภทข้อมูลเพื่อให้ผู้ตรวจสอบใช้เป็นเกณฑ์ประกอบการพิจารณา ดังตารางที่ 2

(2) นำข้อมูลประมาณร้อยละ 10 ของข้อมูลทั้งหมดให้ผู้มีความรู้ด้านการแปลตรวจสอบพร้อมแนบตารางตัวอย่างข้อความแต่ละชนิดให้ผู้ตรวจสอบพิจารณาควบคู่กัน (เอกสารแนบ ก)

(3) ผู้ตรวจสอบวิเคราะห์ประเภทข้อความต่าง ๆ พร้อมแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

(4) ผู้วิจัยและผู้ตรวจสอบพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกรณีที่ความคิดเห็นไม่ตรงกัน

(5) ปรับเปลี่ยนการวิเคราะห์การแปลตามที่ผู้ตรวจสอบและผู้วิจัยเห็นสมควร

ผลการตรวจสอบการแยกประเภทข้อความ พบว่า ผู้วิจัยและผู้ตรวจสอบวิเคราะห์การแยกประเภทข้อความไปในทิศทางเดียวกัน 100%

3.6.2 การตรวจสอบความแม่นยำของการแยกกลวิธีการแปล

(1) จัดทำตัวอย่างการแยกประเภทวิธีการแปลทั้ง 13 ชนิด เพื่อให้ผู้ตรวจสอบใช้เป็นเกณฑ์ประกอบการพิจารณา ดังตารางที่ 3

(2) นำข้อมูลประมาณร้อยละ 10 ของข้อมูลทั้งหมดให้ผู้มีความรู้ด้านการแปลตรวจสอบ พร้อมแนบตารางตัวอย่างการแปลแต่ละชนิดให้ผู้ตรวจสอบพิจารณาควบคู่กัน (เอกสารแนบ ข)

(3) ผู้ตรวจสอบวิเคราะห์กลวิธีการแปลต่าง ๆ พร้อมแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

(4) ผู้วิจัยและผู้ตรวจสอบพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกรณีที่ความคิดเห็นไม่ตรงกัน

(5) ปรับเปลี่ยนการวิเคราะห์การแปลตาม que ผู้ตรวจสอบและผู้วิจัยเห็นสมควร

ผลการตรวจสอบการแปล พบว่า ผู้วิจัยและผู้ตรวจสอบเห็นตรงกันประมาณร้อยละ 98 โดยมีข้อความ 2 ส่วน ที่ผู้ตรวจสอบเสนอกลวิธีเพิ่มเติม ดังตารางที่ 5 ส่วนข้อคิดเห็นเพิ่มเติมส่วนใหญ่เกี่ยวกับการเลือกใช้คำ และการให้ข้อมูลไม่ตรงกันระหว่างภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทาง

ตารางที่ 5 ประเด็นที่เห็นไม่ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตรวจสอบ

SL	TL (HT)	Strategy
1. ห้องประชุมที่ว่าง (1) หากต้องการดูข้อมูลความพร้อมบริการ และกำหนดราคาสำหรับการประชุม และการจัดงานของคุณ (2) กรุณาขอใบเสนอราคาการจัดประชุมได้ทางออนไลน์	Meeting Room Availability To find availability and pricing information for your meeting and event, please request a meeting quote online.	- แปลแบบตรงตัว - แปลแบบเปลี่ยน แปลง ไวยากรณ์ - แปลแบบถอดความ
2. สระว่ายน้ำจะให้บริการแก่ผู้เข้าพัก โรงแรมเท่านั้น ในบริเวณชั้น 1 ใกล้กับห้วย หล่อข้าว เปิดทุกวันตั้งแต่เวลา 6.00 - 20.00 น. ความลึกของสระว่ายน้ำอยู่ที่ 1.5 เมตร	The hotel swimming pool is located on the first floor and next to Huan Lhong Khao, it is exclusively for the hotel guest only. The swimming pool is opening hours daily from 06.00 AM. – 08.00 PM. Please note the depth of the pool is 1.5 meters.	- แปลแบบถอดความ - แปลแบบเพิ่มความ

คำอธิบาย 1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า HT แปลข้อความดังกล่าวด้วยวิธีการแปลแบบตรงตัวและการแปลโดยเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์เท่านั้น แต่ผู้ตรวจสอบเสนอว่าในใจความส่วนที่ (1) เป็นการแปลแบบถอดความ เพราะถ้าเป็นการแปลแบบตรงตัว อาจต้องแปลว่า If you want to....., please.... ซึ่งผู้วิจัยเห็นด้วยกับประเด็นนี้ และได้แก้ไขการวิเคราะห์ข้อความอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันให้เป็นในทิศทางเดียวกันเรียบร้อยแล้ว

คำอธิบาย 2 ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า HT ใช้วิธีการแปลแบบถอดความเพียงอย่างเดียว แต่ผู้ตรวจสอบเสนอว่ามีการเพิ่มข้อความส่วน “ Please note” เข้าไปในภาษาปลายทางเพื่อเน้นย้ำความสำคัญของความดังนั้น ข้อความนี้จึงปรากฏวิธีการแปลแบบเพิ่มความอยู่ด้วย ซึ่งผู้วิจัยเห็นด้วยกับประเด็นนี้ และได้แก้ไขการวิเคราะห์ข้อความอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันให้เป็นในทิศทางเดียวกันเรียบร้อยแล้ว



บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

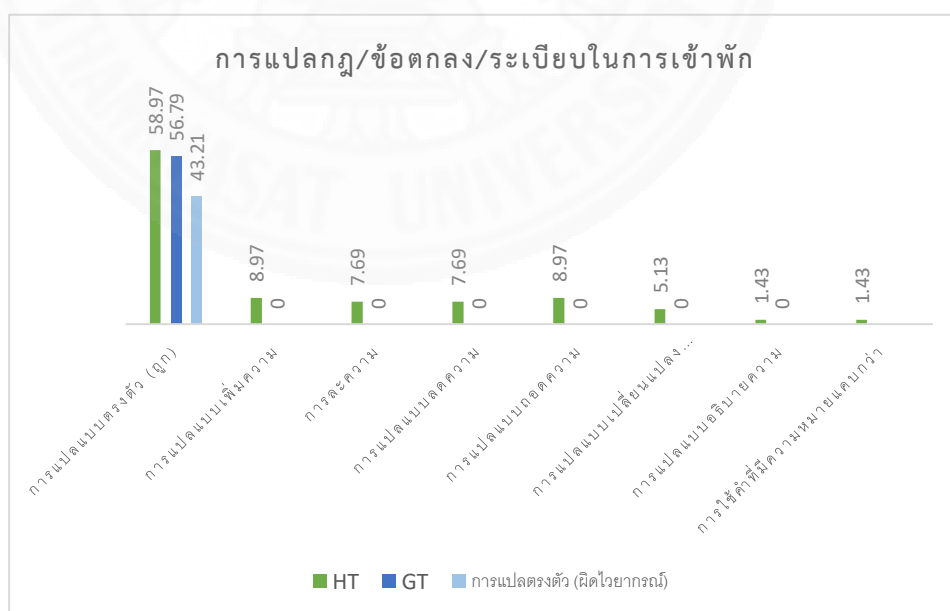
งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงเปรียบเทียบการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และโปรแกรมแปลภาษา Google Translate เพื่อศึกษาความหลากหลายของการแปลข้อความประเภทบอกกล่าวและประเภทงูใจ รวมถึงศึกษาความแตกต่างการแปลในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ โดยเลือกศึกษาการแปลคำทางวัฒนธรรม คำทั่วไป ประโยคคำสั่ง อนุพากย์ของประโยค ความซ้อน การเรียงลำดับความคิด และการรวมและแบ่งประโยค ตลอดจนศึกษาความเป็นธรรมชาติของฉบับแปลเมื่อเทียบกับคลังข้อมูลเฉพาะทางภาษาอังกฤษที่เขียนโดยเจ้าของภาษา โดยเน้นไปที่การวิเคราะห์ความถี่คำบ่งชี้และความหลากหลายของคำปรากฏรวมของคำคุณศัพท์ ได้ผลปรากฏ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์การแปลตามประเภทข้อความ

4.1.1 การแปลข้อความประเภทบอกกล่าว (Informative Text)

จากการศึกษาการแปลข้อความประเภทบอกกล่าว พบว่า ทั้ง HT และ GT มีความหลากหลายในการแปลข้อความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปมากกว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกฎ ข้อตกลง หรือระเบียบการเข้าพัก

4.1.1.1 การแปลกฎ/ข้อตกลง/ระเบียบในการเข้าพัก



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลการแปลกฎ/ข้อตกลง/ระเบียบในการเข้าพัก

จากแผนภูมิ จะเห็นได้ว่า HT ใช้วิธีการแปลทั้งหมด 8 วิธี โดยใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุด (ร้อยละ 58.97) รองลงมา คือ การแปลแบบเพิ่มความ (ร้อยละ 8.97) การแปลแบบถอดความ (ร้อยละ 8.97) การละความไม่แปล (ร้อยละ 7.69) การแปลแบบลดความ (ร้อยละ 7.69) และการแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (ร้อยละ 5.13) ตามลำดับ ในขณะที่ GT มีการแปลแบบตรงตัวอย่างเดียวเท่านั้น โดยแบ่งเป็นการแปลที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ร้อยละ 56.79 และการแปลที่ผิดหลักไวยากรณ์ร้อยละ 43.21

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัวและการแปลแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ถูกต้องไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
XIN TIAN DI อาหารจีนกวางตุ้งที่ได้รับรางวัล ชนะเลิศ เวลาทำการ วันธรรมดา มือกลางวัน: 11:30 น.-14:30 น. มือเย็น: 18:00 น.-22:30 น. วันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุด นักขัตฤกษ์ มือกลางวัน: 11:00 น.-14:30 น. มือเย็น: 18:00 น.-22:30 น.	XIN TIAN DI AWARD-WINNING CANTONESE CUISINE Location: Level 22nd Lunch: 11.30 am – 2.30 pm (Monday to Saturday) Lunch: 11 am – 2.30 pm (Sunday and national holidays) Dinner: 6 pm – 10.30 pm (daily) Phone number: +66 2 632 9000 ext 4202	XIN TIAN DI Award-winning Cantonese cuisine working time weekdays Lunch: 11:30 hrs. - 14:30 hrs. Dinner: 18:00 - 22: 30 hrs. Weekend and public holidays Lunch: 11:00 - 14: 30 hrs. Dinner: 18:00 - 22: 30 hrs.

จะเห็นว่า HT และ GT แปลข้อความข้างต้นด้วยวิธีการแปลแบบตรงตัวเป็นหลัก แต่ต่างกันที่ HT มีการแปลแบบเพิ่มความเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ผู้อ่าน/ลูกค้าด้วย กล่าวคือ มีการเพิ่มข้อมูลสถานที่ (Location: Level 22nd) และข้อมูลเบอร์โทรศัพท์เพื่ออำนวยความสะดวกผู้ที่สนใจมากขึ้น ในขณะที่ GT แปลใจความตามต้นฉบับเป็นหลัก จึงไม่มีข้อมูลนอกเหนือจากต้นฉบับ

ตารางที่ 7 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัว การเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ และเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
<u>หมอฉุกเฉิน</u> ในกรณีที่คุณต้องการความช่วยเหลือจากแพทย์ โปรดโทรติดต่อเบอร์ '0' ผู้เข้าพักจำเป็นต้องชำระค่าบริการกับแพทย์โดยตรง ซึ่งจะมีการออกใบเสร็จชำระเงินให้เพื่อการยื่นเรื่องเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทประกันในประเทศของผู้เข้าพักในภายหลัง	<u>Doctor on Call</u> In the unlikely event that you require medical attention, please dial '0' for assistance. Please note that you need to pay the doctor directly and a valid receipt will be issued for you to submit your claim to your insurance company back in your home country.	<u>Emergency doctor</u> In case you need help from a doctor Please call the number '0' พัก. Guests are required to pay the service fee directly to the doctor. Which will be issued a receipt for payment of expenses to the domestic insurance company of the guest later

จะเห็นว่าทั้ง HT และ GT แปลข้อความนี้ด้วยวิธีการแปลแบบตรงตัว โดย HT ใช้วิธีการแปลแบบเพิ่มความและลดความร่วมด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น โดยเพิ่มคำว่า “unlikely” เพื่อเสริมความหมายถึงกรณีฉุกเฉินที่ต้องการแพทย์ และวลี “Please note that” เพื่อย้ำถึงความสำคัญของข้อมูลที่จะกล่าวต่อไป นอกจากนี้ ยังมีการเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ โดยเปลี่ยนคำว่า “การออกใบเสร็จ” ซึ่งเปลี่ยนจากคำนามในภาษาต้นฉบับมาเป็นคำว่า “issue” ซึ่งเป็นคำกริยาในภาษาปลายทาง ส่วนภาษาปลายทางของ GT มีการใช้ภาษาที่ผิดหลักไวยากรณ์ เนื่องจากการแบ่งประโยคผิด โดยตัดประโยคตรงอนุประโยค และยังมีคำภาษาไทยปรากฏในภาษาปลายทางอีกด้วย

ตารางที่ 8 ตัวอย่างการแปลโดยการละความ (HT) / การแปลแบบตรงตัวถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
<u>แผนกต้อนรับ</u> (1) แผนกต้อนรับของโรงแรมตั้งอยู่ส่วนหน้าใกล้กับริมถนน (2) พนักงานของพวกเรายินดีพร้อมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อความสะอาดสบายของผู้เข้าพักทุกท่าน	<u>Reception</u> The reception is located at the front near the road.	reception The hotel reception is located in the front, near the road. Our staff is happy to be available 24 hours a day for the convenience of all guests.

จากตัวอย่าง เห็นได้ว่า HT แปลเพียงประโยคแรก (1) คือ “แผนกต้อนรับของโรงแรม ตั้งอยู่ส่วนหน้าใกล้กับริมถนน” โดยแปลแบบตรงตัวเป็น “The reception is located at the front near the road.” และไม่แปลส่วนที่เหลือ (2) ในขณะที่ GT แปลส่วน (2) แบบตรงตัวโดยแปลเป็น “Our staff is happy to be available 24 hours a day for the convenience of all guests.” ซึ่งมีใจความครบถ้วนตามต้นฉบับ และถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ แต่อาจไม่ใช่ภาษาปลายทางที่เป็นธรรมชาติมากนัก

ตารางที่ 9 ตัวอย่างการแปลโดยการลดความ การเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ การถอดความ และการละความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
ราคาแพคเกจนี้ไม่ต้องชำระเงินล่วงหน้า – จ่ายเมื่อคุณเข้าพัก และสามารถเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกได้ฟรีก่อนเวลาที่กำหนด เหมาะสำหรับวันหยุดพักผ่อนที่คุณมีเวลาวางแผนล่วงหน้า	The Gastronomy Package is fully-flexible rate, free cancellation – you will pay at the hotel counter.	This package price does not require advance payment - pay when you stay And can be changed or canceled for free before the specified time Suitable for holidays that you have time to plan ahead.

จากตัวอย่างข้างต้น HT ไม่ได้แปลต้นฉบับที่ว่า “ไม่ต้องชำระเงินล่วงหน้า” เนื่องจากมีความหมายเดียวกับ “จ่ายเมื่อคุณเข้าพัก” HT จึงแปลแบบลดความ โดยแปลเป็น “You will pay at the hotel counter.” เพียงประโยคเดียวเท่านั้น เพื่อลดการใช้ภาษาที่ซ้ำซ้อน และไม่ได้แปลข้อความส่วนหลัง (เหมาะสำหรับวันหยุดพักผ่อนที่คุณมีเวลาวางแผนล่วงหน้า) ทำให้ขาดข้อมูลบางส่วนในภาษาปลายทาง นอกจากนี้ ยังเปลี่ยนชนิดของคำจากคำกริยาในภาษาต้นฉบับเป็นนามในภาษาปลายทาง กล่าวคือ เปลี่ยนคำว่า “ยกเลิก” ในภาษาต้นฉบับมาเป็นคำว่า “cancellation” ในภาษาปลายทาง และแปลส่วน “สามารถเปลี่ยนแปลงได้” เป็น fully-flexible rate โดยการถอดความ ในขณะที่ GT แปลตรงตัวทุกประโยคตามต้นฉบับ และมีการแบ่งประโยคผิด ทำให้รูปประโยคผิดหลักไวยากรณ์

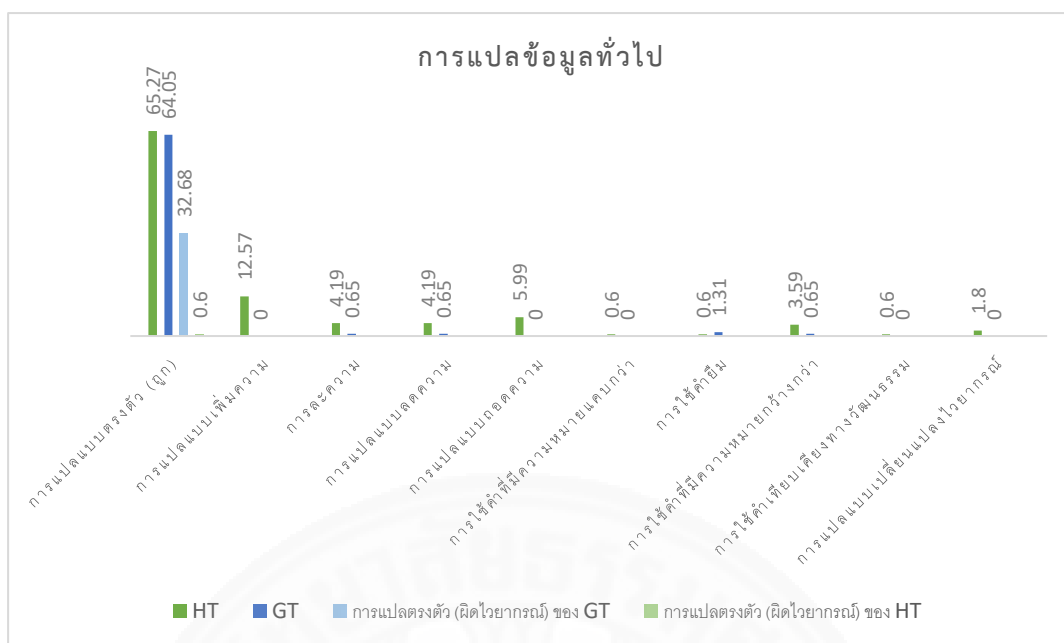
ตารางที่ 10 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ และแปลเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
ทางโรงแรมจำเป็นต้องบันทึก รายละเอียดบัตรเครดิตของท่านเพื่อ ใช้รับประกันการจอง	Please note that each booking requires your credit card details to guarantee your reservation.	The hotel needs to record your credit card details to guarantee reservations.

จากตัวอย่างข้างต้น HT เพิ่มวลีว่า “Please not that” เพื่อเน้นย้ำความสำคัญของข้อความที่จะตามมาว่าโรงแรมต้องการข้อมูลบัตรเครดิตของผู้เข้าพัก โดยในภาษาปลายทางไม่ได้แปลตรงตัวเพื่อบอกผู้เข้าพักโดยตรงว่าทางโรงแรมจะบันทึกข้อมูลบัตรเครดิต แต่เปลี่ยนรูปประโยคให้มีความหมายว่า “ทุกการจองจำเป็นต้องใช้ข้อมูลบัตรเครดิตเพื่อรับประกันการจอง” ซึ่งมีใจความสำคัญเหมือนกันกับต้นฉบับ ในขณะที่ GT แปลตรงตัวตามต้นฉบับ

4.1.1.2 การแปลข้อมูลทั่วไป

จากแผนภูมิด้านล่าง จะเห็นได้ว่า HT ใช้วิธีการแปลทั้งหมด 10 วิธี โดยใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุด (ร้อยละ 65.27) รองลงมา คือ การแปลแบบเพิ่มความ (ร้อยละ 12.57) แปลแบบถอดความ (ร้อยละ 5.99) การละความไม่แปล (ร้อยละ 4.19) การแปลแบบลดความ (ร้อยละ 4.19) และการใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า (ร้อยละ 3.59) การแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (ร้อยละ 1.8) การใช้คำเทียบเคียงทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 0.6) การใช้คำยืม (ร้อยละ 0.6) การใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า (ร้อยละ 0.6) ตามลำดับ ในขณะที่ GT มีการแปลทั้งหมด 5 วิธี ได้แก่ การแปลตรงตัว (ซึ่งเป็นการแปลที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ร้อยละ 63.64 และการแปลตรงตัวที่ผิดหลักไวยากรณ์ร้อยละ 32.47) รองลงมาคือ การใช้คำยืม (ร้อยละ 1.3) การแปลแบบลดความ (ร้อยละ 1.3) การใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า (ร้อยละ 0.65) และการละความไม่แปล (ร้อยละ 0.65)



ภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลการข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 11 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัวและแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
เทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการประชุม มี WiFi และบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตให้ใช้งานในห้องประชุมทุกห้อง	Modern Technology for Successful Meetings Wi-Fi and broadband Internet access are available in each meeting room.	Modern technology for meetings With WiFi and broadband Internet access for use in all meeting rooms

จากตัวอย่างข้างต้น เห็นได้ว่า HT แปลข้อความส่วน “สำหรับการประชุม” เป็น “for Successful Meetings” ในภาษาปลายทาง โดยเพิ่มคำว่า “successful” เข้าไปเพื่อสร้างข้อความเชิงบวกในภาษาปลายทางที่จะส่งผลในการดึงดูดผู้อ่านหรือลูกค้า ในขณะที่ GT แปลข้อความเป็น “for meetings” โดยไม่มีการเพิ่มเติมคำลงไป

ตารางที่ 12 ตัวอย่างการแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
The Boutique hotel 44 rooms ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเก่า ใช้เวลาเดินเพียง 10 นาทีจากตลาดนัดกลางคืนวันเสาร์หรืออาทิตย์ และ 15 นาทีจากสนามบินเชียงใหม่	The Boutique hotel 44 rooms Located central of old city. Just a 10-minute walk from the Saturday or Sunday Night Market and 15 minute from Chiang Mai Airport.	The boutique hotel 44 rooms are located in the heart of the old town. It is a 10-minute walk from the Saturday or Sunday night market and 15 minutes from Chiang Mai Airport.

จะเห็นได้ว่าทั้ง HT และ GT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว โดยที่ GT แปลแยกออกมาเป็น 2 ประโยคที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ คือ (1) The boutique hotel 44 rooms are located in the heart of the old town. และ (2) It is a 10-minute walk from the Saturday or Sunday night market and 15 minutes from Chiang Mai Airport. ในขณะที่ HT แปลออกมาเป็นวลี 2 ส่วน โดยวลีแรกในภาษาปลายทาง HT นั้นผิดหลักไวยากรณ์ กล่าวคือ ขันต้นคำด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ ทั้ง ๆ ที่คำไม่ได้อยู่ต้นประโยค (Located) ไม่มีคำบุพบทต่อท้ายว่า Located ไม่มีคำนำหน้าคำนาม “old city” และไม่มีคำกริยาแท้ของประโยค ซึ่งควรจะปรับเป็น The Boutique hotel 44 rooms is located in the central of the old city.

ตารางที่ 13 ตัวอย่างการแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า การแปลแบบเพิ่มความ และการแปลแบบตรงตัว (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ และการแปลแบบลดความ (GT)

SL	HT	GT
ลักษณะเด่น • แสงเสมือนเวลากลางวัน และวิวทิวทัศน์ของกรุงเทพมหานคร • บริการรับรถไปจอดได้มากถึง 400 คัน	Features Natural daylight with <u>city views</u> Valet parking for up to 400 cars	Remarkable feature • daylight And <u>views of Bangkok</u> • Up to 400 parking spaces

จะเห็นว่า จากตัวอย่างข้างต้น GT แปลแบบตรงตัวตามต้นฉบับ และแปลนามวลี “วิวทิวทัศน์ของกรุงเทพมหานคร” เป็น “views of Bangkok” ในขณะที่ HT เลือกใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า คือ “city views” โดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าเป็นเมืองอะไร ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้อ่านน่าจะเข้าใจเบื้องต้นอยู่แล้วว่าโรงแรมตั้งอยู่ในเมืองไหน จึงไม่จำเป็นต้องระบุชื่อเมืองลงไป HT ยังมีการแปลแบบเพิ่มความที่เพิ่มคำว่า “natural” เข้าไปเพื่อให้ความหมายชัดเจนขึ้นว่าเป็นแสงธรรมชาติ และ GT มีการแปลโดยลดความหมายในภาษาปลายทาง เนื่องจากในภาษาปลายทางไม่มีคำที่แสดงถึงการบริการรับรถไปจอด และมีเพียงความหมายที่แสดงถึงที่จอดรถสำหรับรถ 400 คันเท่านั้น

ตารางที่ 14 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
InBlu ล็อบบี้เลาจน์และบาร์ สำหรับนั่งชิลล์หลังเลิกงาน และสังสรรค์หลังเลิกงาน เสิร์ฟเครื่องดื่มหลากหลายชนิด พร้อมวงดนตรีสดช่วงค่ำ	Lastly, InBLU is a great spot for snacks, beers and cocktails, with live entertainment throughout the week to help guests unwind after work.	InBlu Lobby Lounge and Bar for chilling after work and socializing after work Serving various drinks with live bands during the evening.

จากตัวอย่างข้างต้น ST กล่าวถึงบาร์สำหรับลูกค้าที่จะมาผ่อนคลายหลังเลิกงาน โดยมีดนตรีสดและเครื่องดื่มที่หลากหลาย แม้ HT แปลโดยไม่ได้เรียงประโยคเหมือนต้นฉบับ และเน้นไปที่ตัวเครื่องดื่มและดนตรีสดที่ช่วยให้ลูกค้าผ่อนคลายหลังเลิกงานแทน แต่ก็ได้ใจความสำคัญเช่นเดียวกับต้นฉบับ ในขณะที่ GT แปลตรงตัวตามต้นฉบับ และมีการแบ่งประโยคผิดทำให้ประโยคผิดไวยากรณ์

ตารางที่ 15 ตัวอย่างการละความไม่แปล และการแปลแบบลดความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

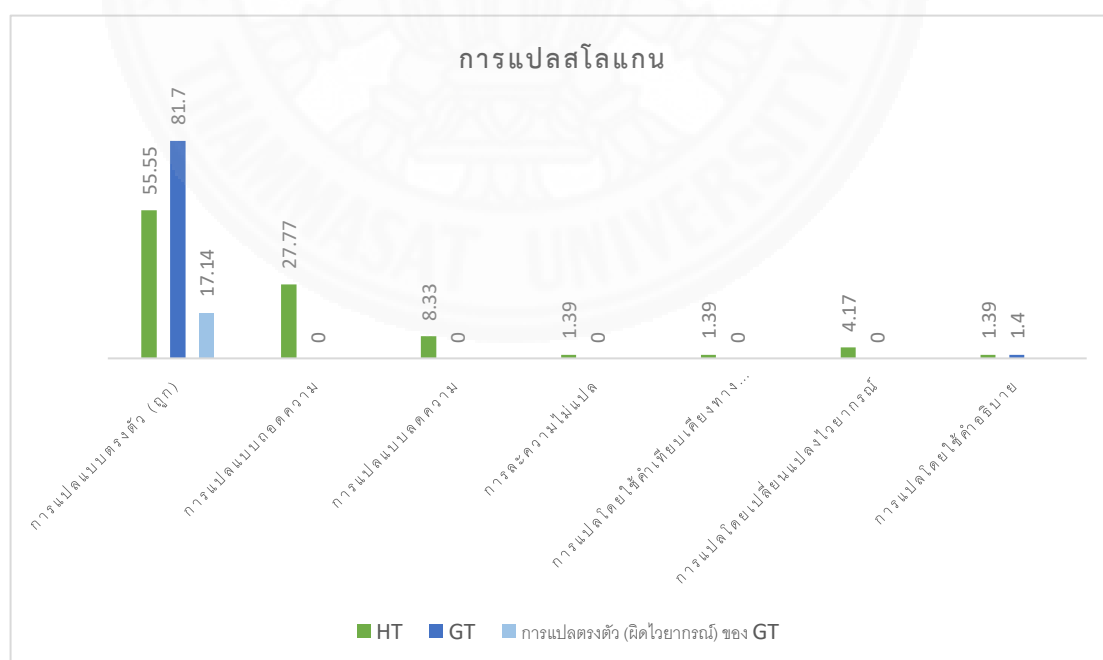
SL	HT	GT
ร้านอาหาร เลอชบา โรงแรม มาโย รีสอร์ท เชียงราย บริการท่านด้วย อาหาร ไทย จีน ยุโรป รังสรรค์ รสชาติโดยก๊วกที่ผ่านประสบการณ์ มากกว่า 20 ปี ในราคาที่ จ่ายได้	Le Chaba Restaurant Thai Chinese and European food from 20 year experienced cheef.	Le Chaba Restaurant, Mayo Resort, Chiang Rai Serving you with Thai, Chinese, European food, created by the experienced chef over 20 years at the price you can afford.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า HT ไม่ได้แปลชื่อโรงแรมเป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากผู้อ่านเข้าใจอยู่แล้วว่าห้องอาหารนี้อยู่ในโรงแรมนี้ และไม่ได้แปลคำว่า “รังสรรค์รสชาติ” โดยละคำกริยาไว้และใช้คำว่า “from” แทน เพราะบริบทของคำค่อนข้างชัดเจน กล่าวคือ เมื่อกล่าวถึงเซฟหรือก๊วก ก็รับรู้อย่างทั่วไปว่าเป็นผู้ทำอาหาร จึงสามารถละคำกริยาได้ รวมถึงลดการแปลคำว่า “บริการ” ด้วยเช่นกัน ในขณะที่ GT ใส่คำกริยา “created by” เข้าไปตามต้นฉบับ นอกจากนี้ HT ก็ไม่ได้แปลส่วนวลี “ในราคาที่ท่านจ่ายได้” ทำให้เนื้อหาสำคัญของข้อความไป ในขณะที่ GT แปลเป็น “at the price you can afford” อย่างไรก็ตาม ST และ HT ยังมีการสะกดคำผิดอยู่ และ GT ยังแบ่งประโยค ทำให้ผิดหลักไวยากรณ์

4.1.2 การแปลข้อความประเภทจูงใจ (Vocative Text)

จากการศึกษาการแปลข้อความประเภทจูงใจ พบว่า ทั้ง HT และ GT มีความหลากหลายในการแปลข้อความที่มีการใช้คำสร้างจินตภาพมากกว่าการแปลสโลแกน และการแปลโปรโมชันหรือสิทธิพิเศษ

4.1.2.1 การแปลสโลแกน



ภาพที่ 4 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลสโลแกน

จากแผนภูมิ จะเห็นได้ว่า HT ใช้วิธีการแปลทั้งหมด 7 วิธี โดยใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุด (ร้อยละ 55.55) รองลงมา คือ แปลแบบถอดความ (ร้อยละ 27.77) การแปลแบบลดความ (ร้อยละ 8.33) และการแปลโดยเปลี่ยนชนิดของคำ (ร้อยละ 4.17) ตามลำดับ โดยมีการใช้คำเทียบเคียงทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 1.39) การใช้คำอธิบาย (ร้อยละ 1.39) และการละไม่แปลน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.39) ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัวมากที่สุด โดยแบ่งเป็นการแปลตรงตัวที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ร้อยละ 81.7 และการแปลตรงตัวที่ผิดหลักไวยากรณ์ร้อยละ 16.9 และมีการแปลโดยใช้คำอธิบายร้อยละ 1.4

ตารางที่ 16 ตัวอย่างการแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
บาร์แบบโลกเก่า ใจกลาง กรุงเทพฯ เมืองเก่า	An Old World Bar In The Heart Of Old Bangkok	An Old World Bar In The Heart Of Bangkok, the old city.

จะเห็นได้ว่าทั้ง HT และ GT แปลแบบตรงตัว ทำให้ภาษาปลายทางทั้งสองฉบับออกมาใกล้เคียงกัน ต่างกันเพียงการแปลส่วนขยายด้านหลัง กล่าวคือ HT แปล “ใจกลางกรุงเทพฯ เมืองเก่า” เป็น “In The Heart Of Old Bangkok” โดยเอาส่วนขยาย “เมืองเก่า” มาเป็นคำคุณศัพท์ด้านหน้าในภาษาปลายทาง แต่ GT ใช้เครื่องหมายคอมมา และแปลเป็น “the old city” เพื่อวางส่วนขยายไว้ด้านหลังแทน

ตารางที่ 17 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัว (GT)

SL	HT	GT
จุดหมายปลายทางที่เต็มไปด้วย ความคึกคัก สถานที่พักผ่อนที่ ยอดเยี่ยมที่สุด	Cosmopolitan Destination, Elite Retreats.	A bustling destination The most wonderful resting place

จะเห็นได้ว่า HT แปลโดยถอดความหมายสำคัญของภาษาต้นฉบับ โดยแปลคำว่า “ที่เต็มไปด้วยความคึกคัก” เป็น “Cosmopolitan” ซึ่งหมายถึง ซึ่งประกอบด้วยหลายชาติ ที่ให้ความหมายใกล้เคียงกัน ว่าสถานที่ที่เต็มไปด้วยคนหลายเชื้อชาติยอมเต็มไปด้วยความคึกคัก ในขณะที่ GT แปลโดยใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว โดยในกรณีนี้ขึ้นอยู่กับการจัดวางข้อความบนหน้าเว็บเพจ หากวางต่อกันในบรรทัดเดียว สโลแกนนี้ก็จะเป็นภาษาที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากควรมี

เครื่องหมายคอมมาคั่นระหว่างประโยค แต่หากจัดวางประโยคละบรรทัด จะถือว่าเป็นสไตล์ภาษาเชิงโฆษณาที่ไม่ได้ใช้ประโยคเต็มและเป็นที่ยอมรับได้

ตารางที่ 18 ตัวอย่างการแปลแบบเปลี่ยนชนิดคำและการแปลแบบลดความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
รับประทานอาหารในบรรยากาศแสนสบาย และเป็นส่วนตัว	Dine In Privacy And Comfort.	Dine in a comfortable and private atmosphere

จะเห็นได้ว่า ต้นฉบับใช้คำคุณศัพท์ว่า “แสนสบาย” และ “เป็นส่วนตัว” แต่ในภาษาปลายทางของ HT ได้เปลี่ยนสองคำนี้เป็นคำนาม คือ “Privacy” และ “Comfort” และลดการแปลคำว่า “บรรยากาศ” เพราะคำนามทั้งสองคำด้านหน้ามีความหมายครอบคลุมคำว่าบรรยากาศอยู่แล้ว ในขณะที่ GT แปลทั้งสองคำนี้เป็นคำคุณศัพท์เช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ กล่าวคือ แปลเป็น “private” และ “comfortable” เพื่อขยาย “atmosphere” ให้มีความหมายตรงกับต้นฉบับ

ตารางที่ 19 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัว การแปลแบบลดความ และการแปลแบบลดความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
ปลดปล่อยตัวเองให้ดื่มด่ำกับรสชาติ การช้อปปิ้ง และวัฒนธรรมระดับโลก	Immerse Yourself In World- Class Flavours, Shopping And Culture.	Free yourself to indulge in world-class shopping and culture.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ทั้ง HT และ GT แปลแบบตรงตัว แต่ก็ไม่สามารถถ่ายทอดความหมายจากต้นฉบับมาได้ครบความ กล่าวคือ HT ไม่ได้แปลวลี “ปลดปล่อยตัวเอง” และเริ่มแปลตรงใจความ “ดื่มด่ำกับ...” ซึ่งทำให้ขาดความหมายที่มีลักษณะจูงใจไปหนึ่งส่วน และ GT ไม่ได้แปลคำว่า “รสชาติ” เนื่องจากใช้คำกริยาว่า “indulge” ซึ่งมีความหมายถึงการดื่มด่ำรสชาติในตัวอยู่แล้ว ทำให้ภาษาปลายทางของทั้งสองฉบับไม่ได้คลาดเคลื่อนไปกับต้นฉบับมากนัก

ตารางที่ 20 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัวและลดความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
หลบหลีกความวุ่นวายไปผ่อนคลายกับ ดุสิต	Escape with Dusit	Escape the chaos and relax with Dusit

จากตัวอย่างข้างต้น HT แปลคำกริยา “หลบหลีก” เป็น “Escape” แบบตรงตัว แต่ไม่ได้แปลวลีที่ว่า “ความวุ่นวายไปผ่อนคลาย” ออกมาในภาษาปลายทาง เนื่องจากคำว่า “หลบหลีก” มีความหมายที่ผู้อ่านเข้าใจได้อยู่แล้วว่า “ต้องการออกไปจากสิ่งที่ไม่พึงประสงค์” ใจความหลักในภาษาปลายทางจึงไม่ต่างกับภาษาต้นฉบับมากนัก เพียงอาจไม่ได้เน้นให้ชัดเจนขึ้น เหมือนการแปลตรงตัวของ GT ที่แปลเป็น “Escape the chaos and relax”

ตารางที่ 21 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

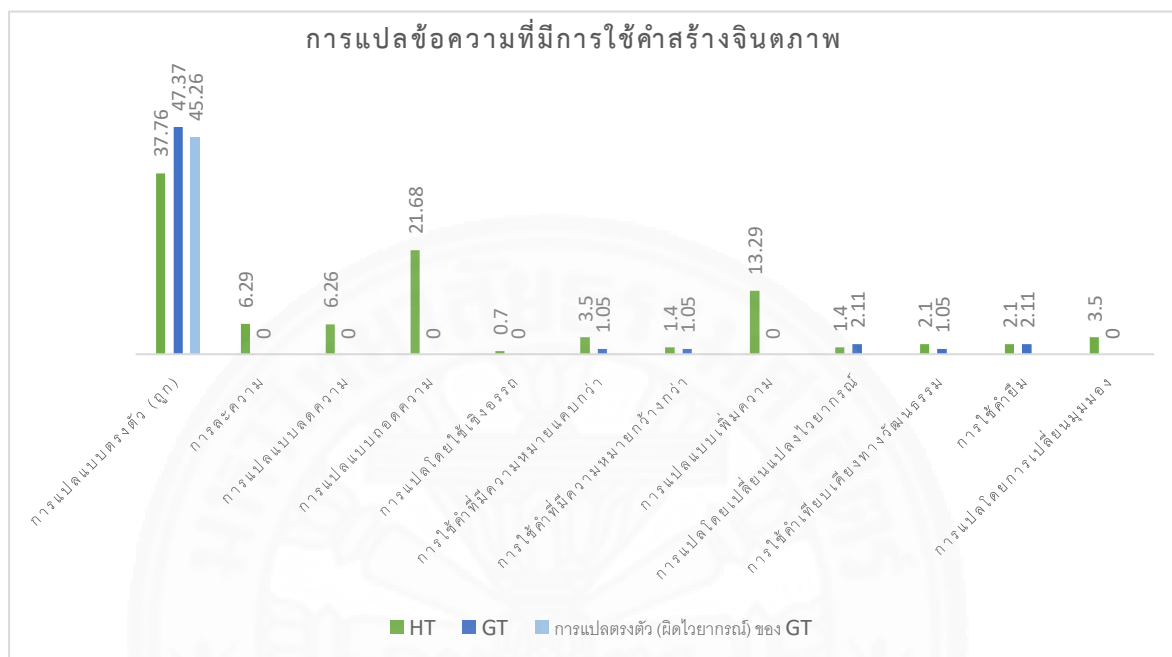
SL	HT	GT
ผ่อนคลายอย่างอุ่นใจ ดั่งฝันในท้องทะเล	Tropical Nights, Ocean Dreams	Relaxing peacefully Like a dream in the sea

จะเห็นได้ว่าภาษาปลายทางของ HT ส่วนแรกค่อนข้างต่างกับต้นฉบับเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้แปลได้ตีความภาษาปลายทางให้เข้ากับลักษณะเด่นของโรงแรมมากขึ้น โดยแปลคำว่า “ผ่อนคลาย” เป็นคำว่า “night” ที่สื่อถึงการพักผ่อนนอนหลับ และแปลวลีว่า “อย่างอุ่นใจ” ด้วยคำคุณศัพท์ว่า “tropical” ซึ่งเป็นสไตล์ที่โดดเด่นของโรงแรม และด้วยความหมายโดยตรงของคำว่า “เขตร้อน” ก็ให้ความหมายไปในทางเดียวกันกับ “อุ่นใจ” จึงทำให้ HT แปลวลี “ผ่อนคลายอย่างอุ่นใจ” เป็น “Tropical Nights” และยังเปลี่ยนวลี “ดั่งฝันในท้องทะเล” ให้เป็นคำนามประสม “Ocean Dreams” เพื่อให้มีน้ำหนักดึงดูดลูกค้ามากขึ้น ส่วน GT แปลแบบตรงตัวตามต้นฉบับ และคงการอุปมาไว้ โดยใช้คำว่า “Like” ซึ่งใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่นำหน้า จึงถือว่าผิดหลักไวยากรณ์

4.1.2.2 การแปลข้อความที่มีการใช้คำสร้างจินตภาพ

HT ใช้วิธีการแปลทั้งหมด 12 วิธี โดยใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุด (ร้อยละ 37.76) รองลงมา คือ การแปลแบบถอดความ (ร้อยละ 21.68) การแปลแบบเพิ่มความ (ร้อยละ 13.29) การแปลแบบลดความ (ร้อยละ 6.26) การละความไม่แปล (ร้อยละ 6.29) ตามลำดับ โดยมีการใช้เชิงอรรถน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.7) ในขณะที่ GT มีการแปลทั้งหมด 6 วิธี โดยมีวิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุด (ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ร้อยละ 47.37 และผิดหลักไวยากรณ์ร้อยละ 45.26)

รองลงมาคือ การใช้คำยืม (ร้อยละ 2.11) การเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (ร้อยละ 2.11) และมีการใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า (ร้อยละ 1.05) การใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า (ร้อยละ 1.05) และการใช้คำแทนที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 1.05) น้อยที่สุด



ภาพที่ 5 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลการข้อความที่มีการใช้คำสร้างจินตภาพ

ตารางที่ 22 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัว แบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ แบบเพิ่มความ และแบบลดความ (HT) / การแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์และแบบตรงตัว (GT)

SL	HT	GT
ความหรูหราแบบไทยที่แสดงอยู่ในทุกที่ของโรงแรมในกรุงเทพฯ ของเรา ผ่อนคลายไปกับห้องนอนที่ตกแต่งอย่างสวยงาม พร้อมวิวเมืองหรือสวน ช่วยเพิ่มความกระปรี้กระเปร่า ก้าวเข้าสู่ห้องน้ำทันสมัยที่ตกแต่งด้วยหินอ่อนเย็นสบาย พื้นไม้มะค่าเนื้อแข็ง ถูกเพิ่มความสมดุลด้วยความนุ่มนวลของผ้าไหมชั้นดี ทั้งยังสะท้อนถึงวัฒนธรรมไทยที่เผยให้เห็นผ่าน	<u>Luxurious</u> Thai details in our Bangkok hotel. Relax into a beautifully appointed bedroom with <u>energising</u> views of the city or gardens. Step through to a modern bathroom with cool marble features. Solid makha wood flooring is <u>balanced</u> by the softness of rich silks, while	<u>Thai luxury</u> that is shown in all of our Bangkok hotels. Relax with a beautifully decorated bedroom. With city or garden views, enhancing the <u>energies</u> Step into the modern bathroom decorated with cool marble. Solid maka wood floor is <u>balanced</u> with the softness of fine silk. It also reflects

องค์ประกอบการตกแต่งต่างๆ ที่โรงแรมสุดหรูของเราในกรุงเทพฯ	reflections of Thai culture unfold through <u>abstract</u> elements of the décor at our luxury hotel in Bangkok.	the Thai culture that is revealed through various decorative elements. At our luxury hotel in Bangkok
--	--	---

จะเห็นได้ว่า HT และ GT ใช้วิธีการแปลตรงตัวเป็นหลัก โดย HT สามารถแปลประโยคในภาษาปลายทางให้มีใจความเรียงตามต้นฉบับได้อย่างสมบูรณ์และถูกไวยากรณ์ แต่ GT นั้นมีทั้งการแปลที่ถูกและผิดไวยากรณ์ผสมกัน HT และ GT ยังมีการแปลโดยเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ในภาษาปลายทางด้วย เช่น แปลคำว่า “ความหรูหรา” ในภาษาต้นฉบับที่เป็นคำนาม ได้เปลี่ยนเป็น “luxurious” ซึ่งเป็นคำคุณศัพท์ในภาษาปลายทางของ HT และคำว่า “ความสมดุล” ในภาษาต้นฉบับ เปลี่ยนเป็น “is balanced” ในภาษาปลายทางทั้งฉบับของ HT และ GT โดยทั้งสองฉบับได้ลดการแปลคำว่า “เพิ่ม” ที่เป็นคำกริยาหลักในภาษาต้นฉบับ และใช้คำว่า “balance” ให้เป็นคำกริยาหลักที่อยู่ในรูปกรรมวาจกแทน เป็นต้น นอกจากนี้ HT ยังมีการแปลแบบเพิ่มความ โดยเพิ่มคำว่า “abstract” และ “details” ไปในภาษาปลายทาง และลดความส่วน “ที่แสดงอยู่ในทุกที่ของโรงแรม” เนื่องจากความหมายของ “details” ครอบคลุมอยู่แล้ว

ตารางที่ 23 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า และการแปลแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
งานแต่งงานและการจัดเลี้ยงหาคุณวาดฝันที่จะมีงานแต่งงานใต้ผา ถ้ำหินปูนพร้อมวิวธรรมชาติอันงดงามของท้องทะเลอันดามัน หรือในสวนท่ามกลางบรรยากาศที่ร่มรื่นของหมู่แมกไม้และด้วยสถานที่ตั้งที่งดงามไม่เหมือนใครทำให้เรา ยาวดี กระบี่ เป็นสถานที่ในฝันสำหรับจัดพิธีแต่งงานท่ามกลาง ญาติมิตรที่ใกล้ชิด	WEDDINGS & EVENTS A wedding beyond compare. A fantasy created from the depths of your imagination and brought to life amidst coconut groves, beaches, the Andaman Sea and the jungle-covered cliffs of Southern Thailand. To help you concentrate on the more expressive details of your wedding celebrations, Rayavadee offers you the following experiences which may	Wedding and banquet If you have dreamed of having a wedding under the limestone caves with beautiful natural views of the Andaman Sea or in the garden amid the shady atmosphere of the trees and with a unique location, Rayavadee Krabi is the place. The dream place for organizing a wedding

	be fully customised with additions to create your dream event.	ceremony among close relatives
--	--	--------------------------------

จะเห็นได้ว่านอกจากภาษาปลายทางของ HT ที่ส่วนใหญ่มาจากการแปลแบบถอดความแล้ว ยังมีการแปลโดยการเพิ่มความอีกด้วย กล่าวคือ HT เพิ่มตรงส่วน “To help you concentrate on the more expressive details of your wedding celebrations,.....” เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้นว่านอกจากบรรยากาศที่สวยงามตามที่เขียนไว้ข้างต้น ทางโรงแรมยังสามารถช่วยลูกค้าจัดเตรียมงานแต่งงานได้สวยงามทุกรายละเอียดตามที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้ ยังมีการแปลอย่างอื่นอีก เช่น การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า กล่าวคือ แปลคำว่า “สวน” เป็น “coconut grove” ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัวตามต้นฉบับโดยมีใจความสมบูรณ์ครบถ้วน และถูกต้องตามไวยากรณ์

ตารางที่ 24 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
ทุกพื้นที่ภายใน โรงแรมชาลา นัมเบอร์ 6 ได้สอดแทรกวัฒนธรรมความเป็นอยู่ดั้งเดิมของเมืองเชียงใหม่ไว้ ไม่ว่าจะเป็นสระว่ายน้ำ ซึ่งตั้งอยู่ตรงกลางโรงแรม เปรียบเสมือนบ่อน้ำที่ตั้งอยู่กลางบ้านของครอบครัวชาวล้านนาในอดีต	True to tradition and belief, each aspect of Chala Number 6 is rooted in culture. The swimming pool at the centre of the hotel echoes the wells found at the heart of old family compounds.	Every area within Chalala Number 6 has inserted the traditional culture of Chiang Mai, whether it's a swimming pool located in the middle of the hotel Like a pond located in the middle of the house of a former Lanna family

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า HT แปลโดยคงความหมายของใจความหลักไว้ และเปลี่ยนการใช้คำและโครงสร้างประโยคในภาษาปลายทาง กล่าวคือ แปลส่วนที่เป็นอุปมา “เปรียบเสมือนบ่อน้ำที่ตั้งอยู่กลางบ้านของครอบครัวชาวล้านนาในอดีต” ให้กลายเป็นคำอธิบายของคำอุปมาให้ชัดเจนกว่าเดิม โดยแปลเป็น “echoes the wells found at the heart of old family compounds” หรือ “สะท้อนถึงบ่อน้ำที่ตั้งอยู่บริเวณกลางบ้านของคนเก่าแก่” แต่ก็อาจขาดความชัดเจนว่า old family นี้คือ ชาวล้านนา ในขณะที่ GT แปลตรงตามต้นฉบับ และระบุชัดเจนว่าเป็น

ครอบครัวชาวล้านนา โดยแปลว่า “a former Lanna family” และยังคงใช้คำแสดงการอุปมา เช่นเดียวกับต้นฉบับ คือ แปลเป็น “Like a pond located in...”

ตารางที่ 25 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความและการแปลแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลแบบตรงตัว (GT)

SL	HT	GT
ท่องเที่ยวทางทะเล ผาหินปูนสูงชันบรรจบกับน้ำทะเลสี เขียวมรกต ใ้เงนน้ำเขียวสงบ เชิญชวน ฝูงปลาสีรุ้งให้ว่ายลัดเลาะไปตามแนว ปะการัง นั่งปิคนิคบนชายหาดกับแชม เปญสักขวด หนังสือสักเล่มและคนรู้ใจ ปล่อยกายใจไปกับสายลม แสงแดด และเสียงคลื่น ในที่อันสงบไร้ความ กังวลุ่นวายใดๆ	SEA EXCURSIONS Sheer limestone cliffs meet azure water. Quiet coves beckon where rainbow- coloured fish dart in schools amidst the coral. A perfect picnic on the beach awaits with a bottle of bubbly, a book and that special someone. As a gentle breeze tousles your hair, you relax, escape and dream.	Travel by sea Steep limestone cliffs meet the emerald green waters. Quiet water inlets Inviting the rainbow fish to swim along the coral reef. Take a picnic on the beach with a bottle of champagne. Book and heart Let your body go with the wind, the sun and the waves. In a peaceful place without any worries

จะเห็นได้ว่า HT เลือกแปลด้วยวิธีการถอดความหมายจากต้นฉบับเป็นหลัก โดยเปลี่ยนการใช้คำบางส่วนแต่ยังคงคำมหายหลักเดิมไว้ อาทิ ไม่ได้ใช้คำกริยา “เชิญชวน” เหมือนต้นฉบับแบบตรงตัว แต่ใช้คำว่า “beckon” ที่หมายถึงอาการในการผงกศีรษะหรือกวักมือเรียกแทน และแปล “ปล่อยกายใจไปกับสายลม แสงแดด และเสียงคลื่น ในที่อันสงบไร้ความกังวล วุ่นวายใด ๆ” เป็น “As a gentle breeze tousles your hair, you relax, escape and dream.” โดยเป็นการสรุปใจความว่าสายลมจะทำให้ผู้เข้าพักรู้สึกผ่อนคลาย และไร้ความกังวล โดยรวมหมายของวลีว่า “ปล่อยกายใจ / อันที่สงบไร้ความกังวลวุ่นวายใด ๆ” มาเป็นวลีว่า “relax, escape and dream” และยังเพิ่มคำคุณศัพท์ “perfect” เพื่อดึงดูดความสนใจผู้อ่านให้มากขึ้น ในขณะที่ GT แปลข้อความแบบตรงตัว ซึ่งมีทั้งประโยคที่ถูกหลักไวยากรณ์ (Take a picnic on the beach with a bottle of champagne.) และประโยคที่ผิดหลักไวยากรณ์ (เช่น Book and heart Let your body go with the wind, the sun and the waves. เป็นต้น)

ตารางที่ 26 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ และการละความ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
โรงแรมมณเฑียร ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ โรงแรมริมน้ำเจ้าพระยา หอพระระดับ 5 ดาว ด้วยห้องพัก 462 ห้อง พร้อม สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และ ห้องอาหารให้คุณเลือกลิ้มลอง<u>เมนูเลิศรสถึง 3 แบบ 3 สไตล์ ทั้งอาหารไทย</u> <u>ต้นตำรับชาววัง อาหารจีนเลิศรสตำรับ</u> <u>กวางตุ้ง และอาหารนานาชาติ</u> <u>หลากหลายความอร่อย พร้อมการ</u> <u>บริการไร้ที่ติด้วยใจมุ่งมั่นตามแบบ</u> <u>ฉบับของคนไทย คุณจะสัมผัสกับ</u> <u>มนต์เสน่ห์ของความใส่ใจที่จะทำให้</u> <u>คุณรู้สึกอบอุ่นเสมือนได้รับการบริการ</u> <u>จากคนคุ้นเคย พร้อมผ่อนคลายไปกับ</u> <u>ธรรมชาติของสวนสวยเขียวขจี ริมโค้ง</u> <u>น้ำเจ้าพระยาที่งดงามที่สุด</u>	MONTIEN RIVERSIDE HOTEL Offering 5-star luxury along Bangkok's legendary River of Kings, Montien Riverside Hotel welcomes guests to a tranquil oasis of pure Thai hospitality and sheer international excellence. All of the hotel's 462 well appointed and spacious guestrooms command panoramic river views, complemented by excellent facilities, gracious Thai hospitality and impeccable service.	Montien Riverside Hotel Bangkok 5-star luxury waterfront hotel with 462 rooms, complete with facilities <u>And the</u> <u>restaurant offers you a choice</u> <u>of 3 delicious menus in 3</u> <u>styles, including authentic Thai</u> <u>food, royal palace Cantonese</u> <u>cuisine, Cantonese recipes</u> <u>And a variety of delicious</u> <u>international dishes</u> With impeccable service with the heart of the Thai people <u>You</u> <u>will experience the charm of</u> <u>attention that will make you</u> <u>feel as warm as being served</u> <u>by familiar people. And relax</u> <u>with the nature of the lush</u> <u>green garden The most</u> <u>beautiful Chao Phraya water</u> <u>curve</u>

จากตัวอย่างข้างต้น HT แปลโดยการถอดความเป็นหลัก และมีการละความไม่แปลข้อความบางส่วน กล่าวคือ ต้นฉบับอธิบายถึงประเภทอาหารอย่างละเอียดว่ามีอะไรบ้าง เพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้าและเพิ่มตัวเลือกในการตัดสินใจ แต่ HT เรียงเรียงภาษาใหม่ที่เน้นเรื่องการบริหารเป็นหลัก และไม่มีการกล่าวถึงเรื่องอาหาร โดยผู้แปลอาจตีความว่ารายละเอียดเรื่องอาหารก็เป็นหนึ่งในการบริการ อาจไม่จำเป็นต้องอธิบายเพิ่ม ซึ่งแตกต่างจาก GT ที่แปลข้อมูลทุกอย่าง เช่นเดียวกับต้นฉบับ โดยไม่มีการละข้อมูลใด ๆ และยังมีการแบ่งประโยคผิด ทำให้โครงสร้างประโยค

ผิดไวยากรณ์ เช่นเดียวกับข้อความช่วงท้ายที่มีการอุปมา (สัมผัสกับมนต์เสน่ห์ของความใสใจที่จะทำให้คุณรู้สึกอบอุ่นเสมือนได้รับการบริการจากคนคุ้นเคย) และบรรยายธรรมชาติ (ธรรมชาติของสวนสวยเขียวขจี ริมโค้งน้ำเจ้าพระยาที่งดงามที่สุด) ซึ่งเป็นข้อความที่สำคัญสำหรับใช้สร้างจินตภาพในใจผู้อ่าน อาจทำให้ข้อความในภาษาปลายทางของ HT ไม่ดึงดูดผู้อ่านได้เท่ากับภาษาต้นฉบับ นอกจากนี้ HT ยังใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า โดยใช้คำว่า “river” ในภาษาปลายทาง แทนคำว่า “แม่น้ำเจ้าพระยา” จากภาษาต้นฉบับ

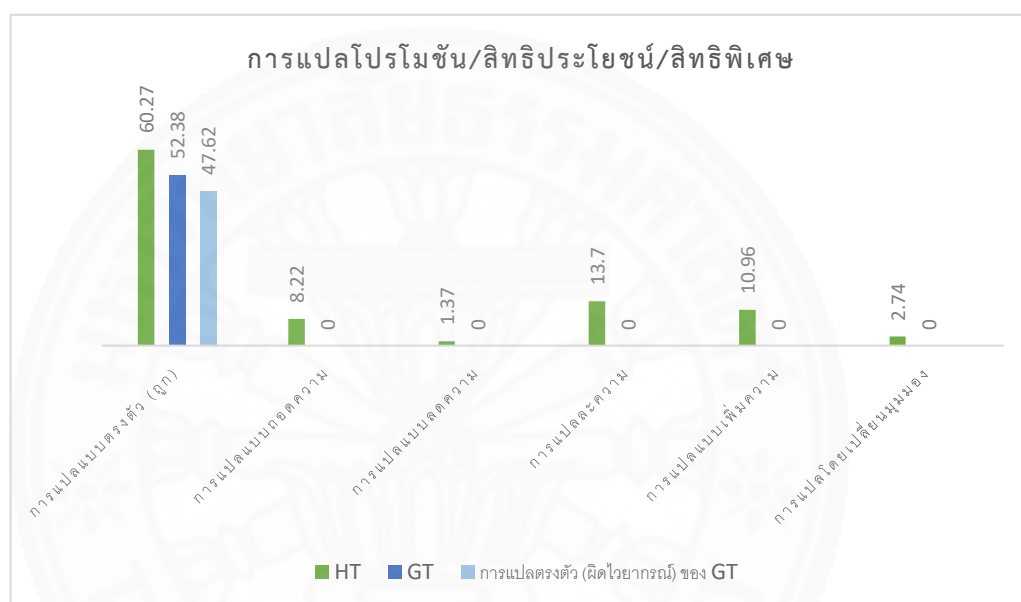
ตารางที่ 27 ตัวอย่างการแปลแบบเปลี่ยนมุมมอง และการแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ และการใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า (GT)

SL	HT	GT
พบทิวทัศน์ริมทะเลอันยอดเยี่ยมและอาหารไทยพื้นบ้านของหัวหิน รังสรรค์อย่างน่ารับประทานที่ร้านอาหารสองแห่ง และบาร์สองแห่งของเมอเวนพิก อัสสรา รีสอร์ท แอนด์ สปา หัวหิน โอเชียนบาร์ คือสถานที่เหมาะสำหรับพักผ่อนได้ <u>แสงแดด</u> หรือท้องฟ้าพร่างดาว ส่วนอิมเมอร์สัลพูลบาร์มอบ <u>ความตื่นเต้น</u> จากกิจกรรมที่ <u>ไม่ควรพลาดในวันหยุด</u> อย่างการว่ายน้ำขึ้นไปบาร์เพื่อสังสรรค์เคลคลายร้อน	Discover an incredible seaside setting and the local Thai food of Hua Hin, deliciously prepared at our two restaurants and two bars at Mövenpick Asara Resort & Spa Hua Hin. Ocean Bar is the perfect place to relax under sunny or starry skies, while the Emerald Pool Bar provides <u>the must-do holiday thrill</u> of swimming up to the bar to order your tropical cocktail.	Discover the wonderful seaside scenery and traditional Thai food of Hua Hin. Create deliciously at two restaurants. And the two bars of Mevinpick. Asara Resort and Spa Hua Hin Ocean Bar is the perfect place to relax under the <u>sun</u> . Or the starry sky The Emerald Pool Bar offers excitement from <u>activities that should not be missed on holidays</u> . Like swimming up to the bar to order a cocktail to cool off

จากตัวอย่างข้างต้น HT และ GT ใช้วิธีการแปลตรงตัวเหมือนกัน ต่างกันที่ GT ยังมีการแบ่งประโยคผิดอยู่ และ HT แปลวลี “ความตื่นเต้นจากกิจกรรมที่ไม่ควรพลาดในวันหยุด” เป็น “must-do holiday thrill” ที่มีความหมายแบบตรงตัวว่า “กิจกรรมน่าตื่นเต้นที่ต้องทำในวันหยุด” ซึ่งใจความหลักของภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทางยังคงเป็นใจความเดียวกัน

ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัวว่า “activities that should not be missed” ซึ่งมีคำบ่งบอกการปฏิเสธ (not) เหมือนต้นฉบับ นอกจากนี้ GT ยังมีการใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า กล่าวคือ แปลคำว่า “แสงแดด” เป็น “sun” ซึ่งหมายถึงพระอาทิตย์ ในขณะที่ HT แปลตรงตัวตามภาษาต้นฉบับโดยใช้คำว่า “sunny”

4.1.2.3 การแปลโปรโมชัน/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ



ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบการแปลการแปลกฎ/ข้อตกลง/ระเบียบในการเข้าพัก

จากแผนภูมิ จะเห็นได้ว่า HT ใช้วิธีการแปลทั้งหมด 7 วิธี โดยใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุด (ร้อยละ 64.27) รองลงมา คือ การละความไม่แปล (ร้อยละ 13.7) การแปลแบบเพิ่มความ (ร้อยละ 10.96) การแปลแบบถอดความ (ร้อยละ 8.22) การแปลโดยเปลี่ยนมุมมอง (2.74) การแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (ร้อยละ 2.74) ตามลำดับ โดยมีการแปลแบบลดความน้อยที่สุด (1.43) ในขณะที่ GT มีการแปลแบบตรงตัวเพียงวิธีเดียว โดยเป็นการแปลตรงตัวที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ร้อยละ 52.38 การแปลตรงตัวที่ผิดหลักไวยากรณ์ร้อยละ 47.62

ตารางที่ 28 ตัวอย่างการแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
ส่วนลด 30% จากราคาที่ดีที่สุดของเรา อาหารเช้าทุกวันสำหรับ 2 ท่าน - ส่วนลด 20% ที่อัสสรา สปา - ที่พักวิลล่าสุดกว้างขวางพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว - อินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงฟรี - รับฟรีบัตรกำนัล 20 ดอลลาร์ สำหรับใช้จ่ายในร้านอาหารของโรงแรม	30% off our Best available rates - Daily breakfast for 2 persons - 20% discount at Asara Spa - Spacious villa accommodation with private pool - Free high speed Wi-Fi - Complimentary \$20 voucher to spend in the hotel's restaurant(s)	30% discount from our best price - Daily breakfast for 2 people - 20% discount at Asara Spa - A spacious villa with private pool - Free high-speed wireless internet - Receive a free \$ 20 voucher for spending in the hotel restaurant.

จากตัวอย่างข้างต้น ทั้ง HT และ GT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวเหมือนกัน แต่แตกต่างกันตรงที่ใช้คำศัพท์บางคำ อาทิ HT แปลคำว่า “ราคา” เป็น “price” ในขณะที่ GT ใช้คำว่า “rate” หรือวลี “รับฟรีบัตรกำนัล 20 ดอลลาร์” ที่แปลโดยใช้คำคนละชนิดกัน กล่าวคือ HT ใช้คำนาม (Complimentary \$20 voucher) ในขณะที่ GT ใช้คำกริยาร่วมกับคำคุณศัพท์ (Receive a free \$ 20 voucher) นอกจากนี้ยังใช้โครงสร้างส่วนขยายต่างกัน กล่าวคือ HT ใช้โครงสร้าง infinitival (to spend in the hotel's restaurant(s)) ในขณะที่ GT ใช้โครงสร้าง nominalization (for spending in the hotel restaurant) ซึ่งภาษาปลายทางทั้งสองฉบับสามารถสื่อใจความสำคัญของภาษาต้นฉบับได้อย่างครบถ้วน

ตารางที่ 29 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัวและการแปลแบบเพิ่มความ (HT) / การแปลตรงตัวแบบถูกไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
THAILAND DISCOVERY 2019 ราคา 3,600 บาท ห้องพักรวมอาหารเช้า สิทธิประโยชน์ บุฟเฟ่ต์อาหารเช้าที่ห้องอาหาร ซิตี บี สโตร์	THAILAND DISCOVERY 2019 SUPERIOR ROOM WITH BREAKFAST (<u>STAY MAR 1 -</u> <u>OCT 31, 2019</u>) PRIVILEGES / BENEFITS :	THAILAND DISCOVERY 2019 Price 3,600 baht, room including breakfast Privilege

ฟรี อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง From ฿ 3,600 NET per room / night	Daily breakfast at Citi BiSTRO Complimentary Super High Speed WiFi 30+Mbps From THB 3,600 NET per room / night	Buffet breakfast at Citi Bistro Restaurant Free high speed internet From ฿ 3,600 NET per room / night
---	--	---

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า GT แปลตรงตามตามต้นฉบับทุกอย่าง ทำให้ข้อมูลในภาษาปลายทางเท่ากับภาษาต้นฉบับ ในขณะที่ HT มีการเพิ่มความบางส่วนเข้าไปเพื่อขยายความจากต้นฉบับให้ชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ HT เพิ่มช่วงเวลาในการจัดโปรโมชั่นไว้ในวงเล็บด้านหลัง (STAY MAR 1 - OCT 31, 2019) และเพิ่มจำนวนความเร็วอินเทอร์เน็ต (30+Mbps) เพื่อดึงดูดผู้อ่านมากขึ้น

ตารางที่ 30 ตัวอย่างการแปลตรงตัวแบบลูกไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
เข้าพัก 2 คืนขึ้นไปในห้องจูเนียร์ริเวอร์วิวสวีท และห้องพักประเภทที่สูงขึ้นไปจะได้รับสิทธิประโยชน์บริการรถโตโยต้า คัมรี่รับส่งสนามบินหนึ่งเที่ยว จากสนามบินกรุงเทพฯ ไปยังโรงแรมหรือจากโรงแรมไปยังสนามบิน	Stays of two nights or more in Junior River View Suite and higher categories will also receive the benefit of a one-way Airport transfer by Toyota Camry from Bangkok Airport to the hotel or vice versa.	Stay 2 nights or more in the Junior River View Suite. And higher types of rooms will be entitled to Toyota service benefits Camry, one airport transfer From Bangkok Airport To the hotel or from the hotel to the airport

จะเห็นได้ว่า ทั้ง HT และ GT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว เพียงต่างกันตรงที่ภาษาปลายทางของ HT นั้นถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ แต่ภาษาปลายทางของ GT นั้นไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์เนื่องจากการแบ่งประโยคผิดและ GT เข้าใจความหมายผิด เช่น “Toyota service benefits Camry” ซึ่งโตโยต้า คัมรี่ เป็นชื่อรุ่นรถ จึงต้องเป็นคำเดียวกัน และ “From Bangkok Airport To the hotel or from the hotel to the airport” ที่ใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ที่ “From” และ “To” ที่อยู่กลางประโยค

ตารางที่ 31 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ การแปลแบบลดความ และการแปลแบบละความ (HT) / การแปลแบบตรงตัวที่ผิดความหมายและไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
พิเศษ! แอด Line@PPrincess รับ ส่วนลดพิเศษลดเหลือ 1,153 บาท เท่านั้น! <u>รีบมาเป็นเพื่อนกันและชวนมาอ้อมทั้งครอบครัว บุฟเฟ่ต์ก็มีเฉพาะทุกคืนวันศุกร์และวันเสาร์ ตลอดเดือนกุมภาพันธ์นี้</u> ห้องอาหารนานาชาติ ซิตี้ บิสโตร ชั้น 1 โรงแรมปทุมวัน ปริ๊นเซส <u>เปิดให้บริการอาหารมื้อค่ำตั้งแต่เวลา 18.00 – 22.00 น.</u> สำรองที่นั่งและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โทร 02-216-3700 ต่อ 20100	And Line@pprincess friends can enjoy a special price of THB 1,153 nett! CiTi BiSTRo: Ground Floor of Pathumwan Princess Hotel Open daily from 6:00 a.m. – 10:00 p.m. For more information, please contact 02-216-3700 ext. 20100 E-mail: citibistro@pprincess.com	extra! Add Line @ PPrincess Get special discount, reduced to 1,153 baht only! Hurry to be friends and invite to the whole family. The crayfish buffet is only available on Friday and Saturday nights. Throughout February City Bistro International Restaurant, 1st Floor, Pathumwan Princess Hotel Open for dinner from 18.00 - 22.00 hrs. Reserve seats and ask for more information. Call 02-216-3700 ext. 20100

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า HT แปลข้อความส่วนแรกด้วยการแปลแบบถอดความ (And Line@pprincess friends can enjoy a special price of THB 1,153 nett!) และละการแปลตรงส่วน “รีบมาเป็นเพื่อนกันและชวนมาอ้อมทั้งครอบครัว บุฟเฟ่ต์ก็มีเฉพาะทุกคืนวันศุกร์และวันเสาร์ ตลอดเดือนกุมภาพันธ์นี้” ซึ่งทำให้ผู้อ่านในภาษาปลายทางพลาดข้อมูลที่สำคัญจากต้นฉบับไป และไม่รับสารจูงใจได้เทียบเท่ากับต้นฉบับ ส่วน GT แม้จะแปลตรงตัวตามต้นฉบับ ซึ่งสามารถถ่ายทอดสารได้เกือบครบถ้วน แต่ก็มีการใช้ภาษาที่คลาดเคลื่อน กล่าวคือ GT แปล “รีบมาเป็นเพื่อนกัน” (หมายถึง ให้รีบชวนเพื่อน ๆ มาด้วยกัน) เป็น “Hurry to be friend” ซึ่งไม่ใช่ภาษาที่เป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง นอกจากนี้ ยังมีการแปลแบบลดความ โดย HT ไม่ได้แปลข้อความที่ว่า “เปิดให้บริการอาหารมื้อค่ำ” เนื่องจากผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ว่าเป็นอาหารมื้อค่ำจากเวลาที่ระบุไว้ด้านหลัง อย่างไรก็ตาม HT มีข้อมูลเรื่องเวลาที่ไม่ตรงกับต้นฉบับ กล่าวคือ เวลาในภาษาต้นฉบับคือ

18.00 - 22.00 แต่ HT ระบุว่าเป็นเวลา 6 a.m. -10.00 p.m. ซึ่งควรใช้ 6 p.m. มากกว่า เพราะอาจทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้อ่านได้

ตารางที่ 32 ตัวอย่างการแปลแบบถอดความ และการแปลแบบเปลี่ยนชนิดของคำ (HT) / การแปลตรงตัวแบบผิดความหมาย (GT)

SL	HT	GT
สัมผัสการพักผ่อนอย่างมีระดับกับ ข้อเสนอ Rest & Relax ที่มอบดีล สุดพิเศษกับส่วนลดค่าห้องพัก สูงสุดถึง 35% พร้อมฟรีอาหาร ว่างช่วงบ่าย และส่วนลด 25% สำหรับใช้บริการทวารณีสปา ที่ จะทำให้คุณได้พักผ่อนและผ่อนคลาย ด้วยบริการชั้นเลิศในแบบ ดุสิต	Now is a good time to rest and relax with a well-deserved holiday that offers great deals of up to 35% discount on accommodation, a delectable Gourmet Afternoon Tea as well as a 25% discount on excellent Devarana Spa treatments. The Rest and Relax Promotion offers guests the best introduction to the full Dusit experience.	Experience the level of relaxation with the offer of Rest & Relax, which offers special deals with room discounts up to 35%, free afternoon snacks and 25% discount for Devarana Spa services. That will allow you to relax and relax with excellent service in the form of Dusit

จากตัวอย่างข้างต้น HT แปลข้อความด้วยวิธีการถอดความ กล่าวคือ HT ไม่ได้แปลวลี “สัมผัสการพักผ่อนอย่างมีระดับ...” อย่างตรงตัว โดยไม่ได้ใช้คำว่า “touch” หรือ “experience” แทนคำว่า “สัมผัส” เหมือนกับ GT แต่ใช้อนุประโยคหลัก “Now is a good time to rest and relax with a well-deserved holiday” (ถึงเวลาพักผ่อนไปกับวันหยุดที่คุณคู่ควรแล้ว) ซึ่งมีการเปลี่ยนคำนามในภาษาต้นฉบับ (พักผ่อน) เป็นคำกริยาในภาษาปลายทาง (rest and relax) และมีความหมายเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อย แต่ใจความสำคัญโดยรวมยังเหมือนเดิม คือ การเชิญชวนลูกค้ามาเข้าพักในช่วงเวลาการพักผ่อนสุดพิเศษ เช่นเดียวกับการแปลเป็นภาษาปลายทางว่า “The Rest and Relax Promotion offers guests the best introduction to the full Dusit experience.” ซึ่งแม้ไม่ได้มีรูปประโยคหรือความหมายตรงกับต้นฉบับมากนัก แต่เมื่อถอดใจความออกมาแล้วจะได้ใจความคล้ายต้นฉบับ คือ “ลูกค้าจะได้พบบริการของโรงแรมดุสิตอย่างเต็มรูปแบบในโปรโมชั่น rest & relax” ในขณะที่ GT แปลออกมาอย่างตรงตัวเกิน ทำให้ภาษาปลายทางบางส่วน

ไม่ได้ใจความ อาทิ แปล “การพักผ่อนอย่างมีระดับ” เป็น “the level of relaxation” หมายถึงระดับของการพักผ่อน ซึ่งไม่เข้ากับบริบทของข้อความ

ตารางที่ 33 ตัวอย่างการแปลแบบตรงตัว แบบเปลี่ยนมุมมอง แบบถอดความ และแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ (HT) / การแปลตรงตัวที่ทำให้ภาษาปลายทางผิดไวยากรณ์ (GT)

SL	HT	GT
ไม่ว่าคุณอยากพักผ่อนหรือ สำรวจสถานที่ท่องเที่ยวในหัวหิน ช่วงเวลานี้เหมาะสำหรับการวางแผน การพักผ่อนครั้งต่อไปของคุณ ที่เมอเวนพิก อัสมรา รีสอร์ท แอนด์ สปา หัวหิน	Whether you're looking to relax or to explore the sights in Hua Hin. There's <u>never</u> been a better time to <u>plan</u> your next <u>getaway</u> at Movenpick Asara Resort and Spa Hua Hin.	Whether you want to relax or explore the attractions in Hua Hin This time is perfect for planning your next vacation at Mövenpick Asara Resort and Spa Hua Hin.

จากตัวอย่างพบว่า HT แปลวลี “ช่วงเวลานี้เหมาะสำหรับการวางแผนการพักผ่อนครั้งต่อไปของคุณ...” เป็น “There’s never been better time to plan your next getaway...” ซึ่งปกติในภาษาโฆษณาจะไม่ค่อยมีคำว่า “never” หรือ “no” เพราะเป็นคำที่สื่อความหมายด้านลบ นอกจากต้องการสื่อความหมายว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ เพื่อให้สิ่งที่กล่าวถึงดูมีเอกลักษณ์และน่าดึงดูดมากขึ้น โดยในบริบทนี้ได้ใช้วลีว่า never a better time to plan ... เพื่อกระตุ้นลูกค้าให้สนใจเข้าพักที่รีสอร์ทนี้เพียงที่เดียวในอนาคต ในขณะที่ GT ใช้คำว่า “perfect” เพื่อบรรยายคำว่า “เหมาะสม” ตามต้นฉบับ อย่างไรก็ตาม รูปแบบของทั้ง GT และ HT ยังมีส่วนที่ผิดไวยากรณ์ กล่าวคือ ภาษาปลายทางควรเป็นประโยคเดียว โดยมีเครื่องหมายคอมม่าคั่นหลังคำว่า Hua Hin ซึ่งภาษาปลายทางทั้งสองฉบับต่างขึ้นประโยคใหม่ ทำให้ประโยคด้านหน้าเป็นเพียงวลีที่ไม่สมบูรณ์ นอกจากนี้ HT ยังมีการแปลแบบถอดความ โดยแปลคำว่า “พักผ่อน” เป็นคำว่า “getaway” และแปลแบบเปลี่ยนแปลงไวยากรณ์ โดยแปลคำนาม “การวางแผน” ในภาษาต้นฉบับ มาเป็นคำกริยา “plan” ในภาษาปลายทาง

สรุป

จากการเปรียบเทียบกลวิธีการแปลข้อความประเภทบอกกล่าวและข้อความจูงใจ สรุปได้ว่าทั้ง HT และ GT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุดทั้งข้อความประเภทบอกกล่าวและข้อความจูงใจ

โดยที่ HT มีกลวิธีการแปลที่หลากหลายมากกว่า GT ทุกประเภท ซึ่งพบกลวิธีการแปลที่หลากหลายมากที่สุดในการใช้คำสร้างจินตภาพปรากฏ รองลงมา คือ การแปลข้อความบอกกล่าวประเภทข้อมูลทั่วไป ในขณะที่ GT ยังคงเน้นการใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว โดยใช้วิธีการแปลนี้วิธีเดียวในการข้อความเกือบทุกประเภท ยกเว้นข้อความบอกกล่าวข้อมูลประเภทข้อมูลทั่วไปที่พบการใช้คำยืมร่วมด้วย และข้อความใจประเภทที่มีการใช้คำสร้างจินตภาพ ที่พบกลวิธีอื่น ๆ ร่วมด้วยอีกหลายวิธี เช่น การใช้คำที่มีความหมายแคบ การใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า การเปลี่ยนชนิดของคำ เป็นต้น โดย GT มักใช้กลวิธีอื่น ๆ นี้ในการแปลคำทางวัฒนธรรม ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในข้อความทั้งสองประเภทที่กล่าวมาข้างต้น

4.2 การวิเคราะห์การแปลในระดับต่าง ๆ

4.2.1 การวิเคราะห์ระดับคำ

การวิเคราะห์ระดับคำเน้นไปที่การศึกษากลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมและการแปลคำทั่วไป ความแตกต่างด้านการหลีกคำ ระดับการใช้ภาษา การแปลคำว่า “มี” และการใช้คำที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบหรือคำสร้างจินตภาพระหว่าง HT และ GT

4.2.1.1 กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมและการแปลคำทั่วไป

จากการศึกษา พบว่า HT และ GT มีการแปลคำทั่วไปได้ใกล้เคียงกัน แต่มีการแปลคำทางวัฒนธรรมที่ต่างกันเล็กน้อย โดยที่ HT มีกลวิธีการแปลที่หลากหลายกว่าและมีความถูกต้องมากกว่า

(1) การแปลคำทางวัฒนธรรม

กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมที่พบมีทั้งหมด 11 วิธี ได้แก่ การแปลโดยใช้คำยืม การแปลโดยการบรรยาย การแปลโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม การแปลแบบตรงตัว การแปลแบบถอดความ การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า การแปลแบบผสม การแปลโดยใช้เชิงอรรถ การแปลแบบลดความ และการละความไม่แปล

ตารางที่ 34 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้คำยืม

SL	HT	GT
ไหมไทย	Mai Thai	Thai Silk
สะเต๊ะ	Satay	Satay
มัสมั่น	Massaman	Cinnamon

ศาลา	Sala	Sala
ถนนคนม่วน วันอาทิตย์	Sunday Market	Muan Road, Sunday

จากการศึกษา พบว่า ทั้ง GT และ HT มีการแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้คำยืม เช่น แปลคำว่า “สะเต๊ะ” เป็น “Satay” แปลคำว่า “ศาลา” เป็นคำว่า “Sala” แต่ในบางคำที่ HT ใช้คำยืม GT ก็ไม่สามารถแปลเป็นคำยืมได้ เช่น คำว่า “ไหมไทย” ที่หมายถึงเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ชนิดหนึ่ง HT แปลเป็น “Mhai Thai” แต่ GT เข้าใจความหมายของคำผิด โดยเข้าใจว่าหมายถึง ผ้าไหมไทย ทำให้แปลออกมาเป็น “Thai Silk” อีกตัวอย่างหนึ่ง คือ “มัสมั่น” HT เลือกใช้คำยืมโดยถอดเสียงเป็น “Massaman” ในขณะที่ GT เลือกแปลเป็น “cinnamon” ซึ่งหมายถึง “อบเชย” ทำให้การแปลคำนี้เป็นการแปลแบบผิดความหมาย โดยคาดว่า GT อาจประมวลผลจากคำใกล้เคียงที่อยู่ในบริบทเดียวกัน ซึ่งอบเชยเป็นวัตถุดิบหนึ่งในการทำมัสมั่น เลยอาจทำให้ GT เลือกใช้คำนี้ นอกจากนี้ยังมีคำว่า “คนม่วน” ที่เป็นภาษาถิ่นภาคเหนือ โดย HT เลือกที่จะไม่แปลคำนี้ และแปลแค่ส่วนที่เหลือโดยใช้คำเทียบเคียงทางวัฒนธรรมแทน กล่าวคือ แปล “ถนนวันอาทิตย์” เป็น “Sunday Market” ในขณะที่ GT แก้ปัญหาโดยการใช้คำทับศัพท์เป็น “Muan Road”

ตารางที่ 35 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยการบรรยาย

SL	HT	GT
แกงเขียวหวาน	green curry	green curry
ข้าวต้มทรงเครื่อง	boiled rice with shrimp	boiled rice
เจริญพระพุทธรณ์	the monks return their gifts by chanting ancient blessings giving a spiritual dimension to their promises.	Inviting monks to prosper

จากตารางข้างต้น จะเห็นว่า GT และ HT แปลคำว่า “แกงเขียวหวาน” เป็น “green curry” เหมือนกันทั้งคู่ โดยเลือกใช้คำว่า “green” มาอธิบายลักษณะของน้ำแกงที่มีสีเขียว แต่คำว่า “ข้าวต้มทรงเครื่อง” ทั้ง GT และ HT ยังแปลไม่ครบความ ซึ่ง HT แปลเป็น “boiled rice with shrimp” เพื่ออธิบายลักษณะของคำว่า “ทรงเครื่อง” ที่หมายถึงการใส่วัตถุดิบอื่น เช่น หมู ปลา กุ้ง และผักลงไปต้มในข้าวต้ม แต่ HT เลือกขยายความ “with shrimp” อย่างเดียว เลยอาจทำให้เข้าใจว่าคำนี้หมายถึงแค่ข้าวต้มกุ้ง ส่วน GT แปลมาเป็นคำว่า “boiled rice” ซึ่งหมายถึง ข้าวต้มเพียงอย่างเดียว ทำให้ใจความส่วน “ทรงเครื่อง” หายไป นอกจากนี้ ยังมีคำว่า “เจริญพระพุทธรณ์”

ที่หมายถึงการเชิญพระสงฆ์มาให้พร โดยทั้ง GT และ HT แปลคำนี้โดยการอธิบาย โดย HT แปลว่า “the monks return their gifts by chanting ancient blessings giving a spiritual dimension to their promises.” และ GT แปลว่า “Inviting monks to prosper” ซึ่งมีความหมายโดยรวมใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 36 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม

ST	HT	GT
ศาลา	pavilion, gazebo	pavilion
วัดร่องขุน	white temple	Rong Khun Temple

จากการศึกษาการแปลของ HT และ GT พบว่า คำว่า “ศาลา” มีทั้งวิธีการแปล 2 แบบ คือ การใช้คำยืม และการแปลแบบเทียบเคียง โดยคำแปลแบบเทียบเคียงในภาษาปลายทาง ได้แก่ “pavillion” และ “gazebo” ซึ่งคำว่าศาลาของไทยจะหมายถึง สิ่งก่อสร้างทรงไทยที่เปิดโล่ง ใช้เป็นที่พักหรือสำหรับใช้ประโยชน์ด้านอื่น ๆ และคำว่า “pavillion” ในภาษาปลายทางนั้นหมายถึง ชุมนุ้ กระโจม และหอแสดงสินค้า ส่วนคำว่า “gazebo” หมายถึง ชุมนุ้ที่มีหลังคาเล็ก ๆ มีผ้าและดอกไม้ประดับ ส่วนใหญ่มักพบในงานแต่งงาน ซึ่งก็ถือเป็นคำในบริบทเดียวกันภาษาต้นฉบับ นอกจากนี้ยังมีคำว่า white temple ที่ HT ใช้แทนคำว่า “วัดร่องขุน” โดยเป็นคำที่มาจากลักษณะของวัดที่มีสีขาวเด่นทั้งวัด แต่ GT อาจยังไม่มีข้อมูลลักษณะสถานที่ จึงแปลโดยใช้คำทับศัพท์ว่า “Rong Khun Temple”

ตารางที่ 37 การแปลคำทางวัฒนธรรมแบบตรงตัว

SL	HT	GT
พิธีสงฆ์	Buddhist Ceremony	Monk Ceremony
พิธีเจริญพระพุทธมนต์ในงานมงคลสมรส	-	the ceremony of the growth of the Buddha in the wedding ceremony

จากตัวอย่างข้างต้น GT แปลคำว่า “พิธีสงฆ์” และ “พิธีเจริญพระพุทธมนต์ในงานมงคลสมรส” ด้วยวิธีการแปลแบบตรงตัว โดยแปล “พิธีสงฆ์” เป็น Monk Ceremony และแปล “พิธีเจริญพระพุทธมนต์ในงานมงคลสมรส” เป็น “the ceremony of the growth of the Buddha in the wedding ceremony” ซึ่งถือเป็นการแปลที่ผิดความหมาย เพราะ GT แปลคำว่า “เจริญ” เป็น “growth” อย่างตรงตัว โดยไม่เข้ากับบริบทโดยรวม ในขณะที่ HT แปล “พิธีสงฆ์”

โดยใช้คำจากกลุ่ม คือ “Buddhist Ceremony” และผลการแปลลือว่า “พิธีเจริญพระพุทธมนต์ในงานมงคลสมรส”

ตารางที่ 38 การแปลคำทางวัฒนธรรมแบบแบบถอดความ

SL	HT	GT
สล่า	craft master	Sala

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า HT สามารถแปลโดยการถอดความได้ แต่ GT ยังไม่สามารถทำได้ จากตัวอย่าง คำว่า “สล่า” ซึ่งเป็นสรรพนามที่ใช้เรียกขานกันในภาษาท้องถิ่นภาคเหนือ โดยจะใช้เรียกช่างที่มีความชำนาญงานสูง HT จึงเลือกถอดความหมายออกมาแล้วแปลเป็น “craft master” ส่วน GT เลือกแปลโดยใช้คำยืม เป็น “Sala” ในภาษาปลายทาง

ตารางที่ 39 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า

SL	HT	GT
พิธีสงฆ์	Buddhist Ceremony	Monk Ceremony
พิธีหลั่งน้ำพระพุทธมนต์และ ประสาธพร	Buddhist Ceremony	The ceremony of pouring water and Buddha's blessings

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า HT เลือกแปลลือว่า “พิธีสงฆ์” และ “พิธีหลั่งน้ำพระพุทธมนต์และประสาธพร” เป็นภาษาปลายทางว่า “Buddhist Ceremony” เหมือนกัน ซึ่งหมายถึง พิธีทางพุทธศาสนา ที่มีความหมายครอบคลุมพิธีทั้งสองข้างต้น โดย “พิธีสงฆ์” หมายถึง พิธีที่เกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ในงานต่าง ๆ เช่น การถวายภัตตาหาร การทำบุญบังสุกุลมาติกา เป็นต้น ส่วน “พิธีหลั่งน้ำพระพุทธมนต์และประสาธพร” หมายถึง พิธีสงฆ์อย่างหนึ่งในงานแต่งงานแบบไทย หรือที่เรียกว่า พิธีรดน้ำสังข์ ส่วน GT เลือกแปล “พิธีสงฆ์” แบบตรงตัว คือ “Monk Ceremony” และแปล “พิธีหลั่งน้ำพระพุทธมนต์และประสาธพร” เป็น “The ceremony of pouring water and Buddha's blessings” โดยใช้การถอดความ

ตารางที่ 40 การแปลคำทางวัฒนธรรมโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า

SL	HT	GT
ดนตรีไทย	Traditional thai lanna music band	Thai music

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า HT แปลโดยระบุความให้แคบลง เพื่อให้ใจความชัดเจนมากขึ้น กล่าวคือ แปลจากต้นฉบับ “ดนตรีไทย” เป็น “Traditional thai lanna music band” ที่หมายถึง วงดนตรีเพลงล้านนาพื้นบ้าน เพลงไทยทางภาคเหนือ ทำให้สอดคล้องกับบริบทที่ว่าโรงแรมนี้ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ จึงมีบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมภาคเหนือ ซึ่งอาจเป็นจุดดึงดูดผู้อ่านได้อีกจุดหนึ่ง ในขณะที่ GT แปลเป็น “Thai Music” ตามต้นฉบับ เนื่องจากข้อความส่วนที่ตัดมาไม่มีบริบทใดที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมทางภาคเหนือ หรือโรงแรมตั้งอยู่ทางภาคเหนือ GT จึงไม่สามารถระบุเพิ่มเติมได้ว่าเป็นดนตรีไทยแบบไหน

ตารางที่ 41 การแปลคำทางวัฒนธรรมแบบผสม

SL	HT	GT
หลองข้าว	lhong, or rice barn	rice paddies

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาษาฉบับแปลจาก HT มีการใช้คำยืมจากคำว่า “หลอง” (ยุ้งฉางข้าว) มาใช้ และมีการอธิบายเพิ่มเติมด้านหลังว่า “or rice barn” ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจความหมายง่ายขึ้น ในขณะที่ GT แปลออกมาผิดความหมาย กล่าวคือ แปลเป็น “rice paddies” ที่หมายถึง “ทุ่งนา” แทน

ตัวอย่างการแปลแบบคำทางวัฒนธรรมโดยใช้เชิงอรรถ

SL: “พิธีหลังน้ำพระพุทธรณ์และประสาทร” หรือ “พิธีรดน้ำสังข์” ถือเป็นอีกหนึ่งขั้นตอนสำคัญในการแต่งงานแบบไทย ที่มีความงดงามที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรมของไทยแท้ ๆ พิธีรดน้ำสังข์นี้เป็นขั้นตอนหลังจากที่คู่บ่าวสาวได้ร่วมทำบุญตักบาตร ฟังพระสวดพุทธรณ์ และถวายจตุปัจจัยไทยธรรม จากนั้นจะเป็นฤกษ์รดน้ำหรือรดน้ำสังข์ ด้วยหอยสังข์ที่ถือกันว่า เป็นของมงคลอย่างหนึ่ง

HT: BUDDHIST CEREMONY - SAI MONGKOL THAI CEREMONY - Sai Mongkol is the sacred string meant to bind two people for life. In this traditional Thai blessing, simple white cotton thread is looped in circles and placed on the heads of the bride and groom, to unite the couple’s souls. This is then followed by a water blessing ritual where the wedding guests, beginning with the parents and the most respected elders of the wedding party, approach the kneeling bride and groom to pour scented water over their hands from a sacred conch shell as they offer their best wishes for a happy life

together to the couple. This simple but elegant ceremony is steeped in Thai history and tradition.

GT: "The ceremony of pouring water and Buddha's blessings" or "Watering Ceremony" - Considered another important step in Thai marriage Which has beauty that is full of authentic Thai cultural values. This relaunch ceremony is a step after the newlyweds have made merit. Listen to the Buddhist prayer And consecrate the Thai Dharma Then will be an auspicious watering or watering conch With a conch shell that is considered a sacred item

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า นอกจาก HT จะแปลคำว่า "พิธีห่มน้ำพระพุทธมนต์และประสาทพร" เป็น "BUDDHIST CEREMONY" ด้วยวิธีการใช้คำจากกลุ่มเหมือนดังที่อธิบายข้อ 1.7 ไปแล้ว HT ยังแปล "พิธีรดน้ำสังข์" เป็น "SAI MONGKOL THAI CEREMONY" พร้อมคำอธิบายเกี่ยวกับพิธีเพิ่มเติม โดยอธิบายถึงสายมงคลว่าคืออะไรและมีความสำคัญอย่างไร ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจว่าทำไมต้องใช้คำว่า "SAI MONGKOL THAI CEREMONY" และอธิบายวิธีการปฏิบัติในพิธีการรดน้ำสังข์เพื่ออธิบายให้เห็นภาพชัดเจน ในขณะที่ GT แปลข้อความแบบลดความ โดยแปลเป็น "Watering Ceremony" (พิธีรดน้ำ) ซึ่งไม่ได้แปลความหมายของคำว่า "สังข์" ที่แสดงถึงพิธีการรดน้ำอวยพรคู่บ่าว-สาวในงานแต่งงาน

ตัวอย่างการแปลคำทางวัฒนธรรมแบบลดความ/ละความ

SL: พิธีสงฆ์ หรือ พิธีเจริญพระพุทธมนต์ในงานมงคลสมรส เป็นพิธีกรรมที่มีพระสงฆ์เป็นผู้ทำพิธีให้ ซึ่งตามประเพณีดั้งเดิมนั้น การนิมนต์พระสงฆ์มาเจริญพระพุทธมนต์จะทำในช่วงเย็นของวันสุกดิบ ซึ่งเป็นวันก่อนวันแต่งงานหนึ่งวัน และในวันแต่งงานจะมีเฉพาะการตักบาตรร่วมกันในตอนเช้า แต่ในปัจจุบันนิยมทำพิธีกันในช่วงเช้าวันเดียวกัน เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและสะดวกมากขึ้นสำหรับคู่บ่าวสาว โดยการลำดับขั้นตอนพิธีก่อนหลังนั้น ขึ้นอยู่กับธรรมเนียมนิยมในแต่ละพื้นที่ ที่มีทั้งการแห่ขันหมากก่อนทำพิธีสงฆ์ หรือที่ทำพิธีสงฆ์ก่อนการแห่ขันหมาก

HT: BUDDHIST CEREMONY - In Thai belief it is important to give as well as to receive on the most important occasions of one's life. As Thai newlyweds enter into a new life together, they go to the temple to make food offerings to the monks and to receive their blessing for a happy and long lasting union. As the couple kneels in a gesture of respect to offer food and other daily necessities, the monks return their gifts by chanting ancient blessings giving a spiritual dimension to their promises.

GT: Monk ceremony or the ceremony of the growth of the Buddha in the wedding ceremony - Is a ritual that has a monk to do the ceremony Which according to the traditional tradition Inviting monks to prosper, the Buddha will do in the evening of the day Which is the day before the wedding day And on the wedding day there will be only monks together in the morning But in the present day, the ceremony is popular in the same morning. In order to save time and more convenient for the newlyweds By sequencing the ceremony before that Depends on the popular dharma in each area With both the parade before the ceremony Or at a monk's ceremony before the parade

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า HT มีการเรียบเรียงภาษาฉบับแปลใหม่ จึงการแปลแบบละคำ นั่นคือ วลีว่า “วันสุกดิบ” และ “ขบวนแห่ขันหมาก” ซึ่งในภาษาปลายทาง ฉบับ GT ได้แปลคำสองคำนี้ด้วยวิธีการลดความ กล่าวคือ แปลคำว่า “วันสุกดิบ” เป็นวลีว่า “the day” ซึ่งมีความหมายว่าเป็นชัณฐกรรมดา ขาดความหมายของคำว่า “สุกดิบ” ที่หมายถึงวันก่อนวันงาน แต่อย่างไรก็ดี GT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว ทำให้แปลประโยคที่ตามมาเหมือนกับภาษาต้นฉบับ ซึ่งเป็นส่วนขยายว่าวันที่กล่าวถึงคือวันอะไร นอกจากนี้ ยังแปลวลีว่า “ขบวนแห่ขันหมาก” เป็น “parade” ซึ่งหมายถึงขบวนพาเหรดทั่วไป ขาดความหมายว่าหมายถึงขบวนแห่ขันหมากที่เป็นขบวนแห่สำหรับงานแต่งงาน

(2) การแปลคำทั่วไป

กลวิธีการแปลคำทั่วไปที่พบมีทั้งหมด 7 วิธี ได้แก่ การแปลแบบตรงตัว การแปลแบบเพิ่มความ การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า การแปลแบบลดความ การแปลโดยใช้คำยืม และการแปลโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 42 การแปลคำทั่วไปแบบตรงตัว

SL	HT	GT
พนักงานเปิดประตู	Doorman	Staff opens the door
รองเท้าแตะ	slippers	slippers
เค้กแต่งงาน	wedding cake	wedding cake

จากตัวอย่าง จะเห็นได้ว่า ทั้ง HT และ GT มีการแปลแบบตรงตัว ทำให้ภาษาปลายทางออกมาเหมือนกัน เช่น แปลคำว่า “รองเท้าแตะ” เป็น “slippers” และแปล

“เค้กแต่งงาน” เป็น “wedding cake” อย่างไรก็ดี GT ยังแปลผิดความหมายอยู่ในบางกรณี อาทิ “พนักงานเปิดประตู” GT ไม่สามารถแยกแยะได้ว่าข้อความทั้งหมดเป็นวลี และสามารถแปลออกมาเป็นคำนามได้ในภาษาปลายทาง GT จึงแปลเป็นรูปประโยค โดยใช้ “เปิด” เป็นคำกริยา และแปลออกมาเป็นภาษาปลายทางว่า “Staff opens the door”

ตารางที่ 43 การแปลคำทั่วไปแบบเพิ่มความ

ST	HT	GT
โต๊ะลงทะเบียน	Registration desk <u>and support</u>	registration table
เวทีและแดนซ์ฟลอร์	<u>Portable</u> staging and dance floor	Stage and Dance Floor

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า HT มีการแปลแบบเพิ่มความ เพื่อขยายความให้ชัดเจนขึ้น ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัวตามภาษาต้นฉบับ อาทิ HT แปล “เวทีและแดนซ์ฟลอร์” เป็น “Portable staging and dance floor” ซึ่งเพิ่มคำว่า “portable” เพื่อขยายความว่า เวทีและแดนซ์ฟลอร์สามารถเคลื่อนย้ายได้ โดยคาดว่าส่วนหนึ่งมาจากที่ผู้แปลทราบรายละเอียดหรือบริบทที่ชัดเจนระดับหนึ่ง จึงสามารถเพิ่มเติมรายละเอียดลงไปได้ แต่ GT ยังคงยึดตามต้นฉบับและไม่มีข้อมูลเพิ่มเติมอื่น ๆ จึงแปลเป็นภาษาปลายทางว่า “Stage and Dance Floor” เท่านั้น

ตารางที่ 44 การแปลคำทั่วไปโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า

ST	HT	GT
พาน	tray	Phan

จากข้อมูลข้างต้น HT แปลคำว่า “พาน” ซึ่งหมายถึง ภาชนะมีเชิงประเภทหนึ่ง มีหลายชนิด บางชนิดมีรูปทรงคล้ายจาน บางชนิดมีรูปทรงคล้ายขัน เชิงมีรูปร่างต่าง ๆ กัน ใช้สำหรับใส่สิ่งของมีดอกไม้ธูปเทียน เป็นต้น (ราชบัณฑิต, 2551) เป็นภาษาปลายทางว่า “tray” ซึ่งหมายถึง ภาชนะแบน มีขอบ ส่วนใหญ่ไว้สำหรับใส่อาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากภาษาปลายทางไม่มีคำเฉพาะไว้สำหรับแปลคำนี้ จึงเลือกแปลคำทั่วไปที่มีความหมายใกล้เคียงที่สุด คือ ภาชนะสำหรับใส่ของมีลักษณะแบน ในขณะที่ GT เลือกแปลโดยใช้คำยืม กล่าวคือ แปลเป็น “Phan” ในภาษาปลายทาง

ตารางที่ 45 การแปลคำทั่วไปโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า

ST	HT	GT
สำรวจรสชาติของ <u>ชายฝั่งตะวันตก</u> โปลิเนเซีย และเอเชีย	Explore the flavours of the <u>Hawaii</u> , Polynesia and Asia.	Explore the flavors of the <u>west coast</u> , Polynesia and Asia.
ดนตรีสากล	International music band	international music

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า HT มีการแปลโดยใช้คำที่มีความหมายแคบกว่าคำในภาษาต้นฉบับ กล่าวคือ HT แปลคำว่า “ชายฝั่งตะวันตก” โดยระบุสถานที่ “Hawaii” ในภาษาปลายทาง เพื่อจำกัดข้อมูลให้แคบลง และง่ายต่อการรับสารมากขึ้น ในขณะที่ GT แปลเป็น “west coast” ตามภาษาต้นฉบับ อีกตัวอย่างหนึ่ง คือ “ดนตรีสากล” ที่ HT แปลเป็น “international music band” แต่ GT แปลเป็น “international music” จะเห็นได้ว่า ส่วนที่เพิ่มมาในภาษาปลายทางของ HT คือ คำว่า “band” ที่หมายถึง วงดนตรี ทำให้ความหมายโดยของ HT หมายถึง วงดนตรีสากล/ดนตรีสด ซึ่งมีความหมายแคบกว่า international music ที่หมายถึง ดนตรีสากลแบบกว้าง ซึ่งในที่นี้อาจหมายถึงการเปิดเพลงทั่วไปที่ไม่ใช่วงดนตรีหรือการแสดงสดก็ได้

ตารางที่ 46 การแปลคำทั่วไปแบบลดความ

ST	HT	GT
หมากรุกยักษ์	Giant Chess	Chess
เครื่องดื่มสมุนไพรต้อนรับ	Welcome drink	Welcome herbal drink

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า GT แปลคำว่า “หมากรุกยักษ์” แบบลดความ โดยแปลเป็นภาษาปลายทางว่า “chess” ซึ่งขาดความหมายของคำว่า “ยักษ์” ที่แสดงว่าไม่ใช่หมากรุกขนาดธรรมดาที่เล่นกันทั่วไปบนโต๊ะ ในขณะที่ HT แปลได้ครบความมากกว่า โดยแปลเป็น “Giant Chess” ด้วยวิธีการแปลแบบตรงตัว นอกจากนี้ ยังมีคำว่า “เครื่องดื่มสมุนไพรต้อนรับ” ซึ่ง HT ไม่ได้แปลคำว่า “สมุนไพร” ในภาษาปลายทาง โดยแปลเป็น “Welcome drink” ทำให้ผู้อ่านเข้าใจแค่ความหมายกว้าง ๆ ว่าเป็นเครื่องดื่มต้อนรับทั่วไปที่มักเป็นน้ำผลไม้ แต่ไม่ได้เข้าใจว่าเครื่องดื่มต้อนรับทำมาจากสมุนไพร ในขณะที่ GT แปลตรงตัว ทำให้ความหมายของคำดังกล่าวชัดเจนขึ้น

ตารางที่ 47 การแปลคำทั่วไปโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม

ST	HT	GT
พระสงฆ์	blessing by vilage elders	monk

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า HT มีการแปลคำว่า “พระสงฆ์” ในภาษาต้นฉบับ เป็น วลี “blessing by vilage elders” ในภาษาปลายทางที่ไม่ได้หมายถึงพระสงฆ์ตามต้นฉบับ แต่เนื่องจากบริบทของคำนี้มาจากบริการที่รวมอยู่ในแพ็คเกจการจัดแต่งงานของโรงแรม และความหมายของพระสงฆ์ในที่นี้คือ ผู้ที่ทำหน้าที่อวยพรคู่บ่าว-สาว ตามธรรมเนียมไทย HT จึงไม่ได้แปลตรงตัวเป็น “monk” เช่นเดียวกับ GT อาจเพราะคำนึงวัฒนธรรมของผู้รับสารที่เป็นชาวต่างชาติ และอาจไม่นับถือศาสนาพุทธ HT จึงใช้คำแปลดังกล่าวเพื่อทดแทนความหมายพระสงฆ์ผู้ที่ทำหน้าอวยพรแก่คู่บ่าว-สาว โดยใช้ “village elders” แทนพระสงฆ์ และใช้ blessing เพื่อบ่งบอกหน้าที่เดียวกับพระสงฆ์ เพื่อให้สารที่ต้องการจะสื่อในภาษาปลายทางออกมาใกล้เคียงกับภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 48 การแปลคำทั่วไปโดยใช้คำยืม

ST	HT	GT
ต้นก้ามปู	Kampu Tree (Albizia Saman)	claw tree (Albizia Saman)

จากตัวอย่าง จะเห็นว่า HT ทับศัพท์คำว่า “ก้ามปู” เป็น “Kampu” ในภาษาปลายทาง ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัว โดยแปลเป็น “claw” ซึ่งมีความหมายไม่ตรงกับบริบท และภาษาปลายทางทั้งสองฉบับได้ใส่วงเล็บชื่อทางวิทยาศาสตร์ (Albizia Saman) ไว้ด้านหลัง อย่างไรก็ตาม ต้นก้ามปูมีชื่อภาษาไทยอีกหลายชื่อตามแต่ละพื้นที่ อาทิ “ต้นจามจุรี” “ต้นก้ามกุ้ง” “ต้นสารสา” ผู้แปลอาจเลือกถอดเสียงตามคำภาษาไทยมาเป็นภาษาปลายทางหรืออาจแปลเป็น “Samanea saman” หรือ “rain tree” ซึ่งเป็นคำที่นิยมใช้กันทั่วไปก็ได้

4.2.1.2 การหลากคำ

เมื่อเทียบกลุ่มคำภาษาไทยที่มีความหมายเดียวกันกับภาษาปลายทาง พบว่า HT มีการใช้คำในภาษาปลายทางที่หลากหลายมากกว่า GT โดยจะเห็นได้ว่า HT มีการเลือกใช้คำที่มีความหมายใกล้เคียงกันด้วย เช่น ใช้คำว่า unique แทนคำว่า สวยงาม เป็นต้น ซึ่งส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากที่ HT มีการแปลแบบถอดความ และ GT ยังมีคลังคำศัพท์ไม่มากพอและไม่สามารถพลิกแพลงคำศัพท์ที่มีความหมายใกล้เคียงกันได้ ดังตัวอย่างในตารางที่ 49

ตารางที่ 49 ตารางแสดงการหลากคำระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
ความงาม/สวยงาม/ งดงาม/น่าทึ่ง/ ตระการตา	unique, stunning, wonderful, attractive, breathtaking, fabulous, finest, spectacular, glorious	beautiful, amazing, spectacular
หรู/หรูหรา/ความหรูหรา	sophisticated, luxurious, luxury, elegant	luxurious, elegant, luxury
พิเศษ/เอกลักษณ์/เฉพาะ	perfect, special, exclusive, exceptional, character, unique, signature, extradiornary, iconic, tailored	special, individually, ultimate, unique, specific, distinctly, particular
สงบ/เงียบ/เงียบสงบ/ ความเงียบ	tranquil, peaceful, serenity	peaceful, tranquility
พบ	meet, experience, encounter, discover	meet, experience

4.2.1.3 ระดับการใช้คำ

แม้ HT และ GT จะใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวเป็นหลัก และทำให้คำในภาษาปลายทางส่วนใหญ่มีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน แต่ข้อสังเกตที่เห็นได้ชัดของการแปลในระดับคำระหว่าง HT และ GT อย่างหนึ่ง คือ การใช้ระดับภาษาที่ต่างกัน ดังตัวอย่างในตารางที่ 50 โดยพบว่า HT มีการใช้ภาษาที่เป็นทางการมากกว่า GT อาทิ การใช้คำว่า “complimentary” ใน HT และ “free” ใน GT หรือคำว่า “beverage” ใน HT และ “drinks” ใน GT นอกจากนี้ HT ยังมีการใช้คำศัพท์เฉพาะทางมากกว่า GT อาทิ “หมอฉุกเฉิน” โดย HT แปลเป็น “doctor on call” ซึ่งเป็นคำที่ใช้ในวงการแพทย์โดยเฉพาะ ในขณะที่ GT แปลตรงตัวเป็น “emergency doctor” โดยการใช้ภาษาที่เป็นทางการนี้พบในคำในคลังข้อมูลภาษาที่เขียนโดยเจ้าของภาษาเช่นกัน โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ผู้วิจัยจึงสันนิษฐานว่า การใช้คำที่เป็นทางการจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรม ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ ความเป็นมืออาชีพ และความหรูหราให้กับโรงแรมเพื่อจูงใจผู้อ่าน

ตารางที่ 50 ตารางแสดงการใช้ระดับภาษาที่แตกต่างกัน

SL	HT	GT
เครื่องดื่ม	beverage	drinks
ขัดผิว	exfoliate	scrub
ทั้งหมด	entire	all
ฟรี	complimentary	free
ทาน/รับประทานอาหาร	eat	dine
ช่อดอกไม้กลัดหน้าอก	corsage	bouquet of flower
หมอฉุกเฉิน	doctor on call	emergency doctor
ความช่วยเหลือจากแพทย์	medical attention	help from a doctor

4.2.1.4 การแปลคำว่า “มี”

คำกริยา “มี” เป็นคำที่พบบ่อยในข้อความบนเว็บไซต์โรงแรม โดยเฉพาะในอัตราภาคที่ต้องการนำเสนอบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม ซึ่งในภาษาอังกฤษมักใช้คำว่า “has/have” “offer” และ “provide” (Leelertphan, 2017) อย่างไรก็ตาม HT และ GT มีวิธีการแปลคำนี้ออกมาเป็นภาษาปลายทางในโครงสร้างที่หลากหลายและแตกต่างกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 51 ตัวอย่างการแปลโดยใช้คำว่า “has” ของ HT และ “There is” ของ GT

SL	HT	GT
โรงแรมปทุมวันปรีนเซส มีบริการพื้นที่สำหรับการจัดการ ประชุมขนาดเล็ก ห้องสัมมนาขนาดใหญ่ และงานกาลาดินเนอร์ ที่สมบูรณ์แบบ	Whether for small, intimate meetings or large scale conferences, and gala dinners, Pathumwan Princess Hotel <u>has</u> the perfect facility.	Pathumwan Princess Hotel <u>There is</u> a small meeting space. Large seminar room And the perfect gala dinner

ตารางที่ 52 ตัวอย่างการแปลโดยใช้คำว่า “There is” ของ HT และ GT

SL	HT	GT
ไม่มีสระว่ายน้ำส่วนตัวในห้องพัก ประเภทนี้	<u>There is</u> no private infinity pool in this category.	<u>There is</u> no private pool in this room type.

ตารางที่ 53 ตัวอย่างการแปลโดยใช้คำว่า “There is” และ “with” ของ HT และการใช้ “with” และการใช้ โครงสร้าง V. to be + Adj ของ GT (ในตัวอย่างนี้ละ V. to be เหลือเพียง Adj)

SL	HT	GT
ห้องขนาดกระทัดรัดด้วยเนื้อที่ 29 ตร.ม. มีให้เลือกทั้งแบบเตียงเดี่ยว และเตียงคู่ซึ่งมาพร้อมกับห้องน้ำในตัว โดยสามารถปรับให้เข้ากับการเข้าพักแบบครอบครัวได้โดยมีห้องแบบเชื่อมติดกันสองห้องให้เลือก	A well-appointed 29 square meter room <u>with</u> either two single beds or one double with an en suite bathroom. <u>There is</u> an option to make two Superior Rooms interconnected, suitable for families.	Compact room with an area of 29 square meters, <u>available</u> in both single and double beds, which come <u>with</u> an en suite bathroom. Which can be adapted to a family stay with two connecting rooms to choose from

ตารางที่ 54 ตัวอย่างการแปลโดยใช้คำกริยาอื่นที่มีความหมายใกล้เคียงกันของ HT และการใช้ “with” ของ GT

ST	HT	GT
ห้องรับรองแขก ผ่อนคลายในห้องรับรองหรูหราบนชั้นสอง มีวิวมหาสมุทรของอ่าวไทยที่สะกดสายตา	Lounge Area / Unwind in the elegant lounge on the second floor, which <u>offers</u> mesmerising ocean views over the Gulf of Thailand.	guest room Relax in the luxurious lounge on the second floor. <u>With</u> an ocean view of the Gulf of Thailand that is visually spelled

ตารางที่ 55 ตัวอย่างการแปลโดยตัดคำออก แล้วเปลี่ยนโครงสร้างเป็นวลีของ HT และการใช้ “have, with” ของ GT

SL	HT	GT
เรามีกิจกรรมประจำวันให้เลือกมากมาย เช่น ‘เทนนิสสำหรับเด็ก’ ‘การทำอาหารไทย’ ‘ศิลปะและงานฝีมือ’ ‘เส้นทางศึกษาธรรมชาติในสวน’ โดยมีเจ้าหน้าที่คอยให้การดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด	<u>Supervised by our resort's caring and attentive staff</u> , daily activities range from 'Tennis for Kids' and 'Thai Cooking' to 'Arts & Crafts' & a 'Garden Discovery Walk'.	We <u>have</u> a large selection of daily activities, such as 'tennis for children, ไทย ไทย Thai cooking', arts and crafts ', ' nature education paths in the garden ', <u>with</u> staff providing close care.

ตารางที่ 56 ตัวอย่างการแปลโดยใช้คำกริยาอื่นๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงกันของ HT และการใช้ “has” ของ GT

SL	HT	GT
Pingviman Hotel มีบริการศูนย์ ธุรกิจ, ฟิตเนส, บริการรับฝาก สัมภาระ, บริการซักรีด	For guests conveniences Pingviman Hotel <u>provides</u> Business center, Fitness, Luggage storage, Laundry service.	Pingviman Hotel <u>has</u> a business center, fitness center, luggage storage, laundry service.

ตารางที่ 57 ตัวอย่างการแปลโดยเปลี่ยนเป็นรูป V. to be + Adj ที่มีความหมายใกล้เคียงกันของ HT และการใช้ “There is” ของ GT

SL	HT	GT
มีที่จอดรถสาธารณะบริเวณใกล้เคียง (ไม่จำเป็นต้องสำรองที่จอดรถ)	Free public parking <u>is possible</u> at a location nearby (reservation is not needed).	<u>There is</u> a public car park nearby. (No need to reserve parking).

ตารางที่ 58 ตัวอย่างการแปลโดยตัดคำออก แล้วเปลี่ยนโครงสร้างเป็นวลีของ HT และการใช้โครงสร้าง V. to be + Adj ของ GT

ST	HT	GT
จากห้องพักสามารถมองเห็นห้อง ข้าวโบราณที่มีความสวยงามสร้าง ด้วยไม้สักทั้งหลัง ตกแต่งด้วยงาน ไม้แกะสลัก โดยสถาปนิมือดีมากด้วย ประสบการณ์ และชื่อเสียงมา ยาวนาน	..., living quarters are on the most part upstairs overlooking the compound crowned at its centre by a reproduction of a traditional lhong, or rice barn, exquisitely carved and created from hardwood by a renowned local crafts master.	From the rooms, you can see the ancient rice paddies that <u>are beautiful</u> , built with teak wood afterwards. Decorated with carved woodwork By Sala And a long reputation

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า GT มีวิธีการแปลคำว่า “มี” อยู่ 4 วิธี ได้แก่ การแปลโดยใช้คำว่า “has/have” แปลโดยใช้โครงสร้าง There is/are แปลโดยใช้คำว่า with และแปลโดยเปลี่ยนเป็นรูป V. to be + Adj (เปลี่ยนชนิดคำมาจากต้นฉบับ) โดยพบว่า GT มักแปลเป็นคำว่า has/have เมื่อประโยคในภาษาต้นฉบับเป็นประโยคสมบูรณ์ ที่มีประธานของประโยคชัดเจน (ดังตารางที่ 55 และ 56) และมักแปลเป็นโครงสร้าง There is/There are เมื่อภาษาต้นฉบับเป็นวลีเดี่ยว ๆ ที่ขึ้นต้นด้วยคำว่า “มี” (ดังตารางที่ 51 52 และ 57) แต่หากภาษาต้นฉบับมีการใช้คำว่า “มี”

ตามหลังคำว่า “โดย” “ที่” หรือคำอื่น ๆ ที่แสดงถึงการเป็นส่วนขยาย GT จะแทนที่คำว่า “มี” ในภาษาปลายทางว่า “with” ซึ่งแสดงถึงส่วนขยายเช่นเดียวกับต้นฉบับ (ดังตารางที่ 53 54 55) หรือแปลโดยการตัดคำว่ามีออก และเปลี่ยนโครงสร้างเป็น V. to be + Adj โดยเป็นคำคุณศัพท์ที่เปลี่ยนชนิดมาจากคำนามหรือคำกริยาในภาษาต้นฉบับ รวมถึงวลีเดี่ยว ๆ แบบตารางที่ 53 และ 58 เช่นเดียวกัน

ในขณะที่ HT มีการใช้โครงสร้างในภาษาปลายทางที่หลากหลายกว่า GT นอกจาก 4 วิธีที่กล่าวมาข้างต้น HT สามารถแปลคำว่า “มี” ได้อีก 3 รูปแบบ ได้แก่ แปลโดยตัดคำกริยาออก แล้วเปลี่ยนโครงสร้างเป็นวลี (ดังตารางที่ 55 และ 58) แปลโดยใช้คำกริยาอื่น ๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงกัน เช่น “provide” “feature” “include” เป็นต้น (ดังตารางที่ 54 และ 56) และการแปลโดยเปลี่ยนเป็นรูป V. to be + Adj ที่มีความหมายใกล้เคียงกัน เช่น “is available” “is possible” เป็นต้น (ดังตารางที่ 57)

ตารางที่ 59 ตารางสรุปความแตกต่างในการแปลคำว่า “มี” ระหว่าง HT และ GT

HT	GT
แปลโดยใช้คำว่า “has/have”	แปลโดยใช้คำว่า “has/have”
แปลโดยใช้โครงสร้าง There is/are	แปลโดยใช้โครงสร้าง There is/are
แปลโดยใช้คำว่า with	แปลโดยใช้คำว่า with
แปลโดยตัดคำกริยาออก แล้วเปลี่ยนโครงสร้างเป็นวลี	-
แปลโดยใช้คำกริยาอื่น ๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงกัน (provide, feature, include)	-
แปลโดยเปลี่ยนเป็นรูป V. to be + Adj ที่มีความหมายใกล้เคียงกัน (is available, is possible)	แปลโดยเปลี่ยนเป็นรูป V. to be + Adj (เปลี่ยนชนิดคำจากต้นฉบับ)

4.2.1.5 การใช้คำที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบ/คำสร้างจินตภาพ

จากการศึกษา พบว่า HT มีการใช้คำในภาษาปลายทางที่แสดงถึงการเปรียบเทียบหรือสร้างจินตภาพมากกว่า GT เช่น การแปลคำว่า “ว่ายลัดเลาะ” ซึ่ง GT แปลเป็น “swim” ธรรมดา แต่ HT แปลเป็นคำว่า “dart” (ดังตัวอย่างที่ 1 ตารางที่ 60) ซึ่งหมายถึง การเคลื่อนที่อย่างรวดเร็ว โดยประธานในบริบทคือ ผีปลาสีรุ้ง ซึ่งผู้อ่านเข้าใจโดยอัตโนมัติอยู่แล้วว่าการเคลื่อนที่ของปลาคือว่ายน้ำ HT จึงเลือกไม่แปลคำว่าว่ายน้ำ แต่เลือกเน้นไปที่ลักษณะการเคลื่อนที่ “ลัดเลาะ” มากกว่า เนื่องจากเป็นส่วนที่ชักชวนให้ผู้อ่านจินตนาการภาพที่สวยงามตามและสามารถจูงใจผู้อ่านได้

นอกจากนี้ คำว่า “tailored” ยังเป็นคำที่พบบ่อยในภาษาปลายทางของ HT ซึ่งโดยปกติคำนี้มีความหมายว่า การตัดเย็บเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับรูปร่างของแต่ละบุคคล แต่ในบริบทอื่น ๆ จะหมายถึง การทำบางสิ่งบางอย่างขึ้นมาเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ ซึ่งในบริบทนี้ภาษาปลายทางของ HT ตั้งใจใช้คำนี้เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกพิเศษว่าจะได้รับการบริการที่ออกแบบมาโดยเฉพาะและเหมาะสม เหมือนกับเสื้อผ้าที่ตัดเย็บอย่างปราณีตให้เหมาะกับแต่ละบุคคล โดยในตัวอย่างที่ 3 ตารางที่ 60 จะเห็นว่า HT แปลคำว่า “เฉพาะตัว” เป็นคำว่า “tailored” ในขณะที่ GT แปลเป็น “your own way” อย่างไรก็ดี GT ก็สามารถใช้คำว่า “tailored” ได้ ในกรณีที่ต้นฉบับใช้คำว่า “ปรับแต่ง” (ดังตัวอย่างที่ 4 ตารางที่ 60)

ตารางที่ 60 ตัวอย่างการใช้คำที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบ/คำสร้างจินตภาพ

SL	HT	GT
1. เวื่อน้ำเจียบสงบ เชิญชวนฝูงปลา สีรุ้งให้ <u>ว่ายลัด</u> และไปตามแนว ปะการัง	Quiet coves beckon where rainbow-coloured fish <u>dart</u> in schools amidst the coral.	Quiet water inlets inviting the rainbow fish to <u>swim</u> along the coral reef.
2. ...ไม่ว่าจะเป็น สระว่ายน้ำ ซึ่ง ตั้งอยู่ตรงกลางโรงแรม <u>เปรียบเสมือน</u> บ่อน้ำที่ตั้งอยู่ กลางบ้านของครอบครัวชาวล้านนา ในอดีต	The swimming pool at the centre of the hotel <u>echoes</u> the wells found at the heart of old family compounds.	...whether it's a swimming pool located in the middle of the hotel <u>Like</u> a pond located in the middle of the house of a former Lanna family
3. จึงไม่แปลกที่เป็นที่นิยมในการ จัดงานเพื่อการทำธุรกิจต่างๆ และ งานเลี้ยงในแบบ <u>เฉพาะตัว</u> คุณ	our hotel is the preferred destination for corporate events and <u>tailored</u> banquets.	It is not strange that it is popular in organizing events for various businesses. And partying in <u>your own way</u>

4. แกรนด์อัสสรา มีเทคโนโลยีอันทันสมัยครบครัน และสามารถปรับแต่งให้เหมาะกับการใช้งานต่าง ๆ ...	Equipped with a state-of-the-art technology, Grand Asara can be <u>customised</u> for a variety of functions,...	Grand Asara has all modern technology. And can be <u>tailored</u> to suit various applications,...
5. กล่าวคำว่า 'รับค่ะ' ในเชิงอ่าวเป็นส่วนตัวที่มีหาดทรายขาวละเอียดและน้ำทะเลสีฟ้าใสซัดฝั่ง	Say 'I do' in a secluded cove of <u>powder-white sands</u> and azure lapping waters.	as you say, 'Get in' in a private bay with <u>fine white sand</u> and clear blue waters.
6. พักผ่อนอย่างสันโดษ บนเกาะแห่งสวรรค์ที่มีเนินเขาเขียวข่มมองเห็นหาดทรายละเอียดดุจแป้ง	Retreat to an island paradise where lush hillside overlooks <u>powdery beach</u> .	Relax in solitude On an island of paradise with lush green hills overlooking the <u>powdery sand</u> .

4.2.2 การวิเคราะห์ระดับประโยค

การวิเคราะห์ระดับประโยคเน้นไปที่การศึกษาการแปลประโยคคำสั่ง และอนุประโยคของประโยคความซ้อน เนื่องจากเป็นโครงสร้างประโยคที่พบได้บ่อยบนเว็บไซต์โรงแรม และเป็นลักษณะภาษาที่เป็นเทคนิคสำคัญเพื่อจูงใจผู้อ่าน

4.2.2.1 การแปลประโยคคำสั่ง (Imperative Sentence)

จากการศึกษาการแปลในระดับประโยค พบว่า มนุษย์แปลประโยคคำสั่ง (Imperative Sentence) โดยปรับเปลี่ยนรูปประโยคหลายวิธี ในขณะที่เครื่องมือแปลภาษา (Google Translate) แปลออกมาเป็นรูปประโยคคำสั่งเช่นเดียวกับต้นฉบับ และเปลี่ยนเป็นวลีแค่สองวิธีเท่านั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) การแปลประโยคคำสั่งโดยโปรแกรมแปลภาษา

วิธีการแปลประโยคคำสั่งโดยเครื่องมือแปลภาษามีทั้งหมด 2 รูปแบบ ได้แก่ แปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม และเปลี่ยนเป็นรูป Present Participle แทน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 61 ตัวอย่างการแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม

SL	HT	GT
เรียนรู้วิธีการต่อสู้ด้วยความยืดหยุ่นที่เต็มไปด้วยความคล่องตัวและความรวดเร็วสุดสายฟ้าฟาด	<u>Learn</u> to fight with a stealth-like suppleness and lightning speed.	<u>Learn</u> how to fight with flexibility that is full of agility and lightning speed.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า GT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวเพื่อให้ภาษาปลายทางเป็นประโยคคำสั่งเหมือนกับต้นฉบับ กล่าวคือ เริ่มต้นประโยคด้วยคำกริยา เช่นเดียวกับต้นฉบับ โดยแปลจากคำว่า “เรียนรู้” เป็น “Learn” ส่วนฉบับแปลจาก HT แม้จะใช้วิธีการแปลแบบเทียบเคียงโดยเพิ่มคำว่า “like” เพื่อเปรียบเทียบให้ความหมายชัดเจนขึ้น แต่รูปประโยคก็ยังคงเป็นประโยคคำสั่งเหมือนกับต้นฉบับ และแปลคำว่า “เรียนรู้” เป็น “Learn” เช่นเดียวกับ GT

ตารางที่ 62 การแปลโดยเปลี่ยนโครงสร้างเป็น Present Participle

SL	HT	GT
พักผ่อนวันหยุดอันแสนสบายกับ ครอบครัวริมชายหาด	Comfortable beach holiday with your family	Relaxing with a family on the beach

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า GT ไม่ได้แปลคำว่า “พักผ่อน” เป็น “Relax” ให้ตรงตามไวยากรณ์ต้นฉบับ แต่เปลี่ยนเป็น “Relaxing” ให้อยู่ในรูป Present Participle แทน ซึ่งไม่ส่งผลต่อความหมายโดยรวมมากนัก แม้จะมีการละข้อความส่วน “วันหยุดอันแสนสบาย” ก็ตาม ในขณะที่ HT แปลเปลี่ยนประโยคคำสั่งให้เป็นนามวลีแทน โดยใช้การแปลแบบถอดความทำให้ใจความสำคัญของข้อความในภาษาปลายทางสมบูรณ์ครบถ้วน

(2) การแปลประโยคคำสั่งโดยมนุษย์

วิธีการแปลประโยคคำสั่งโดยมนุษย์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม และการเปลี่ยนโครงสร้างประโยคเป็นรูปแบบอื่น ซึ่งพบทั้งหมด 6 รูปแบบ ได้แก่ (1) การเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่า และตัดคำกริยาเดิมออก (2) การเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและเปลี่ยนรูปคำกริยา (3) การเปลี่ยนเป็นวลีและตัดคำกริยาเดิมออก (4) การเปลี่ยนเป็นวลีและคงคำกริยาเดิมไว้ (5) การแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม แต่เพิ่มคำกริยาใหม่ และเปลี่ยนคำกริยาเดิมเป็นคำนาม

(2.1) การแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม

ตารางที่ 63 ตัวอย่างการแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม

SL	HT	GT
ลิ้มลองรสชาติอาหารจากทั่วโลก ที่ห้องอาหารของเราในภูเก็ต	<u>Savour</u> flavours from around the world with our restaurants in Phuket	<u>Try</u> the food from around the world at our restaurant in Phuket.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าทั้ง HT และ GT แปลคำกริยาคำแรกของประโยคเป็นคำกริยาในภาษาปลายทางเหมือนกับต้นฉบับ แต่เลือกใช้คำต่างกัน โดย HT ใช้คำว่า “Savour” แต่ GT ใช้คำว่า “Try” ซึ่งให้ความหมายตรงตามที่ต้นฉบับต้องการจะสื่อเหมือนกัน แต่อาจส่งผลต่อการเข้าใจผู้อ่านต่างกัน

(2.2) การเปลี่ยนโครงสร้างประโยคเป็นรูปแบบอื่น

ตารางที่ 64 ตัวอย่างการเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและตัดคำกริยาเดิมออก

SL	HT	GT
ดื่มด่ำไปกับบรรยากาศเมืองเก่าและทัศนียภาพอันงดงามที่สามารถมองเห็นวัดเจดีย์หลวงได้บนระเบียงส่วนตัว	A magnificent view from this suite overlooks the famous Wat Chedi Luang temple as well as the old city.	<u>Immerse</u> yourself in the old city atmosphere and panoramic views overlooking the Chedi Luang Temple on your private balcony.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า HT แปลแบบถอดความ โดยคงความหมายโดยรวมจากต้นฉบับไว้เหมือนเดิม แต่ไม่ได้แปลคำว่า “ดื่มด่ำ” และเปลี่ยนรูปประโยคที่เหลือเป็นประโยคบอกเล่า โดยใช้คำกริยาในส่วนขยายของต้นฉบับ (สามารถมองเห็น) มาเป็นกริยาหลัก (overlook) ในภาษาปลายทางแทน ซึ่งอาจทำให้ข้อความฉบับแปลมีความดึงดูดผู้อ่านน้อยลง เพราะผู้อ่านรับรู้ถึงข้อมูลสถานที่ที่สวยงามอย่างเดียว ไม่ได้ข้อความจริงว่าจะทำอะไรได้กับสถานที่ ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัว โดยแปลคำว่า “ดื่มด่ำ” เป็นคำว่า “Immerse” และใช้โครงสร้างประโยคใกล้เคียงกับภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 65 ตัวอย่างการเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและเปลี่ยนคำกริยาด้านหน้าอยู่ในรูปกรรมวาจก

SL	HT	GT
<u>เพลิดเพลิน</u> กับอาหารเช้าในตะกร้าบนเสื่อแบบไทยๆ	A breakfast hamper is <u>enjoyed</u> on traditional Thai mats.	<u>Enjoy</u> breakfast in a basket on Thai style mats.

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า ฉบับแปลจาก HT มีการเปลี่ยนรูปประโยคเป็นประโยคบอกเล่า และย้ายคำกริยาด้านประโยคในภาษาต้นฉบับ มาเป็นกริยาหลักในรูปกรรมวาจกในภาษาปลายทาง กล่าวคือ แปลจาก “เพลิดเพลิน” เป็น “enjoy” และทำให้เป็นรูปกรรมวาจก (is enjoyed) เพื่อเน้นข้อความส่วน “อาหารเช้าในตะกร้าบนเสื่อแบบไทย ๆ” ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุด

ของข้อความนี้ ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัว โดยแปลคำว่า “เพลิดเพลิน” เป็นคำว่า “enjoy” เช่นกัน และใช้โครงสร้างประโยคใกล้เคียงกับภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 66 ตัวอย่างการเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและเปลี่ยนคำกริยาด้านหน้าเป็นคำนาม

SL	HT	GT
ออกกำลังกายเป็นประจำได้ที่ห้อง ออกกำลังกายหรือสระว่ายน้ำ กลางแจ้ง	<u>Regular workout</u> can be maintained at the gym or outdoor pool.	<u>Exercise regularly</u> at the gym or outdoor pool.

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า HT ได้เปลี่ยนรูปประโยคเป็นประโยคบอกเล่า โดยเปลี่ยนหน้าที่ของคำจากคำกริยา (ออกกำลังกาย) ที่วางอยู่หน้าประโยค มาเป็นคำนาม (workout) ในภาษาปลายทางแทน และปรับประโยคให้อยู่ในรูปกรรมวาจก แต่ GT ยังคงเป็นรูปประโยคคำสั่งที่ใช้คำกริยาเดิมในตำแหน่งขึ้นต้นประโยคเหมือนเดิม

ตารางที่ 67 ตัวอย่างการเปลี่ยนเป็นวลีและตัดคำกริยาเดิมออก

SL	HT	GT
<u>สัมผัส</u> ช่วงเวลาแห่งสรวงสรรค์ที่ ปานวิมาน เชียงใหม่ สปา รีสอร์ท	A paradise moment at PANVIMAN CHIANG MAI	<u>Experience</u> the magic of Panviman Chiang Mai Spa Resort.

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า ฉบับแปลจาก HT แปลแบบละความ โดยไม่แปลคำว่า “สัมผัส” และไม่เพิ่มส่วนอื่นมาชดเชยความ ทำให้ข้อความส่วนที่เหลือกลายเป็นนามวลี ในขณะที่ GT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว โดยเลือกแปลคำว่า “สัมผัส” เป็น “experience” และใช้รูปประโยคเป็นประโยคคำสั่งเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 68 ตัวอย่างการเปลี่ยนเป็นวลีและคงคำกริยาเดิมไว้

SL	HT	GT
ผ่อนคลายด้วยบริการนวดทรีท เมนต์105 นาที (รวมการอบไอน้ำ และการแช่ตัวในอ่างโรยกลีบ ดอกไม้) สำหรับคู่บ่าวสาว ที่รายาวดี สปา	Relaxing spa package (includes 105 min massage, sauna & floral bath) at The Rayavadee Spa for the bridal couple	Relax With A 105-Minute Massage Treatment (Including Steam And A Dip In The Flower Petals) For The Newlyweds At Rayavadee Spa.

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า ฉบับแปลจาก HT แปลโดยคงความหมายต้นฉบับไว้ทุกอย่าง รวมถึงคำกริยาขึ้นต้นประโยค แต่เปลี่ยนรูปประโยคให้เป็นนามวลีแทน โดยทำให้

อยู่ในรูป present participle กล่าวคือ แปลคำว่า “ผ่อนคลาย” เป็น “Relaxing” ในขณะที่ GT แปล “ผ่อนคลาย” เป็น “Relax” เพื่อให้อยู่ในรูป Infinitive ตามแบบโครงสร้างของประโยคคำสั่ง เช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 69 ตัวอย่างการแปลเป็นประโยคคำสั่ง เพิ่มคำกริยาใหม่ และเปลี่ยนคำกริยาเดิมเป็นคำนาม

SL	HT	GT
สัมผัสวัฒนธรรมไทยด้วยการร่วม ทำวันพิเศษของคุณด้วยการจัด งานแต่งงานแบบดั้งเดิมด้วยวิธี ชาวพุทธด้วยพิธีรดน้ำสังข์และ พิธีสงฆ์	Add a touch of Thai-ness to your special day by saying ‘I do’ in the traditional way with either a Sai Mongkol ceremony or a Buddhist monk blessing.	Experience Thai culture by celebrating your special day with a traditional wedding with the Buddhist way of worship and rendezvous.

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่า ฉบับแปลจาก HT แปลแบบถอดความ โดยเปลี่ยนคำกริยาต้นประโยคในภาษาปลายทาง (สัมผัส) เป็นคำนามในภาษาปลายทางความ (touch) และเพิ่มคำว่า “add” เข้ามาเพื่อเป็นคำกริยาต้นประโยคให้เป็นไปตามรูปประโยคคำสั่ง เหมือนกับภาษาต้นฉบับ ในขณะที่ GT แปล “สัมผัส” เป็น “Experience” แบบตรงตัวเพื่อให้อยู่ในรูป Infinitive ตามแบบโครงสร้างของประโยคคำสั่งเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 70 สรุปการแปลประโยคคำสั่งบนเว็บไซต์โรงแรมที่แปลโดย HT และ GT

HT	GT
1. การแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม	1. การแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม
2. การเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและตัดคำกริยาเดิมออก	2. การแปลโดยเปลี่ยนโครงสร้างเป็นวลี
3. การเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและเปลี่ยนรูปคำกริยา	-
4. การเปลี่ยนเป็นวลีและตัดคำกริยาเดิมออก	-
5. การเปลี่ยนเป็นวลีและคงคำกริยาเดิมไว้	-
6. การแปลเป็นประโยคคำสั่งเหมือน เพิ่มคำกริยาใหม่ และเปลี่ยนคำกริยาเดิมเป็นคำนาม	-

4.2.2.2 การแปลอนุประโยค

จากการศึกษาการแปลประโยคความซ้อน GT และ HT แปลอนุประโยค ได้แตกต่างกัน โดยอนุประโยคที่พบมากที่สุดภาษาต้นฉบับ คือ อนุประโยค ซึ่งมักมีคำว่า “ที่”

“ซึ่ง” “อัน” คอยกำกับอยู่ แต่ในหลายประโยคก็มีการละคำเหล่านี้ ในที่นี้จึงศึกษาการแปลงอนุประโยคประเภทคุณาอนุประโยคเป็นหลักโดยแบ่งเป็น 2 หมวดใหญ่ ๆ ได้แก่ การแปลงอนุประโยคที่มีคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน” และการแปลงอนุประโยคที่ละคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน”

(1) การแปลงอนุประโยคที่มีคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน”

บทแปลของอนุประโยคที่มีคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน” ในภาษาปลายทางจาก HT และ GT มีการปรับโครงสร้างประโยคหลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่ HT และ GT มีเหมือนกัน ได้แก่ (1) การใช้โครงสร้าง ADJ + N/NP และโครงสร้าง with + NP (2) การใช้โครงสร้าง Past Participle (3) การใช้โครงสร้าง Present Participle และ (4) การใช้โครงสร้าง Relative Clause และส่วนที่แตกต่างกัน ได้แก่ HT มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างโดยแยกประโยคความซ้อนเป็นประโยคความเดียวสองส่วน และ GT มีการโครงสร้างประโยคที่ผิดหลักไวยากรณ์ ซึ่งเกิดจากการแบ่งประโยคผิด

ตารางที่ 71 ตัวอย่างการใช้โครงสร้าง with + NP / Present Participle

SL	HT	GT
วิลล่าเพรสซิเดนเซียลริมทะเล เป็นวิลล่าพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัวเพียงหนึ่งเดียวที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์มหาสมุทรของชายหาดหัวหินที่สวยงามและไกลสุดลูกหูลูกตา โอบล้อมไปด้วยภูมิประเทศเขตร้อนอันเขียวชอุ่ม	The Presidential Oceanfront Villa is the master beachfront villa <u>with</u> a panoramic ocean view, surrounded by lush tropical landscapes.	Villa Presidential by the sea is a single private pool villa <u>overlooking</u> the ocean of beautiful and distant Hua Hin beaches Surrounded by lush tropical landscapes

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า HT ใช้คำว่า “with” แทนคำว่า “ที่” แล้วตามด้วยนามวลี “a panoramic ocean view...” และนามวลีที่เป็นส่วนขยาย ในขณะที่ GT ใช้โครงสร้าง Present Participle เพื่อขยายข้อความส่วนนี้ โดยใช้คำกริยา “overlooking” แทนต้นฉบับที่ว่า “สามารถมองเห็น” และตามด้วยนามวลีว่า “the ocean of beautiful and distant Hua Hin beaches” โดยข้อความที่ขยายส่วนหลังสุด ทั้ง HT และ GT แปลออกมาเหมือนกัน (surrounded by lush tropical landscapes) เพียงแต่ GT ตัดประโยคผิด ซึ่งแปลคำว่า “Surrounded” โดยใช้คำขึ้นต้นตัวใหญ่

ตารางที่ 72 ตัวอย่างการใช้โครงสร้าง ADJ + NP / Relative Clause

SL	HT	GT
----	----	----

โรงแรมอนันตรา สยาม กรุงเทพฯ รวม เอาสถานที่ที่ให้ความเป็นส่วนตัวเข้ากับ การออกแบบอันเป็นเอกลักษณ์และการ ต้อนรับอย่างงามสง่า	Anantara Siam Bangkok Hotel combines an unrivalled location with iconic design and gracious hospitality.	Anantara Siam Hotel Bangkok combines a place that provides privacy with unique design and graceful hospitality.
---	--	---

จากภาษาต้นฉบับ นามวลี “ให้ความเป็นส่วนตัวเข้ากับการออกแบบอันเป็นเอกลักษณ์และการต้อนรับอย่างงามสง่า” ทำหน้าที่ขยาย “สถานที่” โดยสามารถแบ่งส่วนที่เป็นอนุประโยคได้ 3 ส่วน คือ “ที่ให้ความเป็นส่วนตัว” “เข้ากับการออกแบบ” และ “อันเป็นเอกลักษณ์” ซึ่งขยาย “ที่ให้ความเป็นส่วนตัว” จะเห็นได้ว่า HT เลือกแปลโดยใช้โครงสร้าง ADJ + N และใช้คำว่า “with” เพื่อเชื่อมส่วนขยายสองส่วนหลังไว้ด้วยกัน ในขณะที่ GT แปลโดยใช้โครงสร้าง relative clause โดยใช้ “that” แทนคำว่า “ที่” แต่ในส่วนอนุประโยค “การออกแบบอันเป็นเอกลักษณ์” GT แปลโดยใช้โครงสร้างนามวลีแบบ ADJ + N เช่นเดียวกับ HT

ตารางที่ 73 ตัวอย่างการใช้โครงสร้างนามวลี / Present Participle

SL	HT	GT
<u>แขกที่เข้าพักห้องจิม ทอมป์สัน เอ็กซ์</u> <u>พลอเรียร์ สวีทสองห้องนอนจะได้</u> <u>เพลิดเพลินไปกับประสบการณ์ฟรี</u> <u>มากมาย รวมถึงบริการรับส่งจาก</u> <u>สนามบิน (สูงสุด 2 ท่าน), ...</u>	<u>Two Bedroom Jim</u> <u>Thompson Explorer Suite</u> <u>guests enjoy a host of</u> <u>complimentary experiences,</u> including round-trip airport transfers (maximum 2 persons), ...	<u>Guests staying at the Jim</u> <u>Thompson Explorer Room</u> <u>Two bedroom suites will</u> <u>enjoy many free</u> <u>experiences.</u> Including transfers from the airport (up to 2 people), ...

จากตัวอย่างข้างต้น HT ได้เปลี่ยนอนุประโยค “เข้าพักห้องจิม ทอมป์สัน เอ็กซ์พลอเรียร์ สวีทสองห้องนอนจะได้เพลิดเพลินไปกับประสบการณ์ฟรีมากมาย” เป็นนามวลี “Two Bedroom Jim Thompson Explorer Suite guests” ในขณะที่ GT เปลี่ยนรูปประโยคให้อยู่ในรูป present participle คือ “Guests staying at the Jim Thompson Explorer Room Two bedroom suites”

ตารางที่ 74 ตัวอย่างการแยกประโยค / การใช้โครงสร้าง Past Participle

SL	HT	GT
----	----	----

การสำรองห้องพักทั้งหมดที่ดำเนินการผ่าน anantara.com จะได้รับชุดน้ำชายามบ่ายฟรีจำนวน 1 เซต ต่อ 1 วัน ที่เดอะล็อบบี้	<u>Book</u> through anantara.com and <u>enjoy</u> a complimentary afternoon tea set per day at The Lobby.	All reservations <u>made</u> through anantara.com will receive a free afternoon tea set for 1 set per 1 day at The Lobby.
--	---	---

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า HT เลือกใช้วิธีการแยกประโยคความซ้อนให้เป็นกริยาสองส่วน และใช้คำว่า “and” เชื่อมความแทน โดยเปลี่ยนประธานของประโยค (การสำรองห้องพักทั้งหมด) ให้กลายเป็นคำกริยา (book) และแยกคำกริยาของอนุประโยค (จะได้รับ) มาเป็นกริยาสองส่วน (enjoy) อีกส่วนหนึ่ง ทำให้วลีทั้งสองส่วนมีน้ำหนักความหมายเท่ากัน ในขณะที่ GT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว ทำให้รูปประโยคในภาษาปลายทางยังเป็นประโยคความซ้อนเหมือนเดิม โดยใช้โครงสร้าง past participle เพื่อขยายความ กล่าวคือ แปลอนุประโยค “ที่ดำเนินการผ่าน anantara.com” เป็น “made through anantara.com” เพื่อขยายประธานด้านหน้า (All reservations) และใช้คำกริยาหลักเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 75 ตัวอย่างการใช้โครงสร้าง Present-Past Participle / การแปลผิดความหมายและผิดหลักไวยากรณ์

SL	HT	GT
มุลิตเต้ลิตาเลีย นำเสนอเนื้อที่ผ่าน การหมักหรือแปรรูป และชีสอิตาเลียน พร้อมกับพาสต้า และซอสที่คัดสรร อย่างดีสำหรับแขกที่ต้องการสัมผัส ประสบการณ์แบบอยู่บ้านที่บรีโอ	The Little Italy corner offers <u>cured meats</u> and Italian cheeses, along with <u>a choice of pastas and sauces for guests wishing to take the Brio experience home.</u>	Little Italy Offering <u>space through fermentation</u> or processing And Italian cheese With pasta And <u>carefully selected sauces</u> for guests <u>who want to experience home-based experiences</u>

จากตัวอย่างข้างต้น HT เลือกแปลอนุประโยคโดยใช้โครงสร้าง past participle (cured meats and Italian cheeses) และ present participle (wishing to take the Brio experience home) นอกจากนี้ ยังมีส่วนที่แปลเป็นนามวลี ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงความหมายเล็กน้อย กล่าวคือ แปล “พาสต้าและซอสที่คัดสรรอย่างดี” เป็น “a choice of pastas and sauces” ในขณะที่ GT มีการแบ่งประโยคผิด ทำให้รูปประโยคในภาษาปลายทางผิดหลักไวยากรณ์ กล่าวคือ GT แปลประโยคความซ้อนให้กลายเป็นนามวลีและตีความหมายผิด โดยเข้าใจว่า “เนื้อที่” เป็นคำนามที่หมายถึง “พื้นที่” ไม่ได้เข้าใจว่า “ที่” เป็นส่วนขยาย แต่หากมองข้ามเรื่องการแบ่งประโยคแล้ว ก็จะพบว่า GT เปลี่ยนคำกริยาหลักของประโยค (นำเสนอ) ให้กลายเป็นส่วนขยาย

โดยใช้โครงสร้าง present participle (Offering space through fermentation or processing) และย้ายส่วนขยายคำนามด้านหลังมาขยายด้านหน้า (carefully selected sauces) นอกจากนี้ ยังใช้ relative pronoun “who” เพื่อขยายความในส่วนท้ายของประโยค กล่าวคือ แปลจาก “แขกที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์แบบอยู่บ้านที่บริโอ” เป็น “guests who want to experience home-based experiences”

(2) การแปลงประโยคทีละคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน”

บทแปลของอนุประโยคทีละคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน” ในภาษาปลายทางจาก HT และ GT มีการปรับโครงสร้างทั้งหมด 4 รูปแบบ โดยรูปแบบที่ HT และ GT มีเหมือนกัน ได้แก่ การใช้โครงสร้าง Past Participle และส่วนที่แตกต่างกัน ได้แก่ HT ที่มีการเปลี่ยนเป็นวลีและใช้เครื่องหมายจุลภาค และการใช้โครงสร้าง ADJ + N และ GT ที่แปลผิด เนื่องจากแบ่งประโยคผิด

ตารางที่ 76 ตัวอย่างการเปลี่ยนเป็นวลี + ใช้เครื่องหมายคอมมา / การแยกประโยค

SL	HT	GT
ห้องการ์เดนเทอร์เรซตั้งอยู่ภายในภูมิทัศน์ที่เขียวขจี แต่ห้องมีทางเข้าส่วนตัว	Garden Terrace Rooms are located in lush landscaping, <u>each with its own private entrance.</u>	The Garden Terrace is located within the green landscape. <u>Each room has a private entrance.</u>

จากตัวอย่างข้างต้น ST ละคำว่า “ซึ่ง” ก่อนหน้าอนุประโยค “แต่ละห้องมีทางเข้าส่วนตัว” โดย HT แปลอนุประโยคเป็นวลีและขยายโดยใช้เครื่องหมายคอมมา กล่าวคือ แปลอนุประโยคดังกล่าวเป็น “..., each with its own private entrance” ในขณะที่ GT แปลอนุประโยคด้วยการแบ่งเป็นประโยคใหม่อีกหนึ่งประโยคต่อด้านหลัง (Each room has a private entrance.)

ตารางที่ 77 ตัวอย่างการเปลี่ยนเป็นวลี + ใช้เครื่องหมายคอมมา / การแบ่งประโยคผิด

SL	HT	GT
ห้องสวีทจิม ทอมป์สัน ประกอบด้วยกำแพงทาสีขาว พื้นและเครื่องตกแต่งไม้สัก และโคมไฟระย้าเหนือศีรษะชวนให้นึกถึงบ้านไทยในฤดูร้อน	<u>Reminiscent of a Thai summer home,</u> the Jim Thompson suite features whitewashed panelled walls, teak floors and furnishings, and chandeliers overhead.	The Jim Thompson Suite consists of a white painted wall. Floor and teak furnishings And overhead chandeliers <u>Reminiscent of a Thai house in the summer,</u>

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า SL ละคำว่า “ที่/อัน” ก่อนหน้าอนุประโยค “ชวนให้นึกถึงบ้านไทยในฤดูร้อน” HT แปลอนุประโยคดังกล่าวเป็นนามวลี “Reminiscent of a Thai summer home” ซึ่งในภาษาปลายทางได้ย้ายส่วนขยายไปไว้ด้านหน้าประโยค แล้วตามด้วยเครื่องหมายคอมมาและประโยคหลัก ในขณะที่ GT ก็แปลเป็นนามวลีเช่นกัน โดยแปลเป็น “Reminiscent of a Thai house in the summer” ซึ่งวางไว้ด้านหลังประโยคเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ แต่เนื่องจาก GT แบ่งประโยคผิด ทำให้อนุประโยคนี้อยู่ต่อจากประโยคหลักโดยไม่มีเครื่องหมายจบประโยค จึงถือว่าภาษาปลายทางเป็นภาษาที่ผิดหลักไวยากรณ์

ตารางที่ 78 ตัวอย่างการโครงสร้าง Past Participle

SL	HT	GT
ระเบียงริมสระน้ำ ล้อมรอบด้วยสวน ที่จัดแต่งภูมิทัศน์อย่างสวยงาม เป็น สถานที่ที่เงียบสงบและสมบูรณ์แบบ สำหรับการตอบตกลงแต่งงาน และ ถ่ายรูปร่วมกันหลังจากนั้น	<u>Surrounded by landscaped gardens</u> , the pool terrace is serene and perfect for saying I do and a photo shoot afterwards.	<u>Poolside terrace</u> <u>Surrounded by beautiful landscaped gardens</u> is a quiet and perfect place for a marriage agreement. And take a photo together after that

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า SL ละคำว่า “ซึ่ง” ที่ควรจะอยู่หน้าอนุประโยค “ล้อมรอบด้วยสวนที่จัดแต่งภูมิทัศน์อย่างสวยงาม” โดยทั้ง HT และ GT แปลอนุประโยคดังกล่าวเป็นรูป past participle ทั้งคู่ ซึ่งแปลออกมาได้ใกล้เคียงกันมากและวางไว้อยู่ด้านหน้าประโยคเช่นเดียวกันกับต้นฉบับ เพียงแต่ GT แบ่งประโยคตามเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับ เลยทำให้มีการแบ่งประโยคผิด เห็นได้จากที่ “Surrounded” “Is” และ “And” ขึ้นต้นคำด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ จึงทำให้ภาษาปลายทางของ GT ผิดหลักไวยากรณ์

ตารางที่ 79 ตัวอย่างการใช้โครงสร้าง Relative Clause / with + NP

SL	HT	GT
ห้องรับรองแขก ผ่อนคลายในห้องรับรองหรูหราบน ชั้นสอง มีวิวดูมหาสมุทรของอ่าวไทย ที่สะกดสายตา	Lounge Area / Unwind in the elegant lounge on the second floor, which offers mesmerising ocean views over the Gulf of Thailand.	guest room Relax in the luxurious lounge on the second floor. With an ocean view of the Gulf of Thailand that is visually spelled

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า ST ละคำว่า “ที่” ก่อนหน้าอนุประโยค “มีวิมหารสมุทรของอ่าวไทยที่สะกดสายตา” ซึ่ง HT แปลโดยใช้เครื่องหมายคอมมาและใช้ “which” แทนคำว่า “ที่” ซึ่งละไว้ และตามด้วยอนุประโยค (which offers mesmerising ocean views over the Gulf of Thailand.) ในขณะที่ GT ใช้โครงสร้าง with + NP (With an ocean view of the Gulf of Thailand that is visually spelled) แต่แบ่งประโยคผิด โดยขึ้นประโยคต่อไปด้วยส่วนขยาย และไม่มีประธานและคำกริยา ประโยคในภาษาปลายทางจึงกลายเป็นเพียงวลีเท่านั้น

ข้อสังเกตเพิ่มเติม

จากการศึกษา พบว่า มีประโยคความซ้อนบางประโยคที่ GT และ HT เลือกอนุประโยคที่ต่างกัน ทำให้มีการเปลี่ยนอนุประโยคเป็นประโยคหลัก หรือเปลี่ยนประโยคหลักเป็นอนุประโยค ซึ่งอาจเกิดจากภาษาต้นฉบับที่กำกวม สามารถตีความหมายได้หลายแบบ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้ทำให้ความหมายโดยรวมเปลี่ยนแปลงมากนัก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 80 ตัวอย่างการเลือกอนุประโยคที่ต่างกันระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
(1) ห้องการ์เดนล้อมรอบไปด้วยสวนที่จัดแต่งภูมิทัศน์อย่างสวยงาม (2) เพิ่มความพิเศษและความสง่างามให้กับวันพิเศษของคุณ	(1) Surrounded by landscaped gardens, (2) the Garden Room provides exclusivity and elegance for your special day.	(1) Garden rooms are surrounded by beautifully landscaped gardens. (2) Add specialness and elegance to your special day.

จากตัวอย่าง จะเห็นได้ว่าประโยคในภาษาต้นฉบับมีใจความสองส่วน ซึ่งสามารถตีความได้ว่าเป็นทั้งประโยคความซ้อนที่ละคำว่า “ที่/ซึ่ง” หน้าส่วนที่ (2) หรือเป็นสองประโยคที่ละประธานในส่วนที่ (2) โดยในภาษาฉบับแปลของ GT ได้แยกออกเป็น 2 ประโยค ด้วยการใช้โครงสร้างกรรมจากในประโยคแรก และใช้รูปประโยคคำสั่งในประโยคที่สอง ในขณะที่ HT แปลเป็นประโยคความซ้อน โดยเลือกส่วนที่ (1) เป็นอนุประโยคและใช้โครงสร้าง Past Participle และใช้ส่วนที่สองเป็นประโยคหลัก (Surrounded by landscaped gardens,...)

ตารางที่ 81 ตัวอย่างการเลือกอนุประโยคที่ต่างกันระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
อนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ รีสอร์ท ตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำ เจ้าพระยาท่ามกลางพื้นที่เขียวขจี 11 เอเคอร์ (27.83 ไร่) ให้ความเงียบสงบ ในเมืองควบคู่กับการค้นพบที่แท้จริง	Located on the west bank of the Chao Phraya amidst 11 acres of greenery, Anantara Riverside Bangkok Resort offers urban serenity twinned with authentic discoveries.	Anantara Riverside Bangkok Resort is located on the west bank of the Chao Phraya River amidst 11 acres (27.83 Rai) of lush greenery, providing tranquility in the city along with true discoveries.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาษาต้นฉบับภาษานั้นไม่ได้มีการแยก
ชัดเจนว่าประโยคใดเป็นประโยคหลักและประโยคใดเป็นอนุประโยค เนื่องจากน้ำหนักความหมาย
ใกล้เคียงกัน ทำให้ HT และ GT แปรออกมาต่างกัน โดย HT เลือกประโยค “อนันตรา ริเวอร์ไซด์
กรุงเทพฯ ตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาท่ามกลางพื้นที่เขียวขจี 11 เอเคอร์ (27.83 ไร่)”
เป็นอนุประโยค และแปลโดยใช้โครงสร้าง past participle ซึ่งแปลเป็น “Located on the west
bank of the Chao Phraya amidst 11 acres of greenery,” และวางเป็นส่วนขยายไว้ด้านหน้า
ในขณะที่ GT เลือกประโยค “อนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ รีสอร์ท ให้ความเงียบสงบในเมืองควบคู่
กับการค้นพบที่แท้จริง” เป็นอนุประโยค โดยใช้โครงสร้าง present participle ซึ่งแปลเป็น “...,
providing tranquility in the city along with true discoveries.”

ตารางที่ 82 ตารางสรุปการเปรียบเทียบการแปลอนุประโยคของประโยคความซ้อน

การแปลอนุประโยคที่มีคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน”	
HT	GT
การใช้โครงสร้าง Past Participle	การใช้โครงสร้าง Past Participle
การใช้โครงสร้าง Present Participle	การใช้โครงสร้าง Present Participle
การใช้โครงสร้าง ADJ + N/ with + NP	การใช้โครงสร้าง ADJ + N / with + NP
การใช้โครงสร้าง Relative Clause	การใช้โครงสร้าง Relative Clause
การแยกประโยค	
การแปลอนุประโยคที่ละคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน”	
HT	GT
การเปลี่ยนเป็นวลี + ใช้เครื่องหมายจุลภาค	การแปลผิด เพราะแบ่งประโยคผิด

การใช้โครงสร้าง past participle	การใช้โครงสร้าง past participle
การใช้โครงสร้าง Adj + N	การใช้โครงสร้าง with + NP
การใช้โครงสร้าง relative clause	การแยกประโยค

4.2.3 การวิเคราะห์ระดับข้อความ

การวิเคราะห์ภาษาแปลในระดับข้อความของเว็บไซต์โรงแรมในงานวิจัยชิ้นนี้เน้นไปที่การศึกษาเชิงเปรียบเทียบ 3 ประเด็น ได้แก่ การแบ่งและรวมประโยค การวิเคราะห์อรรถภาค/อนุวัจน์ และการใช้เครื่องมือเชื่อมโยงความ ได้ผลปรากฏดังนี้

4.2.3.1 การแบ่งประโยคและการรวมประโยค

จากการศึกษา พบว่า HT จะแบ่งประโยคต้นฉบับโดยอิงจากใจความเนื้อหาของภาษาต้นฉบับเป็นหลัก เมื่อจับใจความจึงเริ่มต้นประโยคใหม่ และมีการรวมประโยคสองใจความให้เป็นประโยคความซ้อน หรือเรียบเรียงประโยคใหม่ขึ้นมา แต่ GT จะเริ่มประโยคใหม่เมื่อต้นฉบับมีการเว้นวรรค ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ข้อความฉบับแปลผิดหลักไวยากรณ์

(1) การแบ่งประโยคระหว่าง HT และ GT

ตารางที่ 83 ตัวอย่างการแบ่งประโยคระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
(1) ก้าวลงเรือโดยสารของเราที่จะเชื่อมต่อเข้ากับเสน่ห์ของเมือง (2) ตามไปดูเบื้องหลังเพื่อการค้นหากรุงเทพฯ ที่แท้จริงกับกูรูเรื่องถนนหนทางและเรื่องคลองของเรา	(1) Hop on our shuttle boat to connect to the charms of the city. (2) Go behind the scenes to uncover the real Bangkok with our Streetwise and Klong Gurus.	(1) Step down our passenger boat to connect to the charm of the city. (2) Follow the background to search Bangkok. (3) True to the guru of the road (4) And our canal

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าภาษาต้นฉบับสามารถแบ่งข้อความเป็นส่วนย่อยได้ 2 ส่วน ได้แก่ (1) ก้าวลงเรือโดยสารของเราที่จะเชื่อมต่อเข้ากับเสน่ห์ของเมือง และ (2) ตามไปดูเบื้องหลังเพื่อการค้นหากรุงเทพฯ ที่แท้จริงกับกูรูเรื่องถนนหนทาง และเรื่องคลองของเรา ซึ่ง HT แบ่งส่วนข้อความย่อยตามใจความสำคัญเป็นสองส่วนเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ ในขณะที่ GT แบ่งข้อความย่อยเป็น 4 ส่วน ซึ่งส่วนที่ 3 และ 4 นั้นเป็นส่วนขยายที่อยู่ในประโยคส่วน

ที่ 2 ของภาษาต้นฉบับ แต่ GT นำมาแยกขึ้นต้นประโยคใหม่โดยที่ไม่มีประธานและคำกริยา ทำให้ข้อความสองส่วนนี้กลายเป็นวลีที่อยู่โดด ๆ โดยที่ไม่ได้ไปขยายประโยคด้านหน้า

การแบ่งประโยคของ GT ที่อิงการเว้นวรรคของต้นฉบับเป็นเกณฑ์ทำให้มีทั้งประโยคที่ต้องตามหลักไวยากรณ์ โดยพบประโยคที่ผิดไวยากรณ์ 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

ตารางที่ 84 ตัวอย่างประโยคขาดประธาน

SL	HT	GT
นอกจากนี้ร้านกาแฟยังเสิร์ฟเบเกอรี่ อีกหลายรายการ รวมถึงขนมเค้ก อบออกจากเตาสดใหม่ทุกวัน	The café also serves up a variety of baked goods, including a great selection of freshly baked cakes.	In addition, the cafe also serves a variety of bakeries. <u>Include</u> fresh baked cakes from the stove every day.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า GT ตัดประโยคตรงคำว่า bakeries เนื่องจากต้นฉบับเว้นวรรคหลังคำว่า “รายการ” ทำให้ GT ขึ้นต้นประโยคใหม่ที่คำว่า “include” ซึ่งเป็นคำกริยา ประโยคที่แปลออกมาจึงเป็นประโยคที่ขาดประธาน และทำให้ใจความไม่สมบูรณ์ ดังนั้น ฉบับแปลควรเพิ่มประธานเข้าไป อาจใช้คำว่า “It” เพื่อแทน “a variety of bakeries” หรือรวมประโยค แล้วใช้เป็น “including” เช่นเดียวกับประโยคที่แปลจาก HT

ตารางที่ 85 ตัวอย่างการจบประโยคที่نامวลี

SL	HT	GT
ไม่ว่าท่านจะมาพักผ่อนในวันหยุด หรือมาทำธุรกิจ ปทุมวันปรีนเซส นำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกที่ ดีที่สุดในกรุงเทพมหานคร พร้อม ด้วยฟิตเนสชั้นเลิศ ตัวเลือกสปา หลากหลาย ศูนย์ธุรกิจ เอ็กซ์คลูซีฟ คลับเลานจ์ของเรา <u>ห้องประชุมที่ สามารถรองรับกลุ่มประชุมได้ไม่ จำกัด ห้องบอลรูมขนาดใหญ่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกอีกมากมาย</u>	Whether you are here for business or pleasure, the Pathumwan Princess offers the best facilities in Bangkok, with superb fitness and spa options, a well connected business center, our exclusive club lounge, meeting rooms to accommodate any number of attendees, a grand ballroom and so much more.	Whether you are on vacation or doing business Pathumwan Princess offers the best facilities in Bangkok. With excellent fitness A variety of spa options, our exclusive Club Lounge business center. <u>Meeting rooms that can accommodate unlimited meeting groups Large ballroom And many amenities</u>

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า ต้นฉบับเป็นประโยคความซ้อนหนึ่งประโยค ซึ่งมีการเว้นวรรคหลายจุด HT จึงแปลออกมาเป็นประโยคความซ้อนประโยคเดียวเหมือนกับต้นฉบับ ในขณะที่ GT แบ่งประโยคเป็น 3 ประโยค โดยประโยคที่ 3 ตัดขึ้นประโยคใหม่ที่นามวลี “Meeting rooms that can accommodate unlimited meeting groups Large ballroom And many amenities” ซึ่งเป็นเพียงนามวลีที่เป็นอนุประโยคของประโยคหลักด้านหน้า ไม่สามารถแยกมาโดด ๆ ได้ จึงควรรวมไว้กับประโยคด้านหน้า

ตารางที่ 86 ตัวอย่างการจบประโยคที่ส่วนขยาย

SL	HT	GT
ตัวอาคารภายในโรงแรมหันหน้า เข้าหาจุดศูนย์กลางรายล้อมอยู่ใน พื้นที่เดียวกัน ห้องพักถูกออกแบบ ตกแต่งแนวความคิดมาจากบ้าน โบราณ จากห้องพักสามารถ มองเห็นห้องข้าวโบราณที่มีความ สวยงามสร้างด้วยไม้สักทั้งหลัง <u>ตกแต่งด้วยงานไม้แกะสลัก</u> <u>โดยสล่าฝีมือดีมากด้วย</u> <u>ประสบการณ์ และมีชื่อเสียง</u> <u>มายาวนาน</u>	Chala Number 6's buildings are scattered around the perimeter of the property, looking inwards towards its communal area. Like traditional homes, living quarters are on the most part upstairs overlooking the compound crowned at its centre by a reproduction of a traditional lhong, or rice barn, <u>exquisitely carved and</u> <u>created from hardwood by a</u> <u>renowned local crafts master.</u>	The building inside the hotel faces the center of the surrounding area. The rooms are designed and decorated with ideas from ancient houses. From the rooms, you can see the ancient rice paddies that are beautiful, built with teak wood afterwards. <u>Decorated with</u> <u>carved woodwork By Sala</u> <u>And a long reputation</u>

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า ต้นฉบับมีใจความที่สามารถแยกได้หลายส่วน แต่ HT แปลโดยเรียบเรียงใจความใหม่ ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัว และตัดประโยคออกเป็นหลายส่วนตามการเว้นวรรค โดยส่วนสุดท้ายมีการตัดประโยคที่ส่วนขยาย “ตกแต่งด้วยงานไม้แกะสลัก โดยสล่าฝีมือดีมากด้วยประสบการณ์และมีชื่อเสียงมายาวนาน” โดยแปลเป็น “Decorated with carved woodwork By Sala And a long reputation” ซึ่งเป็นส่วนขยายจากคำนามด้านหน้า ประโยคนี้จึงกลายเป็นประโยคที่ขาดประธานและไม่สมบูรณ์ ควรแก้ด้วยการเพิ่มประธานเข้าไปหรือรวมประโยคเช่นเดียวกับฉบับแปลจาก HT

ตารางที่ 87 ตัวอย่างการแยกส่วนของประโยคที่มีคำสันธาน

SL	HT	GT
ให้ความร้อนของลูกประคบสมุนไพรช่วยคลายความตึงเครียดของกล้ามเนื้อ และการยึดติดของข้อต่อ สัมผัสความรู้สึกอันล้ำลึกของความสงบและความมั่นคง	Let the heat of an herbal compress melt away muscle tension <u>and</u> joint stiffness. Emerge feeling a serene sense of calm and grounding.	The heat of the herbal compress helps relieve muscle tension. <u>And</u> adhesion of joints Feel the deep feeling of peace and stability.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าข้อความต้นฉบับมีคำเชื่อม “และ” เพื่อเชื่อมโยงความสำคัญ ซึ่งในฉบับแปลทั้งสองฉบับก็แปลคำเชื่อมเป็น “and” แต่เนื่องจากต้นฉบับเว้นวรรคก่อนหน้าคำเชื่อม GT จึงตัดประโยคที่คำเชื่อม และขึ้นต้นประโยคที่คำเชื่อมแทน ทำให้ประโยคนีกลายเป็นนามวลี

(2) การรวมประโยคระหว่าง GT และ HT

ตารางที่ 88 ตัวอย่างการรวมประโยคเป็นประโยคความซ้อนของ HT

SL	HT	GT
(1) รายาวดีเป็นรีสอร์ทหรูชั้นนำระดับ 5 ดาวของจังหวัดกระบี่ (2) เรามีห้องพักแบบพาวิลเลียนสองชั้นที่กว้างขวางสะดวกสบาย 96 ห้อง และวิลล่าส่วนตัวอีก 5 หลัง (3) ตั้งอยู่ท่ามกลางแมกไม้ในนาพรุและสวนมะพร้าวอันร่มรื่นในพื้นที่กว่า 60 ไร่ โอบล้อมด้วยชายหาดสวยทั้งหาดไร่เลย์และหาดพระนาง (4) สถาปัตยกรรมภายในโรงแรมได้รับการออกแบบอย่างลงตัว สามารถผสานผสมกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติและลักษณะภูมิประเทศโดยรอบ (5) เป็นที่มาของรางวัลเกียรติยศจากสถาบันชั้นนำหลายแห่ง	(1) The resort's 96 two-storey pavilion <u>and</u> 5 luxurious villas are dotted throughout tropical gardens and coconut groves just a few minutes' walk from Railway and Phranang Beach and feature fully equipped, spacious accommodation and stylish Thai-inspired details throughout. (2) The pavilion' unique design <u>and</u> award-winning architecture blends perfectly with the resort's natural surroundings whilst the villas offer another level	(1) Rayavadee is a 5-star luxury resort in Krabi province. (2) We have 96 spacious and comfortable two-story pavilions and 5 private villas set in lush tropical gardens and coconut groves in over 60 rai of land surrounded by beautiful beaches both Railway Beach and Phra Nang Beach (3) The interior architecture is perfectly designed. (4) Able to blend in harmony with nature and surrounding terrain (5) Is the source of honor awards from many

(6) บรรยากาศภายในเงียบสงบ สบาย เหมือนหมู่บ้านเล็ก ๆ ทางภาคใต้ของไทย	of luxury and space with dedicated butler service.	leading institutions (6) The atmosphere is quiet and comfortable like a small village. (7) In the south of Thailand
---	---	---

จากตัวอย่าง จะเห็นได้ว่า HT ได้รวมประโยคในส่วนที่ (1) (2) และ (3) ในต้นฉบับมาเป็นส่วนที่ (1) ซึ่งเป็นประโยคความซ้อนเพียงประโยคเดียวในภาษาปลายทาง โดยเปลี่ยนส่วนที่ (1) และ (2) เป็นนามวลีและใช้คำเชื่อม “and” โดยใช้ส่วนที่ (3) เป็นประโยคหลัก และรวมส่วนที่ (4) กับ (5) ในภาษาต้นฉบับให้เป็นส่วนที่ (2) ในภาษาปลายทาง โดยเปลี่ยนทั้งสองส่วนเป็นนามวลีก่อนที่จะรวมกันด้วยคำเชื่อม “and” และใช้คำกริยา “blend” เป็นกริยาหลักของประโยคแทน

ตารางที่ 89 ตัวอย่างการรวมประโยคที่เกิดจากการแบ่งประโยคไม่ถูกต้องของ GT

ST	HT	GT
ตื่นขึ้นมาเล่นโยคะบนชายหาด หรือเข้าร่วมกับเราเพื่อกระชับ ร่างกายในบูตแคมป์ ดีท็อกซ์ด้วยส ปาทรีตเมนต์แบบไทยโบราณและ น้ำผลไม้คั้นสด	Wake up to yoga on the beach or join us for invigorating boot camp sessions. Detox with ancient Thai spa treatments and raw juices.	Wake up to yoga on the beach Or join us to tighten the body in the boot <u>camp</u> <u>Detox</u> with traditional Thai spa treatments and freshly squeezed fruit juice.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาษาปลายทางจาก GT รวมประโยคเป็นประโยคเดียวในลักษณะที่นำประโยคมาต่อกัน โดยไม่เปลี่ยนโครงสร้างภาษาเพื่อให้เป็นประโยคความซ้อนหรือประโยคความรวม เนื่องจากยึดการเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับ ดูได้จากการขึ้นต้นตัวใหญ่ของคำว่า “Or” และ “Detox” การนำประโยคมาต่อกันลักษณะนี้จึงไม่ถูกต้องตามหลักภาษา ควรแก้ด้วยการหาคำเชื่อมรวมประโยค หรือใส่เครื่องหมายจบประโยค เพื่อให้ใจความแยกขาดออกจากกัน

4.2.3.2 การวิเคราะห์อัตถภาค

จากการศึกษาการแปลในระดับข้อความ พบว่า หากแบ่งใจความในเนื้อหาหนึ่งย่อหน้าใหญ่เป็นส่วนย่อย ๆ ข้อความที่แปลโดยมนุษย์จะมีการสลับลำดับเนื้อหา ในขณะที่ข้อความที่แปลโดยเครื่องมือแปลภาษามีลำดับเนื้อหาเช่นเดียวกับต้นฉบับทุกอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

ST: (1) ห้องอาหารนานาชาติปทุมมาศเปิดให้บริการบุฟเฟต์และเมนู A la carte ทั้งมื้อเช้า มื้อกลางวัน และมื้อค่ำ (2) เสิร์ฟทั้งอาหารไทย เอเชีย และอาหารตะวันตก (3) อาทิเช่น ซูชิ-ซาซิมิ ยำต่างๆ น้ำพริก ต้มยำ อาหารยุโรป พาสต้า ฯลฯ (4) โดยจะผลัดเปลี่ยนเมนู ในแต่ละวันเพื่อการันตีถึงความหลากหลายของอาหาร ด้วยส่วนประกอบและวัตถุดิบระดับพรีเมียม ที่คัดสรรมาเป็นอย่างดี บวกกับการรังสรรค์เมนูเลิศรสโดยเชฟผู้มากด้วยความสามารถและ ประสบการณ์ (5) ทำให้หลายท่านประทับใจในรสชาติความอร่อยและการให้บริการจนกลายเป็นแขก ประจำห้องอาหารแห่งนี้ไปโดยปริยาย (6) นอกจากนี้ ทางห้องอาหารฯ ยังมีโปรโมชั่นพิเศษต่าง ๆ มากมายตลอดทั้งปี ทำให้ทุกท่านได้มีโอกาสลิ้มลองรสชาติของอาหารหลากหลายสไตล์

HT: (1) Patummat is a contemporary all-day dining restaurant serving breakfast, lunch/brunch and dinner buffets and à la carte meals. (2) (4) With Thai, Western and Asian cuisine changed daily to ensure variety, and an extensive selection of meat, seafood, cheese and desserts on offer, (5) guests will enjoy returning again and again. (6) The Sukosol is inviting all diners to enjoy the best of Asian and International cuisine in our all-day restaurant at a very special price. (3) Enjoy fresh sushi & sashimi, daily roast carvery & grill station, made-to-order Thai noodles, Chinese BBQ duck and a range of delicious dishes from across the world, plus a tempting dessert spread sure to have you coming back for more.

GT: (1) Patummat International Restaurant is open for buffet and A la carte menus for breakfast, lunch and dinner. (2) Serving both Thai, Asian and Western dishes (3) such as sushi-sashimi, various dumpling, dim sum, European pastries Etc., (4) which will change the menu each day to run a variety of food. With premium components and raw materials that are carefully selected Plus the creation of a delicious menu by many talented and experienced chefs (5) Causing many people to be impressed by the taste, taste, and service that became the guest of this restaurant by default (6) In addition, the restaurant There are also special promotions. Many throughout the year Makes everyone have the opportunity to taste a variety of food styles

จากการวิเคราะห์ย่อหน้าในภาษาต้นฉบับ พบว่า ย่อหน้าดังกล่าวเป็นการ จัดข้อมูลแบบแสดงรายละเอียดและเรียงลำดับความคิดแบบเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งใจความสำคัญของย่อ

หน้าอยู่ตอนต้นของย่อหน้า (1) และข้อความส่วนที่ (2) (3) (4) (6) เป็นส่วนขยายใจความสำคัญ โดยส่วนที่ (3) ขยายใจความสำคัญโดยการยกตัวอย่างจากส่วนที่ (2) และส่วนที่ (4) เป็นสาเหตุของข้อความส่วนที่ (5) โดยข้อความฉบับแปลจาก GT จะเรียงลำดับความคิดเหมือนกับข้อความต้นฉบับข้างต้น เนื่องจากใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวเป็นหลัก แต่ข้อความจาก HT จะมีการสลับกัน กล่าวคือให้ข้อความส่วนที่ (1) เป็นใจความสำคัญอยู่ตรงย่อหน้าเหมือนเดิม แต่รวมส่วนที่ (2) และ (4) ไว้ด้วยกัน และตามมาด้วยข้อความส่วนที่ (5) ซึ่งเป็นผลจากข้อความส่วนที่ (2) และ (4) ตามด้วยส่วนที่ (6) และปิดท้ายย่อหน้าด้วยการยกตัวอย่างของข้อความส่วนที่ (3)

อย่างไรก็ตาม จากตัวอย่างข้างต้น เป็นเพียงการวิเคราะห์สัดส่วนข้อความในอัตถภาคเดียวที่มีอนุวัจน์เดียว ซึ่งหากวิเคราะห์เรื่องอัตถภาคทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่างจะพบว่า อัตถภาคที่พบมากในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ อัตถภาคแนะนำโรงแรม/สิ่งอำนวยความสะดวก/บริการ อัตถภาคบรรยายห้องพัก อัตถภาคสร้างภาพลักษณ์ อัตถภาคบรรยายข้อเสนอ อัตถภาคแนะนำห้องอาหารและบาร์ อัตถภาคเกี่ยวกับห้องประชุมและงานอีเว้นท์ และอัตถภาคชักชวนให้เกิดการกระทำ โดยที่อัตถภาคในภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทางทั้ง GT และ HT ไม่ได้ต่างกันมาก เนื่องจากผู้วิจัยได้แบ่งสัดส่วนข้อความภาษาต้นฉบับเป็นส่วนละประมาณ 50-150 คำ ตั้งแต่ขั้นตอนเตรียมข้อมูลการศึกษาก่อนจะเปรียบเทียบการแปล จึงทำให้มีการแบ่งอัตถภาคไปตั้งแต่ขั้นตอนดังกล่าว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาไปที่การเปรียบเทียบในระดับอนุวัจน์ โดยผลจากการศึกษา พบว่า GT มีอนุวัจน์เหมือนต้นฉบับทุกประการ ในขณะที่ HT มีการปรับเปลี่ยนอนุวัจน์ในภาษาปลายทางทั้งการเพิ่มอนุวัจน์ การลดอนุวัจน์ และการเรียงลำดับอนุวัจน์ที่ไม่เหมือนกับต้นฉบับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบอนุวัจน์ทั้งหมด ดังนี้ อนุวัจน์ชื่อโรงแรมและสโลแกน (ns) อนุวัจน์ระบุหัวข้อ/ชื่อห้องพัก/ห้องอาหาร (ph) อนุวัจน์ชักทายผู้อ่าน (gr) อนุวัจน์ให้รายละเอียดการบริการ (gf) อนุวัจน์บรรยายสิ่งอำนวยความสะดวกและทิวทัศน์ของห้องพัก/ห้องอาหาร/ห้องประชุม (df) อนุวัจน์บรรยายสไตล์การตกแต่งและบรรยากาศภายในห้องพัก/ห้องอาหาร/ห้องประชุม (da) อนุวัจน์แสดงราคา/ค่าบริการ (pr) อนุวัจน์ระบุกลุ่มเป้าหมาย/ความจุห้อง (tg) อนุวัจน์บอกสถานที่ตั้ง (pl) อนุวัจน์ข้อมูลพื้นฐานโรงแรม/ประวัติโรงแรม (lh) อนุวัจน์ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (pc) อนุวัจน์แสดงความเหนือชั้น (cs) อนุวัจน์แสดงรางวัลที่เคยได้รับ (ia) อนุวัจน์แสดงความใส่ใจถึงความต้องการส่วนตัวของลูกค้า (cd) อนุวัจน์แนะนำกิจกรรมและบริการที่น่าสนใจ (is) อนุวัจน์เสนอโปรโมชั่น (ps) อนุวัจน์ข้อมูลแหล่งซื้อสินค้าและสถานบันเทิงบริเวณรอบโรงแรม (ie) อนุวัจน์ข้อมูลการติดต่อเพิ่มเติมกับทางโรงแรม (gc) อนุวัจน์เกริ่นนำที่ดึงดูดความสนใจ (ai) อนุวัจน์ปิดท้ายให้ประทับใจ (ac) อนุวัจน์บริการภายใต้เงื่อนไข (sc) อนุวัจน์เงื่อนไขและข้อตกลง (pt) (ดูตัวอย่างอนุวัจน์ที่ภาคผนวก จ)

การใช้อนูวัจนที่เหมือนและต่างกันระหว่างภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทาง

ตัวอย่าง การใช้อนูวัจนในภาษาปลายทางเหมือนกับภาษาต้นฉบับ

SL: ยินดีต้อนรับ (gr)

(pl) ซิกเซ่นส์เซสสมุยตั้งอยู่บนปลายแหลมของเกาะที่ค่อยๆ ลาดลงตรงปลายสุดทางเหนือของ เกาะสมุย (gf) รีสอร์ทประกอบด้วยวิลลาส่วนตัวเพียง 66 หลัง หลายหลังมีสระว่ายน้ำส่วนตัว (df) ถูกจัดวางภูมิทัศน์ ให้อยู่ภายในบริเวณที่มีพืชพรรณต่างๆ ตามธรรมชาติ เห็นทัศนียภาพทั้งหมดอันตระการตาครอบคลุมถึงอ่าวไทย และเกาะที่อยู่โดยรอบทั้งหมด (dl) ตั้งอยู่ห่างจากสนามบินสมุยเพียง 6 กิโลเมตร (lh) รีสอร์ทแห่งนี้มีเนื้อที่ 20 เอเคอร์หรือประมาณ 9 เฮกตาร์ ใช้เวลาบนเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นเมืองหลวงของไทยลงไปถึงได้ 45 นาที

HT: WELCOME (gr)

(pl) Six Senses Samui is set on a gently sloping headland at the northern tip of Samui Island. (gf) The Samui resort in Thailand is made up of just 66 private villas, many with personal pools, (df) which are landscaped within natural vegetation, and with glorious, sweeping panoramas out to the Gulf of Thailand and the surrounding islands. (pl) Located just six kilometers from Samui Airport, (lh) the 20-acre (9-hectare) estate is a 45-minute flight south of the Thai capital of Bangkok.

GT: Welcome (gr)

(pl) Six Senses Samui is located on the tip of the island gradually. Sloping down at the northern end of Koh Samui. (gf) The resort consists of only 66 private villas. Many have private pools. (df) The landscape is placed in areas with natural vegetation, all the spectacular views of the Gulf of Thailand and all surrounding islands. (pl) Located just 6 kilometers from Samui Airport, (lh) this resort has an area of 20 acres or about 9 hectares. It takes on flights from Bangkok. Which is the capital of Thailand down to the south for 45 minutes

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า อรรถภาคนี้ในภาษาต้นฉบับประกอบด้วยอนูวัจน 5 ประเภท ได้แก่ อนูวัจนทักทายผู้อ่าน (gr) - กล่าวต้อนรับ อนูวัจนบอกสถานที่ตั้ง (pl) - ระบุสถานที่ตั้งบนเกาะสมุย และสถานที่สำคัญใกล้เคียง (df) อนูวัจนให้รายละเอียดการบริการ - ข้อมูลวิลล่า และสระว่ายน้ำ (gf) อนูวัจนบอกข้อมูลโรงแรม (lh) - ระบุขนาดพื้นที่ของโรงแรม และอนูวัจนบรรยายบรรยากาศรอบนอก - ทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่อยู่โดยรอบ ซึ่ง HT และ GT แปลอนูวัจนทั้งสี่ ประเภทออกมาเหมือนกับต้นฉบับ และมีการเรียงลำดับความคิดเช่นเดียวกับต้นฉบับ กล่าวคือ มีการเรียงอนูวัจน ดังนี้ $gr > gf > dl > df > lh > dl$

ตัวอย่าง การใช้อนูวัจนในภาษาปลายทางเหมือนกับภาษาต้นฉบับของ HT และ GT

SL: ชั้นดาดฟ้า (ph)

(ai) สวนสีเขียวขจีพร้อมด้วยท้องฟ้าที่ส่องแสงสวยงามดั่งไข่มุก (is) พักผ่อนในสไตล์ของคุณเอง บนสวนบนชั้นดาดฟ้าของเรา นั่งเอนหลังผ่อนคลายและซึมซับของขวัญที่ดีที่สุดจากธรรมชาติ วิตามินดีจากดวงอาทิตย์ อาจเดินทำสมาธิเพื่อทำความสะอืดจิตใจและผ่อนคลายจากการเดินทางในแต่ละวัน ชั้นดาดฟ้าของเราเป็นพื้นที่ที่เงียบสงบ เหมาะสำหรับการอ่านหนังสือหรือเล่นหมากรุก ปลดปล่อยความคิดของคุณและเพลิดเพลินไปกับการดื่มด่ำธรรมชาติขณะนอนอาบแดด

HT: Sun Deck (ph)

(ai) The green garden grows lush while the sky shines her pearly blue hue, and so should you. (ie) Redefine your zen on our rooftop garden. Sit back, relax and absorb nature's best gift, the Sun's Vitamin D. Perhaps a walking meditation is in order to clear the mind and unravel from the day's journey. Our sun deck is a quiet space to read a book or play a game of chess, let go of your thoughts and simply be in the present. Enjoy this taste of nature while basking in the sun.

GT: Rooftop (ph)

(ai) Lush green garden with a beautiful glowing sky as pearls (is) Relax in your own style on our rooftop garden. Sit back, relax and absorb the best gifts from nature. Vitamin D from the sun May walk meditation to cleanse the mind and relax from the daily journey Our rooftop is a quiet area. Suitable for reading books or playing chess. Unleash your thoughts and enjoy the immersive nature while sunbathing.

จากตัวอย่างข้างต้น อรรถาธิบายในภาษาต้นฉบับประกอบด้วยอนูวัจน 3 ประเภท ได้แก่ อนูวัจนระบุหัวข้อ (ph) - ชั้นดาดฟ้า อนูวัจนอนูวัจนเกริ่นนำที่ดึงดูดความสนใจ (ai) - สวนสีเขียวขจีพร้อมด้วยท้องฟ้าที่ส่องแสงสวยงามดั่งไข่มุก และอนูวัจนชักชวนให้ผู้เข้าพักร่วมกิจกรรม (is) - พักผ่อนในสไตล์ของคุณเองบนสวนบนชั้นดาดฟ้าของเรา... ซึ่งทั้ง HT และ GT ได้ใช้อนูวัจนทั้งสามประเภทเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ โดยมีจุดประสงค์เพื่อดึงดูดให้อ่านจินตนาการถึงกิจกรรมและประสบการณ์ที่จะได้รับ

ตัวอย่าง การเพิ่มและการละอนูวัจนของ HT

SL: (pl) โรงแรมพูลแมน กรุงเทพฯ แกรนด์ สุขุมวิท ตั้งอยู่กลางใจเมืองกรุงเทพมหานครใกล้สี่แยกโศก ใกล้ระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ทีเพียงไม่กี่ก้าวเดิน (cs) นอกจากโรงแรมใกล้สถานีรถไฟฟ้าที่พาคุณสู่ย่านธุรกิจและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญได้อย่างรวดเร็วแล้ว โรงแรมยังรายล้อมด้วยห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร บาร์และแหล่งความบันเทิงชั้นนำอีกมากมาย (tg) เราจึงเป็นโรงแรมในกรุงเทพฯ ที่เหมาะสำหรับทุกทริปการเดินทางของนักเดินทางทุกท่าน ทั้งในวันทำงานและในวันพักผ่อน (ac) เพราะที่พูลแมนความสะดวกในการเดินทางคือสิ่งจำเป็น...ไม่ใช่แค่ทางเลือก

HT: (tg) Pullman Bangkok Grande Sukhumvit is a Bangkok hotel for all kinds of global travellers. (pl) This Bangkok Hotel is located near Asoke Junction. (cs) This is the heart of Sukhumvit and the most vibrant city centre. With many lifestyle destinations and public transports nearby. Our convenient location near MRT Sukhumvit and BTS Asoke stations also enable easy access to throughout Bangkok. (tg+cs) So, whether you are travelling for business or leisure, Pullman Bangkok Sukhumvit is always a perfect base for your city's exploration. (ie) Experience Bangkok's top attractions while you are staying at Pullman Bangkok Sukhumvit. Famous shopping malls like Terminal 21, The EmQuartier, and The Emporium are within walking distance from the hotel. Besides, the tourist attractions and cultural sites await you to explore while you're here. Among the top places include the Erawan Shrine, the Grand Palace, Chinatown, Jim Thompson House, Soi Nana and more.

GT: (pl) Pullman Bangkok Grand Sukhumvit is located in the heart of Bangkok, near the Asoke Intersection. Close to BTS and MRT, just a few steps away. In addition to the hotels near the Skytrain station that takes you to business areas and major attractions quickly The hotel is also surrounded by many shopping malls, restaurants, bars and entertainment venues. (tg) We are a Bangkok hotel that is suitable for all trips of all travelers. Both on work days and on holidays (ac) Because at Pullman, the ease of travel is essential ... not just an alternative

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาษาต้นฉบับมีทั้งหมด 4 อนุวัจน์ ได้แก่ อนุวัจน์บอกสถานที่ตั้ง - โรงแรมอยู่ใจกลางเมือง ใกล้สี่แยกอโศก... อนุวัจน์สร้างความเหนือชั้น - โรงแรมรายล้อมด้วยสถานที่สำคัญ และสถานบันเทิงชั้นนำ อนุวัจน์ระบุเป้าหมาย - โรงแรมเหมาะสำหรับทุกทริปการเดินทางทั้งสำหรับมาทำงานและพักผ่อน อนุวัจน์ปิดท้ายให้ประทับใจ - เพราะที่พูลแมนความสะดวกในการเดินทางคือสิ่งจำเป็น...ไม่ใช่แค่ทางเลือก ซึ่งภาษาปลายทางของ GT แบ่งอนุวัจน์เช่นเดียวกับต้นฉบับ ในขณะที่ภาษาปลายทางของ HT มีการสลับตำแหน่งการเรียงอนุวัจน์ดังกล่าวเล็กน้อยและมีการละอนุวัจน์ปิดท้ายให้ประทับใจ (ac) รวมถึงเพิ่มอนุวัจน์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมหรือสถานที่ใกล้เคียง (ie) เข้ามาในย่อหน้าที่สอง ทำให้ผู้อ่านทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงได้มากขึ้น

ตัวอย่าง ตัวอย่างการเพิ่มอนุวัจน์ของ HT

SL: (ph) ห้องคิง สุวิท (cs+df) ห้องพักที่หรูที่สุดในโรงแรมมณเฑียร ริเวอร์ไซด์ ขนาด 224 ตารางเมตร (tg) ซึ่งเป็นโรงแรมชั้นนำสำหรับครอบครัว (df) ผู้เข้าพักจะได้สัมผัสประสบการณ์การบริการระดับไฮคลาส ตั้งแต่ทัศนียภาพของโค้งน้ำเจ้าพระยาจากทุกห้องภายในที่ถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ห้องรับประทานอาหารใหญ่ที่สามารถปรับพื้นที่ให้เป็นห้องประชุมย่อย หรือจัดงานเลี้ยงสังสรรค์เล็กๆ สะดวกสบายด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันในห้องแพนทรี เพื่อจัดเตรียมอาหาร ห้องโถงกลางจะใช้เพื่อรับแขก นั่งเล่น หรือนั่งทำงาน ก็ตกแต่งทุกฟังก์ชันการใช้งานไว้คอยบริการได้อย่างครบถ้วน พิเศษด้วยเตียงนอนใหญ่ในห้องนอนที่มีขนาดเท่าเตียง

คิงไซส์ถึง 2 เตียง เรือไปจนถึงห้องน้ำที่โอโถงแยกอ่างอาบน้ำจากพื้นที่กว้าง กับเรนชาวเวอร์ไว้ให้คุณได้เลือกผ่อนคลายกับเวลาส่วนตัวได้ตามต้องการ

HT: (ph) KING SUITE: (ai) Why not go all out? For an unforgettable experience in Bangkok, stay in our King Suite. (cs) This is the most gorgeous and luxurious accommodation in the Montien Riverside Hotel. (df) This suite has everything: a spacious dining room with fully-equipped pantry room for preparing meals that can adapt to a meeting room or private party room, a large living room and bedroom with an enormous bed that is custom made and twice the size of a king-size. Guests can relax in our commodious bathrooms, which feature a large Jacuzzi and separate showers. Each room offers the magnificent Chao Phraya River view from several large windows (tg) perfect for business travelers and vacationing families who are looking for a taste of luxury at a riverside family hotel to spend a quality time.

GT: (ph) King Suite: (cs+df) The most luxurious room in the Montien Riverside Hotel, size 224 square meters, (tg) which is a family waterfront hotel. (df) Guests will experience high class service. From the view of the Chao Phraya water curve from every room inside which is divided into 3 parts as follows: The large dining room that can be adjusted into a small meeting room Or arrange a small party Comfortable with full facilities in the pantry. To prepare food The central hall is used for living, sitting or working. It is fully furnished with all functions for use. Special with a double bed in the bedroom that is the size of a king size bed, up to 2 beds, until the spacious bathroom separates a large Jacuzzi bathtub. With Rain River for you to choose to relax with your personal time as needed

จากตัวอย่างข้างต้น อรรถาธิบายบรรยายห้องพักในภาษาต้นฉบับประกอบด้วย 4 อนุวัจน ได้แก่ อนุวัจนระบุหัวข้อ - ห้องคิง สวีท อนุวัจนสร้างความเหนือชั้นและบรรยายห้องพัก - ห้องพักที่หรูที่สุด ขนาด 224 ตร.ม. อนุวัจนระบุกลุ่มเป้าหมาย - โรงแรมสำหรับครอบครัว และอนุวัจนนำเสนอบริการของโรงแรม - รายละเอียดภายในห้องพักและทัศนียภาพจากห้องพัก โดย GT ได้ถ่ายทอดอนุวัจนของอรรถาธิบายนี้ตามภาษาต้นฉบับครบทั้งสี่ประเภท และมีการเรียงอนุวัจนในลักษณะเดียวกัน ในขณะที่ HT มีการสลับอนุวัจนระบุกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ตำแหน่งที่สามในภาษาต้นฉบับไปอยู่ตำแหน่งสุดท้ายในภาษาปลายทาง และยังเพิ่มอนุวัจนเกริ่นนำ (ai) เพื่อดึงดูดความสนใจไว้ตรงส่วนต้นย่อหน้าเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านให้อยากอ่านต่อ โดยในตัวอย่างนี้ขึ้นต้นด้วยคำถามเชิงวาทศิลป์ และจบด้วยประโยคคำสั่งเชิงชักชวน “Why not go all out? For an unforgettable experience in Bangkok, stay in our King Suite”

ตารางที่ 90 ตัวอย่างการเพิ่มอนุวัจน์ของ HT

SL	HT	GT
(ph) PANORAMA (ns) อาหารนานาชาติเลิศรส ผสมผสานกลิ่นอายแห่งความร่วม สมัย (gf) อาหารเช้าแบบอเมริกัน (06:00 น.-10:30 น.) บุฟเฟ่ต์อาหารกลางวัน (12:00 น.-14:30 น.) เมนูอาหารซึ่งเปิดให้บริการตลอด ทั้งวัน (10:00 น.-23:00 น.)	(ph) PANORAMA (ns) INTERNATIONAL CUISINE WITH CONTEMPORARY FLAIR (dl) <u>Location: Level 23rd</u> Breakfast buffet: 6am – 10.30am (daily) Lunch buffet: 12pm – 2.30pm (daily) All-day dining menu: 10am – 11pm (daily) (gc) <u>Phone number:</u> <u>+66 2 632 9000</u>	(ph) PANORAMA (ns) Excellent international cuisine blending the contemporary flair. (gf) American breakfast (06:00 hrs. -10: 30 hrs.) Lunch buffet (12:00 hrs. - 14:30 hrs.) The food menu which is open all day (10:00 - 23:00 hrs.)

จากตัวอย่างข้างต้น อรรถาธิบายห้องอาหารประกอบด้วยอนุวัจน์ 3 ประเภท ได้แก่ อนุวัจน์ระบุหัวข้อ (ph) อนุวัจน์สโลแกน (ns) และอนุวัจน์ให้รายละเอียดการบริการ (gf) โดย GT ถ่ายทอดอนุวัจน์ทั้งสามประเภทเหมือนกับต้นฉบับ แต่ HT มีการเพิ่มอนุวัจน์อีกสองอนุวัจน์เข้าไปในภาษาปลายทาง นั่นคือ อนุวัจน์บอกสถานที่ตั้ง (dl) (Location: Level 23rd) เพื่อบอกรายละเอียดให้ผู้อ่านได้ทราบชัดเจนขึ้น และอนุวัจน์ข้อมูลการติดต่อเพิ่มเติม (gc) (Phone number: +66 2 632 9000) เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อเพิ่มเติมระหว่างโรงแรมกับลูกค้า

ตัวอย่าง การละอนุวัจน์ของ HT

SL: ห้องสุพีเรีย (ph)

ห้องสุพีเรีย (pl) (ชั้น 7 – 16) (df) มีพื้นที่ขนาด 36 ตารางเมตร (da) ตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้ แสดงให้เห็นถึงมนต์เสน่ห์ความเป็นไทย (df) พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน รวมทั้ง WiFi ฟรี (tg) เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ได้อย่างลงตัว เป็นโรงแรมชั้นนำสำหรับครอบครัว (df) ที่ผู้เข้าพักสามารถผ่อนคลายไปกับทิวทัศน์ของโค้งน้ำเจ้าพระยาผ่านหน้าต่างทรงสูงที่สามารถชมทัศนียภาพได้ในมุมกว้างทุกห้อง

HT: SUPERIOR ROOM

(df) Superior Rooms are a spacious 36 square meters and are equipped with large windows that offer a panoramic view of the majestic Chao Phraya River. (da) These rooms are designed in luxurious Thai style decorated with wooden furniture representing the authentic Thai craftsmanship and artistic style.

GT: Superior room (ph)

(df) Superior Room (pl) (7th - 16th floor) with an area of 36 square meters, (da) decorated with wooden furniture, showing the Thai charm. (df) With complete facilities including free WiFi to (tg) meet the lifestyle of modern people perfectly Is a family waterfront hotel where (df) guests can relax with the view of the Chao Phraya curve through a tall window that can see the panoramic view in every room.

จากตัวอย่างข้างต้น อรรถาธิบายห้องพักในภาษาต้นฉบับประกอบด้วยอนุวัจน์ 5 ประเภท ได้แก่ อนุวัจน์ระบุหัวข้อ (ph) อนุวัจน์บอกสถานที่ตั้ง (pl) อนุวัจน์อธิบายสิ่งอำนวยความสะดวกของห้องและวิวภายนอกห้องพัก (df) อนุวัจน์บรรยายการตกแต่งภายในห้องพัก (da) และอนุวัจน์ระบุกลุ่มเป้าหมาย (tg) โดยที่ GT ถ่ายทอดอนุวัจน์ทุกประเภทครบตามภาษาต้นฉบับ ในขณะที่ HT ไม่ได้แปลข้อความ “เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ได้อย่างลงตัว เป็นโรงแรมริมน้ำสำหรับครอบครัว” ซึ่งเป็นอนุวัจน์ระบุกลุ่มเป้าหมาย และอนุวัจน์บอกสถานที่ตั้งของห้องพัก “ชั้น 7 – 16”

ตัวอย่าง การละอนุวัจน์ของ HT

ST: นอกจากนี้ทางโรงแรมฯ ยังมีห้องงานฟังก์ชันอื่น ๆ อีกกว่าสิบห้อง ซึ่งสามารถรองรับแขกได้ตั้งแต่ 20 ถึง 260 ท่าน และบริเวณการ์เดนพาวีเลียนที่สามารถจัดเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ หรืองานอีเว้นท์ต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกัน

HT: Our lovely outdoor Garden Pavilion is also available for meetings, informal gatherings, team building exercises and even a sumptuous banquet.

GT: In addition, the hotel There are more than ten other function rooms. Which can accommodate from 20 to 260 guests and the Garden Pavilion area can be arranged as a meeting place Or various events as well

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าอรรถาธิบายภาษาต้นฉบับประกอบด้วยอนุวัจน์ให้รายละเอียดการบริการเป็นหลัก โดยพูดถึงบริการห้องฟังก์ชันต่าง ๆ และมีอนุวัจน์ที่บ่งบอกกลุ่มเป้าหมายรวมอยู่ด้วย กล่าวคือ การบอกปริมาณกลุ่มลูกค้าที่สามารถรับรองได้ระหว่างจำนวน 20-260 คน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า ซึ่งในภาษาปลายทางของ HT ตัดอนุวัจน์นี้ออก เหลือเพียงแต่อนุวัจน์ให้รายละเอียดการบริการเท่านั้น

การรวมอนุวัจน์

รูปของอนุวัจน์มีทั้งรูปประโยคความเดียว ประโยคความรวม วลี หรือกลุ่มข้อความ โดยส่วนใหญ่ประโยคหนึ่งประโยคมักประกอบไปด้วยอนุวัจน์เพียงอนุวัจน์เดียว

ทำให้สามารถแยกแต่ละอนุวัจน์ออกได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ในบางกรณีอนุวัจน์หลายประเภทอาจรวมกันอยู่ในประโยคเดียว ดังตัวอย่างในตารางที่ 91

ตารางที่ 91 ตัวอย่างการรวมอนุวัจน์จากคลังข้อมูลภาษาที่เขียนโดยเจ้าของภาษา (L1)

ตัวอย่าง	ประเภทอนุวัจน์
Designed to honor Sir Winston Churchill, the hotel features bespoke tailoring, refined decor, and subtle nods to his life and legacy.	lh+da
Stay in one of our 550 guest rooms, all featuring Italian marble bathrooms with full sized bath and walk-in-shower.	df+da
Our spacious new 66sqm Executive suites feature Auckland city views, private living space and executive services; perfect for business or leisure stays.	df+tg
Whether you are hosting an elaborate wedding dinner for 30 or a more intimate post-wedding brunch for 10, Trump Central Park is one of the best luxury hotels in New York City that will set the stage for the wedding you've always imagined.	gf+cd+cs
Offering one-, two- and three-bedroom apartment suites in the heart of the Auckland CBD, near Viaduct Harbour, the Civic Theatre, Queens Wharf and North Wharf, The Sebel Quay West Auckland is one of the city's best waterfront hotels for business trips, family holidays and extended stays.	dl+tg+cs+gf
Our iconic building features the best hotel suites in NYC with fully-equipped kitchens and floor-to-ceiling windows that frame unparalleled views of Central Park and Columbus Circle.	cs+df
Argus Hotel Darwin situated in the heart of Darwin CBD boast 102 Superior rooms, 2 Bedroom Deluxe rooms and Luxury Suites.	dl+gf
As one of only a few Michelin-starred chefs in New York City, Jean-Georges offers a menu with a variety of signature dishes and exceptional flavors designed to make an impression you and your guests will never forget.	gf+ia

การรวมอนุวัจน์เป็นลักษณะทางภาษาที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ปรากฏบนเว็บไซต์โรงแรม ซึ่งหากมองในแง่ไวยากรณ์ การรวมอนุวัจน์เป็นการรวมประโยคหลายประโยคให้กลายเป็นประโยคเดียว โดยเปลี่ยนโครงสร้างไวยากรณ์เพื่อให้ภาษากระชับขึ้น แต่หากพิจารณาในระดับข้อความ การรวมอนุวัจน์เป็นการส่งสารที่มีหลายจุดประสงค์ภายในประโยคเดียว ซึ่งจะทำให้

ผู้อ่านได้รับสารที่ครบถ้วนและรวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะในบริบทข้อความมุ่งใจหรือโฆษณาที่ต้องใช้ภาษา กระชับ และดึงดูดใจผู้อ่านให้ได้เร็วที่สุด ซึ่งจากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า การรวมอนุวัจน์ของ ภาษาปลายทางส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับรูปแบบอนุวัจน์ในภาษาต้นฉบับว่ามีการรวมไว้ด้วยกันหรือไม่ โดยภาษาปลายทางของ HT ส่วนใหญ่จะมีการรวมอนุวัจน์เช่นเดียวกับต้นฉบับ แต่ภาษาปลายทาง ของ GT มักปรากฏการแยกอนุวัจน์ ซึ่งเป็นผลมาจากการแบ่งประโยคคลาดเคลื่อนตามการเว้นวรรค ของภาษาต้นฉบับ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 92 ตัวอย่างการรวมอนุวัจน์ cs+gf

SL	HT	GT
(cs) จิกเซนต์เซสสมุยมีชื่อเสียงใน การบริการอาหารที่ดีที่สุดบน เกาะสมุย (gf) โดยใช้สมุนไพรและ ผักที่ดีที่สุด รวมทั้งพืชผักใบเขียว เกษตรอินทรีย์จากสวน ของรีสอร์ทเอง	(cs) Six Senses Samui resort has the reputation for serving some of the best food on Koh Samui (gf) and uses the freshest herbs, vegetables, and organic greens from the resort's own gardens.	(cs) Six Senses Samui is famous for serving the best food on Koh Samui (gf) using the freshest herbs and vegetables. Including green leafy vegetables, organic agriculture from the resort's own garden

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับมีการรวมอนุวัจน์แสดงความเหนือชั้นเรื่อง ชื่อเสียงการบริการอาหารที่ดีที่สุดบนเกาะสมุยกับอนุวัจน์นำเสนอบริการ ซึ่งเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้ผักและสมุนไพรสด โดยในภาษาปลายทางของ HT รวมใจความสองส่วนนี้ไว้ด้วยกันเป็น ประโยคความรวมโดยใช้คำสันธาน “and” ในขณะที่ GT รวมใจความส่วนที่สองเข้าไปได้แค่ครั้งเดียว โดยใช้โครงสร้าง present participle (using the freshest herbs and vegetables) และตัดประโยคที่ ส่วนขยาย (including green leafy...) ตามการเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับ ทำให้ภาษาปลายทางของ GT กลายเป็นภาษาที่ผิดหลักไวยากรณ์

ตารางที่ 93 ตัวอย่างการรวมอนุวัจน์ gf+df

SL	HT	GT
(gf) รีสอร์ทประกอบด้วยวิลลา ส่วนตัวเพียง 66 หลัง หลายหลังมี สระว่ายน้ำส่วนตัว (df) ถูกจัดวาง ภูมิทัศน์ให้อยู่ภายในบริเวณที่มีพืช พรรณต่างๆ ตามธรรมชาติ เห็น	(gf) The Samui resort in Thailand is made up of just 66 private villas, many with personal pools, (df) which are landscaped within natural	(gf) The resort consists of only 66 private villas. Many have private pools. (df) The landscape is placed in areas with natural vegetation, all

ทัศนียภาพทั้งหมดอันตระการตา ครอบคลุมถึงอ่าวไทยและเกาะที่อยู่ โดยรอบทั้งหมด	vegetation, and with glorious, sweeping panoramas out to the Gulf of Thailand and the surrounding islands.	the spectacular views of the Gulf of Thailand and all surrounding islands.
--	---	--

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับมีการรวมอนุวัจน์นำเสนอบริการ (รีสอร์ทมีวิลล่าพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว) และอนุวัจน์บรรยายบรรยากาศรอบนอกของห้องพัก (วิลล่าอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มองเห็นอ่าวไทย) ไว้ด้วยกัน โดยในภาษาปลายทางของ HT รวมใจความสองส่วนนี้ไว้ด้วยกันเป็นประโยคความซ้อนโดยใช้ which เชื่อมความ ในขณะที่ GT แบ่งใจความเป็นสามประโยค คือ (1) รีสอร์ทมีวิลล่า 66 ห้อง (2) หลายหลังมีสระว่ายน้ำ และ (3) บรรยากาศและทิวทัศน์รอบนอก ทำให้อนุวัจน์ gt แบ่งออกเป็นสองประโยค

ตารางที่ 94 ตัวอย่างการรวมอนุวัจน์ tg+df

SL	HT	GT
(df) เปิดสู่สระว่ายน้ำโดยตรงจาก ระเบียงส่วนตัวห้อง Pool Access (tg) และห้องสวีทของเราเหมาะ สำหรับนักเดินทางที่ต้องการพื้นที่ พิเศษและเป็นส่วนตัว	(df) Opening up directly to the pool from a private terrace, our Pool Access rooms (tg) and suites are perfect for travellers who want some extra space and privacy.	(df) Open to the pool directly from the private balcony. (tg) Our Pool Access rooms and suites are suitable for travelers who need extra space and privacy.

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับมีการรวมอนุวัจน์บรรยายสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ระเบียงที่เชื่อมกับสระว่ายน้ำ) และอนุวัจน์ระบุกลุ่มเป้าหมาย (นักเดินทางที่ต้องการความเป็นส่วนตัว) ไว้ด้วยกัน โดยในภาษาปลายทางของ HT รวมใจความสองส่วนนี้ไว้ด้วยกันเป็นประโยคความรวมโดยใช้ and เชื่อมความ ในขณะที่ GT แยกออกมาเป็นสองประโยคในภาษาปลายทางโดยตัดประโยคหลังคำว่าระเบียงส่วนตัว ซึ่งในกรณีนี้แม้ GT จะแปลออกมาอย่างถูกไวยากรณ์ แต่ใจความของภาษาต้นฉบับทำให้ GT เข้าใจความหมายผิดและแบ่งใจความผิด กล่าวคือ ใจความแรกจบตรงที่ห้อง Pool Access ซึ่งไม่ได้เชื่อมโยงกับอนุวัจน์ระบุกลุ่มเป้าหมาย และใจความที่สองเริ่มที่ห้องสวีท แต่เมื่อภาษาไทยนำมาอยู่ใกล้กัน ทำให้ GT เข้าใจว่าทั้งสองเป็นห้องที่เหมาะสมสำหรับนักเดินทางที่ต้องการความเป็นส่วนตัว GT จึงแปลอนุวัจน์ทั้งสองประเภทย่อยออกมาอย่างละหนึ่งประโยค

4.2.3.3 การศึกษาเครื่องมือเชื่อมโยงความ

จากการศึกษาเครื่องมือเชื่อมโยงความที่ปรากฏในภาษาฉบับแปล พบว่าส่วนใหญ่ HT มีการใช้เครื่องมือเชื่อมโยงความทั้งรูปแบบเดียวกับภาษาต้นฉบับ และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบที่นอกเหนือจากต้นฉบับ ในขณะที่ GT ยังคงใช้รูปแบบเครื่องมือเชื่อมโยงความเหมือนกับภาษาต้นฉบับ

(1) การอ้างอิง (Reference) การศึกษาการอ้างอิงในส่วนนี้จะกล่าวถึงการอ้างอิงโดยใช้คำชี้เฉพาะ ซึ่งพบว่า HT มีการเพิ่มและลดคำชี้เฉพาะ ในขณะที่การใช้คำชี้เฉพาะใน GT จะเป็นไปตามภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 95 ตัวอย่างการแปลการอ้างอิงโดยใช้คำชี้เฉพาะที่เหมือนกับต้นฉบับของ HT และ GT

SL	HT	GT
บ้านดำ แปลว่า "บ้านสีดำ" เสนอประสบการณ์ทานอาหารชนน้ำลายสอ ที่ได้แรงบันดาลใจจากรสชาติท้องถิ่นของหัวหิน ในสถานที่ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมขนานแท้พร้อมวิวทะเล ปลาและอาหารทะเลสด ๆ คือจุดเด่นของที่นี่ ..	Baan Dum – meaning ‘black house’ – offers a tantalising culinary voyage inspired by the local flavours of Hua Hin, in an authentic architectural setting with sea views. Fresh fish and seafood are the star attractions <u>here</u> ,....	Ban Dam means "black house" offering a mouth-watering dining experience. Inspired by the local taste of Hua Hin In a place which is an authentic architecture with sea views Fresh fish and seafood are the highlights <u>here</u>

จากตารางที่ 95 จะเห็นได้ว่า ภาษาต้นฉบับมีการใช้คำว่า “ที่นี่” เพื่อระบุความเฉพาะเจาะจงของสถานที่ ซึ่งอ้างอิงคำว่า “บ้านดำ” และทั้ง HT และ GT ต่างแปลคำนี้ออกมาในภาษาปลายทางว่า “here” เหมือนกัน

ตารางที่ 96 ตัวอย่างการเพิ่มเครื่องมือเชื่อมโยงความประเภทการอ้างอิงของ HT

SL	HT	GT
1. และทางโรงแรมไม่มีผู้ดูแลความปลอดภัยประจำสระจึงขอแนะนำให้ผู้ดูแลบุตรหลานหรือผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ด้านว่ายน้ำอย่างใกล้ชิด โปรดศึกษากฎและข้อบังคับการใช้สระว่ายน้ำ	There is no life guard on duty and we strongly recommend keeping a close eye on children and inexperienced swimmers. Rules and regulations are sign posted	And the hotel does not have a security guard at the pool, so it is advisable to take care of many children or those who do not have close swimming experience Please

ก่อนใช้บริการ	next to the pool. Please read <u>these</u> before entering the pool.	study the rules and regulations of the swimming pool before using the service.
2. โรงแรมพูลแมน กรุงเทพฯ แกรนด์ สุขุมวิท ตั้งอยู่กลางใจเมือง กรุงเทพมหานครใกล้สี่แยกอโศก ใกล้ระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ทีเพียงไม่กี่ก้าวเดิน นอกจากโรงแรมใกล้สถานีรถไฟฟ้าที่พาคุณสู่ย่านธุรกิจและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญได้อย่างรวดเร็วแล้ว	Pullman Bangkok Grande Sukhumvit is a Bangkok hotel for all kinds of global travellers. This Bangkok Hotel is located near Asoke Junction. <u>This</u> is the heart of Sukhumvit and the most vibrant city centre. With many lifestyle destinations and public transports nearby.	Pullman Bangkok Grand Sukhumvit is located in the heart of Bangkok, near the Asoke Intersection. Close to BTS and MRT, just a few steps away. In addition to the hotels near the Skytrain station that takes you to business areas and major attractions quickly

จากตารางที่ 96 จะเห็นได้ว่า ภาษาต้นฉบับไม่มีการใช้คำที่แสดงความเฉพาะเจาะจง ทำให้ภาษาปลายทางของ GT ไม่ปรากฏการอ้างถึงใด ๆ ในขณะที่ HT มีการเพิ่มคำแสดงความชี้เฉพาะเพิ่มเติม โดยในตัวอย่างที่ 1 HT มีการแปลแบบเพิ่มความในส่วน “Rules and regulations are sign posted next to the pool.” เพื่อเพิ่มรายละเอียดของข้อมูล ประโยคถัดไปจึงใช้ “these” เพื่ออ้างถึงประโยคด้านหน้า และในตัวอย่างที่ 2 HT ใช้ “This” เพื่ออ้างถึงโรงแรมที่กล่าวถึงไว้ก่อนข้างต้น (This Bangkok Hotel หรือ Pullman Bangkok Grande Sukhumvit)

ตารางที่ 97 ตัวอย่างการละไม่แปลเครื่องหมายเชื่อมโยงความประเภทการอ้างถึงของ HT

SL	HT	GT
1. นี่คือนางแต่งงานของคุณ... ปณิธานคือการสร้างสรรค์ให้ออกมาตรงใจคุณที่สุด	Your hotel wedding venue is everything you've dreamed of	<u>This</u> is your wedding ... The aspiration is to create the best for you.
2. (1) ถ้าคุณมีแผนการเดินทางที่จะไปยังกรุงเทพฯอย่างแน่นอนแล้ว เราขอแนะนำโปรโมชั่นดีๆ เพียงจองห้องพักล่วงหน้า 5 วัน รับส่วนลดสูงสุด 20% (2) เพราะเราเข้าใจว่าคุณกำลังรอคอยการพักผ่อนที่ปราศจากความเครียด	Enhance your stay by booking our Weekend Special Package. Plan ahead and receive up to 20% off your weekend stay with International breakfast buffet included for 2 persons.	If you have a plan to travel to Bangkok for sure We recommend good promotions. Just book your room 5 days in advance. Get up to 20% discount because we understand that you are

และนั่นคือเหตุผลว่าทำไมเราจึงได้ ออกแบบโปรโมชั่นพิเศษนี้		waiting for a stress-free vacation And <u>that</u> is the reason why we have designed this special promotion
---	--	--

จากตารางที่ 97 จะเห็นได้ว่า ในตัวอย่างที่ 1 ต้นฉบับภาษาไทยใช้คำว่า “นี่” ขึ้นต้นประโยค เพื่ออ้างถึงสิ่งที่กล่าวตามมาข้างหลัง (งานแต่งงานของคุณ) โดย GT แปลอย่างตรงตัวเป็นคำว่า “This” ขึ้นต้นประโยคเหมือนกัน ในขณะที่ HT มีการแปลแบบถอดความและเปลี่ยนโครงสร้างประโยค ทำให้ไม่มีการอ้างถึงในภาษาปลายทาง และในตัวอย่างที่ 2 ต้นฉบับมีการใช้คำว่า “นั่น” เพื่ออ้างถึงประโยคที่กล่าวมาข้างหน้า (เพราะเราเข้าใจดีว่าคุณกำลังรอคอยการพักผ่อนที่ปราศจากความเครียด) ซึ่งจะเห็นได้ว่า HT มีการแปลแบบถอดความในส่วนที่ (1) และละความไม่แปลในส่วนที่ (2) ทำให้ภาษาปลายทางมีการใช้คำชี้เฉพาะตามภาษาต้นฉบับ ในขณะที่ GT แปลโดยใช้คำว่า “that” แทนส่วนที่กล่าวมาข้างหน้าเหมือนกับภาษาต้นฉบับ

(2) การแทนที่และการละ (Substitution & Ellipsis) จากการศึกษาพบว่า ข้อความบนเว็บไซต์โรงแรมในภาษาต้นฉบับที่เป็นภาษาไทย และภาษาที่เขียนโดยเจ้าของภาษาปรากฏการแทนที่และการละค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับเครื่องมือการเชื่อมโยงความชนิดอื่น ทำให้ข้อความในภาษาปลายทางของ GT ที่มักแปลแบบตรงตัวไม่ค่อยมีการใช้เครื่องมือเชื่อมโยงความประเภทนี้เช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ โดยการละที่พบในภาษาไทยส่วนใหญ่มักเป็นการละประธานตามธรรมชาติของภาษา และมีการละคำนาม การละอนุภาคบ้างเล็กน้อย ซึ่งทำให้ภาษาปลายทางของ HT มีการถ่ายทอดเครื่องมือเชื่อมโยงความต่างจากภาษาต้นฉบับ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 98 ตัวอย่างการแปลเครื่องมือเชื่อมโยงความประเภทการละและการแทนที่ของ HT และ GT

SL	HT	GT
1. ไม่ว่าจะป็นกิจกรรมอะไรก็ เหมาะทั้งนั้น จะจัดงานสัมมนา ปาร์ตี้ งานเลี้ยงสังสรรค์ ประชุม ส่วนตัว งานแต่งงาน งานหมั้น งาน เลี้ยงเกษียณอายุ และอีกหลายงาน <u>เรา</u> نرمิตให้ได้อย่างลงตัวที่สุด เพื่อทุกวินาทีและความทรงจำแสน พิเศษของคุณ	Birthday celebration, retire party, dance party, a warm wedding and engagement ceremony, academic seminar, <u>you name it!</u> Your every event, every moment, let us make it the most special <u>ones</u> .	No matter what activities are suitable. The seminar will be held at the party. Private meeting, wedding, engagement, retirement party And many more. We create the most perfect. For every

		second and your special memories.
2. เดินเล่นผ่านเหล่าแมกไม้ที่นำไปสู่อ่าวลายันอันเงียบสงบ ก่อนกลับมารับประทานอาหารค่ำได้แสงเทียนริมสระน้ำโดยมีผู้ดูแลประจำวิลล่าของคุณคอยให้บริการ	Wander through light foliage that parts to reveal tranquil Layan Bay, before returning to a candlelit dinner <u>served</u> poolside by your Villa Host.	Take a stroll through the trees that lead to the peaceful Layan Bay. Before returning to the candlelit dinner by the pool with your villa attendant waiting for service.
3. ศาลาลายัน บรรยากาศห้องอาหารริมชายหาด เพื่อการลิ้มลองอาหารรสเลิศในภูเก็ต เริ่มต้นวันใหม่ด้วยอาหารเช้าสุดพิถีพิถันของเกาะ เพลิดเพลินไปกับผลไม้เมืองร้อนและน้ำผลไม้คั้นสด มีรายการอาหารที่ปราศจากกลูเตน, อาหารออร์แกนิก และซูเปอร์ฟู้ดให้เลือก ขนมอบสดใหม่, ซุ้มอาหารสดใหม่..	SALA LAYAN A beachfront restaurant setting for gourmet flavours in Phuket. Start your day with the island's heartiest breakfast. Enjoy tropical fruits and pressed juices, an array of gluten-free, vegan, organic and superfood options, freshly baked pastries, live cooking stations ...	Layan Pavilion The atmosphere of the beachside restaurant for delicious food in Phuket. Start the day with the meticulous breakfast of the island. Enjoy tropical fruits and freshly squeezed fruit juice. There are gluten-free food items, organic food. And Super Food to choose fresh pastries, fresh food kiosks ...

จากประโยคภาษาต้นฉบับที่ว่า “เราเนรมิตให้ได้อย่างลงตัวที่สุด” (ตารางที่ 98 ตัวอย่างที่ 1) พบว่า มีการละกรรมของกริยา “เนรมิต” ซึ่งในที่นี้คือ “การจัดงานสัมมนา ปาร์ตี้ งานเลี้ยงสังสรรค์....” ที่ได้กล่าวไว้ด้านหน้า และผู้อ่านสามารถเข้าใจความหมายส่วนที่ละได้ โดย HT ได้แปลประโยคนี้นี้ด้วยการถอดความออกมาว่า “You name it!” ซึ่งเป็นการเปลี่ยนประเภทเครื่องมือเชื่อมโยงความในภาษาต้นฉบับจากการละมาเป็นการอ้างถึงโดยใช้คำสรรพนาม “it” แทน ในขณะที่ GT แปลประโยคนี้อย่างตรงตัวเป็น “We create the most perfect.” ซึ่งมีการละเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ ทำให้ประโยคขาดคำนามและไม่ได้ใจความ นอกจากนี้ การแปลแบบถอดความของ HT ยังทำให้มีการใช้คำว่า “ones” แทนที่ “Your every event, every moment” ซึ่งเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงความที่ไม่ปรากฏในภาษาต้นฉบับและภาษาฉบับแปลของ GT

จากตัวอย่างที่ 2 พบว่า ภาษาต้นฉบับมีการละหลังคำว่า “บริการ” โดยแปลใจความด้านหน้าว่าผู้ดูแลวิลล่าจะให้บริการอะไร ซึ่งในที่นี้หมายถึง บริการเกี่ยวกับการ

รับประทานอาหารค่ำได้แสงเทียนริมสระน้ำ โดย HT เลือกเปลี่ยนรูปประโยคให้มีความหมายชัดเจนขึ้นและไม่ใช้เครื่องมือเชื่อมโยงความ กล่าวคือ ใช้คำกริยา “serve” แสดงความหมายของการบริการที่ชัดเจนโดยทำให้อยู่ในรูป Past Participle ที่เป็นส่วนขยายของคำว่า “candlelit dinner” ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ว่าผู้ดูแลประจำวิลล่าจะคอยเสิร์ฟอาหารให้ลูกค้า ในขณะที่ GT แปลอย่างตรงตัวโดยเข้าใจว่าคำว่า “บริการ” เป็นคำนามและแปลออกมาเป็น “service” ซึ่งถึงแม้จะมีการละเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ แต่ภาษาที่ออกมาเป็นภาษาที่อ่านแล้วไม่ได้ใจความ อ่านทำให้ผู้อ่านเกิดความสับสนได้

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่า ในตัวอย่างที่ 3 ตรงส่วนข้อความ “มีรายการอาหารที่ปราศจากกลูเตน...” เป็นประโยคที่ละประธาน ซึ่งในที่นี้ คือ ห้องอาหารศาลาลายัน โดย HT เลือกรวมประโยคไปกับประโยคด้านหน้า ทำให้ภาษาปลายทางไม่มีการใช้เครื่องมือการละ ในขณะที่ GT เลือกแปลโดยใช้โครงสร้าง “There is” เพื่อทำให้เป็นประโยคสมบูรณ์

(3) การใช้คำสันธาน (Conjunction) การใช้คำสันธานเพื่อเสริมข้อความ (additive) และการใช้คำสันธานเพื่อบอกเวลา (temporal) เป็นประเภทคำสันธานที่พบมากที่สุดในเว็บไซต์โรงแรม โดยคำสันธานเพื่อเสริมความที่พบบ่อยอย่าง “and” “or” และ “also” มักใช้ในการบรรยายข้อมูลโรงแรมทั่วไป ข้อมูลห้องพักและบริการต่าง ๆ ของโรงแรม ในขณะที่คำสันธานเพื่อบอกเวลา “while” “then” และ “after” มักพบในข้อความประเภทจุดมุ่งใจที่โรงแรมพยายามให้ผู้อ่านจินตนาการถึงประสบการณ์ในการพักผ่อนที่จะได้รับ และการนำเสนอกิจกรรมที่น่าสนใจ

จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ทั้ง HT และ GT มีการใช้คำสันธานไปในทิศทางเดียวกับต้นฉบับ กล่าวคือ ภาษาฉบับแปลมักแปลคำสันธานออกมาอย่างตรงตัว โดยที่ GT แปลออกมาตรงตัวเหมือนกับต้นฉบับ ในขณะที่ HT มีการละไม่แปลคำสันธาน และการเพิ่มคำสันธานบ้างในบางบริบท

ตารางที่ 99 ตัวอย่างการแปลคำสันธานให้อยู่ในรูปเดิมของ HT และ GT

SL	HT	GT
วิลล่าทุกหลังมีพื้นที่ 150 ตร.ม. <u>ทั้งยังมี</u> มินิบาร์พร้อมอุปกรณ์ชงชาและกาแฟแบบครบครันให้พร้อม <u>จึงไม่จำเป็นต้อง</u> ออกจากห้องพักอันแสนสะดวกสบายเลย มีตู้เงินรยในห้องพัก เครื่องปรับอากาศ และโต๊ะทำงานไว้อำนวยความสะดวก <u>ทั้งยัง</u> มีเตารีดและที่รองรีดไว้ให้บริการ	All villas are set in 150 sqm of space <u>and</u> have a fully stocked minibar and tea and coffee making facilities on-site <u>so</u> guests don't have to leave the comfort of their rooms. An in-room safe, air-conditioning and working	All villas have an area of 150 square meters and <u>also</u> have a mini-bar with full tea and coffee making facilities. <u>Therefore</u> do not need to leave the comfortable room at all There is an in-room safe. air conditioner And a

	desk are provided for convenience. An iron and ironing board are <u>also</u> featured.	desk to facilitate There are <u>also</u> irons and ironing boards available.
--	--	--

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับมีการใช้คำสันธานทั้งหมดสามแห่ง ได้แก่ “ทั้งยัง (มีมินิบาร์...)” “จึง” “ทั้งยัง (มีเตารีด...)” โดยทั้ง HT และ GT ถ่ายทอดคำสันธานออกมาอย่างตรงตัวทั้งสามจุด เพียงแต่มีการเลือกใช้คำต่างกันเท่านั้น กล่าวคือ HT เลือกแปล “ทั้งยัง” แห่งแรกโดยใช้คำว่า “and” และแปลคำว่า “ทั้งยัง” ตรงท้ายประโยคโดยใช้คำว่า “also” ในขณะที่ GT แปลสองคำนี้ว่า “.also” เหมือนกัน นอกจากนี้ HT ยังแปลคำว่า “จึง” เป็น “so” และ GT แปลเป็น “therefore”

ตารางที่ 100 ตัวอย่างการละคำสันธานในภาษาปลายทางของ HT

SL	HT	GT
โรงแรม คราวน์ พลาซ่า กรุงเทพฯ ลุมพินี พาร์ค ยังเหมาะสมที่สุดสำหรับการดำเนินธุรกิจต่างๆ ใน <u>ขณะเดียวกัน</u> ก็อยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและห้างสรรพสินค้ามากมาย <u>ไม่ว่า</u> คุณจะมาทำงานหรือพักผ่อน เราจะทำให้การมาพักของคุณครั้งนี้ สมบูรณ์แบบที่สุด	Crowne Plaza Bangkok Lumpini Park is perfectly placed to do business, <u>while</u> cultural attractions and shopping complexes are within easy reach, making it easy to find time for sightseeing and entertainment, making the most of your Bangkok business trip.	Crowne Plaza Bangkok Lumpini Park is <u>also</u> the most suitable for business operations. <u>At the same time</u> , it is not far from cultural attractions. And many department stores <u>Whether</u> you come to work <u>or</u> relax We will make your stay the perfect time.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาษาต้นฉบับมีการใช้คำสันธาน 3 แห่ง ได้แก่ “ยัง” “ในขณะเดียวกัน” และ “ไม่ว่า...หรือ” โดย GT ได้แปลทั้งสามคำอย่างตรงตัวเป็นคำว่า “also” “at the same time” และ “whether...or” ในขณะที่ HT เลือกแปลเพียงคำเดียว ได้แก่ “while” และไม่แปลอีกสองคำที่เหลือ โดย HT ได้แปลข้อความส่วนสุดท้าย ตรงคำว่า “ไม่ว่า...หรือ” แบบถอดความ ทำให้มีการปรับเปลี่ยนรูปประโยคและละคำสันธานไป แต่ใช้เครื่องหมายจุลภาคมาเชื่อมความทั้งสองส่วนแทน

ตารางที่ 101 ตัวอย่างการเพิ่มคำสันธานในภาษาปลายทางของ HT

SL	HT	GT
คุณสามารถเพลิดเพลินกับทิวทัศน์ ของโค้งน้ำเจ้าพระยาจากเตียงนอน ได้ทุกห้อง พิเศษกว่าห้องดีลักซ์ อื่นๆ ด้วยหน้าต่างทรงสูงบานใหญ่ ถึง 2 มุม ภายในห้องพักช่วยให้ ผ่อนคลายด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกที่ครบครัน	The rooms are <u>also</u> equipped with 2 large corner windows where you can take in the glistening views of the Chao Phraya River from every angle in the room.	You can enjoy the view of the Chao Phraya water curve from every bed. Special than other deluxe rooms With 2 large windows in the room, allowing you to relax with full facilities

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่า ภาษาต้นฉบับไม่มีการใช้คำสันธานในการ
เชื่อมความ ทำให้ภาษาปลายทางของ GT ไม่ปรากฏการใช้คำสันธานเช่นเดียวกัน ในขณะที่ HT แปล
ข้อความส่วนนี้โดยการถอดความ และเลือกเพิ่มคำสันธาน “also” ลงไปในภาษาปลายทาง เพื่อเสริม
ความเกี่ยวกับรายละเอียดห้องพัก

(4) การซ้ำความ (Reiteration) เป็นเครื่องมือเชื่อมโยงความหนึ่งที่พบ
มากบนเว็บไซต์โรงแรม โดยพบการซ้ำคำและการใช้คำจำกัดกลุ่มมากในภาษาต้นฉบับ และพบซ้ำคำและ
การใช้คำไวพจน์มากในคลังข้อมูลที่เขียนโดยเจ้าของภาษา ซึ่งในภาษาฉบับแปลของ HT และ GT
ก็ปรากฏเครื่องมือเชื่อมโยงความประเภทนี้เช่นเดียวกัน โดยที่ GT มีการใช้ลักษณะเดียวกับ
ภาษาต้นฉบับ ในขณะที่ HT มีลักษณะการใช้ที่หลากหลายกว่า เช่น การเปลี่ยนประเภทการซ้ำความ
หรือการลดการซ้ำคำ เป็นต้น

(4.1) การซ้ำความที่เหมือนกันระหว่าง HT กับ GT

จากการศึกษา พบว่า HT กับ GT มักมีการซ้ำในระดับคำที่เหมือนกัน
ดังตัวอย่างในตารางที่ 102 ซึ่งจะเห็นได้ว่าภาษาต้นฉบับมีการซ้ำคำว่า “เพลิดเพลิน” สองครั้ง และใน
ภาษาปลายทางทั้งสองฉบับก็แปลออกมาเป็นคำว่า “enjoy” ซ้ำกันทั้งสองจุด เพื่อย้ำอารมณ์ในการ
ดึงดูดความสนใจตามภาษาต้นฉบับ

ตารางที่ 102 ตัวอย่างการซ้ำคำที่เหมือนกันระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
ดื่มด่ำไปกับความผ่อนคลาย และ <u>เพลิดเพลิน</u> ไปกับสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของห้องสวีทกว้างขวางของ คุณสำหรับการพักเพิ่มหนึ่งหรือสอง คืนขึ้นไป รวมอาหารเช้าแสนอร่อย	Give in to the indulgence and <u>enjoy</u> the amenities of your spacious suite for one or two more nights, as well as a delicious breakfast, plus all	Indulge in relaxation And <u>enjoy</u> the amenities of your spacious suite for an extra night or two or more Including delicious breakfast

และสิทธิประโยชน์ของกษรา เอ็ก เซคิวทิฟ เลานจ์ทั้งหมด และ <u>เพลิดเพลินไปกับส่วนลดที่คุณจะ</u> <u>ได้รับเมื่อพักนานขึ้น</u>	the benefits of Kasara Executive Lounge, and <u>enjoy</u> savings on your extended stay.	And the benefits of Kasara Executive All lounges And <u>enjoy</u> the discounts you will receive when staying longer
--	---	---

นอกจากนี้ HT กับ GT ยังมีการใช้คำจากกลุ่มที่เหมือนกัน ดังตัวอย่างในตารางที่ 103 จะเห็นได้ว่า ตัวอย่างที่ 1 ภาษาต้นฉบับกล่าวถึง “กาแฟและชา” ในช่วงตอนต้นของข้อความ และมีการยกตัวอย่างเมนูโปรดของแขกที่มาพักในช่วงท้ายข้อความอย่าง “คาปูชิโน เอสเปรสโซ ลาเต้ และชาเย็นหรือชาร้อน” ซึ่งเป็นคำลูกกลุ่มของกาแฟและชา รวมถึงมีการใช้คำว่า “อาหารว่าง” ซึ่งเป็นคำจากกลุ่มของ “มินิเค้ก และพาสทรี” โดยในภาษาปลายทางทั้งสองฉบับแปลคำข้างต้นทั้งหมดออกมาอย่างตรงตัว (coffee/tea - cappuccino, espresso, latte, chilled/iced tea hot tea, snacks/item - mini cake, pastries) จึงทำให้มีการซ้ำความในลักษณะการใช้คำจากกลุ่มอยู่ทั้งสองฉบับ และในตัวอย่างที่ 2 จะเห็นว่า ต้นฉบับมีการใช้คำว่า “นกยูง” และคำว่า “สิ่งมีชีวิต” ซึ่งนกยูงเป็นคำลูกกลุ่มของสิ่งมีชีวิต ซึ่งทั้ง HT และ GT ต่างแปลสองคำนี้โดยตรงตัวเพื่อคงการซ้ำความ โดยแปลนกยูงเป็น “peacock” ทั้งสองฉบับ แต่ HT แปลคำว่าสิ่งมีชีวิตเป็นคำว่า “bird” ซึ่งทำให้คำจากกลุ่มมีความหมายแคบลง เมื่อเทียบกับคำว่า “creature” ที่แปลโดย GT

ตารางที่ 103 ตัวอย่างการใช้คำจากกลุ่มที่เหมือนกันระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
1. คอรัล เลานจ์ – ล็อบบี้บาร์ (Coral Lounge - Lobby Bar) สถานที่ยอดเยี่ยมสำหรับการพบปะ เพื่อนฝูงและครอบครัว และ เพลิดเพลินกับกาแฟ ชา หรือไวน์ ชั้นเลิศ รับประทานพร้อมกับมินิ <u>เค้ก พาสทรีใหม่สด หรืออาหารว่าง</u> แสนอร่อยอื่นๆ รายการโปรดของ แขกที่มาพัก ได้แก่ คาปูชิโน <u>เอสเปรสโซ ลาเต้ และชาเย็นหรือ</u> <u>ชาร้อนที่เลือกสรรรสชาติ</u>	Coral Lounge - Lobby Bar The perfect place to meet friends or family and enjoy an excellent <u>coffee, tea</u> or a glass of wine. Match this with a selection of <u>mini-cakes,</u> novel <u>pastries</u> or a savoury <u>item</u> . Favourites such as <u>cappuccino, espresso, latte</u> and <u>chilled or hot</u> speciality <u>teas</u> ...	Coral Lounge - Lobby Bar (Coral Lounge - Lobby Bar) A great place to meet friends and family. And enjoy <u>coffee,</u> <u>tea</u> or fine wines Eat with a <u>mini cake Fresh pastries Or</u> <u>other delicious snacks</u> Guest favorites include <u>cappuccino,</u> <u>espresso, latte, and iced tea</u> or a selection of <u>hot teas.</u>

เขียนหลักชนิด		
2. นกยูง คือ สัญลักษณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์และมั่งคั่งประจำจังหวัดเชียงใหม่มาแต่อดีตกาลเนื่องจากเป็น <u>สิ่งมีชีวิต</u> ที่สามารถพบได้ในป่าที่อุดมสมบูรณ์เท่านั้น ฉะนั้นลวดลายอันงดงามที่ได้ประดับภายในโรงแรมจึงเป็นรูปของนกยูงนั่นเอง	To symbolise the abundance and fertility of the Chiang Mai valley in days past, <u>peacocks</u> , a <u>bird</u> which is only found in the most bountiful of forests, is used as a motif throughout the property	<u>Peacock</u> is a symbol of abundance and prosperity in Chiang Mai. Because it is the only <u>creature</u> that can be found in the fertile forest Therefore, the beautiful pattern that is decorated in the hotel is a picture of a peacock.

(4.2) การซ้ำความที่ไม่เหมือนกันระหว่าง HT กับ GT

แม้ HT และ GT จะมีการถ่ายทอดการซ้ำคำและการใช้คำจากกลุ่มที่เหมือนกัน แต่ในหลายกรณี HT ก็ไม่ได้ถ่ายทอดเครื่องมือเชื่อมโยงความแบบตรงตัวจากต้นฉบับเสมอไป ดังตารางที่ 104 จะเห็นได้ว่า ภาษาต้นฉบับมีการซ้ำวลี “บริการฟรี” ในทุกบรรทัด ซึ่ง GT ยังคงแปลแบบตรงตัวเป็นคำว่า “Free” โดยซ้ำคำทุกบรรทัดเช่นเดียวกับต้นฉบับ ในขณะที่ HT เลือกแปลคำว่า “Free” เพียงแค่บรรทัดแรกบรรทัดเดียว และละคำนี้ในบรรทัดต่อ ๆ ไป ซึ่งเมื่อเทียบกับข้อมูลแสดงบริการในลักษณะนี้จากคลังข้อมูลที่เขียนโดยเจ้าของภาษา จะพบว่า เจ้าของภาษามักใช้การซ้ำคำว่า “ฟรี” ทุกบรรทัดเช่นเดียวกับภาษาต้นฉบับ เพื่อดึงดูดผู้อ่านโดยการย้ำถึงสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

ตารางที่ 104 ตัวอย่างการซ้ำคำที่ไม่เหมือนกันระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
- บริการฟรี ตู้รับยาในห้องพัก - บริการฟรี น้ำดื่ม 3 ขวด/วัน - บริการฟรี ชา กาแฟ ในห้องพัก - บริการฟรี สตรีม และชามานาในฟิตเนส - บริการรถรับ-ส่ง ฟรี แหล่งช้อปปิ้งย่านใจกลางเมือง - บริการฟรี late check-out ได้ถึงเวลา 14.00 น. (ขึ้นอยู่กับความว่างของห้องพัก)	- <u>Free</u> use of in-room digital safety deposit box - Three bottles of drinking water in room per day - Coffee and tea making facilities - Use of fitness center steam and sauna - Daily shopping shuttle bus to Asiatique the Riverfront and downtown	- <u>Free</u> in-room safe - <u>Free</u> 3 bottles of drinking water per day - <u>Free</u> tea and coffee in the room - <u>Free</u> stream service and sauna in fitness - <u>Free</u> pick-up service, downtown shopping area - <u>Free</u> late check-out service until 14.00 hrs.

	- Late check-out until 14.00 hrs. (Subject to room availability)	(Depending on room availability)
--	--	-------------------------------------

นอกจากนี้ HT ยังมีการเปลี่ยนประเภทการเข้าพักความในภาษาปลายทางให้เป็นคนละชนิดกับภาษาต้นฉบับด้วย กล่าวคือ จากตัวอย่างด้านล่าง ภาษาต้นฉบับมีการใช้คำว่า “ห้องพัก” และ “พื้นที่” โดย HT เลือกใช้การเข้าพักว่า “ห้องพัก” ไปหลายจุด และยังคงการใช้คำจากกลุ่มไว้เหมือนกับต้นฉบับ (ห้องพัก > ห้องสวีท > ห้องเอ็กเซคคิวทีฟ สวีท) แต่การเข้าพักว่า “พื้นที่” ซึ่งมีการเข้าพักถึง 3 ครั้งในภาษาต้นฉบับ HT เลือกใช้คำไวพจน์ (synonym) ที่ต่างกันมาแทนในภาษาปลายทางได้แก่ “area” “space” “room” ซึ่งหมายถึง HT เปลี่ยนการเข้าพักประเภทการเข้าพักในภาษาต้นฉบับเป็นการใช้คำไวพจน์ในภาษาปลายทาง ในขณะที่ GT เลือกใช้คำว่า “space” 2 ครั้ง และเปลี่ยนเป็นคำว่า “area” หนึ่งจุด และใช้คำว่า “ห้องพัก” เช่นเดียวกับต้นฉบับ

ตัวอย่าง การเข้าพักที่ไม่เหมือนกันระหว่าง HT และ GT

ST: ห้องพักที่มีการผสมผสานระหว่างการออกแบบทันสมัย กับเทคโนโลยีที่ไร้ขีดจำกัดได้อย่างลงตัว ห้องสวีทนี้มีพื้นที่กว้างขวางมีมุมสำหรับนั่งทำงานซึ่งทำให้คุณไม่พลาดกับการทำธุรกิจที่สำคัญ แยกส่วนระหว่างพื้นที่รับประทานอาหาร และส่วนห้องนั่งเล่นไว้อย่างชัดเจน มีพื้นที่กว้างเป็นพิเศษเพื่อการพักผ่อน และผ่อนคลาย เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการเข้าพักระยะยาว หลังจากวันที่เหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน หรือการท่องเที่ยว คุณสามารถใช้ประโยชน์จากการบริการครบวงจรในห้องพักได้อย่างเต็มที่ และเพลิดเพลินกับการตกแต่ง ห้องพักที่ทันสมัย และการใช้โทนสีเทาเรียบหรู ห้องเอ็กเซคคิวทีฟ สวีทแห่งนี้มีลักษณะเด่นที่วิวของขอบฟ้าเมืองกรุงเทพที่น่าตื่นตาตื่นใจ

HT: Combining intelligent design and seamless technology, these spacious suites include a dedicated workspace to help you stay one step ahead. Offering a separate dining area and living space, there's plenty of extra room to relax and unwind in – perfect for extended stays. After a long day of work or play, benefit from our comprehensive in-room amenities and enjoy sleek, modern decor and a sophisticated grey palette. Executive Suites feature fantastic views of Bangkok city skyline.

GT: Rooms with a mix of modern design With unlimited technology perfectly This suite has ample space with a working corner which makes you do not miss important business activities. Separated between the dining area And the living room clearly With extra wide space for relaxation and relaxation, ideal for long-term stays After a day of exhaustion from work Or tourism You can take full advantage of the integrated service in your room. And enjoy the

modern room decoration And the use of elegant gray tones Executive Room This suite features an amazing view of the Bangkok skyline.

สรุป

การแปลระดับคำ

HT และ GT แปลคำทั่วไปได้ใกล้เคียงกัน แต่แปลคำทางวัฒนธรรมค่อนข้างต่างกัน เนื่องจาก GT อาจยังมีข้อมูลที่ไม่มากพอเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย และยังไม่สามารถตัดสินใจเลือกคำที่มีหลายหน้าที่หรือหลายความหมายได้ ทำให้แปลผิดความหมายหรือแปลแบบขาดความ ซึ่ง GT มักแปลชื่อเฉพาะ ชื่ออาหาร และภาษาถิ่นด้วยการทับศัพท์ ในขณะที่ HT มักแปลโดยการถอดความ และการเพิ่มความ นอกจากนี้ HT ยังมีวิธีการแปลคำว่า “มี” ที่หลากหลายกว่า GT และมีการหลกคำและใช้คำที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบหรือคำสร้างจินตภาพมากกว่า GT รวมถึงมีระดับการใช้ภาษาที่เป็นทางการมากกว่า GT โดยปัญหาในระดับคำที่พบใน HT ได้แก่ การสะกดคำผิด และข้อมูลไม่ตรงกับภาษาต้นฉบับ ส่วนปัญหาระดับคำใน GT ได้แก่ การแปลผิดความหมาย และการใช้คำที่กว้างเกินไป

การแปลในระดับประโยค

(1) HT และ GT แปลคุณูปประโยคที่มีคำว่า “ที่ ซึ่ง อัน” กำกับออกมาได้ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ มีการใช้โครงสร้างประโยคในภาษาปลายทางได้ใกล้เคียงกันมากกว่าอนุประโยคที่ละคำว่า “ที่ ซึ่ง อัน” และ GT มักมีปัญหากับแปลอนุประโยคประเภทนี้ เนื่องจาก GT แบ่งประโยคใหม่เมื่อภาษาต้นฉบับมีการเว้นวรรค ทำให้ประโยคของ GT หลายส่วนเป็นประโยคที่ผิดหลักไวยากรณ์

(2) HT มีความหลากหลายในการแปลประโยคคำสั่งมากกว่า GT เนื่องจาก GT ใช้โครงสร้างประโยคคำสั่งในภาษาปลายทางเพียง 2 แบบ ได้แก่ แปลเป็นโครงสร้างประโยคคำสั่งเหมือนเดิม และแปลโดยเปลี่ยนโครงสร้างเป็นวลี ในขณะที่ HT มีการใช้โครงสร้างในภาษาปลายทางที่หลากหลายกว่า เช่น การเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและเปลี่ยนรูปคำกริยา การเปลี่ยนเป็นวลีและตัดคำกริยาเดิมออก การเปลี่ยนเป็นประโยคบอกเล่าและตัดคำกริยาเดิมออก เป็นต้น

การแปลในระดับข้อความ

(1) HT และ GT มีการแบ่งและรวมประโยคที่ไม่เหมือนกัน โดยที่ HT แบ่งประโยคโดยอิงจากใจความเนื้อหาต้นฉบับเป็นหลัก และสามารถรวมประโยคสองใจความให้เป็นประโยคความซ้อน หรือเรียบเรียงประโยคใหม่ขึ้นมาได้ แต่ GT จะเริ่มประโยคใหม่เมื่อต้นฉบับมีการเว้นวรรค ทำให้มีการแบ่งและรวมประโยคที่ผิดหลักไวยากรณ์ ซึ่งส่งผลให้รูปประโยคในภาษาปลายทางขาดประธาน มีการจบประโยคที่วลีและส่วนขยาย และมีการแยกประโยคที่มีคำสันธานออกจากกัน

(2) จากการวิเคราะห์หอนูว์จน์ พบว่า HT มีการถ่ายทอดหอนูว์จน์ทั้งเหมือนและต่างกับต้นฉบับ ซึ่งมีทั้งการเพิ่ม การลดหอนูว์จน์ และสลับลำดับหอนูว์จน์ในภาษาปลายทาง แต่ GT จะเรียงหอนูว์จน์เหมือนกับต้นฉบับทุกอย่าง อย่างไรก็ตาม HT มีการรวมหอนูว์จน์สอดคล้องกับภาษาต้นฉบับมากกว่า GT เพราะบางครั้ง GT ไม่สามารถรวมหอนูว์จน์ได้สมบูรณ์เหมือน HT ซึ่งเป็นผลมาจากการแบ่งประโยคตามการเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับ GT

(3) จากการศึกษาเครื่องมือเชื่อมโยงความจากข้อมูลของเว็บไซต์โรงแรมทั้งจากภาษาต้นฉบับและภาษาจากคลังข้อมูล L1 พบว่า การอ้างถึง การใช้คำสันธาน และการซ้ำความเป็นเครื่องมือที่มักพบบ่อยมากกว่าการแทนที่และการละ และภาษาปลายทางมีการใช้เครื่องมือเชื่อมโยงความส่วนใหญ่สอดคล้องกับภาษาต้นฉบับ โดยเฉพาะ GT ที่แปลแบบตรงตัวและถ่ายทอดเครื่องมือเชื่อมโยงความแบบตรงตัวเหมือนกับภาษาต้นฉบับทุกประการ ในขณะที่ HT มีการละ การเพิ่ม และการปรับเปลี่ยนเครื่องมือเชื่อมโยงความที่ไม่เป็นไปตามภาษาต้นฉบับเช่นเดียวกับการถ่ายทอดหอนูว์จน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า HT มีการใช้เครื่องมือเชื่อมโยงความได้หลากหลายกว่า GT

4.3 การวิเคราะห์การใช้คำอย่างเป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง

งานวิจัยส่วนนี้เลือกศึกษาความใกล้เคียงของการใช้คำบ่งชี้บุคคล (Personal Deixis) และคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ในเว็บไซต์โรงแรม เพื่อเปรียบเทียบการใช้คำอย่างเป็นธรรมชาติในภาษาฉบับแปลของมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา โดยเทียบกับคลังข้อมูลภาษาอังกฤษที่เขียนโดยเจ้าของภาษา (L1)

4.3.1 การศึกษาคำบ่งชี้บุคคล (Personal Deixis)

จากผลงานวิจัยก่อนหน้าของ Leelertphan (2017) ซึ่งระบุว่าคำบ่งชี้บุคคล “you” “your” “we” “our” เป็นคำที่พบบ่อยบนเว็บไซต์โรงแรมทั้งในเว็บไซต์ภาษาอังกฤษของโรงแรมไทยและเว็บไซต์โรงแรมของนิวซีแลนด์ เนื่องจากทางโรงแรมจงใจใช้ดังกล่าวเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้อ่านและดึงดูดความสนใจผู้อ่านให้กลายมาเป็นลูกค้าในอนาคต งานวิจัยในส่วนนี้จึงเลือกศึกษาคำบ่งชี้ทั้ง 4 คำเพื่อเปรียบเทียบธรรมชาติของการใช้คำที่แสดงการเน้นย้ำถึงผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื่องจากการใช้คำในภาษาปลายทางที่มีทิศทางเดียวกับภาษาที่เจ้าของภาษาใช้มีส่วนทำให้ภาษาปลายทางมีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น โดยการศึกษาอ้างอิงจากใช้ผลการวิจัยของ Leelertphan (2017) และข้อมูลจากคลังข้อมูลเฉพาะทางเว็บไซต์โรงแรมที่เขียนโดยเจ้าของภาษา (L1) ได้ผลสรุป ดังนี้

1) จากการรวบรวมข้อมูลความถี่การใช้คำบ่งชี้บุคคลของ Leelertphan (2017) ที่ศึกษาข้อมูลในแต่ละอัตถภาคของเว็บไซต์โรงแรม พบว่า เว็บไซต์โรงแรมนิวซีแลนด์มี

การใช้คำบ่งชี้บุคคลที่เน้นไปทางผู้ส่งสาร (we, our) มากกว่าผู้รับสาร (you, your) เพียงเล็กน้อย แต่การใช้คำบ่งชี้บุคคลในเว็บไซต์ภาษาอังกฤษของโรงแรมไทยเน้นไปทางผู้รับสารอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสอดคล้องกับอัตราการใช้คำบ่งชี้บุคคลที่เน้นด้านผู้รับสารมากกว่าผู้ส่งสารของคลังข้อมูล L1 ที่มีอัตราการใช้คำบ่งชี้บุคคลที่เน้นด้านผู้รับสารอยู่ที่ร้อยละ 1.75 และอัตราการใช้คำบ่งชี้บุคคลด้านผู้ส่งสารอยู่ที่ร้อยละ 1.56

2) ภาษาปลายทางจากทั้ง HT และ GT มีอัตราการใช้คำบ่งชี้บุคคลดังกล่าวที่เน้นด้านผู้รับสารมากกว่าผู้ส่งสาร โดยอัตราการใช้คำบ่งชี้บุคคลที่เน้นด้านผู้รับสารของ HT อยู่ที่ร้อยละ 1.46 และอัตราการใช้คำบ่งชี้บุคคลที่เน้นด้านผู้ส่งสารอยู่ที่ร้อยละ 1 ในขณะที่อัตราการใช้คำบ่งชี้บุคคลที่เน้นด้านผู้รับสารของ GT อยู่ที่ร้อยละ 1.36 และอัตราการใช้คำบ่งชี้บุคคลที่เน้นด้านผู้ส่งสารอยู่ที่ร้อยละ 0.58 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการใช้คำบ่งชี้บุคคลของ L1 และข้อมูลเว็บไซต์ภาษาอังกฤษของโรงแรมไทยในงานวิจัยก่อนหน้านี้

ตารางที่ 105 ตารางแสดงคำบ่งชี้บุคคลบนเว็บไซต์โรงแรมจากคลังข้อมูล HT คลังข้อมูล GT และคลังข้อมูล L1

	คำบ่งชี้ที่เน้นผู้รับสาร		รวม	คำบ่งชี้ที่เน้นผู้ส่งสาร		รวม
	you	your		we	our	
L1	0.28	0.82	1.75	0.43	1.13	1.56
HT	0.63	0.83	1.46	0.19	0.81	1
GT	0.8	0.56	1.36	0.2	0.38	0.58

3) หากพิจารณาความถี่ของการใช้คำแยกแต่ละคำ จะพบว่า การใช้คำบ่งชี้บุคคลของ L1 และ HT มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ มีการใช้คำว่า “our” และ “your” สูงสุดเป็นสองอันดับแรก โดยข้อมูลจาก L1 ใช้คำว่า “our” มากที่สุด รองลงมาคือ “your” แต่ HT ใช้คำว่า “your” มากที่สุดและคำว่า “our” รองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ ที่ Leelertphan ได้สรุปว่าทั้งเว็บไซต์โรงแรมของนิวซีแลนด์และเว็บไซต์ภาษาอังกฤษของโรงแรมไทยต่างใช้คำว่า “our” และ “your” มากที่สุด

ตารางที่ 106 ตารางแสดงการเรียงลำดับความถี่ในการใช้คำบ่งชี้บุคคลจากมากไปน้อย

งานวิจัยของ Leelertphan	our > your > you > we
L1	our > your > we > you
HT	your > our > you > we
GT	you > your > our > we

4) อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการใช้คำบ่งชี้ที่ได้กล่าวมาข้างต้นสามารถแสดงความเป็นธรรมชาติในภาษาปลายทางได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากภาษาฉบับแปลมีภาษาต้นฉบับเป็นตัวกำหนดการใช้คำอยู่ โดยเฉพาะภาษาแปลของ GT ที่ยังแปลตรงตัวตามต้นฉบับ ทำให้มีการใช้คำบ่งชี้ที่แตกต่างจากคลังข้อมูลชนิดอื่น ๆ กล่าวคือ ใช้คำว่า “you” มากที่สุด และใช้คำว่า “our” และ “your” รองลงมา ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่าภาษาต้นฉบับมีการใช้สรรพนาม “คุณ” มากกว่าคำอื่น

5) ในทางกลับกัน HT ใช้คำว่า “you” มากเป็นอันดับที่สาม แสดงให้เห็นว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงระหว่างกระบวนการแปลที่นอกเหนือจากการแปลตรงตัว อาทิ การละไม่แปลคำว่า “you” หรือการแปลเพิ่มคำว่า our เข้าไปในภาษาปลายทาง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 107 ตารางแสดงตัวอย่างการเพิ่มคำว่า our แทนชื่อโรงแรมของ HT

SL	HT	GT
กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล ของรายาวดีเป็นโอกาสให้ท่านเก็บ เกี่ยวทั้งความสุขจากการผจญภัย และกลิ่นไอความรักหวานชื่น	..., <u>our</u> sea excursions promise exhilarating adventure and romance.	Marine Tourism Activities <u>Rayawadee</u> is an opportunity for you to reap the happiness of adventure. And sweet cough sweet love.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า HT ไม่ได้คงชื่อโรงแรมไว้ในภาษาปลายทางและใช้คำบ่งชี้ “our” แทน ในขณะที่ GT แปลเป็นชื่อโรงแรมเช่นเดียวกับต้นฉบับว่า “Rayawadee”

ตารางที่ 108 ตารางแสดงตัวอย่างการใช้คำว่า your แทนคำว่า you ของ HT

SL	HT	GT
...และสิทธิประโยชน์ของกษรา เอ็ก เซคิวทีฟ เลานจ์ทั้งหมด และ เพลิดเพลินไปกับส่วนลดที่คุณจะ ได้รับเมื่อพักนานขึ้น	..., plus all the benefits of Kasara Executive Lounge, and enjoy savings on <u>your</u> extended stay.	...And the benefits of Kasara Executive All lounges And enjoy the discounts <u>you</u> will receive when staying longer

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า HT มีการแปลแบบถอดความ โดยเปลี่ยนอนุประโยค “เมื่อพักนานขึ้น” ให้เป็นนามวลี “extended stay” จึงทำให้มีการเปลี่ยนคำบ่งชี้จากสรรพนามบุรุษที่สอง “you” เป็นสรรพนามแสดงความเป็นเจ้าของ “your” จึงเป็นการลดคำว่า you ในภาษาปลายทางอีกวิธีหนึ่ง ในขณะที่ GT แปลแบบตรงตัวโดยแปลคำว่าคุณ เป็น “you”

ตารางที่ 109 ตารางแสดงตัวอย่างการละคำว่า you ด้วยการเปลี่ยนรูปประโยคของ HT

SL	HT	GT
เพลิดเพลินกับแซนวิชพร้อมทานคู่ กับอาหารเอเชียและอาหาร ตะวันตก คุณสามารถเลือก ของขวัญที่เหมาะสมสำหรับคนรักเพื่อ นำกลับไปมอบให้ที่บ้าน ได้จากมุมของขวัญ	Enjoy deli-style sandwiches along with Asian and Western cuisine. Bring home the perfect gift for loved ones from the gift corner.	Enjoy the sandwiches, along with Asian and Western dishes. <u>You</u> can choose a gift that is suitable for lovers to bring back to the house from the gift corner.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาษาต้นฉบับมีการใช้คำบ่งชี้ “คุณ” เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน แต่ HT ได้เปลี่ยนรูปประโยคจากประโยคบอกเล่าในภาษาต้นฉบับมาเป็นประโยคคำสั่งในภาษาปลายทาง ทำให้มีการตัดประธานออกและขึ้นต้นด้วยคำกริยา ในขณะที่ GT ถ่ายทอดภาษาปลายทางมาเป็นประโยคบอกเล่าเหมือนเดิม ทำให้ยังมีคำว่า “you” เป็นประธานในประโยคภาษาปลายทาง

ตารางที่ 110 ตารางแสดงตัวอย่างการละคำว่า you โดยใช้คำว่า guest ของ HT

SL	HT	GT
...ท่านสามารถเลือกรับประทาน อาหารภายในบรรยากาศดี ๆ ของ ตัวห้องอาหาร หรือสำรองห้องจัด เลี้ยงส่วนตัวสุดหรูที่เหมาะสม สำหรับโอกาสพิเศษของท่าน	... <u>Guests</u> may opt to dine in the atmospheric restaurant or utilize one of the elegantly appointed private rooms, perfect for that special occasion.	... <u>You</u> can choose to eat in the atmosphere of the restaurant. Or reserve a luxurious private banquet room suitable for your special occasion.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาษาต้นฉบับมีการใช้คำบ่งชี้ “ท่าน” และ GT ได้แปลโดยใช้คำบ่งชี้บุคคล “you” เช่นเดียวกัน แต่ใน HT กลับไม่ได้ใช้คำบ่งชี้บุคคล แต่ใช้คำนาม “Guests” ขึ้นต้นเป็นประธานของประโยคแทน

4.3.2 การศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์

ผู้วิจัยเลือกศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ทั้งหมด 3 คำ ได้แก่ “perfect” “unique” และ “luxurious” โดยเปรียบเทียบทั้งกลุ่มประเภทความหมายของคำปรากฏร่วมแบบไม่จำกัดความถี่ และพิจารณาคำปรากฏร่วมที่มีความถี่อันดับต้น รวมถึงศึกษาคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติในภาษาปลายทางในบริบทเว็บไซต์โรงแรม

4.3.2.1 การเปรียบเทียบกลุ่มประเภทความหมายของคำปรากฏร่วมโดยรวมแบบไม่จำกัดความถี่

(1) คำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect”

เมื่อพิจารณาคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ที่พบทั้งหมดจากคลังข้อมูลทั้งสามแหล่ง พบว่า ข้อมูลจากคลังข้อมูล L1 มีคำปรากฏร่วมประเภทสถานที่ที่มีความหมายกว้างมากที่สุด (ร้อยละ 30.07) เช่น “location” “place” “spot” “venue” เป็นต้น เช่นเดียวกับคำปรากฏร่วมที่เป็นคำบุพบทและคำเชื่อม โดยเฉพาะคำว่า “for” และเมื่อพิจารณาข้อมูลจากคลังข้อมูลของ HT และ GT พบว่า ภาษาปลายทางของทั้งสองฉบับมีคำปรากฏร่วมประเภทคำบุพบทและคำเชื่อมมากที่สุดเหมือนกัน (HT ร้อยละ 41.33 GT ร้อยละ 31.82) แต่ HT มีคำปรากฏร่วมประเภทสถานที่ที่มีความหมายกว้างเป็นอันดับสอง (ร้อยละ 22.67) ในขณะที่ GT มีคำปรากฏร่วมหมวดนี้มากเป็นอันดับที่สามและน้อยกว่า HT สองเท่า (ร้อยละ 11.36) โดยที่มีคำปรากฏร่วมหมวดนามธรรมมากเป็นอันดับที่สอง (ร้อยละ 20.45) และเมื่อเปรียบเทียบแต่ละหมวด จะพบว่า GT มีอัตราการใช้คำใกล้เคียง L1 มากกว่า HT 4 หมวด ได้แก่ หมวดคำบุพบทคำ/คำเชื่อม หมวดช่วงเวลา/อีเว้นท์ หมวดสิ่งของ และหมวดกิจกรรม ในขณะที่ HT มีอัตราคำปรากฏร่วมใกล้เคียงกับ L1 มากกว่า GT 4 หมวด ได้แก่ หมวดสถานที่ที่มีความหมายกว้าง หมวดนามธรรม หมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบ และหมวดอื่น ๆ โดยจะเห็นว่าคำปรากฏร่วมหมวดกิจกรรมมีเพียงในคลังข้อมูล HT เท่านั้น

ตารางที่ 111 ตารางเปรียบเทียบหมวดคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect”

หมวด / คลังข้อมูล	สถานที่ที่มี ความหมาย กว้าง	บุพบท คำเชื่อม	นามธรรม	ช่วงเวลา/ อีเว้นท์	สถานที่ที่มี ความหมาย แคบ	กิจกรรม	อื่นๆ	สิ่งของ
คลังข้อมูล L1	30.07	30.07	13.98	12.59	4.9	-	4.72	1.4
คลังข้อมูล HT	22.67	41.33	14.67	5.33	5.33	1.33	1.33	8
คลังข้อมูล GT	11.36	31.82	20.45	13.64	6.82	-	11.36	4.55

แม้คำปรากฏร่วมหมวดคำเชื่อม/คำบุพบทของภาษาแปลจากทั้งสองคลังข้อมูลจะมีมากที่สุดและสอดคล้องกับคลังข้อมูล L1 แต่อัตราการปรากฏของคำประเภทสถานที่ที่มีความหมายกว้างของ GT ที่น้อยกว่าคลังข้อมูล L1 เกือบ 3 เท่าและอัตราการของคำปรากฏร่วมประเภทสิ่งของในคลังข้อมูล HT และ GT ที่มากกว่าคลังข้อมูล L1 ประมาณ 5 และ 3 เท่า ตามลำดับแสดงให้เห็นว่า คลังข้อมูลภาษาปลายทางยังมีการใช้คำหลากหลายหมวดกว่า และไม่ได้มีทิศทางไปในทางเดียวกันกับคลังข้อมูล L1 อย่างชัดเจนมากนัก

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาความหลากหลายของคำแต่ละหมวด จะเห็นว่าคลังข้อมูล L1 ใช้ทั้งคำปรากฏร่วมที่หลากหลายมากกว่าและน้อยกว่าคลังข้อมูลภาษาแปล อาทิ คำปรากฏร่วมหมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบ HT มีคำปรากฏร่วมหลากหลายเกือบเท่า L1 แต่ GT ปรากฏเพียงคำว่า “place” และ “space” ในขณะที่หมวดคำบุพบท/คำเชื่อมในคลังข้อมูล L1 มีเพียงคำว่า “for” และ “as” แต่ในคลังข้อมูล HT มีคำว่า “and” เพิ่มเข้ามา และในคลังข้อมูล GT ไม่มีคำว่า “as” และเพิ่มคำว่า “and” “in” “with” ซึ่งแสดงให้เห็นว่า HT มีความเป็นธรรมชาติใกล้เคียงกว่า GT ในด้านความหลากหลายของคำ เนื่องจากความหลากหลายในการใช้คำที่ใกล้เคียงกันระหว่างภาษาฉบับแปลและภาษาที่เขียนโดยเจ้าของภาษาแสดงถึงความเป็นธรรมชาติที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 112 ตารางเปรียบเทียบคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect”

หมวด / คลังข้อมูล	คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล L1	คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล HT	คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล GT
สถานที่ที่มี ความหมาย กว้าง	place, location, venue, way, setting, base, space, spot, etc.	place, spot, location, setting, base, space, venue, way	place, space

คำบุพบท/ คำเชื่อม	for, as	for, as, and	for, and, in, with
นามธรรม	choice, option celebration, culinary, blend, package, sleep, vantage, luxury, etc.	choice, blend, chance, option, stay, package, experience	choice, combination, privacy,
ช่วงเวลา/งาน อีเวนท์	afternoon, day, night, break, trip, wedding	wedding, sunset	wedding, gala, time
สถานที่ที่มี ความหมาย แคบ	room, gallery, Auckland, headquarter	Bangkok, room, beach	beach, room, mangrove
อื่นๆ	white, relax, my	ping	tropical, serviced, unlike, level, answer
สิ่งของ	pillow, gift	backdrop, facility, gift, menu, wine	backdrop, menu

(2) คำปรากฏร่วมของคำว่า “unique”

จากการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” พบว่า L1 มีคำปรากฏร่วมประเภทนามธรรมมากที่สุด (ร้อยละ 29.58) รองลงมาคือ หมวดอื่น ๆ (ร้อยละ 25.35) และหมวดสถานที่ที่มีความหมายกว้าง (ร้อยละ 15.49) และพบหมวดบุคคลและสถานที่ที่มีความแคบน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.41) เช่นเดียวกับคลังข้อมูลภาษา HT ที่มีคำปรากฏร่วมหมวดนามธรรมมากที่สุด (ร้อยละ 53.125) หมวดอื่น ๆ (ร้อยละ 25) หมวดสถานที่ที่มีความหมายกว้าง (ร้อยละ 6.25) และหมวดสิ่งของ (ร้อยละ 6.25) แต่คำปรากฏร่วมในคลังข้อมูล GT ไม่สอดคล้องกับคลังข้อมูลอีกสองชนิด เนื่องจากพบคำปรากฏร่วมหมวดอื่น ๆ มากกว่า (ร้อยละ 37.21) หมวดนามธรรม (ร้อยละ 34.88) และหมวดคำบุพบท/คำเชื่อมรองลงมา (ร้อยละ 13.95)

คลังข้อมูลภาษา L1 ยังมีคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ที่หลากหลายกว่าคลังข้อมูลภาษาฉบับแปลทั้งสองฉบับ เห็นได้จากหมวดคำปรากฏร่วมที่พบในคลังข้อมูลนี้ทั้ง 9 หมวด ในขณะที่คลังข้อมูลภาษาฉบับแปลมีเพียงประเภทคำปรากฏร่วมเพียง 7 หมวดเท่านั้น กล่าวคือ ไม่พบคำปรากฏร่วมหมวดคำบุพบท/คำเชื่อมและหมวดกิจกรรมในคลังข้อมูลภาษา HT และไม่พบคำปรากฏร่วมหมวดกิจกรรมและหมวดบุคคลในคลังข้อมูลภาษา GT ดังตารางที่ 113 นอกจากนี้ คลังข้อมูลภาษาฉบับแปลส่วนใหญ่ยังมีอัตราการใช้คำปรากฏร่วมในหมวดต่าง ๆ ต่ำกว่าคลังข้อมูลภาษา L1 ยกเว้นหมวดนามธรรมของ HT ที่มีตัวเลขสูงกว่าคลังข้อมูล L1 เกือบสองเท่า

รวมถึงหมวดบุคคล และหมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบที่ เช่นเดียวกับหมวดนามธรรม หมวดอื่น ๆ หมวดคำบุพบท/คำเชื่อม และหมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบของ GT ซึ่งมีตัวเลขสูงกว่าคลังข้อมูล L1 อย่างไรก็ตาม คลังข้อมูลภาษา HT ส่วนใหญ่ยังมีอัตราการใช้คำปรากฏร่วมโดยรวมใกล้เคียงกับคลังข้อมูล L1 มากกว่าคลังข้อมูล GT เห็นได้จากหมวดคำปรากฏร่วมที่พบมากที่สุด 3 หมวดแรกๆ เหมือนกันระหว่างคลังข้อมูล L1 และคลังข้อมูล HT

ตารางที่ 113 ตารางเปรียบเทียบหมวดคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique”

หมวด / คลังข้อมูล	นามธรรม	อื่น ๆ	สถานที่ที่มี ความหมาย กว้าง	สิ่งของ	บุพบท/ คำเชื่อม	ช่วงเวลา /อิเอนท์	กิจกรรม	บุคคล	สถานที่ที่มี ความหมาย แคบ
คลังข้อมูล L1	29.58	25.35	15.49	9.85	8.45	5.63	2.82	1.41	1.41
คลังข้อมูล HT	53.125	25	6.25	6.25	-	3.125	-	3.125	3.125
คลังข้อมูล GT	34.88	37.21	4.65	4.65	13.95	2.33	-	-	2.33

หากพิจารณาความหลากหลายของคำปรากฏร่วมในแต่ละหมวด จะพบว่าคลังข้อมูลภาษา HT และ GT มีคำปรากฏร่วมที่ใกล้เคียงกันในบางหมวด แต่ไม่ใกล้เคียงกับคลังข้อมูล L1 มากนัก ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากอิทธิพลของภาษาต้นฉบับ อาทิ หมวดนามธรรม ที่ HT และ GT มีคำปรากฏร่วมเหมือนกัน 2 คำ ได้แก่ “design” และ “culture” แต่ในคลังข้อมูล L1 ไม่ปรากฏคำปรากฏร่วมเหล่านี้ หรือหมวดสิ่งของที่ HT มีคำว่า “dish” และ GT มีคำว่า “menu” แต่คลังข้อมูล L1 ไม่มีคำที่มีความหมายเกี่ยวกับอาหารในหมวดนี้ โดยจากการศึกษา พบว่า มีเพียงคำว่า “event” และ “style” เท่านั้นที่พบเหมือนกันในทั้งสามคลังข้อมูล

อย่างไรก็ดี นอกจากอัตราการใช้คำปรากฏร่วมในแต่ละหมวดที่แสดงว่า HT มีแนวโน้มการใช้คำที่ใกล้เคียงกับคลังข้อมูล L1 มากกว่า GT แล้ว การใช้คำที่เหมือนกันในแต่ละหมวดของคลังข้อมูล L1 และคลังข้อมูล HT ก็เป็นข้อยืนยันได้อีกหนึ่งประเด็น เนื่องจากทั้งสองคลังข้อมูลมีการใช้คำปรากฏร่วมเหมือนกันในบริบทนี้ ได้แก่ คำว่า “experience” “option” “dining” ในขณะที่ GT ไม่ปรากฏคำดังกล่าว และมีคำที่เหมือนกับคลังข้อมูล L1 แต่ไม่มีใน HT แค่ว่า “and” เพียงคำเดียว

ตารางที่ 114 ตารางตัวอย่างคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique”

หมวด / คลังข้อมูล	คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล L1	คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล HT	คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล GT
นามธรรม	experience, concept, beauty, ambience, style, celebration, departure, dining, neighborhood, touch, option, etc.	style, design, culture, discount, dining, experience, flavor, option, programs, selection, brand	design, identity, combination, comfort, culture, art, decoration, hospitality, luxury, dining, style, taste, wisdom
อื่นๆ	open, outdoor, twist, stylish, historic, etc.	old, natural, private, martial, artistic, etc.	the, riverside, muay, lanna, circular, designed, formula
สถานที่ที่มี ความหมาย กว้าง	space, venue, precinct, city	landscape, place	location, way
สิ่งของ	glass, cocktail, collection	dishes	menu, truffle
คำบุพบท/ คำเชื่อม	and, to	-	and, from
ช่วงเวลา/ งานอีเวนต์	event, moment	event	event
กิจกรรม	swimming, spa	-	-
คน	guest	butler	-
สถานที่ที่มี ความหมาย แคบ	<i>Melbourne</i>	<i>Bangkok</i>	<i>villa</i>

(3) คำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious”

จากการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” พบว่า คลังข้อมูล ภาษา L1 มีคำปรากฏร่วมในหมวดสิ่งของมากเป็นอันดับที่หนึ่ง (ร้อยละ 33.33) รองลงมาคือ หมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบ และหมวดช่วงเวลา/งานอีเว้นท์ (ร้อยละ 18.75) และหมวดอื่น ๆ (ร้อยละ 16.67) ซึ่งคลังข้อมูลภาษาแปลทั้งสองฉบับไม่ได้มีคำปรากฏร่วมหมวดสิ่งของมากเป็นอันดับแรกเช่นเดียวกับคลังข้อมูล L1 โดยที่คลังข้อมูล GT มีคำปรากฏร่วมหมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบมากเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 36.36) รองลงมาคือ หมวดอื่น ๆ (ร้อยละ 30.30) และมีคำหมวดสิ่งของมากเป็นอันดับสุดท้าย (ร้อยละ 6.06) ในขณะที่ HT มีคำหมวดอื่น ๆ มากเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 37.04) หมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบเป็นอันดับที่สอง (ร้อยละ 18.52) และหมวดสิ่งของกับหมวดคำบุพบท/คำเชื่อมรองลงมา (ร้อยละ 11.11) ดังตารางที่ 115

แม้อัตราการใช้คำปรากฏร่วมหมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบของคลังข้อมูล HT และ L1 จะใกล้เคียงกันมาก แต่ก็ไม่สามารถสรุปได้ว่าการใช้คำที่เป็นธรรมชาติได้ใกล้เคียงกับเจ้าของภาษา เนื่องจากยังมีความแตกต่างในหมวดอื่นมากเช่นกัน กล่าวคือ อัตราการใช้คำในหมวดสิ่งของของ HT น้อยกว่า L1 ถึง 3 เท่า และมีอัตราการใช้คำหมวดอื่น ๆ หมวดคำเชื่อม/คำบุพบท และหมวดสถานที่ที่มีความหมายกว้าง มากกว่า L1 ประมาณ 2 เท่า 5 เท่าและ 3 เท่าตามลำดับ ในขณะที่ GT มีอัตราการใช้คำหมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบและหมวดอื่น ๆ มากกว่า L1 ประมาณ 2 เท่า หมวดคำเชื่อม/คำบุพบทมากกว่า L1 ประมาณ 3 เท่า และหมวดสถานที่ที่มีความหมายกว้างมากกว่า L1 กว่า 4 เท่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคลังข้อมูล HT และ GT มีการใช้คำปรากฏร่วมที่แตกต่างกับ L1 อย่างชัดเจน

ตารางที่ 115 ตารางเปรียบเทียบหมวดคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious”

หมวด / คลังข้อมูล	สิ่งของ	สถานที่ที่มีความหมายแคบ	ช่วงเวลาอีเว้นท์	อื่น ๆ	นามธรรม	กิจกรรม	บุพบท/คำเชื่อม	คน	สถานที่ที่มีความหมายกว้าง
คลังข้อมูล L1	33.33	18.75	18.75	16.67	4.17	4.17	2.08	-	2.08
คลังข้อมูล HT	11.11	18.52	-	37.04	7.41	3.7	11.11	3.7	7.41
คลังข้อมูล GT	6.06	36.36	6.06	30.30	6.06	-	6.06	-	9.09

จะเห็นได้ว่าทั้ง HT และ GT มีคำปรากฏร่วมกันไปที่หมวดสถานที่ที่มีความหมายแคบมากกว่าคลังข้อมูล L1 เช่น “room” “villa” เป็นต้น โดยที่ GT มีคำหมวดนี้หลากหลายกว่า HT และใกล้เคียงกับ L1 มากกว่า HT เนื่องจากมีคำที่เหมือนกับ L1 แต่ไม่ปรากฏใน HT ได้แก่ “suite” “bathroom” และ “lounge (s)” นอกจากนี้ คำปรากฏร่วมในคลังข้อมูล HT และ GT ที่เน้นหมวดอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคำคุณศัพท์ ยังชี้ให้เห็นว่าส่วนใหญ่ในภาษาฉบับแปล (ที่อาจได้รับอิทธิพลจากการภาษาต้นฉบับ) มักใช้ “luxurious” ร่วมกับคุณศัพท์คำอื่นเพื่อดึงดูดใจผู้อ่าน ซึ่งต่างจากภาษาของ L1 ที่ใช้ luxurious คำเดียวขยายคำนามหมวดสิ่งของ อย่างไรก็ตาม คลังข้อมูลทั้งสามชนิดยังมีคำปรากฏร่วมที่ปรากฏเหมือนกันในบางหมวด อาทิ คำว่า “accommodation” ในหมวดสถานที่ที่มีความหมายกว้าง คำว่า “and” ในหมวดคำเชื่อม และคำว่า “5-star” ในหมวดอื่น ๆ

ตารางที่ 116 ตารางตัวอย่างคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious”

หมวด / คลังข้อมูล	คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล L1	คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล HT	คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล GT
สิ่งของ	king, bed, queen, linen, amenities	amenities, speedboats	chandeliers, facilities
สถานที่ที่มี ความหมาย แคบ	suites, room, hotel, bathroom, lounges	villas, room, Phuket	room, villa, bathroom, beachfront, lounge, reception, resort, suite
ช่วงเวลา/ งานอีเวนต์	break, wedding, affair, June, conference	--	dinner, party
อื่นๆ	modern, full, getaway, 5 star, surrounds, etc.	thai, 5-star, royal, private, etc	private, relax, thai, elegant, 5 star, etc.
นามธรรม	indulgence, stay	comfort, feature	life, atmosphere
กิจกรรม	shopping, spa	spa	-
คน	-	guest	-
บุพบท/ คำเชื่อม	and	and, of	and, as
สถานที่ที่มี ความหมาย กว้าง	accommodations	accommodation	accommodation, city, space

4.3.2.2 การเปรียบเทียบคำปรากฏร่วมที่มีความถี่อยู่ในอันดับต้น

(1) คำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “perfect”

ตารางที่ 117 ตารางคำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “perfect”

คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล L1	ความถี่	คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล HT	ความถี่	คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล GT	ความถี่
for	28.67	for	38.67	for	22.73
place	10.14	place	8	choice	9.09
location	6.08	choice	4	place	4.55
choice	4.73	spot	4	wedding	4.55
night	4.05	wedding	4	combination	4.55
base	2.70	backdrop	2.67		
venue	2.70	Bangkok	2.67		
way	2.70	location	2.67		
day	2.03	setting	2.67		
gift	2.03	work	2.67		
setting	2.03				
wedding	2.03				
as	1.35				
option	1.35				
room	1.35				
start	1.35				

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่าความถี่ของคำปรากฏร่วมในอันดับต้น ๆ ของทั้งสามคลังข้อมูลใกล้เคียงกัน กล่าวคือ คำปรากฏร่วมอันดับหนึ่งของทั้งสามคลังข้อมูล ได้แก่ คำบุพบท “for” อันดับสองของคลังข้อมูล L1 และ HT ได้แก่ คำว่า “place” แต่อยู่อันดับสามของ GT ส่วนคำว่า “choice” ซึ่งอยู่ในอันดับสามของ HT และอันดับ 2 ของ GT อยู่ในอันดับสี่ของคลังข้อมูล L1 และคำว่า “wedding” ที่ปรากฏอยู่ในอันดับที่ 12 ของคลังข้อมูล L1 ปรากฏอยู่ในอันดับที่ 4 และ 5 ของ GT และ HT ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคลังข้อมูลของ HT และ GT มีการใช้คำปรากฏร่วมอันดับต้นโดยรวมที่สอดคล้องกับคลังข้อมูล L1

อย่างไรก็ดี หากพิจารณารายคำ จะเห็นว่า HT ใช้คำว่า “place” (ร้อยละ 8) มากกว่า GT (ร้อยละ 4.55) เกือบสองเท่า ซึ่งสอดคล้องกับคลังข้อมูล L1 ที่มีการใช้คำนี้เป็นอันดับที่

สอง ในขณะที่ GT ใช้คำว่า “choice” (ร้อยละ 9.09) มากกว่า HT (ร้อยละ 4) สองเท่า และมากกว่า คลังข้อมูล L1 (ร้อยละ 4.73) เกือบสองเท่า นอกจากนี้ HT ยังปรากฏคำว่า “location” ซึ่งไม่ปรากฏ ในคลังข้อมูลของ GT จึงกล่าวได้ว่า HT มีการใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ได้ใกล้เคียงกับ คลังข้อมูล L1 มากกว่า GT

ตัวอย่าง การใช้คู่คำปรากฏร่วม **perfect + for**

L1: Guest Rooms are perfect for the overnight traveller, floor to ceiling windows showcase views out over the city-scape.

HT: This villa is perfect for couples or for a family travelling with children,...

GT: This villa is perfect for couples or families traveling with children.

ตัวอย่าง การใช้คู่คำปรากฏร่วม **perfect + choice**

L1: .., our hotel is the perfect choice for busy travelers looking to conduct business with ease.

HT: Anantara Siam Bangkok Hotel is the perfect choice for your sophisticated celebration.

GT: Anantara Siam Hotel Bangkok is the perfect choice for your important celebration.

ตัวอย่าง การใช้คู่คำปรากฏร่วม **perfect + wedding**

L1: Grand Hyatt Melbourne is the perfect wedding venue.

HT: Rayavadee’s premium wedding package includes all the essential elements of a perfect wedding day

GT: The Wedding Package At Rayavadee Includes All The Essential Elements Of A Perfect Wedding.

(2) คำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “unique”

ตารางที่ 118 ตารางคำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “unique”

คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล L1	ความถี่	คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล HT	ความถี่	คำปรากฏร่วมใน คลังข้อมูล GT	ความถี่
glass	8.45	style	12.5	design	4.65
and	7.04	design	6.25	identity	4.65
event	4.23			in	4.65
accommodation	2.82			old	4.65
experience	2.82			swing	4.65
space	2.82			thai	4.65
venue	2.82			to	4.65

จากตารางข้างต้น ความถี่ของคำปรากฏร่วมในอันดับต้นของคลังข้อมูล GT และ HT มีคำว่า “design” ที่ใกล้เคียงกัน (HT ร้อยละ 6.25 GT ร้อยละ 4.65) ซึ่งคำนี้ไม่ปรากฏอยู่ในคลังข้อมูล L1 โดยคำปรากฏร่วมที่มีความถี่สูงสุดของคลังข้อมูล L1 ได้แก่ “glass” (ส่วนขยายของคำว่า “balcony”) “and” และ “event” โดยจะเห็นได้ว่าคำปรากฏร่วมอันดับต้นของคลังข้อมูล L1 ไม่มีคำที่ใกล้เคียงกับคำปรากฏร่วมอันดับต้นในคลังข้อมูลภาษาแปลของ GT และ HT (แต่พบคำปรากฏร่วมบางคำที่มีความถี่ต่ำ เช่น experience space เป็นต้น) ซึ่งอาจเป็นผลมาจากภาษาฉบับแปลที่ถูกควบคุมด้วยภาษาต้นฉบับ ทำให้คำปรากฏร่วมในภาษาปลายทางไม่สอดคล้องกับคลังข้อมูลที่เขียนโดยเจ้าของภาษา

ตัวอย่าง การใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูลของ L1

unique + glass - All apartments feature unique glass enclosed balcony, with each high floor apartment featuring wrap-around Gold Coast and Surfers Paradise views.

unique + and - Our unique and eclectic spaces can cater for intimate social gatherings or corporate functions.

unique + event - So, if you are planning a unique event with a view unlike no other contact our event team.

ตัวอย่าง การใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูลของ HT

unique + design - our luxury hotel in Isaan will inspire through unique design and refresh the soul with a range of chic and stylish rooms and facilities.

unique + style - Nadee 10 Hotel offers 70 fashionable and cozy rooms and suites designed in four unique styles.

ตัวอย่าง การใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูลของ GT

unique + design - Beautiful architecture In the atmosphere surrounded by nature Combining outstanding and modern design with unique design

unique + identity - Pathumwan Princess Hotel Located on the elegant MBK department store. Which is the unique identity of the municipality

(3) คำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “luxurious”

ตารางที่ 119 ตารางคำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “luxurious”

คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล L1	ความถี่	คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล HT	ความถี่	คำปรากฏร่วม ในคลังข้อมูล GT	ความถี่
king	16.67	villas	11.11	rooms	6.06
beds	8.33	accommodation	7.41	room	6.06
suites	6.25	amenities	7.41	villas	6.06
wedding	6.25	and	7.41	...,comfortable	6.06
affair	4.17	thai	7.41		
amenities	4.17				
conference	4.17				

จากตารางข้างต้น คำปรากฏร่วม 3 อันดับแรกของคลังข้อมูล L1 ได้แก่ “king” “beds” “suites” ซึ่งเป็นคำที่เกี่ยวข้องกับห้องพักทั้งหมด ทั้งคำที่มีความหมายแคบ (suite, villa, room) และความหมายกว้าง (accommodation) รวมถึงหมวดสิ่งของที่เกี่ยวกับห้องพัก (“king” เป็นส่วนหนึ่งของคำว่า “king bed”) เช่นเดียวกับ คลังข้อมูลภาษาแปลทั้งสองฉบับที่แม้จะไม่มีคำปรากฏร่วมที่เหมือนกับคลังข้อมูล L1 แต่คำปรากฏร่วมอันดับต้นก็มีความหมายอยู่ในหมวดเกี่ยวกับที่พัก/ห้องพัก เหมือนกัน กล่าวคือ คำปรากฏร่วมสามอันดับแรกจากคลังข้อมูล HT ได้แก่ “villas” “accommodation” และ “amenities” ซึ่งปรากฏอยู่ในอันดับที่ 6 ในคลังข้อมูล L1 ในขณะที่คำ

ปรากฏร่วมสามอันดับแรกของ GT คือ “room (s)” และ “villas” ที่มีความหมายเกี่ยวกับที่พัก เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายคำ จะพบว่า มีเพียงคำว่า “amenities” คำเดียวที่ปรากฏ ทั้งในคลังข้อมูล L1 และคลังข้อมูลภาษาฉบับแปล ซึ่งปรากฏแค่ใน HT (ร้อยละ 4.17) อย่างเดียว และมีอัตราการใช้นั้นมากกว่าคลังข้อมูล L1 เกือบสองเท่า (ร้อยละ 7.41)

ตัวอย่าง การใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูลของ L1

luxurious + king/beds - Our luxurious beds have a goose down comfort layer, 100% cotton bed linen and hand printed throws.

- These hotel rooms in New York City feature luxurious king beds, a 55-inch flat-panel HDTV with Blu-ray player and iPod docking station, marble baths, and a large walk-in closet.

luxurious + suite - ..., these fully furnished 2 and 3-bedroom, luxurious suites offer large living and dining space, gourmet kitchens, plush bedding, internal laundry with a washer...

luxurious + amenities - Guests of our hotel are surrounded by impeccable style, spectacular service, and luxurious amenities, including the personalized Attach? service exclusive to Trump Hotels.

ตัวอย่าง การใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูลของ HT

luxurious + villas - The resort’s boardroom is available for small gatherings within Anantara Layan itself. Alternatively, transform one of the luxurious villas at the adjacent Layan Residences into a private event venue.

luxurious + accommodation - Pingviman Hotel offers luxurious accommodation with Northern-Thai Style rooms with a private balcony,...

luxurious + amenities -..., relax in a separate step up lounge area or delight in the modern style bathroom with its luxurious amenities.

ตัวอย่าง การใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูลของ GT

luxurious + villas - Resort Management Meeting Room Ready to service for small gatherings within Anantara Laayan or change one of the luxurious villas next to Layan Residence to be a private venue.

luxurious + room (s) - Experience the ultimate relaxation with luxurious rooms that are more than 106 square meters with 2 bedrooms and 2 bathrooms with separate bathtub and shower.

4.3.2.3 การศึกษาคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติ

การศึกษาคำปรากฏร่วมในงานวิจัยชิ้นนี้ยังชี้ให้เห็นการใช้คำปรากฏร่วมในภาษาปลายทางที่ไม่เป็นธรรมชาติเมื่อเทียบกับคลังข้อมูลภาษาเฉพาะทางที่เขียนโดยเจ้าของภาษา (L1) ซึ่งข้อมูลนี้ได้จากการค้นหาคำปรากฏร่วมบางคู่ในคลังข้อมูล (L1) และไม่พบผลการใช้คู่คำปรากฏร่วมดังกล่าว ได้ผลปรากฏดังนี้

(1) คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า “perfect”

จากการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” พบว่า GT และ HT มักแปลงอย่างตรงตัวมาจากภาษาต้นฉบับว่า “(ที่/อย่าง) สมบูรณ์แบบ” โดยที่ HT อาจมีแปลมาจากคำอื่นร่วมด้วย เช่น “เหมาะ” “เยี่ยม” เป็นต้น ทำให้ภาษาปลายทางบางจุดดูไม่เป็นธรรมชาติและ ไม่เหมาะสมกับบริบท ดังตัวอย่างคู่คำปรากฏร่วมด้านล่าง

ตารางที่ 120 ตารางแสดงคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า perfect

คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติจากคลังข้อมูล HT	คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติจากคลังข้อมูล GT
perfect + wine	perfect + beach (accommodation)
perfect + experience	perfect + gala
perfect + menu	perfect + menu
perfect + feature	perfect + mangrove
perfect + beach (getaway)	perfect + privacy
perfect + backdrop	perfect + backdrop

ตารางที่ 121 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม perfect + menu

SL	HT	GT
ออกแบบเมนูที่สมบูรณ์แบบ ร่วมกับเชฟส่วนตัว และกูรูเรื่อง ไวน์ของคุณ	Design the perfect menu with your private chef and Wine Guru.	Design a perfect menu with a personal chef. And gurus about your wine

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับใช้คำว่า “สมบูรณ์แบบ” ขยายคำว่า “เมนู” ทั้ง HT และ GT จึงแปลออกมาเป็น “perfect menu” ซึ่งไม่พบการใช้คำปรากฏร่วมกันในคลังข้อมูล L1 โดยพบว่า คำปรากฏร่วมกันที่มีความหมายใกล้เคียงในคลังข้อมูล L1 ได้แก่ delicious + menu / tailored + menu / delectable + menu / great + menu / special + menu / memorable + (tasting) + menu

ตารางที่ 122 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม perfect + wine

SL	HT	GT
เติมเต็มอาหารทุกจานด้วยไวน์ชั้น เยี่ยมจากคอลเลกชันของเรา	Complement each dish with the perfect wine from our collection.	Fill every dish with excellent wines from our collection.

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับใช้คำว่า “ชั้นเยี่ยม” ขยายคำว่า “ไวน์” โดย GT แปลอย่างตรงตัวเป็น “excellent wine” ในขณะที่ HT แปลเป็น “perfect wine” ซึ่งไม่พบการใช้คำปรากฏร่วมกันทั้งคู่ในคลังข้อมูล L1 ซึ่งส่วนใหญ่คลังข้อมูล L1 มักใช้คำคุณศัพท์อื่นเพื่อบ่งบอกคุณภาพของไวน์แทน เช่น fine + wine / good + wine / awarded + wine เป็นต้น หรือเป็นกลุ่มคำ เช่น a premium selection of quality wine / premium bottle wine (room) เป็นต้น

ตารางที่ 123 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม perfect + backdrop

SL	HT	GT
...เป็นโรงแรมสุดหรูในภูเก็ตที่มีฉาก หลังสมบูรณ์แบบสำหรับการ พักผ่อนระดับสุดยอด	...a luxury hotel in Phuket provides the perfect backdrop for high-powered retreats.	...It is a luxury hotel in Phuket with a perfect backdrop for the ultimate relaxation.

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับใช้คำว่า “สมบูรณ์แบบ” ขยายคำว่า “ฉากหลัง” โดย GT และ HT แปลอย่างตรงตัวเป็น “perfect backdrop” ซึ่งเมื่อศึกษาการใช้คำปรากฏร่วมกันคลังข้อมูล L1 จะพบว่า คลังข้อมูล L1 ไม่มีการใช้คำดังกล่าว แต่จะใช้คำคุณศัพท์อื่น

เพื่อบ่งบอกลักษณะของฉากหลัง เช่น bohemian + backdrop / oceanic backdrop เป็นต้น หรือใช้คำบรรยายถึงความสวยงามอย่าง breathtaking + backdrop และ spectacular + backdrop โดยคู่คำที่ใกล้เคียงกับ “perfect backdrop” มากที่สุด คือคำว่า “ideal backdrop”

(2) คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า “unique”

จากการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” พบว่า GT และ HT มักแปลงอย่างตรงตัวมาจากภาษาต้นฉบับว่า “(ที่/อย่าง) เป็น/มีเอกลักษณ์ / โดดเด่น” โดยเมื่อเทียบกับคลังข้อมูลภาษา L1 พบว่า คู่คำปรากฏร่วมหลายคู่ไม่ปรากฏในคลังข้อมูลเฉพาะทางนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเจ้าของภาษาไม่นิยมใช้คู่คำเหล่านี้ในบริบทนี้ หากภาษาแปลปรากฏคู่คำดังกล่าว อาจทำให้เป็นภาษาแปลที่ไม่มีความเป็นธรรมชาติเมื่อเทียบกับธรรมชาติของภาษาปลายทาง ดังตัวอย่างคู่คำปรากฏร่วมด้านล่าง

ตารางที่ 124 ตารางแสดงคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า unique

คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติจากคลังข้อมูล HT	คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติจากคลังข้อมูล GT
unique + blend	unique + window
unique + artistic	unique + menu
unique + service	unique + taste
unique + landscape	

ตารางที่ 125 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม unique + taste

SL	HT	GT
และยังมีเมนูนานาชาติอื่น ๆ มากมายหลากหลายรอให้คุณมาลิ้ม ลอง แล้วต้องไม่พลาดกับมุมขนม หวานเค้กหลายแบบหมุนเวียน เปลี่ยนรสชาติไม่ซ้ำกัน และไอศกรีมโฮมเมด รสเข้ม อร่อยหวานมัน	Our usual selection of freshly-netted seafood, prime cuts, international and Thai cuisine and our desserts corner will, of course, be available as well – a truly sumptuous all-you-can-eat feast, every Friday and Saturday for just THB 1,690 nett per person	And there are many other international menus waiting for you to sample And must not miss the sweets corner, many kinds of cakes, changing the <u>unique taste</u> And homemade ice cream Dark, delicious and sweet.

จากตัวอย่างข้างต้น GT แปลวลี “รสชาติไม่ซ้ำ” เป็น “unique taste” ในภาษาปลายทาง ในขณะที่ HT ละการแปลในส่วนนี้เนื่องจากแปลแบบถอดความ โดยเมื่อเทียบกับคลังข้อมูลภาษา L1 พบว่า ไม่มีการใช้คู่คำปรากฏร่วมนี้ คำปรากฏร่วมที่เกิดกับคำว่า

“taste” มักเป็นคำกริยา เช่น take a taste / experience a taste / delight your taste เป็นต้น คำคุณศัพท์ที่เกิดร่วมด้านหน้ามีเพียงคำว่า true ซึ่งไม่ได้มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า unique

ตารางที่ 126 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม unique + blend

SL	HT	GT
ด้วยการผสมผสานอย่างมี เอกลักษณ์ระหว่างการออกแบบ ร่วมสมัย และการบริการที่ ตอบสนองทุกความต้องการ ห้อง จัดเลี้ยงของเรายินดีให้บริการจัด ประชุมทางธุรกิจ และการจัดงาน รูปแบบต่าง ๆ เฉพาะตัว	With a <u>unique blend</u> of contemporary design and intuitive amenities, our function rooms are inviting and perfect for both business meetings and tailored events.	With a <u>unique combination</u> between contemporary design And services that meet every need Our banquet room is happy to arrange business meetings. And organizing different types of events

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ขยายคำว่า “การผสมผสาน” โดย GT และ HT แปลอย่างตรงตัวเป็น “unique blend / combination” ซึ่งไม่พบการใช้คู่คำปรากฏร่วมนี้ทั้งคูในคลังข้อมูล L1 เนื่องจากคลังข้อมูล L1 มักใช้คำอื่นขยายแทน ได้แก่ perfect blend / clever blend เป็นต้น และไม่พบการใช้คำคุณศัพท์เป็นส่วนขยายหน้าคำนาม “combination” เพราะส่วนใหญ่มีกวางส่วนขยายไว้ด้านหลังโดยใช้โครงสร้าง combination + of + N + and + N

(3) คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า “luxurious”

จากการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” พบว่า GT และ HT มักแปลอย่างตรงตัวมาจากภาษาต้นฉบับว่า “(ที่/อย่าง) หรรษา” โดยที่ HT อาจแปลเพิ่มเติมจากต้นฉบับเองบ้าง ทำให้ภาษาปลายทางที่ใช้คำปรากฏร่วมบางคู่ดูไม่เป็นธรรมชาติและไม่เหมาะสมกับบริบท ดังตัวอย่างคู่คำปรากฏร่วมด้านล่าง

ตารางที่ 127 ตารางแสดงคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติของคำว่า unique

คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติจากคลังข้อมูล HT	คำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติจากคลังข้อมูล GT
luxurious + speedboat luxurious + feature	luxurious + city luxurious + atmosphere luxurious + silk

ตารางที่ 128 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม luxurious + feature

SL	HT	GT
ห้องพักแบบแฟมิลี พาวิลเลียนของเรา มีสิ่งอำนวยความสะดวก ครบ ครั้นเช่นเดียวกับห้องพักดีลักซ์ พาวิลเลียน	Our Family Pavilions have all of the same luxurious features and comforts as our Deluxe Pavilions	Family room Our pavilion has facilities. As well as the Deluxe Pavilion rooms

จากตัวอย่างข้างต้น ภาษาต้นฉบับไม่มีการใช้คำว่า “อย่างหรูหรา” ในภาษาปลายทางของ GT จึงไม่ปรากฏการแปลคำนี้ แต่ HT ได้เพิ่มคำว่า “luxurious” เข้าไปในภาษาปลายทางเป็น “luxurious features” ซึ่งไม่พบการใช้คำปรากฏร่วมนี้ในคลังข้อมูล L1 เนื่องจากคำปรากฏร่วมที่เป็นส่วนขยายด้านหน้าของคำว่า feature มักเป็นคำที่แสดงถึงห้องพักหรือชื่อห้องพัก เช่น room feature / apartment feature / king suites feature / kitchen feature เป็นต้น โดยคำคุณศัพท์ด้านหน้าที่ปรากฏร่วมในบริบทนี้มีเพียงคำเดียว คือ prominent

ตารางที่ 129 ตัวอย่างคำปรากฏร่วม luxurious + atmosphere

ST	HT	GT
พบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากยุโรป และเบียร์หลากหลายตัวเลือกจาก ทั่วโลกให้ท่านได้เพลิดเพลินไปกับ บรรยากาศหรูหรา ฟังเสียงดนตรี สดเพลงแจ๊ส สร้างความประทับใจ ที่เหนือความคาดหมาย	Also available are European spirits and a great choice of beers from around the world, to be enjoyed while relaxing to live jazz music in an ambience of laid-back sophistication.	Find alcoholic drinks from Europe and a wide selection of beers from around the world to enjoy the <u>luxurious</u> <u>atmosphere</u> . Listen to live music, jazz music Create an impression that is beyond expectations.

จากตัวอย่างข้างต้น GT แปลคำว่า “บรรยากาศหรูหรา” จากภาษาต้นฉบับเป็น “luxurious atmosphere” ในภาษาปลายทาง ในขณะที่ HT ได้ละการแปลข้อความส่วนนี้ โดยเมื่อเทียบคู่คำปรากฏร่วมนี้ในคลังข้อมูล L1 แล้ว พบว่าไม่มีการใช้คำคู่นี้ แต่มีการใช้คำบรรยายบรรยากาศคำอื่น ๆ เช่น relaxed / sophisticated atmosphere / peaceful / contemporary / inspirational + atmosphere เป็นต้น

สรุป

ผลการศึกษาความเป็นธรรมชาติของภาษาแปลระหว่าง GT และ HT พบว่า HT และ GT มีการใช้คำบ่งชี้บุคคลเน้นไปทางผู้รับสารเช่นเดียวกับคลังข้อมูล L1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ศึกษาเว็บไซต์ภาษาอังกฤษของโรงแรมไทย โดยที่ HT และ L1 มีการใช้คำว่า “our” และ “your” มากที่สุดเป็นสองอันดับแรกเหมือนกัน ในขณะที่ GT ใช้คำว่า “you” มากที่สุดเป็นอันดับแรก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการปรับคำบ่งชี้ของ HT เพื่อให้คำในภาษาปลายทางใกล้เคียงกับภาษาที่ใช้โดยเจ้าของภาษา กล่าวคือ HT มีวิธีการเพิ่มคำว่า “our” โดยเปลี่ยนชื่อโรงแรมเป็นคำว่า “our” การลดคำบ่งชี้ “you” โดยการละไม่แปลหรือเปลี่ยนเป็นคำอื่นแทน อาทิ “your” “guest”

ผลการเปรียบเทียบคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ทั้ง 3 คำ (perfect, unique, luxurious) ชี้ให้เห็นว่า ทั้ง HT และ GT ยังมีคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติปรากฏอยู่ในภาษาปลายทางเมื่อเทียบกับคลังข้อมูลเฉพาะทาง L1 อย่างไรก็ดี แนวโน้มการใช้คำปรากฏร่วมส่วนใหญ่ของ HT มีทิศทางไปในทางเดียวกันกับ L1 มากกว่า GT กล่าวคือ (1) เมื่อเปรียบเทียบในระดับหมวดความหมายคำปรากฏร่วมที่พบโดยไม่จำกัดความถี่ พบว่า หมวดคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ทั้งสามคำที่พบสูงสุด 3 อันดับแรกใน HT สอดคล้องกับ L1 มากกว่า GT และ HT มีการหลกคำของคำปรากฏร่วมใกล้เคียงกับ L1 มากกว่า GT โดยที่ HT มีอัตราการใช้คำในแต่ละหมวดของคำว่า “unique” ใกล้เคียงกับ L1 มากกว่า GT ในทางกลับกัน GT มีอัตราการใช้คำในแต่ละหมวดของคำว่า “luxurious” ใกล้เคียงกับ L1 มากกว่า HT ในขณะที่ HT และ GT มีอัตราการใช้คำในแต่ละหมวดของคำว่า “perfect” เท่ากัน นอกจากนี้ คำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ในภาษาแปลทั้งสองฉบับใกล้เคียงกับคลังข้อมูล L1 มากที่สุด ในขณะที่ คำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในภาษาแปลทั้งสองฉบับใกล้เคียงกับคลังข้อมูล L1 น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับอีกสองคำที่เหลือ (2) เมื่อพิจารณาความถี่ของคำปรากฏร่วมในอันดับต้น พบว่า HT และ GT มีการใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ใกล้เคียงกับ L1 มากที่สุด เมื่อเทียบกับอีกสองคำที่เหลือ โดยที่ HT มีแนวโน้มการใช้คำที่ใกล้เคียงกับ L1 มากกว่า GT ซึ่งตรงข้ามกับผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ที่ภาษาปลายทางทั้งสองฉบับไม่มีการใช้คำใดที่ใกล้เคียงกับ L1 ในขณะที่คำปรากฏร่วมอันดับต้นของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูลทั้งสามชนิดมีความใกล้เคียงกันแค่ในระดับกลุ่มความหมายของคำเท่านั้น

4.4 ประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือนอกเหนือจากงานวิจัยก่อนหน้า

เนื่องจากงานวิจัยก่อนหน้าส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการแปลข้อความด้านการท่องเที่ยวเน้นศึกษาเรื่องกลวิธีการแปลหรือปัญหาด้านการแปลโดยมนุษย์หรือเครื่องมือแปลภาษาอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีการศึกษาเปรียบเทียบกัน หรือแม้แต่การศึกษาการแปลข้อมูลเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวโดยเครื่องมือแปลภาษาก็ยังไม่ครอบคลุมถึงการศึกษาการแปลข้อมูลด้านการท่องเที่ยวประเภทข้อความจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้ผลงานวิจัยชิ้นนี้ซึ่งเป็นศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษาในการแปลเว็บไซต์โรงแรมจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งมีทั้งประเด็นที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้า ดังนี้

4.4.1 สากลลักษณะของการแปลและภาษาแปลที่เป็นธรรมชาติ

4.4.1.1 HT มีสากลลักษณะของการแปลมากกว่า GT

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า HT มีแนวโน้มการใช้วิธีการแปลที่เน้นไปทาง communicative translation แต่ GT แปลแบบตรงตัวโดยเน้นไปทาง faithful translation เนื่องจาก HT มีวิธีการแปลที่ปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบภาษาได้ อาทิ การถอดความ การใช้คำบรรยาย การลดความ และการเพิ่มความ ซึ่งยังคงรักษาใจความโดยรวมของข้อความไว้ได้อย่างเดิม สอดคล้องกับแนวคิดของ Wang (2016) ที่เสนอเทคนิคการแปลข้อความด้านการท่องเที่ยวไว้ว่าควรมีการขยายความ (amplification) การละไม่แปล (omission) และการจัดเรียงลำดับใหม่ (rearrangement of information unites) โดยที่ GT ยังไม่สามารถพัฒนาจนใช้เทคนิคเหล่านี้ได้ เนื่องจากยังใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวและยึดข้อมูลตามต้นฉบับเท่านั้น

จากเหตุผลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า HT มีสากลลักษณะของภาษาแปลมากกว่า GT เนื่องจากไม่พบสากลลักษณะประเภทแสดงความแจ่มชัดหรือการขยายความ (explicitation and amplification) ในภาษาปลายทางของ GT และสากลลักษณะประเภทการทำภาษาให้ง่ายขึ้นของ GT มักเกิดในระดับคำเท่านั้น อาทิ GT ใช้คำจำกัดความหรือคำที่มีความหมายกว้างกว่า และการบรรยายคำทางวัฒนธรรมบางคำ แต่การลดการใช้คำซ้ำหรือเลี่ยงการใช้คำฟุ่มเฟือยจะขึ้นอยู่กับต้นฉบับเท่านั้น เห็นได้ชัดจากการแปลประโยคคำสั่งที่ GT มักแปลออกเป็นประโยคคำสั่งเหมือนเดิม และการแปลระดับข้อความของ GT ที่มีการถ่ายทอดเครื่องมือเชื่อมโยงความและอนุวัจน์อย่างตรงตัวเหมือนกับภาษาต้นฉบับทุกอย่าง เช่น มีการใช้ประเภทการซ้ำความเดียวกันกับต้นฉบับ การเรียงอนุวัจน์หรือข้อความในอนุวัจน์เดียวกันที่เหมือนกับต้นฉบับ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบการแบ่งประโยคที่สั้นลงของ GT บ้างในบางกรณีที่ต้นฉบับเว้นวรรคและมีใจความแยกกันอย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ GT แยก

ออกมาเป็นสองประโยคที่ถูกหลักไวยากรณ์ แต่ส่วนใหญ่ประโยคที่สั้นลงของ GT จะเป็นการแบ่งประโยคที่ผิดไวยากรณ์ จึงไม่ถือว่าการแบ่งนี้เป็นการทำภาษาให้ง่ายขึ้น

นอกจากนี้ การปรับคำบ่งชี้บุคคลของ HT อย่างการเพิ่มคำว่า “our” และลดคำว่า “you” ในภาษาดั้งเดิมให้สอดคล้องกับภาษาที่เขียนโดยเจ้าของภาษา ยังแสดงให้เห็นถึงการปรับภาษาตามขนบเป้าหมาย (normalization) ซึ่ง GT ยังไม่สามารถวิเคราะห์การปรับบทแปลในประเด็นนี้ได้ และสามารถปรับโครงสร้างของภาษาปลายทางได้เพียงเปลี่ยนจากโครงสร้างกรรตุวาจกเป็นโครงสร้างกรรมวาจกเท่านั้น

ด้านการศึกษาเกี่ยวกับคำปรากฏร่วม พบว่า การใช้คำปรากฏร่วมของภาษาดั้งเดิมกับเจ้าของภาษา มีความสอดคล้องกันในลักษณะกลุ่มหมวดหมู่ความหมายมากกว่า เนื่องจากเมื่อเทียบคำปรากฏร่วมในความถี่อันดับต้นยังไม่พบการใช้คำที่สอดคล้องกับคลังข้อมูล L1 มากนัก นอกจากคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” เพียงคำเดียว โดยผู้วิจัยมองว่าส่วนหนึ่งมาจากอิทธิพลของภาษาต้นฉบับที่ส่งผลต่อภาษาปลายทาง เนื่องจากทั้ง HT และ GT มีวิธีการถ่ายทอดภาษาปลายทางแบบตรงตัวมากที่สุด ทำให้การใช้คำในภาษาปลายทางอาจเป็นไปตามลักษณะภาษาของภาษาต้นฉบับมากกว่า อย่างไรก็ตาม หากไม่พิจารณาปัจจัยเรื่องภาษาต้นฉบับ พบว่า ภาษาแปลทั้งสองฉบับยังมีการใช้คำปรากฏร่วมบางคู่ที่ไม่สอดคล้องกับคลังข้อมูลเฉพาะทางของ L1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทั้ง HT และ GT ยังมีประเด็นเรื่องการใช้ภาษาที่ไม่เป็นธรรมชาติจากการใช้คำปรากฏร่วมที่ไม่เหมาะสมปรากฏอยู่

4.4.1.2 การปรับภาษาแปลของ HT ไม่ได้แสดงถึงภาษาที่เป็นธรรมชาติเสมอไป

แม้ HT จะมีวิธีการปรับบทแปลในภาษาปลายทางมากกว่า GT ซึ่งจะช่วยให้ภาษาปลายทางดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น และช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงภาษาแปลดังกล่าวจะเป็นภาษาที่เป็นธรรมชาติเหมือนกับภาษาที่เจ้าของภาษาใช้เสมอไป เนื่องจากการปรับบทแปลบางประเด็นไม่ได้สอดคล้องกับภาษาที่เจ้าของภาษาใช้ อาทิ การเพิ่มและการละอนุวัจน์ที่นอกเหนือจากต้นฉบับของ HT โดยผู้วิจัยสังเกตว่า HT มักละอนุวัจน์กลุ่มเป้าหมาย (tg) ซึ่งเป็นอนุวัจน์ที่พบบ่อยมากที่สุดอนุวัจน์หนึ่งในคลังข้อมูลภาษา L1 เพราะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการตัดสินใจของผู้เข้าพัก

การละและการเพิ่มเครื่องมือเชื่อมโยงความบางชนิดเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ทำให้ภาษาของ HT ไม่สอดคล้องกับภาษาของ L1 อาทิ การละการซ้ำคำว่า Free/Complimentary ในอนุวัจน์นำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งต้นฉบับมักซ้ำคำนี้เกือบทุกบรรทัด และภาษาจากคลังข้อมูล L1 ก็นิยมซ้ำคำนี้หลายครั้งเช่นกันเพื่อดึงดูดผู้อ่าน ในขณะที่ภาษาแปลของ HT บางโรงแรมแปลคำนี้เพียงประโยคแรกหรือบรรทัดแรกเท่านั้น และละคำไม่แปลในบรรทัดต่อไป

ซึ่งอาจทำให้เสียโอกาสในการดึงดูดความสนใจผู้อ่าน นอกจากนี้ ภาษาจากคลังข้อมูล L1 ปรากฏการใช้เครื่องมือเชื่อมโยงความเพียวกี่ประเภทและแทบไม่พบการแทนที่และการละ แต่จะเห็นได้ว่าในภาษาแปลของ HT มีการละและการแทนที่ปรากฏอยู่ทั้งที่เป็นไปตามต้นฉบับและที่นอกเหนือจากภาษาต้นฉบับ จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าการเพิ่มเครื่องมือเชื่อมโยงความเหล่านี้อาจเป็นภาษาปลายทางยังมีความจำเป็นหรือไม่เมื่อเจ้าของภาษาไม่นิยมใช้เครื่องมือนี้ โดยผู้วิจัยมองว่าอาจเป็นเพราะธรรมชาติของข้อมูลบนเว็บไซต์โรงแรมที่ทางโรงแรมต้องการสื่อสารกับลูกค้าอย่างชัดเจนมากที่สุด การแทนที่และการละอาจจึงเป็นเครื่องมือที่อาจทำให้เกิดความกำกวมและไม่ชัดเจนได้ เช่นเดียวกับการปรับโครงสร้างของประโยคคำสั่งที่ HT มีวิธีการแปลหลายวิธีจนสามารถเปลี่ยนประโยคคำสั่งเป็นประโยคบอกเล่าหรือวลีแทนได้ แต่งานวิจัยหลายชิ้นได้ระบุไว้ว่าประโยคคำสั่งเป็นลักษณะทางภาษาที่สำคัญของข้อความด้านการท่องเที่ยว เพราะเป็นเครื่องมือสำคัญในการจูงใจผู้อ่าน จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการปรับรูปแบบประโยคคำสั่งนี้สามารถจูงใจผู้อ่านได้เท่าโครงสร้างประโยครูปแบบอื่นหรือไม่

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า บางกรณีการถ่ายทอดเครื่องมือเชื่อมโยงความและการแปลประโยคคำสั่งอย่างตรงตัวของ GT ในบริบทนี้อาจใกล้เคียงกับธรรมชาติของภาษาปลายทางมากกว่า HT และ GT ไม่จำเป็นต้องแก้ไขการแปลในส่วนนี้ให้ใกล้เคียงกับมนุษย์

4.4.2 การแปลแบบตรงตัวเป็นวิธีที่ปรากฏมากที่สุดจากทั้ง GT และ HT

แม้ HT จะมีวิธีการแปลที่หลากหลายมากกว่า GT ทั้งในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ แต่วิธีการแปลแบบตรงตัวยังเป็นวิธีที่พบมากที่สุดในการแปลเว็บไซต์โรงแรมของ HT ทั้งข้อมูลประเภทบอกกล่าว และข้อมูลประเภทจูงใจ แม้กระทั่งการแปลสโลแกน หรือคำเปรียบเปรยส่วนใหญ่ก็แปลอย่างตรงตัว โดยที่ความแตกต่างของการแปลแบบตรงตัวระหว่าง HT และ GT คือ ความความแตกต่างในระดับคำ กล่าวคือ HT ใช้คำที่เป็นทางการ คำเฉพาะทาง และคำสร้างจินตภาพรวมถึงที่ให้ความรู้สึกวิเศษณ์หรูหรา (magic word) ได้มากกว่า GT อาทิ

ตารางที่ 130 ความแตกต่างของการเลือกใช้คำระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
อิมมอร์อยู่ไปกับของหวานที่ชื่นชอบที่ คาเฟ่ในกรุงเทพฯ ของเรา	Satisfy sweet cravings at our Bangkok cafe.	Enjoy your favorite dessert at our Bangkok café.

นอกจากนี้ HT และ GT ยังมีความแตกต่างเรื่องการใช้พจน์ในภาษาปลายทาง ซึ่งเป็นหลักไวยากรณ์ที่ไม่มีในภาษาต้นฉบับ โดยจากตัวอย่างในตารางที่ 131 จะเห็นได้ว่า HT เลือกตีความคำว่า “ทุก ๆ” เป็นคำบ่งบอกพหุพจน์ จึงใช้ประธาน (All of our pavillions) ให้เป็นรูป

พหุพจน์ในภาษาปลายทาง ในขณะที่ GT เลือกใช้รูปประโยคที่มีประธานเป็นเอกพจน์ (In every room) อย่างไรก็ดี ในกรณีนี้การเลือกพจน์ที่ต่างกันไม่ได้ส่งผลต่อการถ่ายทอดความหมายจากภาษาต้นฉบับไปภาษาปลายทาง

ตารางที่ 131 ตัวอย่างการตีความพจน์ที่ต่างกันระหว่าง HT และ GT

SL	HT	GT
ในทุกๆ ห้องพักพาวิลเลียน จะมีโทรทัศน์จอแบน เครื่องเล่นดีวีดี / ซีดี บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย...	ALL of our pavilions feature flat screen satellite TV with DVD/CD player and wireless internet service...	In every room, the Pavilion will have a flat-screen TV. DVD / CD player, wireless internet access...

ในขณะที่ความแตกต่างในระดับโครงสร้างประโยคของข้อความที่แปลแบบตรงตัวเหมือนกันของ HT และ GT คือ HT สามารถใช้วิธีนี้สื่อความได้เป็นภาษาปลายทางที่ถูกต้องและเข้าใจได้ ในขณะที่ภาษาปลายทางส่วนใหญ่ของ GT ผิดหลักไวยากรณ์เพราะใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยมองว่าการแปลข้อมูลบนเว็บไซต์โรงแรมอาจยังไม่ต้องมีการการปรับบทแปลที่ห้วนหรือซับซ้อนมากนัก และการแปลตรงตัวของ GT ยังเป็นทางเลือกที่ค่อนข้างเหมาะสมสำหรับการแปลข้อความลักษณะนี้ หากผู้พัฒนาระบบโปรแกรมแปลภาษาสามารถพัฒนาระบบโครงสร้างภาษาให้ถูกต้องตามไวยากรณ์ และพัฒนาคำศัพท์ให้เหมาะสมกับบริบทมากขึ้น

4.4.3 การแปลคำทางวัฒนธรรม

4.4.3.1 GT เน้นการแปลคำทางวัฒนธรรมด้วยการใช้คำยืม การถอดเสียง การแปลแบบตรงตัว และการแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างเป็นหลัก

วิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมของ GT ค่อนข้างจำกัด ซึ่งอาจเกิดจากฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยของ GT ที่ยังไม่มากพอ ทำให้บางครั้งสื่อความหมายได้ไม่ชัดเจนเหมือนกับ HT ที่มีทางเลือกในการแปลหลากหลายกว่า สอดคล้องกับงานของ Ali (2016) ที่ศึกษาการแปลภาษาอารบิกเป็นภาษาอังกฤษโดยใช้เครื่องมือแปลภาษา และพบว่าคำทางด้านวัฒนธรรมเป็นปัญหาหลักในการแปล เนื่องจากคำบางคำยังยากสำหรับโปรแกรมเกินไป ทำให้โปรแกรมไม่สามารถตีความได้

จากการศึกษา พบว่า GT มักแก้ปัญหาด้วยการใช้คำยืม การแปลแบบตรงตัว และการแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mišenský (2008) และงานวิจัยของ Zhang & Lv (2013) ที่เห็นว่าควรใช้การถอดเสียงในการแปลภาษาถิ่น และการแปลข้อความด้านการท่องเที่ยว เพราะจะทำให้ผู้อ่านและสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิมจนอยากเดินทางไปยังท่องเที่ยวยังสถานที่ที่อยู่ในบริบทของภาษานั้น

4.4.3.2 HT เน้นแก้ปัญหาการแปลคำทางวัฒนธรรมด้วยการอธิบาย การเพิ่มความ และการถอดความ

การแปลคำทางวัฒนธรรมของ HT สอดคล้องกับงานของชมพูช จิตพงศ์ธรรม (2554) ที่ศึกษาการแปลแผ่นพับของสถานที่ท่องเที่ยวและโรงพยาบาลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ และพบว่า วิธีการปรับบทแปล 2 วิธีที่ใช้มากที่สุดในบริบทนี้ ได้แก่ การเพิ่มความ และการแทนคำ ด้วยวลีหรือประโยค โดยเฉพาะคำทางวัฒนธรรมหรือชื่อเฉพาะของสถานที่ รวมถึงการเปลี่ยนชนิดของ คำ ทั้งการเป็นเปลี่ยนเป็นคำคุณศัพท์ หรือการเปลี่ยนเป็นคำนาม เพื่อเทียบเคียงในภาษาปลายทางให้ มีความเป็นธรรมชาติ

4.4.3.3 HT และ GT มีการแปลคำทางวัฒนธรรมแต่ละประเภทสอดคล้องกับ งานของวิมลวรรณ อังสุวรรณ (ม.ป.ป.) ที่ศึกษาการแปลคำและวลีทางวัฒนธรรมในงานของ วชิระเมธี จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

คำทางวัฒนธรรมที่ปรากฏบนเว็บไซต์โรงแรมมีทั้งหมด 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ คำทางวัฒนธรรมประเภทวัตถุ และคำทางวัฒนธรรมทางสังคม ความคิด ศาสนา และประเพณี โดยที่ HT มักแปลชื่ออาหารด้วยการใช้คำยืม การใช้คำบรรยาย ในขณะที่วิธีการแปลแบบตรงตัว การแปล โดยใช้คำยืม การใช้คำบรรยาย จะปรากฏในภาษาปลายทางของ GT มากกว่า ส่วนคำทางวัฒนธรรมที่ เกี่ยวกับวัตถุอื่น ๆ พบว่า HT มีการแปลแบบถอดความ และ GT มีการใช้คำแทนที่ทางวัฒนธรรมเข้ามา ใช้ในภาษาปลายทาง ส่วนการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทสังคม ความคิด ศาสนา และประเพณี พบว่า HT ใช้วิธีการแปลแบบตรงตัว การแปลแบบถอดความ การแปลโดยใช้คำยืม การใช้คำ เทียบเคียงทางวัฒนธรรม การเพิ่มความ การละไม่แปล การลดความ การใช้คำที่มีความหมาย กว้างกว่า การใช้คำที่มีความหมายแคบกว่า ในขณะที่ GT ปรากฏวิธีการแปลแบบตรงตัว การแปลโดย ใช้คำยืม การใช้คำแทนที่ทางวัฒนธรรม และการแปลแบบลดความ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้อง กับการแปลคำทางวัฒนธรรมงานของว.วชิระเมธี จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ที่สรุปว่าพบการ แปลแบบตรงตัว การแปลแบบถอดความ การใช้คำยืม และการเพิ่มความ ในการแปลคำทาง วัฒนธรรมประเภทวัตถุและพบวิธีการแปลแบบตรงตัว การแปลแบบถอดความ การแปลโดยใช้คำยืม การใช้คำแทนที่ทางวัฒนธรรม การเพิ่มความ และการละความไม่แปล ในการแปลคำทางวัฒนธรรม ประเภทสังคม ความคิด ศาสนา และประเพณี

4.4.4 NMT มีปัญหาด้านการแปลในระดับประโยคที่แตกต่างกับมนุษย์อย่างชัดเจน

เครื่องมือแปลภาษา Google Translate ที่เป็นระบบ NMT จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ยังมีปัญหาในการแปลที่แตกต่างกับมนุษย์ชัดเจน โดยเฉพาะเรื่องโครงสร้างทางภาษาในระดับประโยค ที่ส่งผลไปถึงข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ ซึ่งไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Masuru Yumada (2019) ที่ศึกษาคุณภาพงานแปลของเครื่องมือแปลภาษา Google Translate ในระบบ NMT พร้อมการแก้ไขหลังแปลโดยมนุษย์ (PE) จากภาษาอังกฤษเป็นภาษาญี่ปุ่น ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า NMT มีข้อผิดพลาดที่ใกล้เคียงกับมนุษย์ โดยผลจากงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า

4.4.4.1 การแบ่งประโยค GT ในระบบ NMT มีปัญหาเรื่องการแบ่งประโยค ภาษาต้นฉบับภาษาไทย โดยตัดใจความประโยคต้นฉบับจากการเว้นวรรค ทำให้ภาษาปลายทางผิดพลาดไวยากรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาส อยู่เจริญ (2559) ที่กล่าวว่า การตัดแบ่งคำหรือประโยคเป็นปัญหาสำคัญของเครื่องมือแปลภาษาสำหรับการแปลภาษาไทย และงานของทยา วิทยาศรัย (2015) ที่กล่าวถึงข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ของ GT ว่ายังมีการใช้โครงสร้างไม่เหมาะสม และมีการแปลแบบตรงตัวมากเกินไปที่ส่งผลให้ภาษาผิดพลาดไวยากรณ์ ซึ่งภาษาฉบับแปลของ HT ไม่มีข้อผิดพลาดในประเด็นนี้

4.4.4.2 การสะกดคำ ผู้วิจัยไม่พบปัญหาเรื่องการสะกดคำของ GT พบเพียง ภาษาต้นฉบับที่ปรากฏอยู่ในภาษาปลายทางอยู่บ้าง แต่จะพบปัญหาเรื่องการสะกดคำใน HT และภาษาต้นฉบับมากกว่า ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานของ Anastsiou & Gupta (2011 อ้างใน Zong 2018) ที่บอกว่าเครื่องมือแปลภาษาระบบ NMT ยังมีข้อผิดพลาดเรื่องการสะกดผิด โดยผู้วิจัยคาดว่า ระบบอาจพัฒนาจนแก้ไขข้อบกพร่องประเด็นนี้ได้เรียบร้อยแล้ว

4.4.4.3 การแปลขาด/แปลเกิน HT มีปัญหาเรื่องการแปลขาด และแปลเกินอย่างชัดเจน ซึ่งตรงข้ามกับ GT เนื่องจาก GT ไม่สามารถแปลแบบเพิ่มความได้ และพบการละความไม่แปล น้อยมาก โดยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vidhayasai, Keyuravong & Bunsom (2015) ที่ศึกษา การแปลข้อตกลงและเงื่อนไขบนเว็บไซต์ของสายการบินแห่งหนึ่งจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยโดย GT และพบข้อผิดพลาดด้านคำศัพท์ว่า GT มีปัญหาเรื่องการละความไม่แปล และการแปลเกิน

4.4.4.4 การแปลผิดความหมาย GT ยังมีปัญหาเรื่องการแปลผิดความหมายปรากฏ อยู่ สอดคล้องกับประเด็นปัญหาด้านคำศัพท์ของ GT เรื่องการแปลคำผิดความหมาย การแปลคำผิด หน้าที่ และการใช้คำที่มีความหมายกว้างเกินไปของ Vidhayasai, Keyuravong & Bunsom (2015) ในขณะที่ปัญหาด้านความหมายส่วนใหญ่ของ HT คือ การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างเกินไป ทำให้สูญเสียความหมายบางส่วน of ภาษาต้นฉบับไป โดยจากการศึกษา พบว่า GT มักมีปัญหาการ

ผิดความหมายเมื่อแปลคำที่มีคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน คำที่มีหลายความหมาย และคำหรือวลีที่มีคำหลายชนิดผสมอยู่ ดังตัวอย่างด้านล่าง

ตารางที่ 132 ตัวอย่างการแปลผิดความหมายของ GT

ประเภทคำ	SL	HT	GT
1. คำที่มี ความหมาย ใกล้เคียงกัน	สัมผัสการพักผ่อนอย่างมีระดับ กับข้อเสนอ Rest & Relax ที่ มอบดีลสุดพิเศษกับ...ที่จะทำ ให้คุณได้พักผ่อนและผ่อนคลาย ด้วยบริการชั้นเลิศใน แบบดูลิต	The Rest and Relax Promotion offers guests the best introduction to the full Dusit experience.	Experience the level of relaxation with the offer of Rest & Relax, which offers special deal... That will allow you to <u>relax and relax</u> with excellent service in the form of Dusit
2. คำที่มีหลาย ความหมาย	เทรดเดอร์ วิคส์ ให้บริการ ค็อกเทล 'ไหมไทย' สูตรต้น ตำรับ พร้อมนำอาหารที่มี ชื่อเสียงระดับโลกมาเสิร์ฟใน บรรยากาศริมแม่น้ำเขตร้อน ของเรา	Trader Vic's, home of the original <u>Mai Tai</u> , brings world-renowned cuisine to our tropical riverfront setting.	Trader Vikings serves the original ' <u>Thai Silk</u> ' cocktail, with world- famous dishes served in our tropical riverside atmosphere.
3. คำ/วลีที่มี คำหลายชนิด ผสมอยู่	มุมนิตเต้ลิตาเลีย นำเสนอเนื้อที่ ผ่านการหมักหรือแปรรูปและ ชีสอิตาเลียน พร้อมกับพาสต้า และซอสที่คัดสรรอย่างดี...	The Little Italy corner offers <u>cured meats</u> along with a choice of pastas and sauces...	Little Italy Offering space through fermentation or processing And Italian cheese With pasta And carefully selected sauces ...
	บริการอำนวยความสะดวก ชั้นเอ็กเซคิวทีฟคลับ บริการโทรปลุก มีบริการเสื้อวอดมนต์ การแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ บริการรถลีมูซีนส่วนตัว พนักงานยกสัมภาระ/เบลแมน	Concierge Services Executive Club Level Wake Up Calls Prayer Mats Available Foreign Currency Exchange Private Limousine Service	Convenience services Executive Club Floor Wake up call There is a prayer mat service. Foreign exchange Private limousine service

	<u>พนักงานเปิดประตู</u>	Porter/Bellman <u>Doorman</u>	<u>Baggage / Bellman</u> <u>Staff opens the door</u>
	...	...	...

จากตัวอย่างที่ 1 จะเห็นว่า GT ไม่สามารถแยกความหมายของคำว่า “พักผ่อน” และ “ผ่อนคลาย” ได้เมื่อสองคำนี้มาอยู่ใกล้กัน โดย GT แปลเพียงคำว่าผ่อนคลายเป็นคำว่า “relax” และซ้ำคำเพื่อแทนคำว่า “พักผ่อน” ทำให้ภาษาปลายทางดูไม่เป็นธรรมชาติ ในขณะที่ HT แปลโดยการถอดความและใช้ชื่อโปรโมชั่น Rest & Relax ตามภาษาต้นฉบับ และในตัวอย่างที่ 2 GT ได้แปลคำว่า “ไหมไทย” ที่หมายถึงเครื่องดื่มน้ำเป็น “Thai Silk” ที่หมายถึง ผ้าไหมไทย ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า GT อาจยังไม่มีข้อมูลชื่อเครื่องดื่มน้ำในระบบแปลภาษา เนื่องจากบริบทรอบข้างชัดเจนว่า ไหมไทยในที่นี้คือเครื่องดื่มน้ำไม่ใช่ผ้า เห็นได้จากคำว่า “ค็อกเทล” ที่อยู่ด้านหน้า รวมถึงบริบทด้านหลังที่เกี่ยวกับอาหารอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ดี ในตัวอย่างที่ 3 GT แปลคำว่า “เนื้อที่” ผิดความหมาย ซึ่งเป็นคำทั่วไปที่ไม่ได้มีความหมายทางวัฒนธรรมที่ท้าทายความสามารถของ GT มากนัก และมีบริบทรอบข้างเกี่ยวกับอาหารชัดเจน จึงเป็นน่าที่สังเกตว่าเหตุใด GT จึงแปลคำนี้โดยรวมเป็นคำนามคำเดียว (space) โดยไม่สามารถแยกคำว่า “เนื้อ” ให้เป็นคำนาม และคำว่า “ที่” ให้เป็นคำบุพบทได้ เช่นเดียวกับคำว่า “พนักงานเปิดประตู” ที่ GT แปลโดยแยกหน่วยคำเช่นเดียวกัน ซึ่งขัดกับการแปลคำว่า “พนักงานยกสัมภาระ” ที่ GT ไม่ได้แปลตรงตัวแบบแยกหน่วยเหมือนสองคำข้างต้น แต่แปลออกมาเป็นคำว่า “baggage” เพียงคำเดียว โดยข้อผิดพลาดนี้ชี้ให้เห็นว่าคำหรือวลีที่ประกอบด้วยคำหลายชนิดยังเป็นประเด็นที่ท้าทายความสามารถของ GT เพราะ GT ยังไม่สามารถแยกได้ว่าคำเหล่านี้เป็นคำเดียวกัน แม้จะมีบริบทความหมายที่ชัดเจน

4.4.4.5 การแปลสำนวน การแปลอย่างตรงตัวของ GT ยังก่อเกิดปัญหาในการแปลสำนวน เนื่องจาก GT ไม่สามารถตีความสำนวนและถ่ายทอดความหมายออกมาในภาษาปลายทางออกได้ ดังตัวอย่างสำนวน “แก้วแล้วแก้วเล่า” ที่ GT แปลโดยใช้วิธีการทับศัพท์คำว่า “Kaew” ซ้ำกัน 3 คำ และแปลคำว่า “เล่า” เป็น “told” ซึ่งไม่สามารถสื่อความหมายจากภาษาต้นฉบับได้ ในขณะที่ HT แปลว่า wine-by-the-glass เพื่ออธิบายความหมายให้ใกล้เคียงกับภาษาต้นฉบับมากที่สุด

นอกจากนี้ GT ยังไม่สามารถแปลข้อความธรรมดาในภาษาต้นฉบับออกมาเป็นสำนวนในภาษาปลายทางได้ อาทิ GT แปลวลี “แชมเปญสักขวด” อย่างตรงตัวเป็น “a bottle of champagne” ซึ่งไม่ได้ผิดความหมาย เพียงแต่ไม่สามารถแปลเป็นภาษาที่แพรวพราวอย่าง “a bottle of bubbly” เหมือนกับภาษาแปลของ HT ได้

ตารางที่ 133 การแปลสำนวนอย่างตรงตัวของ GT

SL	HT	GT
แชมเปญสักขวด	a bottle of bubbly	a bottle of champagne
นั่งพักผ่อนสบายๆ จิบไวน์กับ เพื่อนๆ <u>แก้วแล้วแก้วเล่า</u>	hot speciality teas sit comfortably alongside a friendly <u>wine-by-the-glass</u> offering.	Or sit back and relax Sip wine with friends. Kaew Kaew Kaew told

กล่าวโดยสรุป หากพิจารณาจากข้อผิดพลาดด้านการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษตามหลักของสุพรรณิ ปิ่นมณี (2552) จะพบว่า HT มีปัญหาด้านการแปลเกินและการแปลขาด ในขณะที่ GT มีปัญหาการแปลด้านการแปลผิดความหมายและผิดไวยากรณ์ และแปลโดยใช้คำผิด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาษาแปลของ GT ยังเป็นภาษาที่มีความเป็นธรรมชาติน้อย เนื่องจากยังไม่มีการจัดรูปแบบภาษาที่ดี มีการใช้ประโยคผิดไวยากรณ์ และแปลผิดความหมายจนไม่สามารถเป็นที่ยอมรับได้ (acceptability) รวมถึงไม่มีการใช้สำนวนเหมือนกับภาษาปลายทาง

4.4.5 การปรับภาษาต้นฉบับที่ส่งผลต่อคุณภาพการแปลของ GT

จากการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยสังเกตเห็นได้ว่า GT สามารถแปลคำ วลี หรือประโยคสั้น ๆ ทัวไปได้ดี โดยไม่มีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์มากนัก (ยกเว้นคำทางวัฒนธรรม) และการปรับภาษาต้นฉบับที่ยาวเกินไปยิ่งทำให้ประสิทธิภาพของลดลง และเพิ่มความสับสนให้ GT เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาที่ไม่มีเครื่องหมายวรรคตอนจบประโยคอย่างชัดเจนเหมือนกับภาษาอังกฤษ ซึ่งลักษณะการใช้เว้นวรรคในภาษาไทยทั่วไปจะไม่ใช้การเว้นวรรคเพื่อจบประโยคเท่านั้น แต่ยังใช้เมื่อเริ่มต้นส่วนขยายหรืออนุประโยค รวมถึงใช้เพื่อแบ่งข้อความเป็นส่วน ๆ และช่วยพักสายตาแก่ผู้อ่าน ทำให้ GT ไม่สามารถแยกแยะการตัดแบ่งประโยคได้อย่างถูกต้องตามภาษาต้นฉบับ และมักขึ้นต้นประโยคใหม่ตามการเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับ ประเด็นนี้จึงชี้ให้เห็นว่า การวิเคราะห์จุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของใจความในภาษาไทยนี้ยังเป็นความสามารถของมนุษย์ที่ GT ยังไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงทดลองแก้ไขการเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับให้มีการเว้นวรรคเมื่อจบใจความสำคัญหนึ่งประโยค และเคาะส่วนขยายหรืออนุประโยคด้านหลังมาติดกับประโยคหลักด้านหน้า และพบว่า GT สามารถแปลออกมาเป็นภาษาปลายทางได้ดีขึ้น เพราะ GT จะแปลเป็นประโยคเดียวกันตามต้นฉบับ ทำให้ลดปัญหาการแบ่งประโยคผิดและการใช้ภาษาผิดไวยากรณ์ รวมถึงการแปลผิดความหมายที่อาจเกิดจากการแบ่งเว้นวรรคผิด อย่างไรก็ตาม จำนวนคำที่น้อยเกินไปอาจส่งผลให้ความหมายในภาษาปลายทางคลาดเคลื่อน เพราะ GT ไม่สามารถเดาบริบทความหมายของคำได้ ผู้ที่ใช้เครื่องมือแปลภาษาจึงควรเลือกป้อนจำนวนคำที่เหมาะสมในการใช้ GT แปลภาษาแต่ละครั้ง

นอกจากการเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับที่ส่งผลต่อภาษาปลายทางของ GT ผู้วิจัยยังพบว่า ภาษาต้นฉบับที่มีความกำกวมหรือใช้คำไม่เหมาะสม ยังส่งผลต่อการใช้คำของเครื่องมือแปลภาษาด้วย อาทิ ภาษาต้นฉบับใช้คำว่า “ป่าโกงกาง/ธรรมชาติที่สมบูรณ์” โดยในบริบทนี้ควรใช้คำว่า “อุดมสมบูรณ์” มากกว่า ซึ่ง HT แปลส่วนนี้ด้วยการถอดความออกมา ทำให้ความหมายภาษาปลายทางชัดเจนขึ้นและดูเป็นธรรมชาติกว่าภาษาปลายทางของ GT กล่าวคือ HT สามารถตีความได้ว่าลักษณะป่าโกงกางที่อุดมสมบูรณ์จะมีลักษณะคล้ายป่าลิกลับ จึงใช้คำว่า “mysterious mangrove forest” และใช้คำว่า nature-rich โดยใช้คำว่า rich ซึ่งเป็นคำคุณศัพท์ที่มักใช้กับทรัพยากรธรรมชาติ ในขณะที่ GT ไม่สามารถรับรู้ได้ว่าภาษาต้นฉบับนั้นเหมาะสมหรือไม่ จึงแปลส่วนขยาย “ที่สมบูรณ์” โดยใช้คำว่า “perfect” และ “complete” ซึ่งเมื่อใช้คู่กับ mangrove forest และ nature จะกลายเป็นคู่คำปรากฏร่วมกันที่ไม่เป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง และเมื่อผู้วิจัยลองแก้ไขภาษาต้นฉบับให้เป็นคำว่า “อุดมสมบูรณ์” ก็พบว่า GT ใช้คำได้ดีขึ้น โดยเปลี่ยนไปใช้คำว่า “abundant” แทน

ตารางที่ 134 ตารางแสดงภาษาต้นฉบับที่ใช้คำไม่เหมาะสมและส่งผลต่อการแปลของ GT

SL	HT	GT
...หรือพายเรือคายัคไล่เลาะตาม เส้นทาง คดเคี้ยวในป่าโกงกาง ที่สมบูรณ์	... or kayak through a <u>mysterious mangrove forest</u> .	...Or kayaking traversing along the path Crooked in the <u>perfect mangrove forest</u>
...เพิ่มความรื่นรมย์ให้วันหยุดด้วย <u>ธรรมชาติที่สมบูรณ์</u> ของชายหาดหัว หิน ประเทศไทย	...add extra <u>nature-rich</u> zest to your Hua Hin beach holiday in Thailand.	..., adding to the delightful holiday with the <u>complete</u> <u>nature</u> of Hua Hin Beach, Thailand

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบการแปลเว็บไซต์โรงแรมระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษา Google Translate จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ โดยเปรียบเทียบวิธีการแปลที่ปรากฏในภาษาปลายทางในข้อความประเภทบอกกล่าวข้อมูล และข้อความจริงใจ รวมถึงศึกษาความแตกต่างของการแปลในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ ตลอดจนเปรียบเทียบการเลือกใช้คำอย่างเป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง โดยผู้วิจัยได้เลือกข้อมูลภาษาไทยจากเว็บไซต์โรงแรมทั้งหมด 29 แห่ง เพื่อเป็นข้อมูลภาษาต้นฉบับ และศึกษาภาษาปลายทางจากคลังข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่ คลังข้อมูลภาษาอังกฤษจากเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง (HT) และคลังข้อมูลภาษาฉบับแปลจากเครื่องมือแปลภาษา Google Translate (GT) นอกจากนี้ ยังศึกษาการใช้คำบ่งชี้และคำปรากฏร่วมโดยเทียบกับคลังข้อมูลเว็บไซต์โรงแรมในกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษ (L1) ได้ผลสรุปดังนี้

1. การศึกษาวิธีการแปลข้อความประเภทบอกกล่าวและข้อความจริงใจ ชี้ให้เห็นว่าประเด็นที่ HT และ GT เหมือนกัน คือ การใช้วิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุดในข้อความทุกประเภท เพียงแต่ HT มีวิธีการแปลที่หลากหลายมากกว่า โดยเฉพาะการแปลข้อความที่มีการใช้คำสร้างจินตภาพ การแปลข้อมูลทั่วไป และการแปลสโลแกนที่มักมีคำทางวัฒนธรรมร่วมอยู่ด้วย ซึ่ง GT เน้นการแปลแบบตรงตัวเป็นหลักและมีวิธีอื่นปรากฏบ้างเล็กน้อย อาทิ การใช้คำยืม การแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่า และการเปลี่ยนชนิดของคำ และพบวิธีการแปลที่มีผลต่อปริมาณเนื้อหาอย่างการละความไม่ใน GT น้อยมาก และไม่พบการแปลแบบเพิ่มความของ GT เลย

2. จากการศึกษาในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ พบว่า HT มีความหลากหลายในการแปลมากกว่า GT ในทุกระดับ ดังนี้

- 2.1 HT และ GT แปลคำทั่วไปได้ใกล้เคียงกันและพบข้อผิดพลาดของการแปลคำทั่วไปของ GT น้อยเมื่อเทียบกับการแปลคำทางวัฒนธรรม เนื่องจาก GT อาจยังมีข้อมูลที่ไม่มากพอเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย และไม่สามารถตัดสินใจเลือกคำที่มีหลายหน้าที่และหลายความหมายได้ จึงมักแก้ปัญหาด้วยการใช้คำยืม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mišenský (2008) ที่ควรใช้การถอดเสียงในการแปลภาษาถิ่น และงานวิจัยของ Zhang & Lv (2013) ที่เสนอว่าการแปลข้อความด้านการท่องเที่ยวควรใช้วิธีการถอดเสียง เพราะจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจภาษาต้นฉบับและสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิม ในขณะที่ HT มีทางเลือกในการแปลคำทางวัฒนธรรมหลายอย่าง อาทิ การบรรยายการใช้เชิงอรรถ และการถอดความ นอกจากนี้ HT ยังมีการหลอกคำ การใช้คำเฉพาะทาง และการใช้

ภาษาที่เป็นทางการมากกว่า GT รวมถึงมีการใช้คำที่สร้างจินตภาพมากกว่า GT ด้วย โดยการใช้คำดังกล่าวจะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรม และมีผลต่อการจูงใจผู้อ่านมากกว่าการใช้คำธรรมดาทั่วไป

2.2 HT สามารถแปลประโยคคำสั่งโดยใช้โครงสร้างประโยคที่หลากหลายกว่า GT โดยสามารถเปลี่ยนประโยคคำสั่งเป็นวลีหรือประโยคบอกเล่าได้มากถึง 6 วิธี ในขณะที่ GT โครงสร้างประโยคคำสั่งในภาษาปลายทางแค่ 2 วิธีเท่านั้น นอกจากนี้ GT มีโครงสร้างอนุประโยคของประโยคความซ้อนในภาษาปลายทางที่ใกล้เคียงกับ HT หากภาษาต้นฉบับมีคำว่า “ที่” “ซึ่ง” “อัน” บ่งบอกส่วนขยายอย่างชัดเจน แต่ภาษาต้นฉบับที่ละคำดังกล่าวจะมีผลทำให้ภาษาปลายทางของ GT ผิดหลักไวยากรณ์ เนื่องจาก GT แบ่งประโยคตามการเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับ ทำให้ไม่สามารถเข้าใจได้ว่าข้อความที่อยู่หลังการเว้นวรรคเป็นส่วนขยายของประโยคด้านหน้าหรือไม่

2.3 การแปลอย่างตรงตัวของ GT ส่งผลให้ GT ถ่ายทอดเครื่องมือเชื่อมโยงความในภาษาปลายทางอย่างตรงตัว และมีการเรียงอนุวัจน์ตามลำดับเช่นเดียวกับการเรียงของภาษาต้นฉบับ รวมถึงการรวมอนุวัจน์จะเป็นไปตามต้นฉบับทุกประการ ในขณะที่ HT มีการสลับลำดับการเรียงอนุวัจน์ การเพิ่ม การละ และการรวมอนุวัจน์ที่นอกเหนือจากภาษาต้นฉบับ รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนเครื่องมือเชื่อมโยงความในภาษาปลายทางทั้งการเพิ่ม การละ และการเปลี่ยนประเภทของเครื่องมือเชื่อมโยงความเช่นเดียวกัน

2.4 ปัญหาในระดับคำที่พบใน HT ได้แก่ การสะกดคำผิด และข้อมูลไม่ตรงกับภาษาต้นฉบับ ส่วนปัญหาในระดับคำใน GT ได้แก่ การแปลผิดความหมาย และการใช้คำที่กว้างเกินไป ปัญหาในระดับประโยคและระดับข้อความที่พบใน HT คือ การละความไม่แปล การแปลขาดและแปลเกิน ส่วนปัญหาในระดับประโยคและระดับข้อความที่พบใน GT คือ การแบ่งประโยคไม่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาส อยู่เจริญ (2559) ที่กล่าวว่า การตัดแบ่งคำหรือประโยคเป็นปัญหาสำคัญของเครื่องมือแปลภาษาสำหรับการแปลภาษาไทย และงานของ Vidhayasai, Keyuravong & Bunsom (2015) ที่กล่าวถึงข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ของเครื่องมือแปลภาษา Google Translate ว่ายังมีการใช้โครงสร้างไม่เหมาะสม และการแปลแบบตรงตัวที่ส่งผลให้ภาษาผิดหลัก

3. จากการศึกษาความเป็นธรรมชาติของภาษาฉบับแปลกับคลังข้อมูลภาษาอังกฤษที่เขียนโดยเจ้าของภาษา พบว่า

3.1 HT และ GT มีการใช้คำบ่งชี้บุคคลเน้นไปทางผู้รับสารเช่นเดียวกับคลังข้อมูล L1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ Leelertphan (2017) ศึกษาเว็บไซต์ภาษาอังกฤษของโรงแรมไทย โดยที่ HT มีการปรับบทแปลให้มีการใช้คำบ่งชี้ในภาษาปลายทางใกล้เคียงกับภาษาที่ใช้โดยเจ้าของภาษา

3.2 แนวโน้มการใช้คำปรากฏร่วมส่วนใหญ่ของ HT มีทิศทางไปในทางเดียวกันกับ L1 มากกว่า GT อย่างไรก็ดี ทั้ง HT และ GT ยังมีคำปรากฏร่วมที่ไม่เป็นธรรมชาติปรากฏอยู่ในภาษาปลายทางเมื่อเทียบกับคลังข้อมูลเฉพาะทาง L1

3.3 เมื่อพิจารณาอัตราการใช้คำปรากฏร่วมในแต่ละหมวดของแต่ละคำในภาษาปลายทางของ HT และ GT พบว่า ภาษาปลายทางทั้งสองฉบับยังมีการใช้คำปรากฏร่วมบางหมวดที่สอดคล้องกับคลังข้อมูล L1 อยู่ แต่เมื่อพิจารณาความถี่อันดับต้นของทั้งสามคลังข้อมูล จะพบว่าคลังข้อมูลภาษาปลายทางยังมีการใช้คำที่แตกต่างจากคลังข้อมูล L1 อยู่มาก โดย HT และ GT มีการใช้คำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ใกล้เคียงกับ L1 มากที่สุด เมื่อเทียบกับคำว่า “unique” และ “luxurious”

4. ความหลากหลายในการแปลของ HT ที่มีมากกว่า GT ในระดับต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงสากลลักษณะของภาษาแปลใน HT มากกว่า GT เนื่องจากไม่พบสากลลักษณะประเภทแสดงความแจ่มชัดในภาษาปลายทางของ GT และพบสากลลักษณะประเภทการทำภาษาให้ง่ายขึ้นของ GT เพียงแค่ในระดับคำ การเปลี่ยนประโยคกรตุจากเป็นกรรมวาจกในระดับประโยคและการตัดประโยคที่สั้นลงตามการเว้นวรรคของภาษาต้นฉบับเท่านั้น ในขณะที่วิธีการแปลแบบถอดความ เพิ่มความ ละเอียดของ HT ส่งผลให้มีการปรับบทแปลได้มากกว่า GT โดยเฉพาะการปรับบทแปลในระดับข้อความ ทั้งการสลับวิธีการเรียงลำดับของใจความ การเพิ่มอนุวัจน์และเครื่องมือเชื่อมโยงความเพื่อขยายความ การละอนุวัจน์และเครื่องมือเชื่อมโยงความเพื่อลดความซับซ้อน รวมถึงการปรับใช้คำบ่งชี้ให้สอดคล้องกับภาษาที่เจ้าของภาษาใช้ ตลอดจนการใช้คำปรากฏร่วมที่มีความเป็นธรรมชาติมากกว่า GT โดยประเด็นนี้เป็นจุดสำคัญที่ทำให้ภาษาแปลของ HT และ GT แตกต่างกันอย่างชัดเจน และแสดงให้เห็นว่า GT สามารถปรับบทแปลได้ในระดับคำและระดับประโยคเท่านั้น แต่ยังไม่สามารถปรับบทแปลในระดับข้อความได้เท่ามนุษย์

กล่าวโดยสรุป วิธีการแปลแบบตรงตัวเป็นวิธีที่พบมากที่สุดในการแปลเว็บไซต์โรงแรม โดย HT เน้นไปทาง communicative translation ทำให้โครงสร้างภาษาปลายทางของ HT มีความหลากหลายกว่า GT ทั้งในระดับคำ ระดับประโยค และระดับข้อความ ในขณะที่ GT เน้นไปทาง faithful translation ส่งผลให้โครงสร้างและรูปแบบภาษาในภาษาปลายทางค่อนข้างจำกัดตามต้นฉบับ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับคำทางวัฒนธรรมและการพัฒนาระบบการเลือกคำที่มีหลายความหมาย หรือวลีที่ประกอบด้วยคำหลายชนิดจะช่วยลดปัญหาการแปลผิดความหมายได้ รวมถึงการพัฒนาด้านการถ่ายทอดภาษาแปลในระดับข้อความอาจช่วยให้ภาษาของ GT ใกล้เคียงกับภาษาของ HT มากขึ้น อย่างไรก็ดี การพัฒนาเรื่องการแบ่งประโยคของโปรแกรมแปลภาษา GT ยังเป็นประเด็นสำคัญที่ทางผู้พัฒนาระบบควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากการแบ่งประโยคผิดเป็นข้อผิดพลาดหลักที่ส่งผลให้เกิดข้อผิดพลาดอื่น ๆ ตามมา

5.2 แนวทางการศึกษาต่อไปในอนาคต

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นเพียงการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างมนุษย์และเครื่องมือแปลภาษาในบริบทเว็บไซต์โรงแรมเท่านั้น โดยในอนาคตอาจต่อยอดการศึกษาในบริบทด้านการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ หรือการแปลเฉพาะทางในบริบทอื่นเพิ่มเติม อาทิ

- การพัฒนาระบบแปลภาษาจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ โดยศึกษาปัจจัยสำคัญของลักษณะภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทางที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของเครื่องมือแปลภาษาในการแปลข้อความด้านการท่องเที่ยว การตรวจสอบคุณภาพงานแปลของเครื่องมือแปลภาษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณที่เป็นระบบมากขึ้น อาทิ การประเมินโดยใช้ค่า BLEU Score รวมถึงการแก้ไขภาษาต้นฉบับก่อนการแปลและหลังการแปลที่มีผลต่อคุณภาพของงานแปล
- การศึกษาลักษณะเฉพาะทางภาษาศาสตร์ของข้อความด้านการท่องเที่ยวชนิดต่าง ๆ รวมถึงลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์โรงแรมทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการจูงใจผู้อ่าน
- การศึกษาเชิงเปรียบเทียบด้านความพึงพอใจระหว่างบทแปลจากโปรแกรมภาษาและบทแปลจากมนุษย์ในบริบทด้านการท่องเที่ยว หรือบริบทอื่น ๆ ตลอดจนการวิเคราะห์สากลลักษณะของงานแปล และการศึกษาลักษณะข้อมูลภาษาและคำปรากฏรวมที่อาจเป็นประโยชน์ต่อสาขาการแปลงานด้านการท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กำชัย ทองหล่อ. (2530). *หลักภาษาไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บำรุงสาส์น
- โชษิตา มณีใส. (2542). *การใช้ภาษาเพื่อประสิทธิภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ตรีศิลป์ บุญขจร และนภลัย สุวรรณธาดา. (2541). “การพัฒนาศักยภาพในการเขียน”. ในเอกสารการสอนการใช้ภาษาไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 6). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราณี อธิชัยกุล. (2558). *การจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สัญญาวิ สายบัว. (2542). *หลักการแปล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุพรรณิ ปันมณี. (2546). *การแปลขั้นสูง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุพรรณิ ปันมณี. (2552). *แปลได้ แปลดี ทักษะการแปลสำหรับผู้เรียนในมหาวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไศรยา วิมลสถิตพงษ์. (2558). “วลีและประโยคในภาษาไทย” .ในเอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลักภาษาสำหรับครูภาษาไทย. อุตรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี
- อลิสวา วาณิชดี. (2556). *การอ่านงานแปล. การอ่านภาษาไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 11) นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Arnold, D., Balkan L., Meijer, S., Humphreys, R. L., & Sadler L. (1994). *MACHINE Translationan Introductory Guide*. London: NCC Blackwell
- Baker A. E. & Hengeveld. K (2012). *Linguistics* (eds). Blackwell Publishing Ltd: New Jersey
- Baker, M. (2011). *In Other Words: A coursebook on translation*. Abingdon: Routledge
- Bowker, L. (2002). *Computer-Aided Translation Technology: A Practical Introduction*. Canada: University of Ottawa Press.
- Bowker, L. & Pearson J. (2002). *Working with Specialized Language A practical guide to using corpora*. London: Routledge
- Catford, J.C. (1965). *A Linguistic Theory of Translation*. Oxford University Press: Oxford
- Halliday, M. A. K. & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. London: Longman.

- Iriskulov, A.T. (2006). Theoretical Grammar of English, *Sentence* (pp.44-48). Uzbek State World Languages University.
- Laviosa-Braithwaite, S. (2001) Universals of Transiation. In M. Baker (ed.), Routledge Encyclopedia of Translation Studies. London & New York: Routledge, pp 288-291
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics* . Cambridge: Cambridge University Press.
- Lewis, M. (2000). Language in the lexical approach. In M. Lewis (Ed.). *Teaching collocation: Further developments in the lexical approach* (pp. 133-134). London: Language Teaching Publications.
- Lüdeling, A. & Kytö, M. (2008). *Corpus Linguistics: An International Handbook*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG.
- Lundmark, C. (2005). *Metaphor and Creativity in British Magazine Advertising*. Luleå: Luleå University of Technology.
- Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. Hertfordshire: Prentice HaH International vUIO Ltd.
- Nida, E. A. (1964). *Towards a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating*. Leiden: Brill.
- Quinn, S & Irvings S. (1997). *Active Reading in the Arts and Sciences*. Boston: Allyn and Bacon.
- Vinay, J.P. & Darbelnet, J. (1995). *Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation* (Sager, J.C. & Hamel, M.J.). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company

บทความวารสาร

- กมล เกตุพันธ์ และวราภรณ์ ศรีเพชรพันธุ์. (2559). ทศนคติ พุทธกรรมและปัญหาการใช้ “กูเกิ้ล ทรานสเลท” (Google Translate) ของนักศึกษาวิชาเอกภาษาอังกฤษ. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*. 8 (1), 79-96.
- เวลิกา มามูล. (2561). การปรับปรุงข้อผิดพลาดทางการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ของ นักศึกษาหลักสูตรภาษาอังกฤษ ชั้นปีที่ 3 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยใช้

- แบบฝึกหัดการหาข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ (Error Identification). *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. 6 (2), 33-45.
- ศึกษา เรื่องดำ. (ม.ป.ป.). การศึกษาภาษาระดับข้อความและการใช้ประโยชน์ด้านการวิจัยทางภาษาไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 8 (3), 108-123.
- Aiken, M. & Balan, S. (2011). An Analysis of Google Translate Accuracy. *Translation Journal*. 16 (2).
- Ali, A. (2016). Exploring The Problems Of Machine Translation From Arabic Into Englishlanguage Facedby SaudiUniversity Student Of Translation At The Faculty-- Of Arts,Jazan UniversitySaudi. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*. 21 (4), 55-66.
- As-Safi, A & Ash-Sharifi I. S. (n.d.). Naturalness in Literary Translation. *Federation Internationale des Traducteurs (FIT) Revue Babel*. 43, 160-175.
- Aungsuwan, W. (2014). Cultural Word and Phrase Translation from Thai into English in Buddhist books: A Case Study of Vajiramedhi's work. (n.p.)
- Bayani, Z. (2016). The Impact of Text Difficulty on Translation Naturalness at Micro- and Macro Level. *International Journal of Research in Linguistics, Language Teaching and Testing*. 1 (2), 60-65.
- Bo, T. (2014). A Study on Advertisement Translation Based on the Theory of Eco-translatology. *Journal of Language Teaching and Research*. 5 (3), 703-713
doi:10.4304/jltr.5.3.708-713
- Borucinsky, M. & Kegalj, J. (2015). Collocations in Marine Engineering English. *Scripta Manent*. 10 (2), 36-51
- Bowker, L.; Jairo, B.C. (2015). Investigating the usefulness of machine translation for newcomers at the public library. *Translation and Interpreting Studies*, 10 (2), 165-186. <https://doi.org/10.1075/tis.10.2.01bow>
- Cojocaru, O.G. (2014). Strategies for Translating Vocative Texts. *Cultural Intertexts*, 1-2, 287- 295. Retrieved from <http://files.cultural-intertexts.webnode.com/200000030-2af782bf1b/287-295%20Cojocaru.pdf>

- Chérargui, M.A. (2012). Theoretical Overview of Machine translation. *ICWIT*, 160-165. Retrieved from <http://ceur-ws.org/Vol-867/Paper17.pdf>
- Craciunescu, O., Gerding-Salas, C. & Stringer-O'Keeffe, S. (2004). Machine Translation and Computer- Assisted Translation: a New Way of Translating? *Translation Journal*, 8(3).
- Estopace, E. (2017). *Neural Machine Translation Research Accelerates Dramatically*. Slator Language Industry Intelligence, Retrieved from <https://slator.com/academia/neural-machine-translation-research-accelerates-dramatically/>
- Gafiyatova, E.V., Korovina, I. V., Solnyshkina, M. I. & Yarmakeev, I. E. (2017). Deitic Elements as Means of Text Cohesion and Coherence in Academic. *Journal of Social Studies Education Research*. 8(3), 190-300.
- Gandin, S. (2015). Translating the representation of the tourist landscape: A corpus-based study. *DE GRUYTER OPEN*. 15. doi: 10.2478/topling-2015-0004
- Gaspari, F., Almaghout, H., and Doherty, S. (2015) “A survey of machine translation competences: insights for translation technology educators and practitioners”. *Perspectives: Studies in Translatology*, 23(3), 333–358.
- Goldie & Le, (2017) Proceedings of the 2017 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, pages 1442–1451 Copenhagen, Denmark, September 7–11, 2017.
- Guo-rong, S. (2010). Approches Fondées Sur Les Corpus Dans L'étude De Traduction. *CROSS-CULTURAL COMMUNICATION*. 6 (4), 181-187.
- Cuong, H., Le, C. A., Nguyen, P. & Pham, S.B. (2014). An Efficient Framework for Extracting Parallel Sentences from Non-Parallel Corpora. *Fundamenta Informaticae*. 130 (2014) 179–199. doi 10.3233/FI-2014-987
- Huadhom, N. & Trakulkasemsuk, W. (2017). Syntactic Analysis of Online Tourism Slogans: Frequency, Forms and Functions. *PASAA*. 53, 183-200
- Jary, M. & Kissine, M. (2016). When terminology matters: The imperative as a comparative concept. *Linguistics*. 54 (1), 119-148. doi: 10.1515/ling-2015-0039
- Leung, E.S.M. (2015). What Can a Bilingual Corpus Tell Us About the Translation and Interpretation of Rape. *CrossMark*. 28, 469-483. doi 10.1007/s11196-014-9400-y

- Luo, J. & Huang, T. (2015). Genre-Based Analysis of American Tourism Brochure. *Open Journal of Social Sciences*. 3, 200-208. doi 10.4236/jss.2015.39028
- Lyons, S. (2016). Quality of Thai to English Machine Translation. Knowledge Management and Acquisition for Intelligent Systems: 14th Pacific Rim Knowledge Acquisition Workshop PKAW 2016, pages 261-270, Phuket, Thailand, August 22-23, 2016.
- Marza, N.E. (2011). A Comprehensive Corpus-based Study of the Use of Evaluative Adjectives in Promotional Hotel Websites. *Odisea*, 12, 97-123. doi: 10.25115/odisea.v0i12.222
- Miangah, T. M. (2012). Different Aspects of Exploiting Corpora in Language Learning. *Journal of Language Teaching Research*. 3 (5), 1051-1060.
- Mišenský, P. (2008). Tourism and Terminology: Translating Travel Brochures. http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/7233/m%C3%AD%C5%A1ensk%C3%BD_2008_bp.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Munoz, I.D. (2012). Analyzing common mistakes in translations of tourist texts (Spanish, English and German). *ONAMAZEIN*, 26 (2), 335-349. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4419765.pdf>
- Ozdemir, N. O. (2014). Using Corpora Data to Teach Collocations in Medical English. *Journal of Second Language Teaching and Research*. 3 (1).
- Persson, L. (2012). *The Language of Tourism – How the Tourism Industry Promotes Magic*. Höskolan i Halmstad. Faculty of Humanities. English Department.
- Putranti, A. (2018). Modulation: A Translation Method to Obtain Naturalness in Target Language Text. *Journal of Language and Literature*. 18 (1), 98-101.
- Robin, E. (2017). Translation Universals Revisited. *FORUM. International Journal of Interpretation and Translation*. 15 (1), 51-66.
- Rodríguez-Inés, P. (2010). Electronic corpora and other ICT (Information and communication technologies) tools: an integrated approach to translation teaching. *The Interpreter and Translator Trainer*. 4 (2), 251-282.
- Sadeghi, Z. (2010). The Importance of Collocation in Vocabulary Teaching and Learning. *Translation Journal*. 14 (2). U

- Schwenk, H. & Douze, M. (2017). Learning Joint Multilingual Sentence Representations with Neural Machine Translation. Published at the 2nd ACL Workshop on Representation Learning for NLP, Vancouver, August 3rd 2017. Retrieved from https://research.fb.com/wp-content/uploads/2017/08/multiling_repl4nlp17_fair.pdf
- Sinclair, J. (1983). Naturalness in Language. *Corpus Linguistic Aarts J. and Mey W (eds.)*, 203-210.
- Skibitska, O. (2013). The challenges of translation of tourist e-text. *Translation Journal*. 17 (4). Retrieved from <https://translationjournal.net/journal/66tourism.htm>
- Skibitska, O. (2015). The Translation of Tourism Website. (*n.p.*), 735-740. Retrieved from <https://translationjournal.net/journal/>
- Smith, B. & Klein-Braley, C. (1997). In M. Snell-Hornby, Z. Jettmarova, & K. Kaindl (Eds.), *Translation as intercultural communication: Selected papers from the EST Congress, Prague 1995* (pp. 173-184). Amsterdam: Benjamins. doi: 10.1075/btl.20.18smi
- Sulaiman, M. Z. (2014). Translating the Style of Tourism Promotional Discourse: A Cross Cultural Journey into Stylescapes. *ELSEVIER*, 118, 503-510. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.02.069
- Svaziene, L. (2010). The Persuasive effect of metaphor in advertising. *JAUNUJU MOKSLININKU DARBAL*. 2 (27).
- The American Translators Association. (2017) *Machine Translation vs. Human Translation, 58th Annual Conference*, Wahington DC.
- Trzebińska.J & Bartoszewicz.J. (2014). A Multi-level Annotation of the Specialized Corpus of Dialogs of Disabled Polish Speakers. *Cognitive Studies / Études Cognitive* 14 .121-129. doi: 10.11649/cs.2014.011
- Ustaszewski, M. (2018). Optimising the Europarl corpus for translation studies with the EuroparlExtract toolkit. *Taylor & Francis Online*. 107-123 doi: 10.1080/0907676X.2018.1485716

- Udina, N. (2019). Using Post-Editing in Translation and LSP Courses, *Proceedings of INTCESS 2019- 6th International Conference on Education and Social Sciences*, 4-6 February 2019, Dubai, U.A.E.
- Vardaro, J., Schaeffer, M. & Hansen-Schirra, S. (2019). Translation Quality and Error Recognition in Professional Neural Machine Translation Post-Editing. *Informatics 2019*. 6 (41). doi:10.3390/informatics6030041
- Vidhayasai, T., Keyuravong, S. & Bunsom, T. (2015). Investigating the Use of Google Translate in “Terms and Conditions” in an Airline’s Official Website: Errors and Implications. *PASAA*. 19, 137-169
- Wang, L. (2016). The Translation of Tourism Materials of Scenic Spots from the Perspective of Nida’s Functional Equivalence Theory. *ATLANTIS PRESS. Advances in Intelligent Systems Research*, volume 130 6th International Conference on Mechatronics, Computer and Education Informationization (MCEI 2016)
- Wibiwo, A. H., Kristina, D. & Kasim, A. (2016). English Expressions in Tourism promotion Media of Solo Raya, Indonesia. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality (IJRTH)*. 2 (3), 38-44. doi: 10.20431/2455-0043.0203005
- Wongranu, P. (2017). Errors in translation made by English major students: A study on types and causes. *Kasetsart Journal of Social Sciences*. 38 (2), 117-122
doi: 10.1016/j.kjss.2016.11.003
- Wu, S., Witten, I. Li, L. & Yu, A. (2016). Constructing a Collocation Learning System from the Wikipedia Corpus. *International Journal of Computer-Assisted Language Learning and Teaching*. 6 (3). doi: 10.4018/IJCALLT.2016070102
- Xuedong, S. (2014). English-Chinese Translation Strategies for Advertisement Slogans. *CScanada*. 6 (2), 38-43. doi:10.3968/j.hess.1927024020140602.4501
- Yumada, M. (2019). The impact of Google Neural Machine Translation on Post-editing by student translators. *The Journal of Specialised Translation*. 31, 86-106.
- Zenettin, F. (2013). Corpus Methods for Descriptive Translation Studies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 95, 20-32. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.618
- Zhang, C. & Cai, H. (2015). On Technological Turn of Translation Studies: Evidences

and Influences. *Journal of Language Teaching and Research*, 6 (2), 429-434.

doi: 10.17507/jltr.0602.25

Zhang, Y & Lv, Z. & Feng, C. (2013). The Translation of Culture-loaded Tourism Texts from Perspective of Relevance Theory. *Theory and Practice in Language Studies*. 3 (1), 77-81. doi:10.4304/tpls.3.1.77-81

Zong, Z. (2018). Research on the Relations between Machine Translation and Human Translation. *IOP Publishing*. doi: 10.1088/1742-6596/1087/6/062046

วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

จุฑามาศ อยู่เจริญ. (2559). การศึกษาการใช้โปรแกรมช่วยแปลในการแปลงานเฉพาะทางระหว่างผู้แปลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อกับผู้แปลทั่วไป” (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาการแปลภาษาอังกฤษและไทย, ภาควิชาภาษาอังกฤษ

เทียนชัย ชานูณรงค์ศักดิ์. (2554). ผลต่อการฝึกจินตภาพเพื่อการผ่อนคลายที่มีต่อความแปรปรวนของอัตราการเต้นของหัวใจ (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา

ปัทมา สัมพันธ์มิตร. (2558). กลวิธีการแปลพาดหัวข่าวกีฬาฟุตบอลโลก: กรณีศึกษาสถานีวิทยุสปอร์ตเรดิโอ FM 96 MHz.” (นิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร.

อนัญญา จรรย์รังษีรัตน. (2559). วิเคราะห์การแปลความซับซ้อนในบทบรรยายใต้ภาพยนตร์เรื่อง “กวน มิน ฮี” และ “พี่มาก...พระโขนง” (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาการแปลภาษาอังกฤษและไทย, ภาควิชาภาษาอังกฤษ

หนึ่งฤทัย ลาที. (2556). การวิเคราะห์การแปลภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยจากหนังสือเรื่อง แอดแลนติก มหาสมุทรข้ามกาลเวลา (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา

- Akkhakraisai, P. (2004). *A Corpus-Based Approach to The Genre Analysis of Marketing Copy Posted on the Hotel Chain Websites*. Master's thesis, English for Specific Purposes, Faculty of Humanities, Kasetsart University.
- Bednář, M. (2015). *Translation Universals: The Good, the Bad, and the Necessary (Master's Thesis)*. Masaryk University, Department of English and American Studies.
- Jitpongum, C. (2011). *Translation Analysis of Daily Used Brochures (Master's Thesis)*. Thammasat University, English for Careers Language Institute.
- Juniarta, T. (2016). *A Subtitling Analysis of Imperative Sentence found in Need for Speed by Pein Akatsuki*. Muhammadiyah University of Surakarta, School of Teacher Training and Education. Department of English Education.
- Klankanna, T. (2007). *A Genre Analysis of Hotel Homepages*. Master's thesis, English for Specific Purposes, Faculty of Humanities, Kasetsart University.
- Leelertphan, P. (2017). *A Comparative Genre Analysis Of Boutique Hotel Webpages In Thailand And New Zealand*. Victoria University of Wellington, School of Linguistics and Applied Language Studies.
- Sitthanakul, K. (2017). *An Analysis Of Move And Linguistic Characteristics Of Hotel Homepages*. Burapha University, Faculty of Humanities and Social Sciences.
- Smith, K. L. (2002). *The Translation of Advertising Texts: A Study of English-Language Printed Advertisements and their Translations in Russian*. University of Sheffield, School of Teacher Training and Education. Department of Russian and Slavonic Studie.
- Srichai, P. (2016). *A Corpus-Based Study of Specialized Vocabulary from American Political News Articles: An Analysis of Lexical Items*. Thammasat University, English for Careers Language Institute.
- Yonthantham, U. (2014). *A Genre Analysis of the Restaurant Reviews in the Bangkok Post*. Thammasat University, English for Careers Language Institute.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2018). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2560. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=414&filename=index
- จุฬารัตน์ ตันประเสริฐ, วันทนี พันธ์ชาติ, ไพศาล เจริญพรสวัสดิ์, และเทพพิทักษ์ การุญบุญญานันท์. (2544). เครื่องแปลภาษา. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนโดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (ล. 25). สืบค้นจาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=25&chap=7&page=t25-7-infodetail06.html>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2017). GDP ไตรมาสที่สี่ ทั้งปี 2560 และแนวโน้มปี 256. สืบค้นจาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5165
- Techsauce Team. (2017). เเจาะลึกการทำงานของ *Neural Machine Translation*. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/news/google-translate-neural-machine-learning/>
- Hutchins, J. (2007). Machine translation: problems and issues. Retrieved from <http://www.hutchinsweb.me.uk/SUSU-2007-2-ppt.pdf>.
- Matthews, G. (n.d.). Translation Techniques. Retrieved from https://www.ecpdwebinars.co.uk/wp-content/uploads/2015/04/Matthews_TRANSLATION_TECHNIQUES.pdf



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางที่ 135 ตารางการตรวจแก้การแยกประเภทข้อความ

ข้อความ	ประเภทข้อความ
แขกทุกท่านที่เข้าพัก ห้องคลับ, ห้องคลับดีลักซ์, ห้องจูเนียร์ 스위트 และ ห้องเอ็กเซคคิวทีฟ 스위트 สามารถเข้าใช้ คลับเลาจน์ ชั้น 31 ของ โรงแรมได้ ซึ่งจะเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 6.30 น. ถึง 23.00 น.	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูล โปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ
Pingviman Hotel มีบริการศูนย์ธุรกิจ, ฟิตเนส, บริการรับฝากสัมภาระ, บริการซักรีด โรงแรมยังมีโต๊ะบริการทัวร์และห้องประชุม บุฟเฟต์อาหารเช้าให้บริการทุกวันในห้องอาหาร "Pingpirom" ให้บริการอาหารไทยแบบดั้งเดิมและอาหารนานาชาติจานพิเศษในกรณีที่เครื่องดื่มมีให้บริการที่บาร์ริมสระว่ายน้ำ	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท ข้อมูลทั่วไป
ห้องพักแบบดีลักซ์พาวิลเลียนสองชั้นทุกหลังมีพื้นที่กว้างขวางพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตกแต่งอย่างมีสไตล์ด้วยวัสดุธรรมชาติและงานฝีมือที่ละเอียดบรรจง ภายในปูไม้กระดานขัดเงาและเพิ่มความสบายด้วยเฟอร์นิเจอร์บุผ้าทอมือสีอบอุ่น ด้านนอกมีระเบียงนั่งเล่นส่วนตัว ห้องพักรวมโค้งมนกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่งดงาม ตลอดจนหน้าผาหินปูนและหินงอกหินย้อยที่รายรอบ อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหลมพระนางแห่งนี้	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูลที่มีการ ใช้คำสร้างจินตภาพ
ผู้ชนะรางวัลโกด้าโกลด์โคสต์ 2016 โรงแรมปิงวิมนภูมิใจประกาศว่าได้รับรางวัลโกด้าโกลด์โคสต์ดั่งกลม 2016 จากคะแนนจาก 8 คะแนน 9 คะแนนรางวัลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจของแขกผู้มาพักในโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมปิงवालแมนในโรงแรมชั้นนำในจังหวัดเชียงใหม่ ขอขอบคุณทุกท่านที่มีค่าสำหรับความคิดเห็นของคุณ	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท ข้อมูลทั่วไป
ข้อเสนอพิเศษสุด – มีให้เฉพาะที่ anantara.com	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูล

การจองที่พักทาง anantara.com สำหรับการเข้าพักระหว่างวันที่ 16 มกราคมถึง 31 ตุลาคม 2562 จะได้รับบุฟเฟ่ต์อาหารเช้าสำหรับเด็กฟรีสูงสุด 2 ท่าน (ต่ำกว่า 12 ปี) ที่รีเวอร์ไซด์ เทอร์เรซ เมื่อรับประทานอาหารเช้าร่วมกับผู้ปกครอง	โปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ
อิมเมอร์ไปกับของหวานที่ขึ้นชื่อที่คาเฟ่ในกรุงเทพฯ ของเรา ค้นพบสวรรค์ของคนชอบช็อกโกแลตด้วยของหวานที่ทำด้วยมือ ลิ้มลองรสชาติของช็อกโกแลตที่มีให้เลือกนับร้อยแบบ ขนมเค้ก แสบอรร้อย และขนมอบสดใหม่ จิบกาแฟหอมกรุ่น และดื่มด่ำกับช็อกโกแลตร้อนๆ ตามต้องการ	ข้อมูลเชิงประจักษ์ข้อมูลที่มีการใช้สร้างจินตภาพ
จุดเด่น: สภาพแวดล้อมในป่าที่เงียบสงบพร้อมวิวสามประเทศ ห้องห้องพัก 40 ห้องและห้องสวีท 15 ห้องรวมห้องแฟมิลีสวีท 6 ห้อง ปางช้างได้รับรางวัลโครงการวิจัยและอนุรักษ์ทางวิทยาศาสตร์ แพ็คเก็จดีลักซ์พรีเมียมที่พักรวมอาหารเช้าสามมื้อและเครื่องดื่ม กิจกรรมร่วมกับช้าง สปา ประสิทธิภาพการทำอาหารและการเรียนรู้วัฒนธรรม	ข้อมูลบอกกล่าวประเภทข้อมูลทั่วไป
เร็นกายสู่ความเงียบสงบในป่าที่ล้านนา รีสอร์ทของเรา ศาลาเปิดโล่งสามชั้นรอต้อนรับคุณอยู่ พร้อมความหอมของกลิ่นตะไคร้ ขึ้นไปยังห้องสวีทไม้สักของคุณ เพื่อมองทิวทัศน์ของสามประเทศ ผ่อนคลายในอ่างอาบร้อนสำหรับสองท่าน จากนั้นให้ร่างกายได้คลายความเครียดด้วยการรับบริการนวดเคียงข้างกัน	ข้อมูลเชิงประจักษ์ข้อมูลที่มีการใช้สร้างจินตภาพ
ลดสูงสุด 20% เมื่อจองห้องพักล่วงหน้า เพียงจองห้องพักล่วงหน้า 7 วัน ลดทันที 15% สำหรับห้องพักเท่านั้นและ 20% สำหรับห้องพักรวมอาหารเช้า พิเศษ เมื่อจองห้องพัก ผ่านเว็บไซต์โรงแรมโดยตรง รับประกัน ราคาดีที่สุด	ข้อมูลเชิงประจักษ์ข้อมูลโปรโมชั่น/สิทธิพิเศษ
วิลล่าเพรสซิเดนเซียลริมหาด เป็นวิลล่าพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัวเพียงหนึ่งเดียวที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์มหาสมุทรของชายหาดหัวหินที่สวยงามและไกลสุดลูกหูลูกตา โอบล้อมไปด้วยภูมิประเทศเขตร้อนอันเขียวชอุ่ม	ข้อมูลเชิงประจักษ์ข้อมูลที่มีการใช้สร้างจินตภาพ
ความหรูหราร่วมสมัยที่เห็นบรรยากาศของสยาม กรุงเทพฯ	ข้อมูลเชิงประจักษ์สไตล์แกน
ยิ่งพักนาน ยิ่งประหยัดที่เมอเวนพิก อัสสรา รีสอร์ท แอนด์ สปา หัวหิน! ใช้วันหยุดพักผ่อนหรือขยายช่วงสุดสัปดาห์ในหัวหิน ประหยัดสูงสุดถึง 30% จากราคาห้องพักพร้อม อาหารเช้า แสบอรร้อย นอกจากนี้ รับ บัตรกำนัลร้านอาหาร 20 ดอลลาร์ ต่อการเข้าพักหนึ่งครั้ง เมื่อจองโดยตรงในเว็บไซต์ของเรา เข้าพักตั้งแต่สองคืนขึ้นไปเพื่อรับข้อเสนอสุดพิเศษนี้ และส่วนลดที่น่าสนใจอีกหลายรายการ:	ข้อมูลเชิงประจักษ์ข้อมูลโปรโมชั่น/สิทธิพิเศษ

ในทุกๆห้องพักรวมวิลเลี่ยน จะมี โทรทัศน์จอแบน เครื่องเล่นดีวีดี / ซีดี บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย เครื่องเป่าผม ไฟฉาย สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ อุปกรณ์ชงกาแฟ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่แขกผู้เข้าพัก	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท ข้อมูลทั่วไป
โอเชียนบาร์ วาดฝันพร้อมจิบเครื่องดื่มริมทะเล	ข้อมูลจุดใจประเภทสโลแกน
ซักอบรีด การบริการซักอบรีดสามารถจัดส่งคืนได้ภายในหนึ่งวันหากผู้เข้าพักส่งเสื้อผ้าให้กับพนักงานตอนเช้าก่อน เวลา 8.00 น. โปรดกรอกแบบฟอร์มและส่งให้พนักงานทำความสะอาด ทางโรงแรมไม่อนุญาตให้ผู้เข้าพักแขวนเสื้อผ้าไว้ที่ริมระเบียงห้อง	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท กฎ ระเบียบ ข้อตกลง
สัมผัสการพักผ่อนอย่างมีระดับกับข้อเสนอ Rest & Relax ที่มอบดีลสุดพิเศษกับส่วนลดค่าห้องพักสูงสุดถึง 35% พร้อมฟรีอาหารว่างช่วงบ่าย และส่วนลด 25% สำหรับใช้บริการทวารณีย์สปา ที่จะช่วยให้คุณได้พักผ่อนและผ่อนคลายด้วยบริการชั้นเลิศในแบบดูลิต	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูล โปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ
รวดเร็ว สดใหม่ พร้อมเติมพลังให้คุณ	ข้อมูลจุดใจประเภทสโลแกน
ทุกพื้นที่ภายใน โรงแรมซาลา นัมเบอร์ 6 ได้สอดแทรกวัฒนธรรมความเป็นอยู่ดั้งเดิมของเมืองเชียงใหม่ไว้ ไม่ว่าจะเป็น สระว่ายน้ำ ซึ่งตั้งอยู่ตรงกลางโรงแรม เปรียบเสมือนบ่อน้ำที่ตั้งอยู่กลางบ้านของครอบครัวชาวล้านนาในอดีต	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูลที่มีการ ใช้คำสร้างจินตภาพ
สำหรับการเข้าพักตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม 2562 ถึง 30 มิถุนายน 2562 สามารถจองตั้งแต่ 1 มกราคม 2562 ถึง 30 มิถุนายน 2562 ต้องจองล่วงหน้าและขึ้นอยู่กับจำนวนห้องพักว่างไม่สามารถยกเลิกหรือแก้ไขการจองได้ ต้องชำระเงินเต็มจำนวนโดยโอนผ่านธนาคารหรือบัตรเครดิตภายใน 24 ชั่วโมงหลังจากที่จอง	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูล โปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ
การพักผ่อนอันแสนสงบเงียบ ท่ามกลางอบกอดของสวนสวย	ข้อมูลจุดใจประเภทสโลแกน
ข้อกำหนดและเงื่อนไข: ห้องพักและราคาขึ้นอยู่กับอัตราเข้าพักในช่วงวันที่ให้ความสนใจ ข้อเสนอพิเศษนี้ต้องชำระเงินล่วงหน้าทันที ไม่สามารถยกเลิก เปลี่ยนแปลง แก้ไข และ/หรือโอนย้ายได้ ข้อเสนอนี้ไม่สามารถใช้สำหรับการเข้าพักแบบหมู่คณะได้ (มากกว่า 10 ห้องขึ้นไป) ข้อเสนอนี้ไม่สามารถใช้ร่วมกับโปรโมชั่นหรือรายการส่งเสริมการขายอื่นๆได้	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท กฎ ระเบียบ ข้อตกลง

อุปกรณ์ ภาพและเสียง - โรงแรม อมารี หัวหิน เทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการประชุม มี WiFi และบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตให้ใช้งานในห้องประชุมทุกห้อง ระบบเสียง ไมโครโฟน (แบบขาตั้งพื้น แบบตั้งบนโต๊ะ และแบบไร้สาย) ลำโพง (ติดเพดานและระบบเสียงคอมพิวเตอร์แบบเคลื่อนที่) เครื่องบันทึกเทป ดนตรีประกอบ อุปกรณ์ห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง แท่นยืน และไมโครโฟน ไวท์บอร์ด ฟลิปชาร์ตแบบเคลื่อนที่ได้	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท ข้อมูลทั่วไป
ความหรูหราที่เน้นธรรมชาติ ความสนุกสนาน และความสงบแห่งจิตใจสำหรับครอบครัว	ข้อมูลจุดใจประเภทสโตน
พักผ่อนอย่างสันโดษ บนเกาะแห่งสวรรค์ที่มีเนินเขาเขียวชอุ่มมองเห็นหาดทรายละเอียดดุจแป้ง ซ่อนตัวในพูลวิลล่าสุดหรูสำหรับสองท่าน หรือในเรซิเดนซ์กว้างขวางสำหรับครอบครัว	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูลที่มีการใช้คำสร้างจินตภาพ
แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ	ข้อมูลจุดใจประเภทสโตน
ตลาดน้ำพื้ตยั้งอยู่ห่างจากบ้าน Chatmanee 1.1 กม. ในขณะที่หาดจอมเทียนห่างจากโรงแรมไป 2 กม. สนามบินที่ใกล้ที่สุดคือสนามบินอุตะเภานานาชาติ 26 กม. จากสถานที่	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท ข้อมูลทั่วไป
สวรรค์ที่เป็นส่วนตัว	ข้อมูลจุดใจประเภทสโตน
ห้องเชื่อมถึงกัน โทรศัพท์ เครื่องใช้ในห้องน้ำ ฟรี Wi-Fi เครื่อง ชงชา/กาแฟ ฝักบัวและอ่างอาบน้ำ ปลอดภัย ตู้เย็น มินิบาร์ ตู้ นินรยั ไดรเป่าผม น้ำดื่มบรรจุขวด (ฟรี) 2 เตียงเดียว หรือ 1 เตียงใหญ่	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท ข้อมูลทั่วไป

ความหลงใหลที่จับคู่กับการทำอาหารสำหรับอาหารค่ำส่วนตัวสุดโรแมนติก	ข้อมูลเชิงประจักษ์
สร้างสมดุลทั้งวันทำงานและวันหยุดที่โรงแรมพูลแมน	ข้อมูลเชิงประจักษ์
ในกรณีที่คุณต้องการความช่วยเหลือจากแพทย์ โปรดโทรติดต่อเบอร์ '0' ผู้เข้าพักจำเป็นต้องชำระค่าบริการกับแพทย์โดยตรง ซึ่งจะมีการออกใบเสร็จชำระเงินให้เพื่อการยื่นเรื่องเบิกค่าใช้จ่ายกับบริษัทประกันในประเทศของผู้เข้าพักในภายหลัง	ข้อมูลเชิงประจักษ์ กฎระเบียบ ข้อตกลง
หลีกเลี่ยงความวุ่นวายได้อย่างดี ในสถานที่งดงามเป็นธรรมชาติ ซึ่งเข้าถึงง่ายแต่ก็ห่างไกลผู้คน สง่างามพร้อมบรรยากาศเป็นกันเอง รีสอร์ททิวทัศน์น้อยขั้นที่แสนดึงดูดใจแห่งนี้ ล้อมรอบด้วยต้นมะพร้าวใบปลิวไสว สวนเขียวขจี และทะเลสาบสะท้อนแสงอาทิตย์	ข้อมูลเชิงประจักษ์ข้อมูลที่มีการใช้สร้างจินตภาพ
InBlu ล็อบบี้เลาจน์และบาร์สำหรับนั่งชิลล์หลังเลิกงานและสังสรรค์หลังเลิกงาน เสิร์ฟเครื่องดื่มหลากหลายชนิดพร้อมดนตรีสดช่วงค่ำ	ข้อมูลเชิงประจักษ์ ข้อมูลทั่วไป
ความโรแมนติกที่ไม่มีที่ใดเทียบได้	ข้อมูลเชิงประจักษ์
เมนูเห็ดทรัฟเฟิลสีดำไม่รวมอยู่ในโปรแกรมส่วนลดใด ๆ ของทางร้านทาปาสวีโน ยกเว้นส่วนลดพิเศษ 10% สำหรับสมาชิก Accor Plus เท่านั้น	ข้อมูลเชิงประจักษ์ กฎระเบียบ ข้อตกลง
สิ่งอำนวยความสะดวกในสปา ห้องทรีตเมนต์สวีทสำหรับสองท่าน 3 ห้องพร้อมพื้นที่อาบน้ำ ห้องอบไอน้ำสมุนไพร และเทอร์เรซกลางแจ้งพร้อมอ่างอาบน้ำหินขัดแบบหลุม ห้องดีลักซ์ทรีตเมนต์ 2 ห้องพร้อมระเบียงสำหรับนวดกลางแจ้ง ร้านเสริมสวย ศาลาสำหรับนวดสปาท่ามกลางธรรมชาติในทุ่งนา	ข้อมูลเชิงประจักษ์ ข้อมูลทั่วไป
ดื่มด่ำไปกับจุดหมายปลายทาง	ข้อมูลเชิงประจักษ์
บริการเสิร์ฟอาหาร ถึงห้องพัก (In-room Dining) มีบริการตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นอาหารไทย หรืออาหารนานาชาติ	ข้อมูลเชิงประจักษ์ ข้อมูลทั่วไป
โรงแรม โลฮาส เรสซิเดนซ์ ตั้งอยู่ระหว่างสุขุมวิทซอย 2 และสุขุมวิทซอย 4 สามารถเดินจากสถานีรถไฟฟ้าเพลินจิตและสถานีรถไฟฟ้าสนามกีฬาแห่งชาติที่ตั้งโรงแรมของเรามีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง ได้แก่	ข้อมูลเชิงประจักษ์ ข้อมูลทั่วไป

การยกเลิกหรือแก้ไข 13 วันหรือน้อยกว่าก่อนวันมาถึง ถ้าไม่มาในวันที่แจ้งว่าจะมาถึงหรือออกจากรีสอร์ทก่อน จะมีค่าใช้จ่ายเท่ากับเวลาเต็มตามที่จองไว้แต่แรก	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท กฎระเบียบ ข้อตกลง
ฟรี! เช็กเอาท์สายได้ถึงเวลา 15.00 น พิเศษ! เฉพาะเว็บไซต์โรงแรม: ฟรี! เช็กเอาท์สายได้ถึงเวลา 15.00 น เมื่อจองห้องพักผ่าน Amari.com คุณสามารถพักผ่อนในห้องพักได้นานขึ้น สะดวกสบายยิ่งขึ้น จองห้องพักที่นี่ ราคาดีที่สุด	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูล โปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ
สัมผัสเสน่ห์ของความเป็นไทย ท่ามกลางความงดงามของน้ำทะเลสีฟ้าคราม	ข้อมูลจุดใจประเภทสไตล์แกน
สำรองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรมฯ เลือก Gastronomy Package ที่ให้ความคุ้มค่ามากกว่า ห้องพักลดราคาพิเศษ 20% ฟรีอาหารเช้าแบบบุฟเฟต์ที่ร้านอาหารทะเล และสปาพักผ่อนในวันหนึ่งขอตัวเสร็จในห้องพัก พร้อมบริการฟรีไวไฟอินเทอร์เน็ต และคะแนนสะสมแลกกลับสำหรับสมาชิกแลกกลับ แอคคอร์ไฮเทล	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูล โปรโมชั่น/สิทธิประโยชน์/สิทธิพิเศษ
นอกจากนี้ทางโรงแรมฯ ยังมีห้องงานฟังก์ชันอื่น ๆ อีกกว่าสิบห้อง ซึ่งสามารถรองรับแขกได้ตั้งแต่ 20 ถึง 260 ท่าน และบริเวณการเดินพาวิลเลียนที่สามารถจัดเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ หรืองานอีเว้นท์ต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกัน	ข้อมูลบอกกล่าวประเภท ข้อมูลทั่วไป
สวรรค์ที่สวยงามในเมืองที่เติบโตเร็วที่สุดเมืองหนึ่งของโลก...โรงแรมเดอะ สุโกศล มนเสน่ห์แห่งสถานที่ ที่จะสะกดให้แขกผู้มาเยือนต่างลุ่มหลงไปกับรูปแบบความงามของศิลปะและการบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ อีกทั้งยังได้รับการปรับปรุงสถานที่และเปลี่ยนแปลงชื่อเมื่อไม่นานมานี้...สำรวจและค้นพบประสบการณ์ใหม่ของกรุงเทพฯ ด้วยเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำใครนี้ได้ที่นี่...สุโกศล	ข้อมูลจุดใจประเภทข้อมูลที่มีการ ใช้คำสร้างจินตภาพ

ภาคผนวก ข

ตารางที่ 136 ตารางการตรวจแก้กลวิธีการแปลโดยผู้มีความรู้ด้านการแปล

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
การตรวจแก้กลวิธีการแปลสโลแกน				
1. รสชาติและจังหวะทำนอง แบบเมืองร้อนริมฝั่งแม่น้ำ	Riverfront Tropical Flavours And Rhythms.	แปลแบบตรงตัว (ถูก)	Taste and tempo of tropical style on the river bank	แปลแบบตรงตัว
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
2. แกงเผ็ดร้อน อาหารทะเล สดๆ และการแสดงอันน่า ประทับใจริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพฯ	Fiery Curries, Fresh Seafood, And Inspiring Performances By Bangkok's Chao Phraya River.	แปลแบบตรงตัว (ถูก)	Hot red curry, fresh seafood and impressive performances by the Chao Phraya River in Bangkok	แปลแบบตรงตัว แปลโดยใช้ คำอธิบาย
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: HT ควรใช้คำว่า impressive แทนคำว่า inspiring และควรเปลี่ยน Bangkok's Chao Phraya River เป็น the Chao Phraya River in Bangkok				
3. รวดเร็ว สดใหม่ พร้อมเติม พลังให้คุณ	Fresh, Fast Bites To Keep You Going	แปลแบบเพิ่มความ แปลแบบลดความ	Fast, fresh, and energizing	แปลแบบตรงตัว แปลแบบลดความ
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม:				
4. ผ่อนคลายอย่างอ่อนใจ ดั่งฝัน ในท้องทะเล	Tropical Nights, Ocean Dreams	แปลแบบลดความ	Relaxing peacefully Like a dream in the sea	แปลแบบตรงตัว
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
5. ความหลงใหลที่จับคู่กับการทำอาหารสำหรับอาหารค่ำส่วนตัวสุดโรแมนติก	Passion Meets Gastronomy With Private Romantic Dinner.	แปลแบบถอดความ	The passion that is paired with cooking for a romantic private dinner.	แปลแบบตรงตัว
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: HT ควรเปลี่ยนคำว่า with เป็น for				
6. ความหรูหราที่เน้นธรรมชาติ ความสนุกสนาน และความสงบแห่งจิตใจสำหรับครอบครัว	Intuitive Luxury, Fun, And Peace Of Mind For Families.	แปลแบบตรงตัว (ถูก)	Luxury that emphasizes nature, fun and peace of mind for families	แปลแบบตรงตัว
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: HT ควรเปลี่ยนคำว่า Intuitive เป็นคำว่า Idyllic				
การตรวจแก้กลวิธีการแปลข้อความที่ใช้คำแสดงจินตภาพ				
7. ท่องเที่ยวทางทะเล ผาหินปูนสูงชันบรรจบกับน้ำทะเลสีเขียวมรกต เว้น้ำเขียวสงบ เชิญชวนฝูงปลาสีรุ้งให้ว่ายลัดเลาะไปตามแนวปะการัง นั่งปิคนิคบนชายหาดกับแชมเปญ สักขวด หนังสือสักเล่มและคนรู้ใจ ปล่อยกกายไปกับสายลม	SEA EXCURSIONS Sheer limestone cliffs meet azure water. Quiet coves beckon where rainbow-coloured fish dart in schools amidst the coral. A perfect picnic on the beach awaits with a bottle of bubbly, a book and that special someone. As a gentle breeze	แปลแบบถอดความ แปลแบบเพิ่มความ	Travel by sea Steep limestone cliffs meet the emerald green waters. Quiet water inlets Inviting the rainbow fish to swim along the coral reef. Take a picnic on the beach with a bottle of champagne. Book and heart Let your body go with the wind, the	แปลแบบตรงตัว (ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
แสงแดด และเสียงคลื่น ในที่อันสงบไร้ความกังวลุ่นวายใดๆ	tousles your hair, you relax, escape and dream.		sun and the waves. In a peaceful place without any worries	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
8. ทุกพื้นที่ภายใน โรงแรมชาลา นัมเบอร์ 6 ได้สอดแทรกวัฒนธรรมความเป็นอยู่ดั้งเดิมของเมืองเชียงใหม่ไว้ ไม่ว่าจะเป็น สระว่ายนํ้า ซึ่งตั้งอยู่ตรงกลางโรงแรม เปรียบเสมือนบ่อน้ำที่ตั้งอยู่กลางบ้านของครอบครัวชาวล้านนาในอดีต	True to tradition and belief, each aspect of Chala Number 6 is rooted in culture. The swimming pool at the centre of the hotel echoes the wells found at the heart of old family compounds.	แปลแบบถอดความ	Every area within Chalala Number 6 has inserted the traditional culture of Chiang Mai, whether it's a swimming pool located in the middle of the hotel Like a pond located in the middle of the house of a former Lanna family	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
9. งานแต่งงานและการจัดเลี้ยง หากคุณวาดฝันที่จะมีงานแต่งงานใต้ผาถ้ำหินปูนพร้อมวิวธรรมชาติอันงดงามของท้องทะเลอันดามัน หรือ ในสวนท่ามกลางบรรยากาศที่ร่มรื่น	WEDDINGS & EVENTS A wedding beyond compare. A fantasy created from the depths of your imagination and brought to life amidst coconut groves, beaches, the Andaman Sea and the jungle-	แปลแบบถอดความ แปลแบบเพิ่มความ	Wedding and banquet If you have dreamed of having a wedding under the limestone caves with beautiful natural views of the Andaman Sea or in the garden amid the shady atmosphere	แปลแบบตรงตัว (ถูก)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
ของหมั้นแม่ไม้และด้วยสถานที่ตั้งที่งดงามไม่เหมือนใครทำให้รายาวดี กระบี่ เป็นสถานที่ในฝันสำหรับจัดพิธีแต่งงานท่ามกลางญาติมิตรที่ใกล้ชิด	covered cliffs of Southern Thailand. To help you concentrate on the more expressive details of your wedding celebrations, Rayavadee offers you the following experiences which may be fully customised with additions to create your dream event.		of the trees and with a unique location, Rayavadee Krabi is the place. The dream place for organizing a wedding ceremony among close relatives	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
10. ความหรูหราแบบไทยที่แสดงอยู่ในทุกที่ของโรงแรมในกรุงเทพฯ ของเรา ผ่อนคลายไปกับห้องนอนที่ตกแต่งอย่างสวยงาม พร้อมวิวเมืองหรือสวนช่วยเพิ่มความกระปรี้กระเปร่า ก้าวเข้าสู่ห้องน้ำทันสมัยที่ตกแต่งด้วยหินอ่อนเย็นสบาย พื้นไม้มะค่าเนื้อแข็งถูกเพิ่มความสมดุลด้วย	<u>Luxurious</u> Thai details in our Bangkok hotel. Relax into a beautifully appointed bedroom with energising views of the city or gardens. Step through to a modern bathroom with cool marble features. Solid makha wood flooring is <u>balanced</u> by the softness of rich silks, while reflections of Thai culture unfold through	แปลแบบตรงตัว (ถูก) แปลแบบเปลี่ยนแปลง ไวยากรณ์ แปลแบบตรงตัว แปลแบบเพิ่มความ แปลแบบลดความ	<u>Thai luxury</u> that is shown in all of our Bangkok hotels. Relax with a beautifully decorated bedroom. With city or garden views, enhancing the energies Step into the modern bathroom decorated with cool marble. Solid maka wood floor is <u>balanced</u> with the softness of fine silk. It also reflects the Thai culture that is	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด) แปลแบบเปลี่ยนแปลง ไวยากรณ์

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
ความนุ่มนวลของผ้าไหมชั้นดี ที่ยังสะท้อนถึงวัฒนธรรมไทย ที่เผยให้เห็นผ่านองค์ประกอบ การตกแต่งต่างๆ ที่โรงแรมสุด หรูของเราในกรุงเทพฯ	abstract elements of the décor at our luxury hotel in Bangkok.		revealed through various decorative elements. At our luxury hotel in Bangkok	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
11. ริเวอร์ไซด์ เทอร์เรซ ริเวอร์ไซด์ เทอร์เรซมีทิวทัศน์ ของแม่น้ำเจ้าพระยาที่น่าทึ่ง เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับงาน แต่งงานในเมืองแห่งสวรรค์ของ คุณ แลกเปลี่ยนคำสาบาน ร่วม รับประทานอาหาร และเต้นรำ ภายใต้หมู่ดาว เหมาะสำหรับรับแขกสูงสุด 400 ท่าน	Riverside Terrace The Riverside Terrace boasts stunning views of the Chao Phraya, the perfect setting for your City of Angels wedding. Exchange vows, then dine and dance under the stars. Ideal for up to 400 guests.	แปลแบบถอดความ แปลแบบตรงตัว (ถูก)	Riverside Terrace Riverside Terrace offers breathtaking views of the Chao Phraya River. Is the perfect place for a wedding in your heavenly city Exchange vows Share a meal And dancing under the stars Suitable for up to 400 guests	แปลแบบตรงตัว (ผิด)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
12. รับประทานอาหาร โรงแรมปทุมวันปรีนเซส มี	DINING	แปลแบบตรงตัว (ถูก)	eat Pathumwan Princess Hotel There is a	แปลแบบตรงตัว

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
บริการอาหารให้เลือก หลากหลายเสมือนอยู่ในมหา นครเล็ก ๆ แห่งหนึ่ง – พักหนึ่ง สัปดาห์และลิ้มลองอาหารใน สถานที่ใหม่ทุกมื้อ!	The Pathumwan Princess Hotel offers a dining selection comparable with that in a small metropolis – stay for a week and you need never dine in the same place twice!	แปลแบบเปลี่ยน มุมมอง	wide variety of food choices as if in a small metropolis - stay for a week and taste every meal in the new place!	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
13. สถานที่ริมชายหาดสำหรับ งานแต่งงานในฝันของคุณใน ภูเก็ต ที่ อนันตรา ลายัน ภูเก็ต รี สอร์ท คุณสามารถจัดงานเฉลิม ฉลองสุดโรแมนติกในแบบเป็น กันเอง หรือแบบหรูหราเป็น พิเศษได้ตามที่คุณโปรด กล่าว คำว่า 'รับค่ะ' ในเวียงอ่าวเป็น ส่วนตัวที่มีหาดทรายขาว ละเอียดและน้ำทะเลสีฟ้าใสซัด ฝั่ง กล่าวคำปฏิญาณของคุณอีก ครั้งในโบสถ์สำหรับพิธีแต่งงาน	An oceanfront venue for your dream wedding in Phuket. At Anantara Layan Phuket Resort, romantic celebrations can be as intimate or lavish as you please. Say 'I do' in a secluded cove of powder-white sands and azure lapping waters. Renew your vows in a wedding chapel with sweeping ocean views making it stand out among the Phuket wedding hotels available. Hold a traditional Thai blessing ceremony surrounded by	แปลแบบถอดความ แปลแบบลดความ แปลแบบตรงตัว (ถูก)	Beachfront location for your dream wedding in Phuket At Anantara Layan Phuket Resort, you can arrange a romantic celebration in a friendly way. Or specially luxurious, as you say, 'Get in' in a private bay with fine white sand and clear blue waters. Make your vow again in the church for the wedding ceremony. With panoramic sea views Distinguished among other wedding hotels in Phuket. Surrounded by family and	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด) การละความไม่แปล

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
พร้อมวิวทะเลกว้างไกล โดดเด่นท่ามกลางโรงแรมจัดงานแต่งงานอื่นๆ ในภูเก็ต จัดพิธีทำบุญตามประเพณีไทย ที่รายล้อมไปด้วยครอบครัวและเพื่อนฝูงตัดกับทัศนียภาพของพื้นน้ำสีอัญมณีนั่งดงาม	family and friends against a panorama of jewel tones.		friends, interspersed with the scenery of the water, the magnificent gems	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
14. ตื่นขึ้นมาสูดรับกลิ่นอายของมหาสมุทรและสายลมแผ่วเบาจากต้นไม้ ใช้เวลาระหว่างวันที่มีแดดในวิลล่าริมชายหาดในภูเก็ต อาบแดดบนเตียงอาบแดดส่วนตัวของคุณ คลายร้อนด้วยการแช่ตัวในสระว่ายน้ำ หรืออ่างอาบน้ำขนาดใหญ่พิเศษ เดินเล่นผ่านเหล่าแมกไม้ที่นำไปสู่อ่าวลายันอันเงียบสงบ ก่อนกลับมารับประทานอาหาร	Wake up to the scent of the ocean and a light breeze in the trees. Spend sunny days in Phuket beachfront villas basking on your private sundeck, cooling down with a long soak in your pool or oversized bathtub. Wander through light foliage that parts to reveal tranquil Layan Bay, before returning to a candlelit dinner served poolside by your Villa Host	แปลแบบตรงตัว (ถูก) แปลแบบลดความ	Wake up to breathe in the ocean and the breeze from the trees. Spend a sunny day in the beachfront villa in Phuket. Sunbathe on your private sun bed. Cool off with a dip in the pool. Or extra large bathtub Take a stroll through the trees that lead to the peaceful Layan Bay. Before returning to the candlelit dinner by	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
คำได้แสงเทียนริมสระน้ำโดยมี ผู้ดูแลประจำวิลล่าของคุณคอย ให้บริการ			the pool with your villa attendant waiting for service.	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
การตรวจแก้กลวิธีการแปลสิทธิประโยชน์/โปรโมชั่น				
15. เข้าพัก 2 คืนขึ้นไปในห้อง จูเนียร์ริเวอร์วิวสวีท และ ห้องพักประเภทที่สูงขึ้นไปจะ ได้รับสิทธิประโยชน์บริการรถ โตโยต้า คัมรี่รับส่งสนามบิน หนึ่งเที่ยว จากสนามบิน กรุงเทพฯ ไปยังโรงแรมหรือ จากโรงแรมไปยังสนามบิน	Stays of two nights or more in Junior River View Suite and higher categories will also receive the benefit of a one-way Airport transfer by Toyota Camry from Bangkok Airport to the hotel or vice versa.	แปลแบบตรงตัว (ถูก)	Stay 2 nights or more in the Junior River View Suite. And higher types of rooms will be entitled to Toyota service benefits Camry, one airport transfer From Bangkok Airport To the hotel or from the hotel to the airport	แปลแบบตรงตัว (ผิด)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
16. พิเศษ! แอด Line@PPrincess รับส่วนลด พิเศษลดเหลือ 1,153 บาท เท่านั้น! รีบมาเป็นเพื่อนกัน	And Line@pprincess friends can enjoy a special price of THB 1,153 nett! CiTi BiSTRo: Ground Floor of Pathumwan Princess Hotel	แปลแบบลดความ แปลแบบลดความ แปลแบบละความ	extra! Add Line @ PPrincess Get special discount, reduced to 1,153 baht only! Hurry to be friends and invite to the whole family. The	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
<u>และชวนมาอิมทั้งครอบครัว</u> <u>บุฟเฟ่ต์ก็มีเฉพาะทุกคืนวัน</u> <u>ศุกร์และวันเสาร์ ตลอดเดือน</u> <u>กุมภาพันธ์นี้</u> 21. ห้องอาหารนานาชาติ ซิตี้ บิสโทร ชั้น 1 โรงแรมปทุมวัน ปรีนเซส เปิดให้บริการอาหาร มื้อค่ำตั้งแต่เวลา 18.00 – 22.00 น. สำรองที่นั่งและสอบถามข้อมูล เพิ่มเติมโทร 02-216-3700 ต่อ 20100	Open daily from 6:00 a.m. – 10:00 p.m. For more information, please contact 02-216-3700 ext. 20100 E-mail: citibistro@pprincess.com		crayfish buffet is only available on Friday and Saturday nights. Throughout February City Bistro International Restaurant, 1st Floor, Pathumwan Princess Hotel Open for dinner from 18.00 - 22.00 hrs. Reserve seats and ask for more information. Call 02-216-3700 ext. 20100	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
17. THAILAND DISCOVERY 2019 ราคา 3,600 บาท ห้องพักรวม อาหารเช้า สิทธิประโยชน์	THAILAND DISCOVERY 2019 SUPERIOR ROOM WITH BREAKFAST (STAY MAR 1 - OCT 31, 2019) PRIVILEGES / BENEFITS : Daily breakfast at Citi BiSTRo	แปลแบบเพิ่มความ แปลแบบตรงตัว (ถูก)	THAILAND DISCOVERY 2019 Price 3,600 baht, room including breakfast Privilege Buffet breakfast at Citi Bistro Restaurant	แปลแบบตรงตัว (ถูก)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
บุฟเฟต์อาหารเช้าที่ห้องอาหาร จิตต์ บิสโทร ฟรี อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง From ฿ 3,600 NET per room / night	Complimentary Super High Speed WiFi <u>30+Mbps</u> From THB 3,600 NET per room / night		Free high speed internet From ฿ 3,600 NET per room / night	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
18. การจองล่วงหน้า <i>From Jan 1 - May 31 2018</i> ถ้าคุณมีแผนการเดินทางที่จะ ไปยังกรุงเทพฯ อย่างแน่นอน แล้ว เราขอแนะนำโปรโมชั่นดีๆ เพียงคุณจองห้องพักล่วงหน้า 5 วัน รับส่วนลดสูงสุด 20% เพราะเราเข้าใจดีว่าคุณกำลัง รอคอยการพักผ่อนที่ปราศจาก ความเครียด และนั่นคือเหตุผล ว่าทำไมเราจึงได้ออกแบบโปร โมชันพิเศษนี้	WEEKEND SPECIAL PACKAGE <i>From Jan 1 - May 31 2018</i> Enhance your stay by booking our Weekend Special Package. Plan ahead and receive up to 20% off your weekend stay with International breakfast buffet included for 2 persons.	แปลแบบถอดความ แปลแบบเพิ่มความ ละความไม่แปล แปลแบบ เปลี่ยนแปลง ไวยากรณ์	<u>Advance booking</u> From Jan 1 - May 31 2018 If you have a plan to travel to Bangkok for sure We recommend good promotions. Just book your room 5 days in advance. Get up to 20% discount because we understand that you are waiting for a stress-free vacation And that is the reason why we have designed this special promotion	แปลแบบตรงตัว (ผิด+ถูก)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
19. ฉลองเทศกาลแห่งความรักกับบุฟเฟ่ต์มื้อค่ำสุดพิเศษ ห้องอาหารซีดี บิสโทร เอาใจคนรักบุฟเฟ่ต์ต้อนรับเทศกาลแห่งความรักด้วยอาหารสุดพิเศษสำหรับวันวาเลนไทน์ ให้คุณเต็มอิ่มและเพลิดเพลินกับความอร่อยแบบไม่อั้นที่จะนำมาเสิร์ฟเป็นบุฟเฟ่ต์มื้อค่ำให้คุณเฉพาะวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2562 เท่านั้น นำเสนอเมนูหอยนางรมสดๆ, กุ้ง, ปู และปิดท้ายด้วยเมนูของหวานยอดนิยมนอย่างข้าวเหนียวมะม่วง ทั้งหมดนี้ในราคาเพียง 1,919 บาท สำหรับ 2 ท่าน นอกเหนือจากมื้อค่ำสุดพิเศษแล้วยังมีเครื่องดื่มชอฟต์ดริงก์อโรมากลิ่นกุหลาบ 1 แก้ว	VALENTINE'S DAY SPECIAL CiTi BiSTRo's renowned Buffet Dinner is offering a very special feast for Valentine's Day. As well as it's well-known, highly enjoyable array of delicious, all-you-can-eat delights, the restaurant is also offering, for the evening of 14th February, enticing and succulent Oysters, Slipper Lobster, Crab and Mango Sticky Rice with a special price of THB 1,919 nett per couple on this one evening that includes one glass of Aroma Rosé.	แปลแบบถอดความ ละความไม่แปล	Celebrate the festival of love with a special dinner buffet. Citi Bistro restaurant offers lovers of buffet, welcoming the festival of love with special food for Valentine's Day. Let you enjoy and enjoy unlimited delicacies that will be served as a dinner buffet for you only on February 14, 2562, offering fresh oysters, crayfish, crab and culminating with a popular dessert menu like sticky rice. mango All this for only 1,919 baht for 2 persons. In addition to a special dinner, there is also a soft drink of aroma drink, a rose scent. Feel the aroma, soak up the scent of rose fragrance that will make you Great touch of Valentine's Day	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
สัมผัสความหอมต็มตำกับกลิ่น กุหลาบหอมชื่นใจที่จะทำให้ คุณได้สัมผัสกลิ่นอายของวันวา เลนไทน์ได้อย่างดีเยี่ยม				
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
20. ลดสูงสุด 20% เมื่อจอง ห้องพักล่วงหน้า	<u>Advanced Purchase Offer: Save up to 20%</u>	แปลแบบถอดความ ละความไม่แปล	<u>Up to 20% discount when booking in advance</u>	แปลแบบตรงตัว (ผิด)
เพียงจองห้องพักล่วงหน้า 7 วัน ลดทันที 15% สำหรับห้องพัก เท่านั้นและ 20% สำหรับ ห้องพักรวมอาหารเช้า พิเศษ เมื่อจองห้องพัก ผ่านเว็บไซต์ โรงแรมโดยตรง รับประกัน ราคาดีที่สุด	Receive 15% discount on Room Only and 20% Room with Breakfast rate when you book at least 7 days in advance.		Just book a room 7 days in advance, 15% discount for room only and 20% for rooms including special breakfast when booking. Through the hotel website directly, guarantee the best price	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
21. โปรโมชั่นพิเศษ! *เพียงแชร์ภาพสวย เปิดแชร์ public รับส่วนลดเพิ่มพิเศษ ทันที*	SPECIAL PROMOTION! *In case of checking-in or giving us files we might request* 3 hours, no room @299THB ONLY!	แปลแบบถอดความ แปลแบบตรงตัว (ถูก)	Special Promotion! * Just share the picture, open the public share, get extra discount immediately *	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
3 ชั่วโมง ไม่รวมห้องพัก เพียง @299 บาท 6 ชั่วโมง รวมใช้ห้องพัก เพียง @899 บาท	6 hours, room included @899THB ONLY!		3 hours excluding room only @ 299 Baht 6 hours total use only @ 899 Baht	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
22. แพคเกจประกอบด้วย: พัก 5 คืนขึ้นไป รับส่วนลด สูงสุด 30% สำหรับที่พักพร้อม อาหารเช้าทุกวัน รวมถึง สิทธิประโยชน์การเข้า ใช้บริการกษรา เอ็กเซคิวทีฟ เลานจ์ ราคาเริ่มต้นที่ US\$ 262	Package includes: Stay five nights or more and save up to 35% on accommodation with daily breakfast Inclusive of Kasara Executive Lounge benefits Rates start from US\$ 262	แปลแบบตรงตัว (ถูก)	Package includes: Stay 5 nights or more. Get up to 30% discount on accommodation and breakfast every day. Including benefits for accessing Kasara Executive Lounge Prices start at US \$ 262.	แปลแบบตรงตัว (ผิด)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: - ข้อมูลภาษาปลายทางไม่ตรงกับต้นฉบับ HT ควรเปลี่ยน 35% เป็น 30% ตามต้นฉบับ				
การตรวจแก้กลวิธีการแปลกฎ/ระเบียบ/ข้อบังคับ และข้อมูลทั่วไป				
23. สระว่ายน้ำ สระว่ายน้ำจะให้บริการแก่ผู้เข้า พักโรงแรมเท่านั้น ในบริเวณชั้น 1 ใกล้กับห้วยหลวงข้าว เปิดทุก	<u>Pool</u> The hotel swimming pool is located on the first floor and next to Huan Lhong Khao, it is exclusively for the	แปลแบบถอดความ แปลแบบเพิ่มความ	<u>swimming pool</u> The swimming pool will only be provided to hotel guests on the 1st floor near Huai Long Khao. Open	แปลแบบตรงตัว (ถูกต้อง)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
วันตั้งแต่เวลา 6.00 - 20.00 น. ความลึกของสระว่ายน้ำอยู่ที่ 1.5 เมตร	hotel guest only. The swimming pool is opening hours daily from 06.00 AM. – 08.00 PM. Please note the depth of the pool is 1.5 meters.		daily from 6.00 - 20.00 hrs. The depth of the pool is 1.5 meters.	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
24. ราคาข้างต้นคำนวณจาก อัตราแลกเปลี่ยนล่าสุด ราคาที่ ระบุในการยืนยันของคุณเป็น สกุลเงินที่โรงแรมใช้อย่างเป็น ทางการ และจะเรียกเก็บใน ราคาดังกล่าวเมื่อเช็คเอาท์ ต้องชำระเงินมัดจำ 100% เมื่อ สำรองที่พักและไม่คืนเงินมัดจำ หากยกเลิก ไม่สามารถรับข้อเสนอนี้ร่วมกับ ข้อเสนอ ส่วนลด หรือแพ็คเกจ อื่นๆ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลง	Rate noted above is based on recent currency exchange data. The rate indicated on your confirmation is in the official hotel currency and will be charged at that rate on check out. A non-refundable, one night deposit is required at the time of booking. Offer and inclusions cannot be used in conjunction with any other offer, discount or package, and is non	แปลแบบตรงตัว (ถูก) แปลแบบลดความ แปลแบบ เปลี่ยนแปลง ไวยากรณ์	The above price is calculated from the latest exchange rate. The price specified in your confirmation is the official currency used in the hotel. And will charge at that price when checking out 100% deposit must be paid when booking and not to return the deposit if canceled. Cannot accept the offer This combined with offers, discounts or other packages Cannot change the	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
รายการ โอนการใช้สิทธิ์ หรือ แลกเป็นเงินสดได้	exchangeable, transferrable or redeemable for cash		item Transfer rights Or redeem for cash	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
25. ห้องประชุมที่ว่าง หากต้องการดูข้อมูลความพร้อมบริการ และกำหนดราคาสำหรับการประชุม และการจัดงานของคุณ กรุณาขอใบเสนอราคาการจัดประชุมได้ทางออนไลน์	Meeting Room Availability To find availability and pricing information for your meeting and event, please request a meeting quote online.	แปลแบบตรงตัว (ถูก) แปลแบบถอดความ แปลแบบ เปลี่ยนแปลง ไวยากรณ์	Empty meeting room If you want to see availability information And set the price for the meeting And organizing your event, please request a quotation for meeting online	แปลแบบตรงตัว (ผิด)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
26. แจ้งออกล่าช้า เวลาเช็คเอาท์ได้จนถึง 12.00 น. (เที่ยง) การเช็คเอาท์ล่าช้าจนถึง 18.00 น. จะมีค่าใช้จ่าย 50% ของราคาที่พักหนึ่งคืน หลังจากเวลานี้ จะมีค่าใช้จ่ายเท่ากับราคาที่พักหนึ่งคืน	Late departure Check-out time is by 12:00 noon. Late check-out until 6:00 pm will be charged at 50% of one night's accommodation charge. Beyond this time, one night's accommodation charge will be applied.	แปลแบบตรงตัว (ถูก) แปลแบบถอดความ	Late notification Check-out time is until 12.00 hrs. (Noon). Late check-out until 6 pm will incur a 50% cost of one night accommodation. After this time Will have the cost equal to one night accommodation	แปลแบบตรงตัว (ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
27. โปรดทราบว่า การชำระเงินจะบันทึกบัญชีบัตรเครดิตของแขก 14 วันก่อนมาถึง ถ้าแขกต้องการประกันการจองด้วยการโอนเงินผ่านธนาคาร เราจะส่งใบเรียกเก็บเงินพร้อมรายละเอียดธนาคารของเราไปให้	Please note that the payment will only be posted to guests' credit card 14 days prior to arrival. During Peak Season, the total amount of the reservation will be charged to the credit card 45 days before the arrival date. Should guests wish to guarantee the booking by a Bank Transfer, we will send the invoice together with our Bank details.	แปลแบบตรงตัว (ถูก) แปลแบบเพิ่มความ	Please note that the payment will be recorded to the guest's credit card account 14 days before arrival if the guest wants to insure the booking by bank transfer. We will send the bill with our bank details to	แปลแบบตรงตัว (ผิด)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
<u>28. TWO-HOUR RESPONSE GUARANTEE ON RFP'S</u> เมื่อคุณต้องการทราบรายละเอียดเรื่องราคาและห้องประชุมที่ว่าง เพื่อการวางแผนจัดงานของคุณนั้น หลังจากคุณติดต่อเรา คุณจะได้รับการ	<u>TWO-HOUR RESPONSE GUARANTEE ON RFP'S</u> Within two hours, we will respond to your request with space, rate and date availability.	แปลแบบลดความ แปลแบบ เปลี่ยนแปลง ไวยากรณ์	TWO-HOUR RESPONSE GUARANTEE ON RFP'S When you want to know the details of the price and the meeting room that is available For planning your event After you contact us You will be contacted	แปลแบบตรงตัว (ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
ติดต่อกลับพร้อมรายละเอียด ของราคาและการบริการจาก เราภายในเวลา 2 ชั่วโมง			with details of the price and service from us within 2 hours.	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
29. บริการเสิร์ฟอาหาร ถึง ห้องพัก (In-room Dining) มีบริการตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่า จะเป็นอาหารไทย หรืออาหาร นานาชาติ	<u>In-room Dining</u> 24 hour in-room dining is available with a wide variety of Thai and international specialities.	แปลแบบถอดความ	<u>Room service (In-room dining)</u> Available 24 hours a day, whether Thai food Or international food	แปลแบบตรงตัว
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม:-				
30. สำหรับ 50-300 คน ห้องบอลรูม (Ballroom), สำหรับผู้ร่วมประชุมไม่เกิน 500 คน พร้อมอุปกรณ์ภาพ และเสียงคุณภาพสูง บอลรูม อีส (Ballroom East), สำหรับผู้ร่วมประชุมไม่เกิน 250 คน พร้อมอุปกรณ์ภาพ และเสียงระดับสูง	<u>For 50-300 persons</u> Grand Ballroom, for up to 500 persons, with state-of-the-art audio visual equipment Ballroom 1, perfect for up to 250 persons, with state-of-the-art audio visual equipment	แปลแบบตรงตัว แปลแบบเพิ่มความ	For 50-300 people Ballroom, for up to 500 delegates with high quality audio-visual equipment Ballroom East, for up to 250 delegates with high-level audio- visual equipment	แปลแบบตรงตัว (ถูก)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
บอลรูม เวส(Ballroom West), สำหรับผู้ร่วมประชุมไม่เกิน 250 คน พร้อมอุปกรณ์ภาพ และเสียงระดับสูง	Ballroom 2, stylish meeting room for up to 250 guests with state-of-the-art audio visual equipment		Ballroom West, for up to 250 delegates with high-level audio- visual equipment	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: ชื่อห้องประชุมใน HT ไม่ตรงกับต้นฉบับ				
31. Pingviman Hotel มี บริการศูนย์ธุรกิจ, ฟิตเนส, บริการรับฝากสัมภาระ, บริการ ซักรีด โรงแรมยังมีโต๊ะบริการ ทัวร์และห้องประชุม บุฟเฟต์ อาหารเช้าให้บริการทุกวันที่ ห้องอาหาร "Pingpirom" ให้บริการอาหารไทยแบบ ดั้งเดิมและอาหารนานาชาติ จานพิเศษในกรณีที่เครื่องบินมี ให้บริการที่บาร์ริมสระว่ายน้ำ	For guests conveniences Pingviman Hotel provides Business center, Fitness, Luggage storage, Laundry service. The hotel also has tour desk and meeting facilities. Buffet breakfast is served daily at The "Pingpirom restaurant" offers Traditional-Thai cuisine and International specialties, while refreshments are available at the pool bar.	แปลแบบตรงตัว (ถูก+ผิด) แปลแบบเพิ่มความ	Pingviman Hotel has a business center, fitness center, luggage storage, laundry service. The hotel also has a tour desk and meeting rooms. A daily buffet breakfast is served at the "Pingpirom" restaurant, serving traditional Thai and international specialties, while drinks are available at the pool bar.	แปลแบบตรงตัว (ถูก)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
32. ในทุก ๆ ห้องพักพาวิล เลียน จะมี โทรทัศน์จอแบน	All of our pavilions feature flat screen satellite TV with DVD/CD	แปลแบบตรงตัว แปลแบบเพิ่มความ	In every room, the Pavilion will have a flat-screen TV. DVD / CD	แปลแบบตรงตัว (ถูก)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
เครื่องเล่นดีวีดี / ซีดี บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย เครื่องเป่าผม ไฟฉาย สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ อุปกรณ์ชงชา กาแฟ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับแขกผู้เข้าพัก	player and wireless internet service. A hairdryer, flashlight, slippers and bathrobes as well as tea and coffee making facilities. Signature bath amenities are also provided.		player, wireless internet access Hair dryer, flashlight, bathroom amenities Bathrobe, slippers, tea and coffee making facilities To facilitate the guests	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
33. สิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายได้แก่ บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย เครื่องเล่นดีวีดี รายการทีวีสัญญาณดาวเทียม มินิบาร์ อุปกรณ์ทำชา/กาแฟ ตู้นํ้าเย็น อิเล็กทรอนิกส์ภายในห้องพัก และโทรศัพท์โทรทางไกล ห้องสวีทนี้มีเตียงคิงไซส์ 1 เตียง และหากท่านทำการขอเรายังสามารถเพิ่มเตียง	Facilities include Wireless Internet, DVD player, satellite TV programs, mini bar, tea/coffee facilities, in-room safety box and IDD telephone. Suites are available with 1 king-size bed and can accommodate, on request, up to 1 extra bed (rollaway) for a maximum of 3 guests.	แปลแบบตรงตัว แปลแบบถอดความ	A variety of facilities include Wireless internet DVD player Satellite TV, mini bar, tea / coffee making facilities Electronic in-room safes and long-distance telephone calls This suite has 1 king bed and if you request We can also add 1 additional bed for a maximum of 3 guests.	แปลแบบตรงตัว (ผิด)

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
ล้อเลื่อนให้ได้อีก 1 เติง เพื่อ การเข้าพักสูงสุด 3 ท่าน				
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
34. เด็กอายุไม่เกิน 6 ปีทาน อาหารฟรี และเด็กอายุ 7-12 ปีรับส่วนลด 50% เมื่อทาน พร้อมกับผู้ปกครอง ข้อเสนอ ใช้ได้กับร้านอาหารที่เปิด ให้บริการตลอดทั้งวันของเรา ข้อเสนอนี้มีจำนวนจำกัดและ ไม่สามารถใช้ร่วมกับข้อเสนอ อื่น	Kids up to 6 years old eat for free, while children from 7-12 years old get a 50% discount when dining with their parents. Offer valid at our all-day dining. This offer is subject to availability and cannot be combined with any other offer.	แปลแบบตรงตัว (ถูก) แปลแบบลดความ	Children up to 6 years old eat for free and children aged 7-12 years receive a 50% discount when eating with parents. Offer valid for restaurants that are open throughout our day. This offer is limited and cannot be used in conjunction with other offers.	แปลแบบตรงตัว (ถูก)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
35. ฝ่ายแม่บ้าน และซักรีด •บริการทำห้องทุกวัน •บริการทำห้องทุกสัปดาห์ •บริการทำห้องเต็มรูปแบบ •เวลาเปิดทำการ: 7:00 ก่อน เที่ยง ถึง 5:00 หลังเที่ยง	Housekeeping & Laundry - Daily Housekeeping - Weekly Housekeeping - Full Service Housekeeping - Hours of Operation: 7:00 AM to 5:00 PM	แปลแบบตรงตัว	Housekeeping and laundry - Daily room service - Room service every week - Full room service - Opening hours: 7:00 am before noon to 5:00 after noon	แปลแบบตรงตัว

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
•บริการรับส่งผ้าซักแห้ง/ซักรีด •บริการซักแห้งภายในหนึ่งวัน •เวลาเปิดทำการ: 8:01 ก่อนเที่ยง ถึง 7:00 หลังเที่ยง	- Dry Cleaning Pickup/Laundry Valet - Same-Day Dry Cleaning - Hours of Operation: 8:01 AM to 7:00 PM		- Dry cleaning / laundry service - One day dry cleaning service -Opening hours: 8:01 before noon to 7:00 after noon	
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
36. การให้บริการที่สร้างรอยยิ้มและความพึงพอใจอย่างสูงสุดแก่แขกผู้เข้าพักนั้นเป็นสิ่งที่ยาก องค์กรก็ตาม รอยัลคลิฟ บีช เทอเรซ มีความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่สามารถรักษาระดับมาตรฐานการบริการอย่างดียเยี่ยมของเรา	It is always hard to surpass excellence, but here at the Royal Cliff Beach Terrace Hotel we take great pride in always striving to enhance our guest' pleasure.	แปลแบบถอดความ	Providing services that create smiles and maximum satisfaction for guests is a difficult thing. However, the Royal Cliff Beach Terrace is very proud to be able to maintain a good standard of service.	แปลแบบตรงตัว (ถูก)
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				
การตรวจแก้กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมและคำทั่วไป				
37. สะเต๊ะ	Satay	แปลโดยใช้คำยืม	Satay	แปลโดยใช้คำยืม
38. ไหมไทย	Mai Thai	แปลโดยใช้คำยืม	Thai Silk	แปลแบบตรงตัว
39. ข้าวต้มทรงเครื่อง	boiled rice with shrimp	แปลโดยการใช้คำอธิบาย	boiled rice	แปลโดยการใช้คำอธิบาย

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
40. เจริญพระพุทธมนต์	the monks return their gifts by chanting ancient blessings giving a spiritual dimension to their promises.	แปลโดยการใช้อธิบาย	Inviting monks to prosper	แปลโดยการใช้อธิบาย
41. ศาลา	pavilion, gazebo	แปลโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม	pavilion	แปลโดยใช้สิ่งทดแทนทางวัฒนธรรม
42. พิธีสงฆ์	Buddhist Ceremony	แปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้าง	Monk Ceremony	แปลแบบตรงตัว
43. สล่า	craft master	แปลแบบถอดความ	Sala	แปลโดยใช้คำยืม
44. พิธีหลั่งน้ำพระพุทธมนต์และประสาธพร	Buddhist Ceremony	แปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้าง	The ceremony of pouring water and Buddha's blessings	แปลแบบตรงตัว
45. ดนตรีไทย	Traditional thai lanna music band	แปลโดยใช้คำที่มีความหมายแคบ	Thai music	แปลแบบตรงตัว
46. พิธีสงฆ์ หรือ พิธีเจริญพระพุทธมนต์ในงานมงคลสมรส เป็นพิธีกรรมที่มีพระสงฆ์เป็นผู้ทำพิธีให้ ซึ่งตามประเพณีดั้งเดิมนั้น การนิมนต์พระสงฆ์มาเจริญพระพุทธมนต์จะทำ	BUDDHIST CEREMONY - In Thai belief it is important to give as well as to receive on the most important occasions of one's life. As Thai newlyweds enter into a new life together, they go to the	ละความไม่แปล	Monk ceremony or the ceremony of the growth of the Buddha in the wedding ceremony - Is a ritual that has a monk to do the ceremony Which according to the traditional tradition Inviting monks to prosper,	แปลแบบลดความ

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
ในช่วงเย็นของวันสุกดิบ ซึ่งเป็นวันก่อนวันแต่งงานหนึ่งวัน และในวันแต่งงานจะมีเฉพาะการตักบาตรร่วมกันในตอนเช้า แต่ในปัจจุบันนิยมทำพิธีกันในช่วงเช้าวันเดียวกัน เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและสะดวกมากขึ้นสำหรับคู่บ่าวสาว โดยการลำดับขั้นตอนพิธีก่อนหลังนั้นขึ้นอยู่กับธรรมเนียมนิยมในแต่ละพื้นที่ ที่มีทั้งการแห่ขันหมากก่อนทำพิธีสงฆ์ หรือที่ทำพิธีสงฆ์ก่อนการแห่ขันหมาก	temple to make food offerings to the monks and to receive their blessing for a happy and long lasting union. As the couple kneels in a gesture of respect to offer food and other daily necessities, the monks return their gifts by chanting ancient blessings giving a spiritual dimension to their promises.		the Buddha will do in the evening of the day Which is the day before the wedding day And on the wedding day there will be only monks together in the morning But in the present day, the ceremony is popular in the same morning. In order to save time and more convenient for the newlyweds By sequencing the ceremony before that Depends on the popular dharma in each area With both the parade before the ceremony Or at a monk's ceremony before the parade	
47. พนักงานเปิดประตู	Doorman	แปลแบบตรงตัว	Staff opens the door	แปลแบบตรงตัว
48. รองเท้าแตะ	slippers	แปลแบบตรงตัว	slippers	แปลแบบตรงตัว
49. เค้กแต่งงาน	wedding cake	แปลแบบตรงตัว	wedding cake	แปลแบบตรงตัว
50. โต๊ะลงทะเบียน	Registration desk and support	แปลแบบเพิ่มความ	registration table	แปลแบบตรงตัว

SL	TL (HT)	Strategy	TL (GT)	Strategy
51. เวทีและแดนซ์ฟลอร์	Portable staging and dance floor	แปลแบบเพิ่มความ	Stage and Dance Floor	แปลแบบตรงตัว
52. พาน	tray	แปลโดยใช้คำที่มี ความหมายกว้าง	Phan	แปลโดยใช้คำยืม
53. สำนวนรสชาติของชายฝั่ง ตะวันตก โปไลนีเซีย และเอเชีย	Explore the flavours of the <u>Hawaii</u> , Polynesia and Asia.	แปลโดยใช้คำที่มี ความหมายแคบ	Explore the flavors of the <u>west</u> <u>coast</u> , Polynesia and Asia.	แปลแบบตรงตัว
54. ดนตรีสากล	International music band	แปลโดยใช้คำที่มี ความหมายแคบ	international music	แปลแบบตรงตัว
55. หมากรุกยักษ์	Giant Chess	แปลแบบตรงตัว	Chess	แปลแบบลดความ
ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม: -				

ภาคผนวก ค

ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์

1. ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “perfect”

1.1 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “perfect” ในคลังข้อมูล L1

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 143						
Hit	KWIC					
1	born-Covent Garden London makes for the perfect location to explore the best of both					
2	born-Covent Garden London makes for the perfect location to explore the best of both					
3	born-Covent Garden London makes for the perfect location to explore the best of both					
4	born Covent Garden London makes for the perfect location to explore the best of both					
5	A- A+ Staying at Citadines is the perfect way to discover and explore a new					
6	apartments are ideally located and are the perfect place to relax and unwind, while also					
7	open daily. The Bistro Bar is the perfect spot for your morning caffeine fix, or					
8	to offer. Grand Hyatt Melbourne is the perfect venue for corporate meetings and conferenc					
9	1,500 guests, Grand Hyatt Melbourne is the perfect wedding venue. The hotel's Grand					
10	casions Create timeless memories on your perfect day in the beautiful surrounds of the					
11	and the versatile Mayfair Ballroom are the perfect setting for your wedding celebration rangi					
12	n The versatile Mayfair Ballroom offers the perfect setting for your wedding celebration. It a					
13	nces Melbourne Every bride dreams of the perfect wedding. Here at Grand Hyatt Melbourne we					
14	The relaxed & sophisticated atmosphere is perfect for catching up with friends over drinks.					
15	delegates, and the additional soft seating is perfect as a breakout area or for morning					
16	High Street is where retro meets modern, perfect for informal gatherings, networking events					
17	terrace, The Churchill Bar & Terrace is the perfect place to unwind with creative cocktails an					
18	to mizvahs, our event venue is the perfect place for hosting unforgettable events. BO					
19	glass of champagne and toast to the perfect afternoon tea time. CAF? FLEURI CAF? FLEU					
20	full of en vogue flavours, provides the perfect vantage point for people watching. With a					
Concordance Hits 143						
Hit	KWIC					
21	erpool Street underground stations, it's the perfect place to host your event in London'					
22	that - and more. PILLOW PERFECTION The perfect night's sleep starts and ends with					
23	's sleep starts and ends with the perfect pillow. Choose from our wide selection to					
24	altogether more exotic, you'll find your perfect sleep-inducing scent in our complimentary					
25	all part of our pursuit of the perfect night's sleep. LAVENDER TURNDOWN SERVICE					
26	while travelling, our fitness centres are a perfect option. Equipped with cardio equipment and					
27	otel, in the heart of fashionable Kensington, perfect for exploring London's many iconic					
28	Call our friendly team to discuss your perfect break with the family We offer special					
29	ter-connecting rooms and suite options are perfect for families - encompassing Superior Queen					
30	les's Memorial Playground just beyond - perfect for letting the kids run wild while					
31	ur flexible rooms, suites and residences are perfect for families and groups staying together.					
32	ur flexible rooms, suites and residences are perfect for families and groups staying together.					
33	levels, a large top floor provides the perfect entertaining space with a comfortable loun					
34	adorning every surface. The lounge area is perfect for idling time away, with a comfortable					
35	uxury two or three bedroom residences are perfect for extended stays or when travelling with					
36	Our beautiful 25m indoor heated pool is perfect for those seeking to do a few					
37	ecret garden provide spectacular backdrops perfect for unforgettable ceremonies and photos.					
38	atural surrounds presents various activities perfect for conference groups. We also offer team					
39	n. Beach View Deck + Outdoor Pool Terrace: Perfect spaces for an intimate poolside cocktail e					
40	and floor to ceiling windows which are perfect for admiring the lights of the Adelaide					

ภาพที่ 7 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ในคลังข้อมูล L1

โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

1.2 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “perfect” ในคลังข้อมูล HT

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		75					
Hit	KWIC						
1		to relax and unwind in \x96 perfect for extended stays. After a long					
2		, our function rooms are inviting and perfect for both business meetings and t					
3		way, our wedding venues provide the perfect options for you to celebrate you					
4		cool air-conditioned caf? is the perfect place to while away a few					
5		spectacular Wat Chedi Luang temple, a perfect spot to view the city\x92					
6		nners, Pathumwan Princess Hotel has the perfect facility. With professional, att					
7		the elegantly appointed private rooms, perfect for that special occasion. EXHIB					
8		more than half a century to perfect Ping\x92s many unique dishes,					
9		in schools amidst the coral. A perfect picnic on the beach awaits with					
10		unique natural setting makes it the perfect place to refresh your mind, body					
11		for our little guests and the perfect chance to have fun while explori					
12		ette make villa entertainment a breeze. Perfect for extended families and groups					
13		create your dream event. CELESTIAL The perfect package including all the essent					
14		all the essential elements of a perfect wedding day as well as the					
15		of large shady trees. It is perfect for buffet dinners for between 1					
16		f the restaurants private dining rooms. Perfect for small groups of up to 25					
17		yourself in the magic of a perfect sunset as you enjoy cocktails an					
18		and healthy glow. These treatments are perfect for preparing your skin at the					
19		cover a unique Bangkok experience. The Perfect Location The Sukosol is ideally					
20		bedroom is configured with twin beds, perfect for families or small groups. DR					
Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		75					
Hit	KWIC						
21		and Western cuisine. Bring home the perfect gift for loved ones from the					
22		oven. Complement each dish with the perfect wine from our collection. The L					
23		pier stretches out over the river, perfect for taking in the sunset. Delect					
24		o Phraya. Anantara Riverside offers the perfect Bangkok wedding venue, with a lu					
25		views of the Chao Phraya, the perfect setting for your City of Angels					
26		Market An indoor-outdoor setting is perfect for cool evenings overlooking th					
27		sand between your toes. Design the perfect menu with your private chef and					
28		in Phuket with a hillside panorama. Perfect for families or groups of friend					
29		luxury hotel in Phuket provides the perfect backdrop for high-powered retrea					
30		ngkok suite. The Presidential Suite is perfect for visiting dignitaries, with a					
31		, Anantara Siam Bangkok Hotel is the perfect location for your meeting or eve					
32		, Anantara Siam Bangkok Hotel is the perfect choice for your sophisticated ce					
33		the Wedding Galleria first. Choose the perfect wedding dress, decor, floral arr					
34		of the gods, this is the perfect space for other-worldly yet inti					
35		furnishings create a sense of place, perfect for Thai engagement ceremonies.					
36		, the pool terrace is serene and perfect for saying I do and a					
37		meeting, Amari Hua Hin provides the perfect blend of convenience, style and					
38		iPod docking station making this the perfect choice for couples seeking a des					
39		in your room, this is the perfect way for you to experience a					
40		sliding door, our Family Suite is perfect for you to spend a memorable					

ภาพที่ 8 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ในคลังข้อมูล HT

โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

1.3 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “perfect” ในคลังข้อมูล GT

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 44						
Hit	KWIC					
1	adaeng BTS station And Silom MRT Station Perfect for a rendezvous with a great selection of					
2	or relax We will make your stay the perfect time. Rooms that combine modern design Wit					
3	fident that our Crown Wedding team is the perfect and perfect wedding team in Bangkok. This					
4	our Crown Wedding team is the perfect and perfect wedding team in Bangkok. This is your wedd					
5	se. Distinguished by a spiral staircase that is perfect for opening the bride and groom as beautif					
6	Our chefs and our team will create the perfect fit for you Wedding package ... Selected					
7	party And many more. We create the most perfect . For every second and your special memorie					
8	Allway Caf? Coffee corner on this courtyard Perfect for sipping a cup of hot coffee or					
9	meeting space. Large seminar room And the perfect gala dinner With a dedicated concierge sta					
10	ng traversing along the path Crooked in the perfect mangrove forest These exciting adventurous					
11	lee Includes All The Essential Elements Of A Perfect Wedding. The Package You Can Choose To Org					
12	ee advice on organizing Thai ceremonies for perfect wedding planning. "The ceremony of pouri					
13	nes all guests with a luxurious, elegant and perfect combination of contemporary Thai and inte					
14	port is also convenient. Remain unique The perfect combination of colonial-style architecture					
15	iverside offers wedding venues in Bangkok. Perfect With a backdrop of lush tropical gardens T					
16	views of the Chao Phraya River. Is the perfect place for a wedding in your heavenly city					
17	sand, inserted between your toes. Design a perfect menu with a personal chef. And gurus about					
18	is a luxury hotel in Phuket with a perfect backdrop for the ultimate relaxation. Reso					
19	ce with the traditional white wedding in the perfect tropical paradise. Suitable for up to 250					
20	tion. Four different massage techniques for perfect relaxation Herbal compress packed with eig					

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 44						
Hit	KWIC					
25	ghout the day. Luxury combination Coexistence And perfect privacy in Chiang Rai Enjoy the spaciousne					
26	player and iPod docking station, making it the perfect choice for couples and couples looking for					
27	and a large floor-to-ceiling window, the perfect room So you can soak up the beach					
28	hotel, resort, accommodation in Hua Hin that is perfect for relaxing with family, lover, group of					
29	room The hotel is dedicated to creating the perfect space that is the most conducive for work					
30	area on the ground floor This villa is perfect for couples or families traveling with chi					
31	Pattaya Bay This luxury hotel Therefore is the perfect beach accommodation for all travelers Expe					
32	d tranquility. Available in either this room, the perfect choice for a great stay experience 1 bedro					
33	the Thai style, beautiful and comfortable with a perfect level together Each suite has 2 bedrooms,					
34	rice and wine FlourWorx Cafe and Bakery is perfect for a meeting with a cup of hot					
35	you to share, taste and share more meals Perfect for a casual dinner with the family and					
36	want everything in your Bangkok wedding to be perfect in every detail. Romantic and memorable Ev					
37	an elegant atmosphere. In a room that is perfect for relaxing after a busy day Our bedrooms					
38	and Spa Hua Hin Ocean Bar is the perfect place to relax under the sun. Or the					
39	the attractions in Hua Hin This time is perfect for planning your next vacation at M?venpi					
40	, therefore the Royal Cliff Grand Hotel is the perfect choice For those who are looking for a					
41	the elder ones Honeymoon Deluxe Room Is the perfect answer for sure In-room facilities: air co					
42	and free wireless internet To make your holiday perfect Serviced apartment Our recreational facili					
43	ving room and comfortable furniture This suite is perfect for guests, couples and families. And long					
44	in the heart of Rayong province. With differences Perfect , unlike anywhere else In a beautiful locat					

ภาพที่ 9 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “perfect” ในคลังข้อมูล GT

โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

2. ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “unique”

2.1 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “unique” ในคลังข้อมูล L1

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		71					
Hit	KWIC						
1		Hyatt Melbourne Enjoy modern Melbourne dining and unique experiences with Grand Hyatt Melbourne.					
2		r signature restaurant, Collins Kitchen, offers a unique Melbourne dining experience. Treat yourself					
3		to the bar scene serving up a unique cocktail culture inspired by Melbourne's ec					
4		live acoustics indoors from Melbourne talent with unique touches of local flair. High Tea in					
5		Lobby Lounge. The Lobby Lounge is a unique venue, offering a relaxed setting to catch					
6		of Luxury Grand Hyatt Melbourne is a unique, purpose built facility, catering for resid					
7		national video-conferencing, or something totally unique to your event. Anything and everything is					
8		Hyatt Melbourne and treat your guests to unique moments of more. With breathtaking backdrop					
9		-the-art Technology Grand Hyatt Melbourne's unique event spaces are equipped with an advanced					
10		very budget and requirement. We offer several unique Indian and Chinese packages that can be					
11		a unique luxury boutique hotel experience in the hea					
12		in downtown Auckland, Hotel DeBrett links two unique precincts \x96 High Street\x92s hip					
13		us host your meeting or event. Our unique and eclectic spaces can cater for intimate					
14		. Each room has it\x92s own unique ambience and surroundings. All Superior roo					
15		kick up your heels \x96 we have unique spaces to offer your guests: The Drawing					
16		9th floor Regency Suites with Balcony, the unique Saatchi Suite, a first for London and					
17		for an extravagant stay can book the unique 370sqm Royal Suite. The package* is priced					
18		shores of Malta, Gibraltar and Capri. Dining Unique Dining in London's West End You					
19		; east meets west at Sushi-Teq, a unique concept pairing sushi with tequila; RumBa "					
20		, contemporary settings. We offer an array of unique options to host both intimate and large					

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		71					
Hit	KWIC						
1		Hyatt Melbourne Enjoy modern Melbourne dining and unique experiences with Grand Hyatt Melbourne.					
2		r signature restaurant, Collins Kitchen, offers a unique Melbourne dining experience. Treat yourself					
3		to the bar scene serving up a unique cocktail culture inspired by Melbourne's ec					
4		live acoustics indoors from Melbourne talent with unique touches of local flair. High Tea in					
5		Lobby Lounge. The Lobby Lounge is a unique venue, offering a relaxed setting to catch					
6		of Luxury Grand Hyatt Melbourne is a unique, purpose built facility, catering for resid					
7		national video-conferencing, or something totally unique to your event. Anything and everything is					
8		Hyatt Melbourne and treat your guests to unique moments of more. With breathtaking backdrop					
9		-the-art Technology Grand Hyatt Melbourne's unique event spaces are equipped with an advanced					
10		very budget and requirement. We offer several unique Indian and Chinese packages that can be					
11		a unique luxury boutique hotel experience in the hea					
12		in downtown Auckland, Hotel DeBrett links two unique precincts \x96 High Street\x92s hip					
13		us host your meeting or event. Our unique and eclectic spaces can cater for intimate					
14		. Each room has it\x92s own unique ambience and surroundings. All Superior roo					
15		kick up your heels \x96 we have unique spaces to offer your guests: The Drawing					
16		9th floor Regency Suites with Balcony, the unique Saatchi Suite, a first for London and					
17		for an extravagant stay can book the unique 370sqm Royal Suite. The package* is priced					
18		shores of Malta, Gibraltar and Capri. Dining Unique Dining in London's West End You					
19		; east meets west at Sushi-Teq, a unique concept pairing sushi with tequila; RumBa "					
20		, contemporary settings. We offer an array of unique options to host both intimate and large					

ภาพที่ 10 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูล L1

โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

2.2 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “unique” ในคลังข้อมูล HT

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 32						
Hit	KWIC					
1	32 9000 ext 4202 Function Rooms With a unique blend of contemporary design and					
2	space that measures up to 1,441sqm. Unique & Flexible Spaces Whether you					
3	nearly the luxurious 5-star and a unique experience you have been searchin					
4	to perfect Ping's many unique dishes, including his famous, fla					
5	over the vibrant city centre from unique sloping windows. With separate li					
6	/out, together with our special and unique Butler Service. Executive Terrace					
7	Chiang Mai. The resort lodges a unique adventurous experience among the					
8	a few. Panviman Spa has special unique programs for purifying and detoxi					
9	of Siam. ACTIVE OFFERINGS Rayavadee's unique natural setting makes it the perf					
10	ed details throughout. The pavilion's unique design and award-winning architec					
11	formations that characterize the area's unique landscape. All of our pavilions f					
12	Beach. The villa offers its own unique style but both with a private 3					
13	, explore our hotel and discover a unique Bangkok experience. The Perfect					
14	Rail Link Phaya Thai Station. A Unique Style Mixing colonial-style archi					
15	pleness and lightning speed. Master the unique martial art of Muay Thai with					
16	down the Mekong River, exploring the unique cultures of three countries. AT A					
17	ippers and complimentary mineral water. Unique round windows in some rooms overl					
18	hotel in Isaan will inspire through unique design and refresh the soul with					
19	rooms and suites designed in four unique styles. Introducing innovative ma					
20	Spa, plus we add our own unique style. There is also Yoga, Reiki					

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 32						
Hit	KWIC					
13	, explore our hotel and discover a unique Bangkok experience. The Perfect					
14	Rail Link Phaya Thai Station. A Unique Style Mixing colonial-style archi					
15	pleness and lightning speed. Master the unique martial art of Muay Thai with					
16	down the Mekong River, exploring the unique cultures of three countries. AT A					
17	ippers and complimentary mineral water. Unique round windows in some rooms overl					
18	hotel in Isaan will inspire through unique design and refresh the soul with					
19	rooms and suites designed in four unique styles. Introducing innovative ma					
20	Spa, plus we add our own unique style. There is also Yoga, Reiki					
21	around and discover new things and unique places. A sense of adventure will					
22	advance on dusit.com. Experience our unique brand of gracious hospitality. Do					
23	es and creative catering EXPERIENCE THE UNIQUE FLAVOUR AT THIS BANGKOK HOTEL Aso					
24	you order. We also offer a unique discount for guests booking direc					
25	of its sixty rooms offer a unique artistic touch that provides you					
26	Our 2 Bedroom Oceanfront Villa is a unique private pool beachfront villa wit					
27	ernational dishes. Kampu Tree / Enjoy a unique dining experience under the beaut					
28	Seafood stands out because of its unique style, dating back a hundred year					
29	luxury 5-star Hua Hin resort. Our unique event spaces in Thailand are set					
30	and Convention Hall) offer a very unique option to host weddings and matri					
31	arkets, Koh Rattanakosin, preservers of unique old-style architecture, an array					
32	the Arnoma Grand! Famous for their unique selection of fresh seafood, flown					

ภาพที่ 11 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูล HT

โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

2.3 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “unique” ในคลังข้อมูล GT

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 43						
Hit	KWIC					
22	Rai. Each area is equipped with its own unique luxury facilities. From Anantara Spa produc					
23	us help arrange a wedding with your own unique Lanna ceremony. Arrive by riding an elephan					
24	be Slippers and free drinking water And our unique circular window that gives every feeling of					
25	ining outstanding and modern design with unique design Suitable for business travelers or p					
26	th room type focuses on design. Stylish and unique decoration Equipped with modern technology					
27	Six Senses Spa. And add something that is unique to our own style. There are also Yoga,					
28	cover new things And various places That is unique Responding to love and adventure with every					
29	punt for Dusit Best Available Rate. Meet our unique hospitality. The deluxe rooms are tastefull					
30	nd leisure days at Pullman Hotel Under the unique designed sailboat building, 325 rooms, rang					
31	0 square meters in size, providing space for unique comfort. There is a separate living room fr					
32	rooms, each of which you will experience a unique art. In a relaxing spa-like atmosphere, the					
33	a Book now 2 bedroom oceanfront villa is a unique villa with a private pool. And the ocean					
34	apes And facing the private beach With our unique swing bed The villa consists of three separ					
35	The villa faces the private beach and our unique swing bed. Consisting of three separate pav					
36	sea views for lunch or dinner in the unique "black house". With indoor seating and a te					
37	ai and international food Claw Experience a unique dining experience. Under the broad shade of					
38	ie Beach Outstanding in architecture from a unique style Dating back about a hundred years in					
39	places In our luxurious 5 star Hua Hin resort Unique event space in Thailand Located in a tropic					
40	rwater tours) The latest update in 2010 in a unique Thai style. Is a low-rise building, in					
41	d Rattanakosin Island, which still retains the unique old architecture until now. Bangkok's famou					

ภาพที่ 12 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “unique” ในคลังข้อมูล GT

โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

3. ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “luxurious”

2.1 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “luxurious” ในคลังข้อมูล L1

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 48							
Hit	KWIC						
1		Melbourne icon. At Grand Hyatt Melbourne a luxurious stay awaits you, in the heart of					
2		Centre Two bottles of mineral water daily Luxurious June Jacobs amenities Turndown service u					
3		signature tea ware collection, indulge in a luxurious affair with a bespoke High Tea by					
4		experience. High Tea in Style is a luxurious affair at Collins Kitchen, with a select					
5		e Central Business District Experience the utmost luxurious conference venues Melbourne has to offer					
6		enhanced with access to a collection of 550 luxurious rooms and suites. Bask in breathtaking s					
7		htaking skyline views whilst being surrounded in luxurious contemporary living decor and the latest					
8		Luxury Host your next event in the luxurious surrounds of Grand Hyatt Melbourne and t					
9		Ballroom weddings Seasonal floral centrepieces Luxurious wedding night accommodation in a Club De					
10		sashes for Savoy or Mayfair Ballroom weddings Luxurious wedding night accommodation in a Grand S					
11		sashes for Savoy or Mayfair Ballroom weddings Luxurious wedding night accommodation in a Grand S					
12		Street or the glass roofed atrium. Our luxurious king size beds have a goose down					
13		and funky, deep pile striped carpet. Our luxurious king size beds have a goose down					
14		or writing table and a sofa. Our luxurious beds have a goose down comfort layer, 10					
15		all have a separate living room. Our luxurious beds have a goose down comfort layer, 10					
16		straight staircase with a double bed. Our luxurious beds have a goose down comfort layer, 10					
17		and bedroom on a single level. Our luxurious beds have a goose down comfort layer, 10					
18		in on of 440 refurbished guestrooms including 50 luxurious suites designed in classic British style					
19		Boston waterfront or downtown city views. Our luxurious ultra-modern accommodations offer distin					
20		utstanding service, amazing culinary experiences, luxurious accommodations and the most breathtaking					
Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 48							
Hit	KWIC						
21		meal in the comforts of their own luxurious room. Serving breakfast, lunch and dinne					
22		offer a wide variety of packages like luxurious shopping experience, a spa break, a memo					
23		ive stars, these fully furnished 2 and 3-bedroom, luxurious suites offer large living and dining spa					
24		machine & Nespresso pods Three separate bedrooms Luxurious king-sized cloud mattresses and deluxe b					
25		machine & Nespresso pods Three separate bedrooms Luxurious king-sized cloud mattresses and deluxe b					
26		Street. Each of the deluxe guest rooms, luxurious suites and long-stay residences have bee					
27		London is as comfortable as it is luxurious . Suites Accommodates up to four adults					
28		a small seating area and filled your luxurious bathroom with fragrant toiletries. If th					
29		Peppers Broadbeach is a luxurious 5-star hotel set in a prime location					
30		Soul offers superb property facilities including luxurious spa, gym and spectacular swimming podium					
31		in luxury. Conferences Peppers Soul is a luxurious conference setting without compromise. I					
32		a Deluxe Room, and also have the luxurious indulgence of a spa bath. Perfect for					
33		receive 20% off. As one of the most luxurious hotels overlooking Central Park and step					
34		ded by impeccable style, spectacular service, and luxurious amenities, including the personalized At					
35		rooms on the Upper West Side feature luxurious queen-sized beds, marble baths, a 55-inc					
36		hotel rooms in New York City feature luxurious king beds, a 55-inch flat-panel HDTV					
37		hotel suites in New York City offer luxurious king beds, 55-inch flat-panel HDTV with					
38		) and boast stunning accommodations such as a luxurious king-sized bed, 55-inch flat-panel HDTV					
39		-ceiling windows. The master bedroom features a luxurious king-size bed and en-suite master					
40		. Members not only experience full access to luxurious amenities, such as five-star hospitality					

ภาพที่ 13 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูล L1

โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

2.2 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “luxurious” ในคลังข้อมูล HT

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 27						
Hit	KWIC					
1		offer our service to nearly the luxurious 5-star and a unique experience				
2		of Pathumwan Princess Hotel. With ultra-luxurious furnishings and decor, the sui				
3		ture tour. Pingviman Hotel offers luxurious accommodation with Northern-Th				
4		bazaar. Guests have a selection of Luxurious and Tastefully furnished with				
5		the day on one of our luxurious speedboats visiting Phi Phi Is				
6		resort's 96 two-storey pavilion and 5 luxurious villas are dotted throughout t				
7		Pavilions have all of the same luxurious features and comforts as our D				
8		deeply felt sense of relaxation in luxurious, private surroundings. Choose				
9		Rayavadee Spa offers a range of luxurious body cleansing scrubs, wraps a				
10		free calls, internet access and more. Luxurious Thai details in our Bangkok ho				
11		lounge on. Spend sunny days at luxurious Phuket beach villas hopping be				
12		terrazzo tub. Revel in the most luxurious of spaces. An intimate hideawa				
13		If. Alternatively, transform one of the luxurious villas at the adjacent Layan R				
14		omforts ensure your jungle adventure is luxurious. Laze on your cantilevered Tha				
15		a truly relaxing seaside getaway. Our luxurious guest room feature a flat scre				
16		Rooms combine modern Thai style with luxurious living arrangements. A lounge				
17		ophistication of modern Thai design and luxurious comfort. Each suite features t				
18		River. These rooms are designed in luxurious Thai style decorated with wood				
19		SUITE Our Executive Suite is a luxurious room with a spacious bedroom a				
20		. This is the most gorgeous and luxurious accommodation in the Montien R				

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits 27						
Hit	KWIC					
8		deeply felt sense of relaxation in luxurious, private surroundings. Choose				
9		Rayavadee Spa offers a range of luxurious body cleansing scrubs, wraps a				
10		free calls, internet access and more. Luxurious Thai details in our Bangkok ho				
11		lounge on. Spend sunny days at luxurious Phuket beach villas hopping be				
12		terrazzo tub. Revel in the most luxurious of spaces. An intimate hideawa				
13		If. Alternatively, transform one of the luxurious villas at the adjacent Layan R				
14		omforts ensure your jungle adventure is luxurious. Laze on your cantilevered Tha				
15		a truly relaxing seaside getaway. Our luxurious guest room feature a flat scre				
16		Rooms combine modern Thai style with luxurious living arrangements. A lounge				
17		ophistication of modern Thai design and luxurious comfort. Each suite features t				
18		River. These rooms are designed in luxurious Thai style decorated with wood				
19		SUITE Our Executive Suite is a luxurious room with a spacious bedroom a				
20		. This is the most gorgeous and luxurious accommodation in the Montien R				
21		or families looking large spacious and luxurious villas. Whether you're lookin				
22		the most stunning 180? seaview. With a luxurious spa, Thai Cooking School, 12 m				
23		the modern style bathroom with its luxurious amenities. In-Room Amenities A				
24		fering spacious sleeping accommodation, luxurious amenities and stylish design,				
25		this opportunity to indulge in a luxurious large Jacuzzi and experience i				
26		located in the centre of the luxurious Royal Wing Suites & Spa pool,				
27		type start from 35 Sq.m. A Luxurious and tastefully appointed rooms				

ภาพที่ 14 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูล HT โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

2.3 ผลการศึกษาคำปรากฏร่วมของคำคุณศัพท์ “luxurious” ใน GT

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		33					
Hit	KWIC						
1	Experience the ultimate relaxation with luxurious rooms that are more than 106 s						
2	of the restaurant. Or reserve a luxurious private banquet room suitable						
3	around the world to enjoy the luxurious atmosphere. Listen to live mus						
4	ions in Thailand Pingviman Hotel offers luxurious accommodation with Thai Northe						
5	the Night Bazaar. Guests choose a luxurious room and are tastefully decora						
6	and welcomes all guests with a luxurious , elegant and perfect combinati						
7	well. Room service and facilities Our luxurious and beautiful hotel in Bangkok						
8	the Grand Ballroom, decorated in a luxurious Thai style to an outdoor terra						
9	Spend a sunny day at the luxurious beachfront villa in Phuket. Wh						
10	a marble bathtub Enjoy the most luxurious space Private retreat for two						
11	Laayan or change one of the luxurious villas next to Layan Residence						
12	in a friendly way. Or specially luxurious , as you say, 'Get in' in						
13	a bouquet of tropical flowers And luxurious chandeliers Suitable for up to						
14	Royal Bangkok Sports Club. Organize a luxurious dinner for 6 people. The main						
15	art and teak wood Including the luxurious Jim Thompson silk, adding luxu						
16	your comfy elegant sofa. Enjoy the luxurious facilities at Siam Hotel Bangk						
17	location in the middle of a luxurious city And easy to reach by						
18	cocktails and canap?s at the luxurious reception hall. Then walk into						
19	makes your adventures in the forest luxurious Relax on a Thai style daybed						
20	standard for health care in a luxurious resort on the Cape Panwa. Pea						

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		33					
Hit	KWIC						
14		Royal Bangkok Sports Club. Organize a luxurious dinner for 6 people. The main					
15		art and teak wood Including the luxurious Jim Thompson silk, adding luxu					
16		your comfy elegant sofa. Enjoy the luxurious facilities at Siam Hotel Bangk					
17		location in the middle of a luxurious city And easy to reach by					
18		cocktails and canap?s at the luxurious reception hall. Then walk into					
19		makes your adventures in the forest luxurious Relax on a Thai style daybed					
20		standard for health care in a luxurious resort on the Cape Panwa. Pea					
21		a truly relaxing seaside vacation. Our luxurious rooms have a flat-screen TV,					
22		room with extra-sized work desk Luxurious bathroom and dressing room tha					
23		a cabaret-style seat for a luxurious party Whether it is lighting,					
24		after party chic. We also have luxurious suites and spa treatments for					
25		living room King Suite The most luxurious room in the Montien Riverside					
26		. Book now. Try to experience a luxurious life. In a villa with a					
27		Saman) guest room Relax in the luxurious lounge on the second floor. Wi					
28		of the great places In our luxurious 5 star Hua Hin resort Unique e					
29		. Or families looking for spacious and luxurious villas Whether you want to rel					
30		than a cozy atmosphere. In a luxurious suite with a charming view of					
31		Suite Two Bedroom Suite is a luxurious 85 sq.m. room providing comfor					
32		is pleasant. Premier Double or Twin Luxurious , comfortable, private and eleg					
33		out of your window. 1 bedroom suite Luxurious , comfortable, private and eleg					

ภาพที่ 15 ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมของคำว่า “luxurious” ในคลังข้อมูล GT โดยใช้ฟังก์ชัน Concordance

ภาคผนวก ง

ตัวอย่างข้อมูลเว็บไซต์โรงแรมจากคลังข้อมูลเฉพาะทางที่เขียนโดยเจ้าของภาษา

1. THE LANGHAM, BOSTON

OVERVIEW

Formerly the Federal Reserve Bank of Boston, our hotel features classic interiors with hints of its 1920s Renaissance Revival heritage.

Classic British elegance and style in a historic Boston landmark. Relax in sublime comfort and experience our legendary hospitality at The Langham, Boston.

ROOMS AND SUITES

317 classically styled rooms and suites with views of historic Norman B. Leventhal Park at Post Office Square, the bustling Financial District and the city skyline. Signature amenities and thoughtful modern conveniences make every stay relaxing and pampering. An ideal urban retreat and a quiet escape in the bustling city.

DINING

A variety of culinary delights are offered at our award-winning restaurants and bars. At Cafe Fleuri, enjoy Contemporary New England cuisine prepared with locally-sourced and market-fresh ingredients. At BOND, sip on handcrafted cocktails and sample modern American dishes under a 25-foot vaulted ceiling with opulent crystal chandeliers. At The Reserve, embrace our British heritage and indulge in our signature Langham Afternoon Tea with Wedgwood, served daily.

SPA AND FITNESS

Wellness for your body and pampering for your soul. Keep fit and stay healthy on your travels with a workout at our state-of-the-art Fitness Centre. If you're looking to unwind, our award-winning Chuan Spa guarantees to be an indulgent experience. Feel relaxed and completely rejuvenated with treatments inspired by Traditional Chinese Medicine.

MEETINGS AND EVENTS

Boardrooms for power meetings and ballrooms for elegant events. More than 10,000 square feet of adaptable space to accommodate any function. A dedicated events team and in-house audio-visual department readily available to meet your every need and request.

DELUXE PREMIER ROOM

Regal sophistication with views of the Boston skyline. All of our Deluxe Premier Rooms are elegantly styled in hues of pale golds and creams, with splashes of deep ocean blue and green. Handcarved wood furniture and plush textiles create quiet, calming spaces to unwind.

EXECUTIVE ROOM

Bright and spacious, our Executive Rooms overlook Boston's skyline. The décor is classically European with a palette of light creams, golds, and delicate touches of royal blue and green. Wood furnishings balanced with rich textiles, as well as our signature amenities, heighten the sense of refinement to create a truly memorable stay. Every room also includes a seating area with a loveseat or sofa.

SATURDAY CHOCOLATE BAR

SWEET DREAMS AT OUR DELUXE CHOCOLATE BAR

Indulge at The Langham, Boston's famous Saturday Chocolate Bar and stay "Forever Young".

The 29th season of the all-you-can-enjoy chocolate buffet will bring out the inner child in every guest. With this year's "Forever Young" theme, guests will travel back in time with classic desserts from the past and updated versions of childhood favorites. Executive Chef Mark Sapienza and Executive Pastry Chef Ryan Pike will feature more than 100 dessert combinations that evoke nostalgia while also satisfying even the most discerning taste buds.

Walk down memory lane with stations of varying levels of chocolate intensity and flavors – from white to dark and everything in between – including a Donut Wall where guests can decorate and adorn their own donuts with a variety of toppings.

Additional stations include a Vegan Station, proving that decadence can be had no matter the diet; a chocolate fountain that invites you to dip fresh fruit, pretzels, marshmallows and more; a Kids Station, featuring baked goods such as cookies, brownies, blondies and Rice Krispies treats; and a Confectionary Station highlighting the candy-making techniques of Chef Ryan and his team. Classic cocktails with a youthful twist and live music set the tone for the afternoon.

Experience the all-you-can-enjoy buffet every Saturday (September through June) in Cafe Fleuri.

Enhance your visit to Chocolate Bar with an overnight stay and save. [Click here to reserve.](#)

Chocolate Bar 29th Season Pricing*

Adults: \$45

Children 5-12 years old: \$35

Children under age 5 complimentary

*Holiday pricing may vary

AFTERNOON TEA WITH WEDGWOOD

Embracing The Langham's classic heritage, The Reserve offers guests its signature afternoon tea, The Langham Afternoon Tea with Wedgwood, recalling the grandeur of the brand's flagship, The Langham, London, where the tradition was born in 1865.

The Langham Afternoon Tea with Wedgwood includes proprietary Langham teas, and an array of sweet and savory bites. To finish, order a glass of champagne and toast to the perfect afternoon tea time.

CAFE FLEURI

CAFE FLEURI FOR TASTES OF CONTEMPORARY NEW ENGLAND CUISINE

Enjoy breakfast or lunch in Cafe Fleuri featuring Contemporary New England Cuisine. Dine under lofty atrium ceilings for a fresh and light approach to regional favorites. A Boston native, Executive Chef Mark Sapienza, offers a variety of locally-sourced and produced foods in addition to house-made items. He has a direct relationship with local farmers and artisan food purveyors to offer the best meat, seafood, cheese, fruits, vegetables, and herbs. Menus are changed seasonally to reflect the flavors of New England.

Cafe Fleuri, known as a power breakfast destination, includes traditional American dishes, healthy options and signature dishes such as House Smoked Maple Cured Salmon, Grilled Corned Beef Hash and Eggs or House Made Dried Fruit and Nut Granola. Lunch offers a variety of entrees including the Northeast Family Farms Beef Burger, Corn Flour Fried Point Judith Calamari, seasonal Maine lobster salad roll, and a selection of local seafood.

Only offered on Saturdays from September through June, the Chocolate Bar is a dessert wonderland featuring over 100 chocolate delights. City Brunch on Sundays, features a bountiful buffet of seafood, omelets, salads, carving station, kid's station, and a dessert table with selections from the Chocolate Bar.

Private Kitchen

The Langham, Boston extends its cuisine beyond the walls of its world-class restaurants to serve guests who prefer to enjoy a meal in the comforts of their own luxurious room. Serving breakfast, lunch and dinner, our in room dining menu includes an extensive selection of cuisine crafted by our team of award-winning chefs.

Private Kitchen Hours

Monday -Sunday from 6:00 a.m to 11:00 pm

Late Night Menu from 11:00 p.m to 6:00 a.m*

*Selected Menu

SUNDAY CITY BRUNCH

OUR DELUXE SUNDAY CITY BRUNCH

Cafe Fleuri - Best Boston Restaurant MA

Indulge with Sunday City Brunch at The Langham, Boston, where Executive Chef Mark Sapienza has taken the flavors of New England and created a brunch buffet unlike any other in Boston.

With an emphasis on fresh, locally-sourced ingredients, the culinary team prepares many elements from scratch in the kitchen including house-smoked maple cured Atlantic salmon. Interactive buffet stations span cultures and continents and include hand-rolled sushi, pasta, crepes, omelets, and Belgium waffles made-to-order, a carvery, antipasto, an extensive raw bar, and much more.

Sip on an elegant champagne cocktail and finish the meal with a dessert from our famous Chocolate Bar, while enjoying live music.

Giving a Sunday Brunch gift card is a wonderful way to spend Sundays with friends and family.

Experience Sunday Brunch every Sunday (September through June).

Enhance your visit to Sunday City Brunch with an overnight stay and save. [Click here to reserve.](#)

Sunday City Brunch 29th Season Pricing

Adults: \$75

Children 5-12 years old: \$45

Children under age 5 complimentary

Mother's Day Brunch

Adults: \$110

Children 5-12 years old: \$45

Children under age 5 complimentary

MEETINGS

From industry conferences, to office socials, to business meetings, the downtown property offers dedicated space for every event. An attentive, expert events team will help coordinate and accommodate every request. Request For Proposal >

320 maximum capacity

280 m2 Ballroom space

317 total guest rooms

WEDDINGS

Sophistication. Style. Glamour. The ultimate in luxury city weddings.

170 maximum capacity

280 m2 of ballroom space

317 total guest rooms

SOCIAL EVENTS

Inspiring special events from dinners and cocktail parties to baby and wedding showers.

WELLNESS

Wellness for your body and pampering for your soul. Enjoy a selection of rejuvenating treatments at our award-winning Chuan Spa, or an exhilarating series of challenges at our state-of-the-art Fitness Centre.

CHUAN BODY + SOUL

Rest your body and uplift your soul at our sanctuary of healing, Chuan Body + Soul.

We soothe and strengthen, relax and rejuvenate, pamper and promote wellness.

Water is the foundation of life and of our well-being. In Chinese, "Chuan" means "flowing water"... at Chuan Body + Soul, our signature treatments benefit your body and soul.

Based on the principles of Traditional Chinese Medicine and the five elemental forces of fire, earth, water, metal and wood, Chuan Body + Soul treatments include:

Chuan Element Massages - Traditional Chinese Massage.

Chuan Facials - Thalgo facials drawing from the riches of the sea.

Chuan Escapes - Combined elements from our Chuan Signature and Thalgo treatment range.

Chuan Signature Scrubs & Wraps - Herbal Salt Scrub, Vitality (Evening Primrose Exfoliation).

SWIMMING POOL

Year-round swimming

Indulge in a swim or simply relax by the water. As a guest you have an open invitation to plunge into the refreshing waters of the sparkling indoor heated pool in our charming and intimate pool pavilion.

LANGHAM LANDSCAPES

With an ideal downtown location, many iconic attractions such as Faneuil Hall Marketplace, the Seaport District, and The Freedom Trail are just steps away. Explore Boston and discover one of the most historic cities in the United States.

BOOK DIRECT WITH LANGHAM HOTELS & RESORTS

WHY BOOK ANYWHERE ELSE?

Explore this page to discover why so many of our guests are choosing to book direct more than anywhere else. Reserve directly through Langham Hotels & Resorts or your travel professional to receive these benefits.

BOOK CONFIDENTLY, KNOWING THE BEST RATE IS HERE

Langham Hotels & Resorts guarantees you that we provide the best online rate for our hotel room reservations. If you discover a rate that is lower than ours we'll honor the rate for the nights plus 25% additional discount. For more information on our best rate guarantee

EVERY ROOM TYPE AVAILABLE

Discover a world of choice when you book online with Langham Hotels & Resorts. We provide all our visitors with the full range of rooms that are available for your stay, often not seen anywhere else. Choose the room tailored to meet your needs.

PERSONALISE YOUR STAY

Enhance your stay with our impressive range of add-on packages. From Chocolate Truffles on arrival to an intimate Langham Afternoon Tea with Wedgwood in your room. Make your special occasion a unique and elegant affair.*

UNIQUE & TAILORED OFFERS

When booking with Langham Hotels & Resorts, you'll discover you're booking an experience and not just a room. With all your favourite inclusions in the one place, such as; breakfast and massage, your stay will be tailored to your needs.

BOOK NOW, PAY UPON CHECK OUT

Bookings are made easy. Payment is only required upon check out and after your stay. No prepayment is required, giving you greater flexibility than anywhere else!*

VEN MORE FLEXIBILITY

With no extra or hidden fees and the ability to amend your reservation at any time, it makes booking with Langham Hotels & Resorts more reliable than anywhere else.**

1865 LOYALTY PROGRAMME

Book directly and gain access to our 1865 Loyalty Programme. 1865 is our way of saying thank you for the loyalty you show to our brands. Bringing you exclusive benefits and recognition, we ensure your stay with us is especially comfortable and uniquely memorable. For more information,

FREQUENT FLYER BENEFIT

Partner with 20+ frequent flyer programmes worldwide, book direct and enjoy our exquisite premium Langham's "Art of Stay" services and reward yourself with mileage of your preferred choice! For more information on our frequent flyer programme

2. TRUMP INTERNATIONAL HOTEL & TOWER® NEW YORK

SUMMER BREAK

MASTER THE ART OF RELAXATION THIS SUMMER.

Treat yourself to a long weekend getaway and receive 20% off.

As one of the most luxurious hotels overlooking Central Park and steps away from Columbus Circle, Lincoln Center, and Fifth Avenue, we give you the best shopping and nightlife New York City has to offer. The only hotel in Manhattan with a Forbes Five-Star and AAA Five-Diamond with a 2 Michelin-Starred restaurant, Trump International Hotel & Tower? New York will exceed your expectations. Guests of our hotel are surrounded by impeccable style, spectacular service, and luxurious amenities, including the personalized Attach? service exclusive to Trump Hotels.

NEW YORK CITY'S DISTINGUISHED FIVE-STAR HOTEL

When you walk out of our doors, you're stepping right into the bustling heart of the Big Apple. We put you steps away from Central Park, renowned Lincoln Center, Fifth Avenue – and surround you with New York's most exclusive options for shopping and nightlife. Counted among the best hotels in Midtown Manhattan, The 52-story Trump International Hotel & Tower is a luxury hotel near Central Park dedicated to exceeding expectations. Named the only Forbes Five-Star, AAA Five-Diamond hotel with a Five-Star, Five-Diamond restaurant in New York, guests are surrounded at all times by impeccable style, spectacular service and indulgent amenities.

Our iconic building features the best hotel suites in NYC with fully-equipped kitchens and floor-to-ceiling windows that frame unparalleled views of Central Park and Columbus Circle. Our spacious Manhattan suites with full kitchens are perfect for traveling families and solo business travelers alike, and our signature Trump Attach service can assist with every need, from pressing a suit for tomorrow's meetings or facilitating an in-room camping experience your family will never forget. A full suite of Trump Kids and Trump Pets programming ensures all travelers in your party receive the utmost in personal service and amenities.

For an incomparable dining experience, you don't even have to venture beyond our doors. Our signature restaurant, Two-Michelin Star Jean-Georges, one of the best 5 star restaurants in New York City cannot be missed. Casual dining is also available at our restaurants near Central Park, in Nougatine and the seasonal Terrace, as well as 24-hour in-room dining, all by Jean-Georges.

Nourish your body and mind as you indulge in one of our pampering spa services. The Trump Spa is an oasis within the city which offers an array of treatments, an extensive fitness center, and a 55-foot heated indoor pool.

LUXURIOUSLY APPOINTED. EXQUISITELY DECORATED.

Sunlight pours through the 10 foot floor-to-ceiling windows of each hotel room and suite in our iconic hotel, framing the captivating panoramas of Central Park and the Manhattan skyline perfectly. All accommodations are outfitted with the bold and engaging style characteristic of New York, and every detail is custom designed to create a relaxing and indulging experience. Our Central Park West hotel houses 176 luxury Manhattan accommodations, including 35 superior and deluxe guest rooms, and 141 masterfully-appointed one, two, three and four bedroom suites in NYC. We are one of only a few NYC hotels with kitchens, and each of our suites feature fully equipped state-of-the-art kitchens that make the ideal home base for extended stay, leisure, and corporate travel. All of our hotel guests enjoy full access to our spa and fitness center, as well as our entire staff at your disposal, including the Trump Attach?? service to fulfill any request.

We are a 100% smoke free hotel. A \$1,000 cleaning fee will be applied to any guest room where smoking is apparent. We welcome travelers of all ages, however guests must be 21 years or older to check into their own room.

SUPERIOR ROOM

These luxury hotel rooms in New York City are well-appointed, 440 sq. ft. (41 square meters) rooms with floor-to-ceiling windows. Our Superior guest rooms on the Upper West Side feature luxurious queen-sized beds, marble baths, a 55-inch flat panel HDTV with Blu-ray player, and also offer full kitchenettes. All of our New York hotel guests enjoy full access to our fitness center, pool and spa, as well to our personal Attach? services exclusive to Trump Hotels.

DELUXE PARK VIEW ROOM

Trump International Hotel & Tower? New York features luxury Manhattan accommodations. The spacious Deluxe room is 460 sq. ft. (43 square meters) overlooking Central Park with floor-to-ceiling windows. These hotel rooms in New York City feature luxurious king beds, a 55-inch flat-panel HDTV with Blu-ray player and iPod docking station, marble baths, and a large walk-in closet. Most guest rooms and suites at Trump New York

also offer a full kitchenettes. All guests enjoy full access to our health club and spa, as well to our personal Attach? services exclusive to Trump Manhattan.

JUNIOR SUITE

Our spacious Junior Suites in Midtown Manhattan are 460 sq. ft. (43 square meters) accommodations featuring floor-to-ceiling windows offering a breathtaking view of the Manhattan skyline. These Manhattan hotel suites in New York City offer luxurious king beds, 55-inch flat-panel HDTV with Blu-ray player and iPod docking station, marble baths, and a large walk-in closet. For your comfort and convenience, the suites also include a kitchenette, and a sitting area with a twin-size sofa bed.

EXECUTIVE CITY VIEW ONE-BEDROOM SUITE

Our spacious one-bedroom Midtown Manhattan hotel suites are 700 sq. ft. (65 square meters) and boast stunning accommodations such as a luxurious king-sized bed, 55-inch flat-panel HDTV with Blu-ray player and iPod docking station, large closets, and a marble bath. These executive New York City suites offer a separate living room with a queen-sized sofa bed, dining room table & chairs with a handcrafted Schonbek crystal chandelier, and a full European-style kitchen with appliances by Sub-Zero.

PARK VIEW ONE-BEDROOM SUITE

From your Central Park view suite in New York City, enjoy breathtaking views sights Central Park and the Manhattan skyline through the ten-foot floor-to-ceiling windows of the spacious 700 sq. ft. (65 square meters) Park View Suite. These one-bedroom Manhattan suites feature a queen-sized bed, 55-inch flat-panel HDTV with Blu-ray player and iPod docking station, large closets, and a marble bath. The Park suites also offer a separate living room with a queen-sized sofa bed, as well as a dining room table and chairs with a spectacular handcrafted Schonbek crystal chandelier.

PARK VIEW TWO-BEDROOM SUITE

The largest of our luxury New York City hotel rooms (1,350 – 1,540 sq. ft.) is our two-bedroom hotel suite in NYC. This suite in Midtown Manhattan displays unparalleled views from our hotel overlooking Central Park from floor-to-ceiling windows. The master bedroom features a luxurious king-size bed and en-suite master bath. The guest bedroom offers a queen-size bed with full bath. This NYC hotel room includes a dining area with a dining table and chairs, a spectacular handcrafted Schonbek crystal chandelier and a plush velvet queen-sized sofa bed.

SUBTLETY IS NOT OUR STRENGTH, INDULGENCE IS

Staying with us means never having to travel far for an incredible meal at some of the highest acclaimed Central Park restaurants. The most sought after reservation in New York City, five-star Jean-Georges, is only an elevator ride away. A Michelin rated chef and unrivaled Central Park views - this is fine dining in NYC as you have never experienced. Celebrated Chef Jean-Georges Vongerichten has garnered the coveted Forbes Five-Star award, AAA's Five-Diamond award, and two stars from the renowned Michelin Guide. Something for every palate, enjoy world-class cuisine a la carte or sample our special prix-fixe dinner or tasting menus.

For more casual dining, relax in the modern, sophisticated Nougatine restaurant, also a Jean-Georges restaurant in NYC. Overlooking Central Park and featuring an exhibition kitchen, this intimate Columbus Circle restaurant allows you to occasionally catch the acclaimed Jean-Georges himself preparing your meal. Enjoy an outdoor dining NYC experience on Jean-George's Central Park-facing Mistral Terrace, featuring mouthwatering Nougatine cuisine.

For intimate and private fine dining, reserve our private chefs to create and present a gourmet meal course by course in the comfort and privacy of your own suite.

SIGNATURE JEAN GEORGES DISHES

A more casual venue within Jean Georges, our Central Park restaurant, Nougatine, is nestled between windows overlooking Central Park and the restaurant's exhibition kitchen,

offering fine-dining signature Jean Georges dishes along with daily specials. During the warmer months, the park-facing Mistral Terrace also features the Nougatine menu.

This restaurant in Central Park near Columbus Circle features fine and fresh ingredients and is open daily for breakfast, lunch and dinner.

OUTDOOR BAR AND RESTAURANT

Diners can enjoy the full Nougatine menu or sip on a signature cocktail at this outdoor dining venue in NYC. The Terrace, with Dedon furniture designed by Philippe Starck, is situated next to Central Park and in Columbus Circle. Plush lounge seating enhances the relaxing setting and makes this outdoor dining space the best place to enjoy a sunny day in New York City. All reservations subject to weather.

NOURISHING YOUR

MIND, BODY, AND SOUL

Trump Central Park understands the importance of maintaining a healthy lifestyle even when you travel, so we make your well-being part of our mantra with Trump? Wellness. Its three pillars: Nourish, Travel Fit and Quick Bites deliver health-conscious menu options and custom workout programs, even offering workout gear upon request. Any of our healthy dining options can be taken to go, with guaranteed delivery in 15 minutes or less. Among a few New York spa hotels, we offer you a state-of-the-art fitness center and one of the best NYC luxury spas to indulge in during your stay.

Please be advised that from Sunday, August 26 to Thursday, August 30, 2018 our pool will be closed for annual maintenance. We apologize for any inconvenience the closure causes.

STATE-OF-THE-ART

TRAINING ENVIRONMENT

Being your best means training with the best. That's why our NYC hotel with an indoor pool features a state-of-the-art Manhattan health club and spa that allows guests and residents to train with free weights, circuit training, cardiovascular equipment, and

personal trainers on request, steam baths and a sauna. At our spa in New York City, we've positioned televisions with personal remote controls and headphones in front of the machines for your convenience.

Being your best means training with the best.

Upon request, the health club can also provide a comprehensive fitness evaluation and nutritional counseling. For aquatic training, the 55-foot indoor lap pool in our New York City health club and spa is a refreshing way to release the tension of the day. A great low-impact workout to incorporate into and cross-training program, swimming also increases flexibility and strengthens the heart and lungs. And, of course, the swimming pool is equipped with a lifeguard to ensure that the whole family can enjoy the pool safely. It's another example of how luxury permeates everything we do. Even how we work out.

ICONIC GOLF PROPERTIES

Home to the most iconic golf properties and championship courses around the world, Trump Golf destinations represent the highest standards of world-class luxury, service and excellence. Offering impeccable landscapes, Trump Golf properties are designed by the world's leading golf course architects, such as Jack Nicklaus, Tiger Woods, Gil Hanse, Phil Mickelson, the Fazio family, Martin Hawtree and many others. With a combination of public and private offerings, Trump Golf provides the ultimate luxury experience in unrivaled destinations for all members and guests alike.

Golf, social and corporate membership opportunities are available at private Trump Golf properties. Members not only experience full access to luxurious amenities, such as five-star hospitality, Olympic-sized swimming pools, state-of-the-art golf practice facilities, world-class tennis centers and extravagant member events, but also can take full advantage of the Trump Golf member reciprocal privileges program, allowing access to all Trump Golf destinations.

Guests of Trump Central Park can enjoy playing at the award-winning Trump Golf Links at Ferry Point, located just 12 miles from our hotel. The 18-hole, Jack Nicklaus Signature Design, links-style golf course sits at the foot of the Whitestone Bridge in the

Bronx, it is designed specifically to take advantage of dramatic and spectacular views of the Manhattan skyline, East River, and Whitestone & Throgs Neck Bridges. Inquire with our concierge for assistance with tee times.

MONUMENTAL MOMENTS

Trump International Hotel & Tower? New York is the perfect place for intimate events and productive meetings. From the Trump Executive Boardroom to our full-service hotel business center, personalized business services, and catering by Jean-Georges, our unwavering standards of service delivers an impeccable execution. Our NYC meeting space options paired with expert staff, elegant décor and unparalleled location, your next meeting or event will leave a lasting impression.

PICTURE PERFECT WEDDINGS

Define your special day with romance, sophistication, and warmth at our iconic Central Park hotel. Whether you are hosting an elaborate wedding dinner for 30 or a more intimate post-wedding brunch for 10, Trump Central Park is one of the best luxury hotels in New York City that will set the stage for the wedding you've always imagined.

Hold your ceremony in the most iconic location New York has to offer - Central Park!

After your ceremony, record your memories for a lifetime with photos in the Park

Return to Trump International and enjoy our private dining room that holds up to 32 guests

Have your custom menus catered by two Michelin-starred restaurant Jean-Georges

You and your guests will enjoy unique guest rooms and suites, many overlooking beautiful Central Park

Our in-house florist can customize all your floral needs

Catering

The catering services are among the best of five star hotels in New York City. Jean-Georges Vongerichten and his culinary team will design a catering menu to perfectly suit the style and mood of your function. As one of only a few Michelin-starred chefs in New York City,

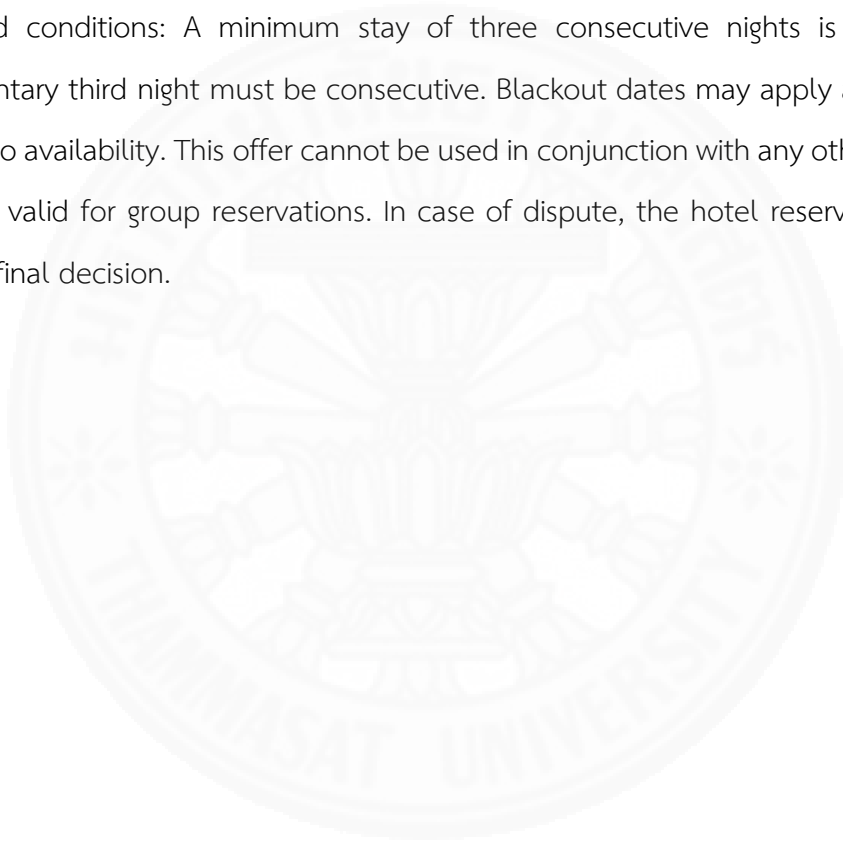
Jean-Georges offers a menu with a variety of signature dishes and exceptional flavors designed to make an impression you and your guests will never forget. Inquire about NYC hotel packages, special room rates, and curated dining menus.

LINGER LONGER

Linger Longer with a Complimentary Third Night

Enjoy more of what New York City has to offer and receive a complimentary third night when booking a minimum stay of three consecutive nights!

Terms and conditions: A minimum stay of three consecutive nights is required. The complimentary third night must be consecutive. Blackout dates may apply and promotion is subject to availability. This offer cannot be used in conjunction with any other promotions and is not valid for group reservations. In case of dispute, the hotel reserves the right to make the final decision.



ภาคผนวก ง

ตารางที่ 137 ตัวอย่างอนุวัจน์ที่พบในกลุ่มตัวอย่าง

อนุวัจน์	คำอธิบาย	ตัวอย่างอนุวัจน์
1. อนุวัจน์ชื่อโรงแรมและสโลแกน (ns)	ข้อความที่บ่งบอกชื่อโรงแรม และสโลแกน โรงแรม รวมถึงสโลแกนห้องพักและห้องอาหาร	Maryo Resort - An Urban Oasis
2. อนุวัจน์ระบุหัวข้อ/ชื่อห้องพัก/ห้องอาหาร (ph)	ข้อความที่เป็นหัวข้อบริการและข้อมูลต่าง ๆ ของโรงแรม ก่อนจะอธิบายรายละเอียด	สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ
3. อนุวัจน์ทักทายผู้อ่าน (gr)	ข้อความที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อทักทายหรือต้อนรับ ผู้อ่านให้รู้จักโรงแรม	ขอต้อนรับสู่ โรงแรม ดุสิตธานี พัทยา
4. อนุวัจน์ให้รายละเอียดการบริการ (gf)	ข้อความที่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับบริการต่าง ๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมของ โรงแรม เช่น ภาพรวมห้องพัก ห้องอาหาร ภาพรวมการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า รวมถึงการจัดงานแต่งงานและงานอีเว้นท์ต่าง ๆ	ดุสิตธานี พัทยาจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก หลากหลาย มีสระว่ายน้ำ 2 สระ และสระสำหรับเด็ก 2 สระ สนามเทนนิส 4 คอร์ท ดีฟิตฟิตเนสเซนเตอร์ที่ มีห้องอบไอน้ำชาวน้ำและเครื่องออกกำลังกายอื่นๆ ไว้ บริการ ทางลงสู่ชายหาด 2 จากด้านทำให้สามารถ ผ่อนคลายไปกับการพักผ่อนริมชายหาดและสนุกกับ กีฬาทางน้ำมากมาย

5. อนุวัจน์บรรยายสิ่งอำนวยความสะดวกและบรรยากาศภายนอกหรือทิวทัศน์ของห้องพัก/ห้องอาหาร/ห้องประชุม (df)	ข้อความที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับห้องพัก/ห้องอาหาร/ห้องประชุม สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง บรรยากาศรอบนอกและทิวทัศน์ของห้องต่าง ๆ	ห้องดีลักซ์ หันหน้าสู่ทะเล (Deluxe Ocean Facing View) ของโรงแรม อมารี หัวหิน มีเนื้อที่กว้างขวาง ปลอดโปร่ง มองเห็นวิวที่น่าตื่นตะลึงของหาดเขาตะเกียบ ด้วยระเบียงส่วนตัวที่มีเนื้อที่กว้างขวางและหน้าต่างบานใหญ่ที่สูงจากพื้นถึงเพดานห้องพักที่สมบูรณ์แบบ
6. อนุวัจน์บรรยายสไตล์การตกแต่งและบรรยากาศภายในห้องพัก/ห้องอาหาร/ห้องประชุม (da)	ข้อความที่บรรยายรายละเอียดบรรยากาศหรือสไตล์การตกแต่งห้องพัก/ห้องอาหาร/ห้องประชุม	ห้องงานฟังก์ชันของโรงแรมฯ มีสไตล์การตกแต่งแบบไทยร่วมสมัยและโคโลเนียล
7. อนุวัจน์แสดงราคา/ค่าบริการ (pr)	ข้อความที่แสดงรายละเอียดอัตราห้องพัก หรือราคาในการใช้บริการต่าง ๆ ของโรงแรม	ราคาเพียง 1,200++ บาทต่อ 1 ท่าน และเครื่องดื่มแบบฟรีโฟลว์ ราคาเพียง 599++ บาท ต่อ 1 ท่าน
8. อนุวัจน์ระบุกลุ่มเป้าหมาย/ความจุห้อง (tg)	ข้อความที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับความจุ (จำนวนคน) ของห้องพัก/ห้องอาหาร/ห้องประชุม รวมถึงเจาะจงหรือแนะนำกลุ่มเป้าหมายสำหรับการเลือกใช้บริการแต่ละห้อง	ห้องกมลทิพย์บอลรูมที่สามารถรองรับแขกได้สูงสุดถึง 800 ท่าน สำหรับงานเลี้ยงแบบนั่งเก้าอี้ และ 1,000 ท่าน สำหรับงานเลี้ยงสโตน์ค็อกเทล

9. อนุวัจน์บอกสถานที่ตั้ง (pl)	ข้อความที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของโรงแรม	มาโย รีสอร์ท ตั้งอยู่บนถนนสันโค้งหลวง ห่างจากสถานีขนส่งเชียงรายเพียง 3 กิโลเมตร ห่างจากวัดร่องขุนประมาณ 30 นาที และอยู่ใกล้ถนนสายวัฒนธรรม ถนนคนม่วน วันอาทิตย์
10. อนุวัจน์ข้อมูลพื้นฐานโรงแรม (ขนาด/พื้นที่) / ประวัติโรงแรม (lh)	ข้อความที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของโรงแรม รวมถึงประวัติหรือแรงบันดาลใจในการก่อตั้งโรงแรม	เชียงใหม่เป็นเมืองที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติในอดีตกาล และเป็นเมืองหลวงแห่งอาณาจักรดินแดนที่เคยมีพื้นที่ครอบคลุมมาตั้งแต่ทางตอนใต้ของจีน ทางตะวันออกของพม่า และลาว ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ และวิถีชีวิตแห่งยุคล้านนา จึงกลายเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบและสร้างสถาปัตยกรรมของโรงแรมแห่งนี้
11. อนุวัจน์ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (pc)	ข้อความที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี ความเชื่อ ศาสนา หรือแนวคิดของคนท้องถิ่น	ทุกพื้นที่ภายใน โรงแรมชาลา นัมเบอร์ 6 ได้สอดแทรกวัฒนธรรมความเป็นอยู่ดั้งเดิมของเมืองเชียงใหม่ไว้ ไม่ว่าจะเป็น สระว่ายนํ้า ซึ่งตั้งอยู่ตรงกลางโรงแรม เปรียบเสมือนบ่อน้ำที่ตั้งอยู่กลางบ้านของครอบครัวชาวล้านนาในอดีต

12. อนุวัจน์แสดงความเหนือชั้น (cs)	ข้อความเกี่ยวกับการบริการของโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ หูหระ หรือมีความโดดเด่น ที่ไม่เหมือนกับที่พักแห่งอื่น	โรงแรมดุสิตธานี พัทยา เป็นโรงแรมที่ท่านจะได้พบกับความหรูหรา และการต้อนรับอย่างอบอุ่นในแบบไทย ณ ใจกลางแหล่งพักผ่อนชายทะเลที่ดีที่สุดอีกหนึ่งแห่งของประเทศ
13) อนุวัจน์แสดงรางวัลที่เคยได้รับ (ia)	ข้อความที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรางวัลหรือเกียรติประวัติที่โรงแรมเคยได้รับ ทั้งรางวัลโดยรวมของโรงแรม และรางวัลส่วนตัวของพนักงาน เช่น รางวัลของเชฟ เป็นต้น	ทางห้องอาหารมีความภาคภูมิใจที่ได้รับรางวัลชนะเลิศมากมาย และคงจูงยังได้รับมอบคะแนนโหวตให้เป็นห้องอาหารเกาหลีที่เป็นที่โปรดปรานในกรุงเทพมหานคร มาเป็นเวลา 20 ปีอย่างต่อเนื่องโดยนิตยสารไทยแลนด์ แทตเลอร์
14) อนุวัจน์แสดงความใส่ใจถึงความต้องการส่วนตัวของลูกค้า (cd)	ข้อความที่แสดงให้เห็นว่าโรงแรมใส่ใจความต้องการของลูกค้า สามารถออกแบบบริการและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุดได้	ทีมจัดเลี้ยงของเรายินดีที่จะให้คำปรึกษา ไม่ว่าคุณอยากให้งานแต่งงานของคุณเป็นแบบไหน (เช่น งานแต่งงานแบบไทยหรือแบบตะวันตก) เช่นเดียวกับเมนูอาหารในงาน ทุกอย่างจัดได้ตามที่คุณต้องการ
15) อนุวัจน์แนะนำกิจกรรมและบริการที่น่าสนใจ (is)	ข้อความที่แสดงรายละเอียดหรือแนะนำกิจกรรมพิเศษของโรงแรม รวมถึงบริการพื้นฐานทั่วไป เช่น สปา อาบแดด เป็นต้น	เรียนรู้วิธีการทำให้เกิดรสชาติที่หลากหลายของอาหารไทยด้วยชั้นเรียนทำอาหารของเราในภูเก็ต เลือกเมนูหรือออกแบบเมนูของคุณเอง จากนั้นออกไปตลาดท้องถิ่นพร้อมเชฟเพื่อเลือกวัตถุดิบสดใหม่ ชั้นเรียนภาคปฏิบัติของคุณจัดขึ้นที่ครัวไทยแบบเปิดโล่ง

		ซึ่งคุณจะได้รับทราบทฤษฎีพื้นฐานก่อนที่จะผ่านการเตรียมการทีละขั้นตอน เพิ่มประสบการณ์ของคุณด้วยชั้นเรียนแกะสลักผักและผลไม้ ลิ้มลองรสชาติผลงานสร้างสรรค์ของคุณร่วมกับคนที่คุณรัก
16) อนุวัจน์เสนอโปรโมชั่น (ps)	ข้อความที่เสนอโปรโมชั่นพิเศษ หรือสิทธิพิเศษของโรงแรม	การจองทุกครั้งทาง anantara.com จะได้รับส่วนลด 15% สำหรับอาหารและเครื่องดื่ม (สำหรับการรับประทานในห้องอาหารเท่านั้น) และส่วนลด 15% สำหรับสปาพรีดีเมนต์ (เฉพาะรายการแบบเลือกเอง ไม่รวมผลิตภัณฑ์สปาขายปลีก)
17) อนุวัจน์ข้อมูลแหล่งซื้อสินค้าและสถานบันเทิงบริเวณรอบโรงแรม (ie)	ข้อความที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งซื้อสินค้า ห้องสรรพสินค้า สถานบันเทิง หรือสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญบริเวณรอบ ๆ โรงแรม	คุณสามารถปั่นจักรยาน เดินเที่ยวชมบรรยายภาคโดยรอบในตัวเมือง และทุกวันอาทิตย์สามารถเลือกซื้อสินค้า หรือของที่ระลึก สินค้าหัตถกรรม จากถนนคนเดินซึ่งตั้งอยู่บริเวณทางเข้าของโรงแรมชาลา นัมเบอร์ 6
18) อนุวัจน์ข้อมูลการติดต่อเพิ่มเติมกับทางโรงแรม (gc)	ข้อความที่แสดงข้อมูลการติดต่อของโรงแรม เพื่อให้ผู้อ่านสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับโรงแรมได้ในภายหลัง	สำหรับการจองเป็นกลุ่มใหญ่ สามารถสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ 02 204 4075 หรือ FB3@pullmabangkokgrandesukhumvit.com

19) อนุวัจนเกริ่นนำที่ดึงดูดความสนใจ (ai)	ข้อความที่ใช้เริ่มต้นก่อนการบรรยายรายละเอียดห้องพักหรือบริการต่าง ๆ (หลังสโลแกน) ของโรงแรมเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้อ่านข้อความในย่อหน้าถัดไป โดยอาจเป็นคำถามเชิงวาทีศิลป์หรือวลีจูงใจ	ไม่ว่าจะดื่มช่วงค่ำ ชิมทาปาสยามติก หรือชั้นเดียบบรรันชี่มื่อสาย...ที่พูลแมนก็มีให้คุณเลือกจนพอใจ
20) อนุวัจนปิดท้ายให้ประทับใจ (ac)	ข้อความที่ใช้ปิดย่อหน้าบรรยายรายละเอียดห้องพักหรือบริการต่าง ๆ ของโรงแรมเพื่อสรุปการบริการหรือดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้อ่านข้อความให้ใช้บริการดังกล่าวอีกครั้ง	สำรวจและค้นพบประสบการณ์ใหม่ของกรุงเทพฯ ด้วยเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำใครนี้ได้ที่นี่...สุโกศล
21) อนุวัจนบริการภายใต้เงื่อนไข (sc)	ข้อความที่แสดงรายละเอียดบริการที่จำกัดภายใต้เงื่อนไขบางอย่าง โดยลูกค้าต้องทำตามเงื่อนไขนั้นถึงจะได้รับการบริการ	...และสามารถเสริมเตียงได้โดยมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม
22) อนุวัจนข้อตกลงและเงื่อนไข (pt)	ข้อความที่อธิบายข้อตกลงและเงื่อนไขการบริการต่าง ๆ ของโรงแรม รวมถึงกฎ และระเบียบการเข้าพักของโรงแรม	นโยบายในการยกเลิก ทำการยกเลิก 14 วันหรือน้อยกว่าก่อนวันมาถึงจะมีค่าธรรมเนียมในการยกเลิกเท่ากับค่าที่พักหนึ่งคืน...

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวกัญญารัตน์ สาสงเคราะห์
วัน/เดือน/ปีเกิด	17 ธันวาคม พ.ศ. 2536
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2559: อักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประสบการณ์ทำงาน	ปี พ.ศ. 2561-2562: เจ้าหน้าที่ช่วยกลุ่มงานโครงการ ตามยุทธศาสตร์ กรมออเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ

