

กลวิธีการถ่ายทอดชื่ออาหารจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในสารคดีชุด

“The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด”*

TRANSLATION STRATEGIES FOR RENDERING THAI FOOD NAMES INTO ENGLISH IN
THE DOCUMENTARY SERIES “THE HIDDEN GEM”

วัชรพงษ์ แจ่มประจักษ์

Watcharapong Changprachak

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี ประเทศไทย

Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University, Chonburi, Thailand

Corresponding author E-mail: watcharapong@go.buu.ac.th

Tel: 089-454-2429

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องกลวิธีการถ่ายทอดชื่ออาหารจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในสารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลวิธีการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาอังกฤษ และ 2) ศึกษาแนวโน้มการเลือกใช้กลวิธีการแปลเพื่อเป็นแนวทางในการถ่ายทอดคำศัพท์ด้านอาหาร งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ใช้แนวคิดกลวิธีการแปลคำศัพท์ทางวัฒนธรรมเป็นกรอบการวิเคราะห์ โดยรวบรวมชื่ออาหารในสารคดีชุดดังกล่าวจากช่อง HBO Max จำนวน 12 ตอน ได้กลุ่มตัวอย่าง 123 รายการด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีการแปลโดยการอธิบายความด้วยคำที่เกี่ยวข้องมากที่สุด (ร้อยละ 29.27) การใช้คำยืมหรือคำยืมร่วมกับการอธิบายความ (ร้อยละ 24.39) การใช้คำที่มีความหมายกว้าง (ร้อยละ 16.26) การอธิบายความด้วยคำที่ไม่เกี่ยวข้อง (ร้อยละ 12.20) การละไม่แปล (ร้อยละ 11.38) และการแทนที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 6.50) ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดชื่ออาหารไทยในสารคดีชุดนี้อาศัยการอธิบายความและการใช้คำยืมร่วมกับการอธิบายความมากที่สุด เพราะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจรูปลักษณ์หรือส่วนประกอบของอาหารได้ สำหรับกลวิธีการใช้คำที่มีความหมายกว้างและการละไม่แปลมีแนวโน้มสัมพันธ์กับบริบทแวดล้อมในเนื้อหารายการที่เอื้อให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้ในตัวอยู่แล้ว จึงกล่าวได้ว่าการแปลสื่อสารคดีมิใช่เพียงการแปลแบบคำต่อคำแต่ต้องพิจารณาถึงความเฉพาะเจาะจงทางวัฒนธรรม ความเป็นที่รู้จักในระดับสากล และบทบาทของชื่ออาหารในฐานะองค์ประกอบย่อยของฉากซึ่งช่วยให้ผู้แปลเลือกกลวิธีการถ่ายทอดความหมายได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: กลวิธีการถ่ายทอด, คำศัพท์ด้านชื่ออาหาร, สารคดีชุด, ร้านลับของเด็ด

Abstract

This research on translation strategies for rendering Thai food names into English in the documentary series “The Hidden Gem” aims to 1) Study the strategies used in translating Thai food names into English and 2) Study the trends in selecting translation strategies as guidelines for translating food terms. This qualitative research uses the concepts of strategies for translating cultural terms as the analytical framework. Food names in the said documentary series were collected from the HBO Max channel, across 12 episodes, obtaining a sample of 123 items through purposive sampling. The findings reveal that translation by paraphrase using related words was the most frequently used strategy (29.27%), followed by the use of loan words or loan words with explanation (24.39%), translation by more general words (16.26%), translation by paraphrase using unrelated words (12.20%), omission (11.38%), and cultural substitution (6.50%). These findings indicate that rendering Thai food names in this documentary series relies mostly on paraphrasing and using loan words with explanation because they help the audience understand the appearance or ingredients of the food. As for the strategies of using more general words and omission, they tend to be related to the surrounding context in the program's content, which facilitates the audience to understand the meaning in itself. Thus, it can be said that translating documentary media is not a word-for-word process but one that requires consideration of cultural specificity, international recognition, and the roles of the food names as minor elements of the scene, which enable translators to select suitable strategies for conveying meaning.

Keywords: Translation Strategies, Food Vocabulary, Documentary Series, The Hidden Gem

บทนำ

ปัจจุบันนี้รูปแบบการรับชมสาระและความบันเทิงของโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จากเดิมที่ประชากรโลกเคยรับชมภาพข่าวหรือภาพยนตร์ผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุทัศน์ หรือโรงภาพยนตร์ ทุกวันนี้มนุษย์เราสามารถรับชมสื่อต่าง ๆ ผ่านทางสื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่องหรือที่เรียกกันว่าสตรีมมิ่งซึ่งเป็นการแพร่ภาพและเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยข้อมูลทางสถิติในปัจจุบัน พบว่า ประชากรถึงร้อยละ 85 รับชมรายการโทรทัศน์ออนไลน์หรือเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเป็นประจำทุกวัน นอกจากนี้ บริการสตรีมมิ่งยังมีสัดส่วนการใช้งานสูงถึงร้อยละ 44.8 ของการรับชมโทรทัศน์ทั้งหมดซึ่งแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน (Gaines, B., 2026)

เมื่อช่องทางการนำเสนอสื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วทำให้ข้อจำกัดในการรับชมสื่อจากต่างประเทศลดน้อยลงอย่างมาก ส่งผลให้การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วและนำไปสู่ความต้องการการแปลที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นเงาตามตัวเพราะการแปล คือ เครื่องมือหลักในการถ่ายทอดความหมายและถ่ายทอดสารข้ามภาษาและวัฒนธรรม และด้วยเหตุที่การแปลไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่การถ่ายทอดคำศัพท์จากภาษาหนึ่งไปสู่อีกภาษาหนึ่งเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการส่งผ่านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไปพร้อม ๆ กันอีกด้วย

กระบวนการแปลในยุคสตรีมมิ่งจึงต้องอาศัยความละเอียดรอบคอบและการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนเพื่อรักษาความถูกต้องของต้นฉบับไว้ให้สมบูรณ์ที่สุดในทุก ๆ ด้าน สอดคล้องกับ Sánchez-Mompeán, S. & Zanotti, S. ที่ได้ชี้ให้เห็นว่าพัฒนาการของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งไม่เพียงแต่เปิดประตูสู่การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม แต่ยังผลักดันให้นักแปลต้องทำหน้าที่ในฐานะ “ทูตระหว่างสองวัฒนธรรม” (ambassadors between two cultures) ที่ทำหน้าที่สื่อสารคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมจากภาษาหนึ่งไปอีกภาษาหนึ่งมากกว่าการเป็นเพียงผู้ถ่ายทอดภาษาเท่านั้น (Sánchez-Mompeán, S. & Zanotti, S., 2025)

สำหรับประเทศไทยแล้ววัฒนธรรมอาหารถือเป็นอีกหนึ่งวัฒนธรรมที่รัฐบาลต้องการเผยแพร่ออกสู่สายตาชาวโลก โดยอาหารไทยได้รับการยกระดับให้เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของ “อำนาจละมุน” (Soft Power) ภายใต้นโยบายส่งเสริมวัฒนธรรม “5F” ของกระทรวงวัฒนธรรม ตามที่เว็บไซต์ Thailand.go.th. ได้ระบุแนวนโยบายวัฒนธรรม 5F ไว้ว่า ประกอบด้วย อาหาร (Food) ภาพยนตร์ (Film) แฟชั่น (Fashion) ศิลปะการป้องกันตัว (Fighting) และเทศกาล (Festival) (SAWASDEE THAILAND, 2566) ดังนั้น สารคดีอาหารไทย จึงมิใช่เพียงการสร้างความบันเทิงแต่ยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยออกไปสู่สายตานานาชาติอีกด้วย ที่ผ่านมามีการศึกษาเรื่องการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาอังกฤษในหลากหลายบริบท โดยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปลชื่ออาหารมีหลายแง่มุมดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Thaweewattana, P. ที่ศึกษาการแปลเมนูอาหารไทยระดับมิชลิน (Thaweewattana, P., 2021) และ Suwannathet, K. ที่ได้ศึกษาการวิเคราะห์กลยุทธ์การแปลที่ใช้ในการแปลรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษจากร้านอาหารไทยที่ดำเนินกิจการในประเทศไทย (Suwannathet, K., 2023) ขณะที่ วาริรัตน์ สีแดง และคณะ ได้วิเคราะห์กลวิธีการแปลชื่ออาหารและเครื่องดื่มของร้านอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก (วาริรัตน์ สีแดง และคณะ, 2566) และ Inphen, W. ได้สำรวจแนวทางการแปลบทความอาหารในนิตยสารท่องเที่ยวสองภาษาในบริบทพื้นที่เขตเมืองเชียงใหม่ (Inphen, W., 2024) โดยการศึกษาเหล่านี้เป็นการศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีการศึกษากลวิธีการถ่ายทอดความหมายของชื่ออาหารไทยที่ปรากฏในภาพยนตร์สารคดีที่แพร่ภาพผ่านช่องทางสตรีมมิ่งระดับโลกอย่าง HBO Max ที่มีจำนวนผู้สมัครใช้งานรวมประมาณ 125.7 ล้านคน ทั่วโลก (Gaines, B., 2026) ซึ่งนับเป็นแพลตฟอร์มที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในตะวันตกเป็นหลักอันแตกต่างจากการศึกษาในอดีตที่เน้นเมนูอาหารในพื้นที่ สารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด” เป็นภาพยนตร์สารคดีด้านอาหารที่บอกเล่าเรื่องราวของร้านอาหารเด่น ๆ ของไทย จำนวน 12 ร้าน โดยแพร่ภาพรวม 2 ฤดูกาล จำนวน 12 ตอน ในปี ค.ศ. 2024 และ ค.ศ. 2025 เนื้อหาของแต่ละตอนมีการถ่ายทอดคำศัพท์ชื่ออาหารเป็นภาษาอังกฤษอย่างสม่ำเสมอ โดยปรากฏเป็นคำบรรยายใต้ภาพซึ่งคำแปลเหล่านี้มีลักษณะการถ่ายทอดความหมายที่แตกต่างกันออกไป เช่น “ผัดไทย” ถ่ายทอดโดยการใช้คำยืมว่า “pad Thai” ในขณะที่ “จับฉ่าย” ถ่ายทอดด้วยคำว่า “mixed-vegetables soup” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงกลวิธีการถ่ายทอดความหมายที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนี้เองการศึกษาเรื่องกลวิธีการแปลคำศัพท์ด้านอาหารไทยเป็นภาษาอังกฤษจากสารคดีชุดเรื่อง “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด” จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาเพื่อตอบปัญหาด้านการเลือกใช้กลวิธีการแปลตามกรอบแนวคิดเรื่องการแปลคำศัพท์ทางวัฒนธรรม (Baker, M., 2018) และเพื่อให้ผลการศึกษารังนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับนักแปลในการถ่ายทอดคำศัพท์ด้านอาหารไทยเป็นภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพและคงเอกลักษณ์อาหารไทยได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการถ่ายทอดชื่ออาหารจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษที่ปรากฏในสารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด”
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มการเลือกใช้กลวิธีการแปลชื่ออาหารที่ปรากฏในสารคดีดังกล่าวเพื่อเป็นแนวทางในการถ่ายทอดคำศัพท์ด้านอาหารจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในสื่อสากล

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการถ่ายทอดชื่ออาหารในสารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด” เป็นวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิเคราะห์ตัวบทแปล (Textual Analysis) ภายใต้กรอบแนวคิดการแปลคำศัพท์ทางวัฒนธรรมของ Baker, M. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการถ่ายทอดชื่ออาหารไทยเป็นภาษาอังกฤษ (Baker, M., 2018) ซึ่งมุ่งเน้นการวิเคราะห์ที่ตัวบทแปลโดยมีบริบททางสื่อทัศน์ (Audiovisual Translation - AVT) เป็นปัจจัยเสริมในการอภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คู่แปลคำศัพท์ชื่ออาหาร จำนวน 123 คู่ ได้มาด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากสารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด” ผ่านช่อง HBO Max จำนวน 2 ฤดูกาล รวมทั้งสิ้น 12 ตอน โดยคัดเลือกเฉพาะชื่อเรียกอาหารไทยทั้งอาหารคาวและอาหารหวานในกรณีที่ชื่ออาหารเดียวกันปรากฏซ้ำโดยมีคำแปลเหมือนกันไม่ว่าจะในตอนเดียวกันหรือต่างตอนให้นับเป็นหนึ่งข้อมูล แต่หากชื่ออาหารเดียวกันมีคำแปลที่แตกต่างกันให้บันทึกแยกเป็นอีกหนึ่งข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบบันทึกข้อมูลจากผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ประกอบด้วย ตารางสำหรับบันทึกคู่คำศัพท์ระหว่างชื่ออาหารไทยและคำแปลภาษาอังกฤษ พร้อมระบุลำดับตอนและเวลาที่ปรากฏ รวมถึงตารางสำหรับจำแนกกลวิธีการแปลตามกรอบแนวคิด (Baker, M., 2018)

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2568 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569 ด้วยการรับชมสารคดีทั้ง 12 ตอนอย่างละเอียด จากนั้นรวบรวมและจับคู่ชื่ออาหารภาษาไทยกับคำแปลภาษาอังกฤษที่ปรากฏแล้ววิเคราะห์และจำแนกกลวิธีการแปลตามกรอบแนวคิดดังกล่าวเบื้องต้น ก่อนส่งผลการจำแนกให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลซึ่งเป็นอาจารย์ผู้สอนรายวิชาการแปลและมีประสบการณ์การสอนไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 2 ท่านตรวจสอบความถูกต้อง ในกรณีที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นต่างกัน ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญจะอภิปรายร่วมกันเพื่อหาข้อสรุป จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นับความถี่และคำนวณค่าร้อยละของการใช้กลวิธีแต่ละประเภทเพื่ออธิบายแนวโน้มการเลือกใช้กลวิธีการแปลในภาพรวม

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลชื่ออาหาร จำนวน 123 รายการ ซึ่งรวบรวมด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากบทบรรยายได้ภาพของสารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด” ทั้ง 2 ฤดูกาล จำนวน 12 ตอน สามารถนำเสนอผลการศึกษา ได้ดังนี้



1. ผลการศึกษาปริมาณความถี่ของกลวิธีการแปล

จากการจำแนกข้อมูลตามกรอบแนวคิดกลวิธีการแปลคำศัพท์ทางวัฒนธรรม พบว่า สารคดีชุดดังกล่าวมีการใช้กลวิธีการแปลชื่ออาหารทั้งหมด 6 รูปแบบ โดยเรียงลำดับจากความถี่สูงสุดไปต่ำสุดได้ดังข้อมูลที่ปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลวิธีการแปลชื่ออาหารในสารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด”

กลวิธีการแปล	จำนวน	ร้อยละ (%)
1. การแปลโดยการอธิบายความด้วยคำที่เกี่ยวข้อง	36	29.27
2. การใช้คำยืมหรือคำยืมร่วมกับการอธิบายความ	30	24.39
3. การใช้คำที่มีความหมายกว้าง	20	16.26
4. การแปลโดยการอธิบายความด้วยคำที่ไม่เกี่ยวข้อง	15	12.20
5. การละไม่แปล	14	11.38
6. การแทนที่ทางวัฒนธรรม	8	6.50
รวมทั้งสิ้น	123	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลวิธีที่มีการใช้มากที่สุด คือ การแปลโดยการอธิบายความด้วยคำที่เกี่ยวข้องที่มีการใช้ จำนวน 36 ครั้ง (ร้อยละ 29.27) ในขณะที่การแทนที่ทางวัฒนธรรมมีการใช้ จำนวน 8 ครั้ง (ร้อยละ 6.50) โดยข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าการถ่ายทอดความหมายของคำศัพท์ด้านชื่ออาหารที่ปรากฏในสารคดีชุดเรื่องนี้เน้นเรื่องการสร้างและสื่อความหมายของคำศัพท์เพื่อให้ผู้รับสารสามารถจินตนาการถึงรสชาติและลักษณะของอาหารไทยที่ปรากฏได้ทันที

2. ผลการศึกษาด้านกลวิธีการแปลและการถ่ายทอดความหมาย

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ชื่ออาหารที่ปรากฏในสารคดีแต่ละตอนมีความเฉพาะตัว ส่งผลให้ผู้แปลเลือกใช้กลวิธีการถ่ายทอดความหมายที่หลากหลายตามบริบท โดยสามารถอธิบายลักษณะการใช้กลวิธีการแปลต่าง ๆ ตามระดับความถี่จากสูงไปต่ำ ได้ดังนี้

2.1 การแปลโดยการอธิบายด้วยคำที่เกี่ยวข้อง (Translation by paraphrase using a related word) กลวิธีนี้ คือ การใช้คำที่มีความหมายเกี่ยวเนื่องกันในภาษาเป้าหมายเพื่ออธิบายความหมายของคำศัพท์ทางวัฒนธรรมจากการศึกษาพบการใช้กลวิธีนี้ จำนวน 36 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.27 ของข้อมูลทั้งหมดและนับเป็นกลวิธีการแปลที่มีความถี่สูงที่สุดเนื่องจากสารคดีชุดนี้เล่าเรื่องที่มุ่งเน้นการให้ความรู้และการเผยแพร่อาหารไทยสู่สากล ความเข้าใจในด้านวัตถุดิบและกรรมวิธีการปรุงจึงมีความสำคัญมากกว่าการรักษาชื่อเฉพาะทางวัฒนธรรมที่ผู้รับสารชาวต่างชาติไม่คุ้นเคย โดยในการอธิบายความนั้น ผู้แปลมักเลือกใช้คำกริยาหรือคำคุณศัพท์ที่บ่งบอกกรรมวิธี รูปร่างลักษณะ หรือรสชาติ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

ต้นฉบับ ปลาหิมะเจียนซีอิ๊ว

บทแปล fried snow fish with sweet soy sauce (ฤดูกาลที่ 1 ตอนที่ 1 นาทีที่ 32.59)



จากตัวอย่างข้างต้นผู้แปลถ่ายทอดชื่ออาหาร “ปลาหิมะเจียนซีอูว์” ด้วยการอธิบายว่าอาหารชนิดนี้มีองค์ประกอบเป็น “fish” และ “soy sauce” โดยผู้แปลได้เพิ่มเติมความเกี่ยวกับรสชาติ “sweet” ของ “sauce” ลงไปในบทแปลเพื่อเสริมความให้ผู้ชมได้รับรู้รายละเอียดด้านรสชาติของอาหารจานนี้ซึ่งทำให้บทแปลสามารถถ่ายทอดความหมายได้ตรงตามต้นฉบับและช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจหรือจินตนาการถึงอาหารจานนี้ได้ง่ายขึ้น

2.2 การใช้คำยืมหรือคำยืมร่วมกับการอธิบายความ (Translation using a loan word or loan word plus explanation) กลวิธีนี้มีความถี่ในการปรากฏสูงเป็นลำดับที่สอง โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลวิธีนี้ปรากฏ จำนวน 30 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.39 ของข้อมูลทั้งหมด การที่ผู้แปลเลือกใช้คำยืมก็เพื่อรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและชื่อเฉพาะของอาหารไทย และมีการเพิ่มการอธิบายความแทรกลงไปในบทแปลเพื่อขยายความเกี่ยวกับวัตถุดิบหรือกรรมวิธีการปรุงให้ผู้ชมเข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 2

ต้นฉบับ พะแนง

บทแปล Panang curry (ฤดูกาลที่ 1 ตอนที่ 3 นาทีที่ 7.07)

ในตัวอย่างที่ 2 ผู้แปลเลือกใช้คำยืม “Panang” ควบคู่กับคำนามในภาษาอังกฤษว่า “curry” เพื่อขยายความให้ผู้อ่านเข้าใจว่า “Panang” ที่กล่าวถึงนี้ คือ อาหารชนิดหนึ่งที่จัดอยู่ในจำพวก “แกง” หรือ “curry” และในปัจจุบันนี้พะแนงเป็นเมนูอาหารไทยที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับสากล การยืมคำ “แกงพะแนง” จึงเป็นรักษาอัตลักษณ์และรากศัพท์เดิมของชื่ออาหารไทยไว้ได้อย่างชัดเจนและยังช่วยให้ผู้ชมต่างชาติสามารถสืบค้นถึงชื่ออาหารจานนี้เพิ่มเติมในอนาคตได้ กลวิธีการแปลโดยใช้คำยืมร่วมกับการอธิบายความจึงทำให้บทแปลมีความสมบูรณ์ทั้งในแง่ของการรักษาเอกลักษณ์และการสร้างความเข้าใจในคราวเดียวกัน

2.3 การใช้คำที่มีความหมายกว้าง (Translation by a more general word) กลวิธีการแปลโดยใช้คำที่มีความหมายกว้างเป็นกลวิธีที่ผู้แปลเลือกใช้ถ้อยคำที่มีความหมายครอบคลุมหรือเป็นคำเรียกหมวดหมู่ใหญ่ แทนการระบุชื่อเรียกเฉพาะเจาะจงของอาหารเพื่อสื่อถึงสาระสำคัญหลักให้ผู้ชมรับรู้ลักษณะของอาหารจานนั้น ๆ ได้ในภาพกว้าง ๆ ซึ่งสามารถสื่อสารได้อย่างเพียงพอโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่ชื่ออาหารไม่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินเรื่อง จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มีการใช้กลวิธีนี้ จำนวน 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.26 ของข้อมูลทั้งหมด โดยสามารถยกตัวอย่าง ได้ดังนี้

ตัวอย่างที่ 3

ต้นฉบับ เครื่องแกง

บทแปล Paste (ฤดูกาลที่ 2 ตอนที่ 1 นาทีที่ 30.40)

จากตัวอย่างที่ 3 ผู้แปลถ่ายทอดคำว่า “เครื่องแกง” ด้วยคำว่า “paste” ซึ่งเป็นคำที่บอกลักษณะของเนื้อสัมผัสที่ถูกบดละเอียดแบบกว้าง ๆ แทนการระบุส่วนผสมที่ซับซ้อน การใช้คำที่มีความหมายกว้างในลักษณะนี้ช่วยให้คำบรรยายได้ภาพมีความกระชับ



2.4 การแปลโดยการอธิบายด้วยคำที่ไม่เกี่ยวข้อง (Translation by paraphrase using an unrelated word) กลวิธีนี้ คือ การใช้คำที่ไม่มีความสัมพันธ์ทางรากศัพท์แต่สื่อความหมายตามหน้าที่เพื่ออธิบายคำศัพท์ทางวัฒนธรรมในกรณีที่ไม่สามารถหาคำที่เทียบเคียงกันได้ในภาษาเป้าหมาย โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีการใช้กลวิธีนี้ จำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.20 ของข้อมูลทั้งหมดซึ่งผู้แปลจะใช้วิธีถ่ายทอดความหมายผ่านการอธิบายลักษณะทางกายภาพ รูปลักษณ์ รสชาติ หรือส่วนประกอบสำคัญ เพื่อให้ผู้ชมสามารถสร้างจินตนาการถึงภาพอาหารและเข้าใจลักษณะของอาหารจานนั้นได้ทันทีโดยไม่ต้องอ้างอิงชื่อต้นฉบับ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 4

ต้นฉบับ จาโกย

บทแปล Dough sticks (ฤดูกาลที่ 2 ตอนที่ 1 นาทีที่ 33.27)

จากตัวอย่างที่ 4 ผู้แปลเลือกใช้คำว่า “dough sticks” ที่หมายถึง แท่งแป้ง เพื่ออธิบายลักษณะรูปร่างและวัตถุดิบของ “จาโกย” ซึ่งเป็นชื่อเรียกเฉพาะถิ่นที่แม้แต่คนไทยบางกลุ่มอาจยังไม่คุ้นเคย การใช้คำบรรยายลักษณะจึงช่วยให้ผู้ชมเห็นภาพได้ชัดเจนกว่าการใช้คำยืม

2.5 การละไม่แปล (Translation by omission) เป็นกลวิธีที่พบความถี่ในการใช้ จำนวน 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.38 ของข้อมูลทั้งหมด ซึ่งผู้แปลเลือกใช้เมื่อพิจารณาว่าการถ่ายทอดคำศัพท์ทุกคำตามต้นฉบับอาจก่อให้เกิดความเยิ่นเย้อหรือสร้างความสับสนแก่ผู้ชมต่างวัฒนธรรม อีกทั้งภาพเคลื่อนไหวบนหน้าจอก็สามารถทำหน้าที่อธิบายคุณลักษณะทางกายภาพของอาหารควบคู่ไปด้วยอยู่แล้ว ทำให้การละคำศัพท์บางส่วนสามารถช่วยเน้นการเล่าเรื่องให้มีความกระชับและตรงประเด็น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 5

ต้นฉบับ ผัดผักบุ้งไฟแดง

บทแปล Stir-fried water spinach (ฤดูกาลที่ 2 ตอนที่ 3 นาทีที่ 13.16)

ในตัวอย่างที่ 5 คำว่า “ผัดผักบุ้งไฟแดง” มีการถ่ายทอดว่า “stir-fried water spinach” โดยผู้แปลตัดส่วนขยายคำว่า “ไฟแดง” เนื่องจากคำดังกล่าวเป็นศัพท์เฉพาะที่สื่อถึงวิธีการผัดด้วยไฟแรงจัด ซึ่งรายละเอียดส่วนนี้ไม่มีความจำเป็นต่อการทำความเข้าใจรสชาติหรือส่วนประกอบหลักของอาหารสำหรับผู้ชมทั่วไป การละคำนี้จึงช่วยให้บทแปลมีความกระชับมากขึ้น

2.6 การแทนที่ทางวัฒนธรรม (Translation by cultural substitution) เป็นกลวิธีการแปลที่ผู้แปลเลือกสื่อความหมายของชื่อเรียกอาหารไทยด้วยการอ้างอิงถึงชื่ออาหารที่ปรากฏในวัฒนธรรมตะวันตกที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน กลวิธีนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดช่องว่างทางวัฒนธรรมและช่วยให้การสื่อสารชื่ออาหารเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ผู้ชมสามารถจินตนาการถึงภาพของอาหารได้ทันทีผ่านการเชื่อมโยงกับอาหารที่ตนเองคุ้นเคย จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การแทนที่ทางวัฒนธรรมเป็นกลวิธีที่มีความถี่ในการใช้น้อยที่สุด โดยพบ จำนวน 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.50 ของข้อมูลทั้งหมด ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ 6

ต้นฉบับ ขนมเบื้อง

บทแปล Crispy pancakes (ฤดูกาลที่ 2 ตอนที่ 4 นาทีที่ 15.41)

ตัวอย่างที่ 6 มีการเทียบเคียงคำว่า “ขนมเบื้อง” ด้วย “pancakes” เนื่องจากมีลักษณะเป็นแผ่นแป้งแบนบางที่ปรุงสุกบนเตาเหมือนกัน การแทนที่ทางวัฒนธรรมเหล่านี้ช่วยให้ผู้ชมสามารถจินตนาการถึงอาหารจานที่กำลังกล่าวถึงในภาพยนตร์สารคดีได้อย่างชัดเจน

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าสารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด” ให้ความสำคัญกับสาระและการสื่อสารความหมายเป็นอันดับแรก โดยผู้แปลเลือกใช้กลวิธีอธิบายขยายความเพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์อาหารไทยให้ผู้ชมในระดับสากลสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง ควบคู่ไปกับการใช้คำยืมเพื่อรักษาเอกลักษณ์ของอาหารไทยและสร้างความคุ้นเคยเชิงวัฒนธรรมให้แก่ผู้ชม และเมื่อชื่ออาหารลบบทบาทลงเป็นเพียงองค์ประกอบย่อยของฉาก ผู้แปลมีแนวโน้มที่จะปรับใช้กลวิธีที่เน้นความกระชับ เช่น การใช้คำที่มีความหมายกว้าง การละความหรือการแทนที่ทางวัฒนธรรม ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาอังกฤษในบริบทสื่อสารคดีไม่สามารถพึ่งพาวิธีการใดกลวิธีหนึ่งได้แต่ต้องอาศัยกลวิธีที่หลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับเจตนาของบทสนทนาบริบททางภาพและเสียง และเป้าหมายสูงสุดในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารไทยไปสู่สากล

อภิปรายผล

การศึกษากลวิธีการถ่ายทอดชื่ออาหารจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในสารคดีชุด “The Hidden Gem: ร้านลับของเด็ด” ภายใต้กรอบแนวคิดกลวิธีการแปลคำศัพท์ทางวัฒนธรรม พบว่า มีการใช้กลวิธีการแปลคำศัพท์ด้านชื่ออาหาร จำนวน 6 กลวิธี โดยสามารถนำเสนอประเด็นด้านการสื่อความหมายผ่านการแปลได้ดังต่อไปนี้

1. การเพิ่มความเพื่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้แปลมีการเพิ่มความลงไปในบทแปลอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นการอธิบายความด้วยคำที่เกี่ยวข้อง (36 ครั้ง) การแปลโดยการอธิบายความด้วยคำที่ไม่เกี่ยวข้อง (15 ครั้ง) และการใช้คำยืมร่วมกับการอธิบายความ (18 ครั้ง แยกจากการใช้คำยืมเดี่ยว จำนวน 12 ครั้ง) รวมทั้งสิ้น 69 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 56.09 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดความหมายของคำศัพท์ด้านชื่ออาหารจำเป็นต้องใช้การอธิบายความเพื่อให้ผู้ชมเข้าใจลักษณะ รสชาติ หรือองค์ประกอบของอาหารได้อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์ที่สุด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Amenador, K. B. & Wang, Z. ที่ได้ศึกษากลวิธีการแปลคำศัพท์ทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในรายการอาหารจากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษ และพบว่า กลวิธีการแปลที่ใช้บ่อยที่สุดคือการอธิบายความหมายของอาหารเพื่อช่วยอธิบายลักษณะและส่วนประกอบของอาหารให้ผู้รับสารที่เป็นชาวต่างชาติเข้าใจได้ง่ายขึ้น (Amenador, K. B. & Wang, Z., 2023) และยังสอดคล้องกับงานของ Suwannathet, K. ที่ได้ศึกษาการวิเคราะห์กลยุทธ์การแปลที่ใช้ในการแปลรายการอาหารจากร้านอาหารไทยเป็นภาษาอังกฤษ และพบว่า การใช้การอธิบายความเป็นหนึ่งในกลวิธีการแปลที่ผู้แปลเลือกใช้ในการสื่อความหมายของชื่ออาหาร (Suwannathet, K., 2023)



2. การส่งผ่านอัตลักษณ์อาหารไทยสู่สายตาชาวโลก

การใช้คำยืมและคำยืมร่วมกับการอธิบายความ (ร้อยละ 24.39) เป็นกลวิธีการแปลที่พบบ่อยในระดับต้น ๆ ของการศึกษาคำยืมนี้ โดยการใช้คำยืม คือ การถ่ายเสียงของคำเรียกชื่ออาหารในภาษาไทยไปเป็นภาษาอังกฤษโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วารินทร์ สีแดง และคณะ ที่พบว่า การแปลชื่ออาหารจำนวนมากใช้กลวิธีการใช้คำยืมและการใช้คำยืมร่วมกับการอธิบายเพื่อรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารไทย แต่ในบางบริบทผู้แปลอาจเพิ่มคำอธิบายความลงไปในกรณียกคำเมื่อพิจารณาแล้วว่าชื่ออาหารนั้นมีความจำเพาะมากจึงมีการอธิบายความเพิ่มเพื่อสร้างภาพในมโนทัศน์ของผู้ชม (วารินทร์ สีแดง และคณะ, 2566) โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Amirdabbaghian, A. et al. ที่วิเคราะห์การแปลเมนูอาหารในร้านอาหารตะวันออกกลางในภูมิภาค Klang Valley ประเทศมาเลเซีย ก็พบว่า กลวิธีการใช้คำยืมเป็นกลวิธีที่ใช้มากที่สุดและเสนอว่าการใช้คำยืมช่วยรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะในกรณีที่ไม่มีความเทียบเท่าในภาษาเป้าหมายแต่ก็อาจส่งผลให้ผู้บริโภคที่ไม่คุ้นเคยกับอาหารนั้นเกิดความไม่เข้าใจได้ ดังนั้น งานวิจัยจึงได้เสนอว่าควรใช้กลวิธีการขยายความหรืออธิบายความร่วมด้วยเพื่อช่วยให้ผู้รับสารชาวต่างชาติสามารถเข้าใจสารได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น (Amirdabbaghian, A. et al., 2025) การเลือกใช้คำยืมร่วมกับการอธิบายความจึงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่สนับสนุนการสร้างภาพจำให้อาหารไทยในระดับสากล สอดรับกับนโยบาย 5F และแนวทางการขับเคลื่อน Soft Power ของรัฐบาลไทยได้อย่างยั่งยืน

3. การกระชับความเพื่อถ่ายทอดความหมาย

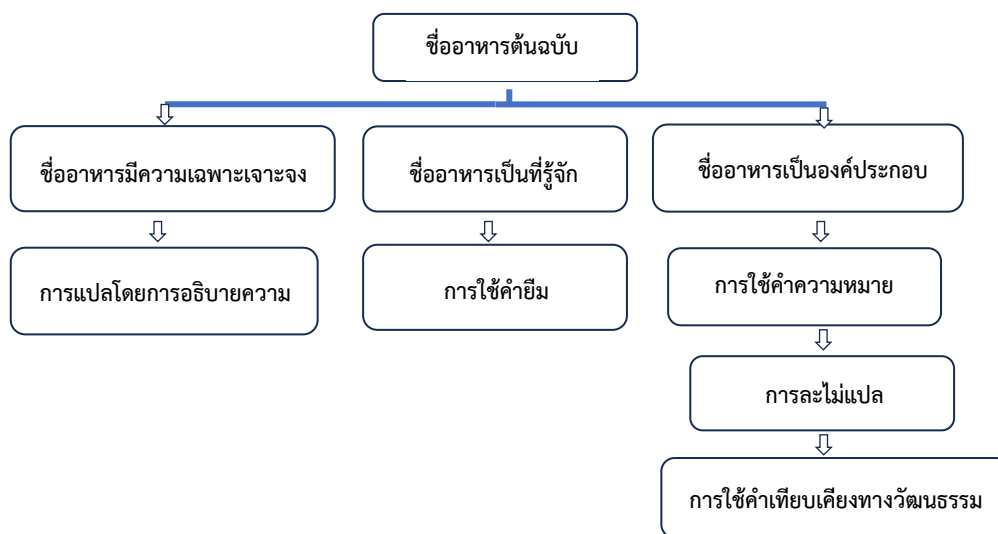
จากการศึกษาคำยืมนี้ พบว่า มีกลวิธีการแปลโดยการใช้คำที่มีความหมายกว้าง (ร้อยละ 16.26) และการละไม่แปล (ร้อยละ 11.38) และการแทนที่ทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 6.50) ซึ่งกลวิธีเหล่านี้มีลักษณะของการกระชับความด้วยการละ ตัด หรือใช้คำที่มีความชี้เฉพาะน้อยกว่าต้นฉบับมาใช้ในการสื่อความหมายด้านชื่ออาหาร แม้ว่าความบางส่วนจะถูกละหรือกระชับ แต่ความหมายโดยรวมของชื่ออาหารยังสามารถถ่ายทอดไปยังผู้รับสารได้ ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกับผลการศึกษาของ Amirdabbaghian, A. et al. ที่เสนอว่าการใช้คำที่มีความหมายกว้างกว่าต้นฉบับช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายโดยรวมของอาหารได้แม้ว่ารายละเอียดบางประการของอาหารอาจถูกละ ลดหรือตัดออกไปก็ตาม (Amirdabbaghian, A. et al., 2025) และยังสอดคล้องกับงานของ Thaweewattana, P. ที่ศึกษาการแปลชื่ออาหารไทยในมิชลินไกด์ปี 2021 โดยเสนอว่าการแปลชื่ออาหารไทยมักเผชิญกับความท้าทายด้านความไม่เท่าเทียมกันทางความหมาย ซึ่งนำไปสู่การเลือกใช้กลยุทธ์การแปลด้วยคำที่มีความหมายกว้างกว่าเพื่อทำให้ผู้อ่านเข้าใจแนวคิดหลักของอาหารนั้นได้ชัดเจนที่สุด นอกจากนี้ ยังได้เสนอว่ากลยุทธ์การละคำแปลคือ วิธีการตัดลดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนหรือไม่จำเป็นออกไป เพื่อให้ชื่ออาหารมีความกระชับและลดความสับสนสำหรับผู้รับสารชาวต่างชาติโดยที่ยังคงสามารถรักษาใจความสำคัญของชื่ออาหารต้นฉบับเอาไว้ได้อย่างครบถ้วน (Thaweewattana, P., 2021)

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาคำยืมนี้ คือ แนวทางการพิจารณาแนวโน้มการเลือกกลวิธีการแปลชื่ออาหารไทยในสื่อภาพยนตร์สารคดีด้านอาหาร โดยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวโน้มการเลือกกลวิธีการแปลผ่านการพิจารณาตามบริบทและบทบาทของอาหารที่ปรากฏในฉากได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) บริบทที่ชื่ออาหารมีความจำเพาะ



เชิงวัฒนธรรมหรือเป็นอาหารพื้นถิ่นสูง ผู้แปลจะมีแนวโน้มใช้กลวิธีการอธิบายความเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ชมข้ามวัฒนธรรม 2) บริบทที่ชื่ออาหารเป็นที่รู้จักในระดับสากลหรือมุ่งเน้นการชูอัตลักษณ์ไทย จะนิยมใช้กลวิธีการใช้คำยืมเพื่อรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสร้างภาพจำอันสะท้อน Soft Power ของชาติ และ 3) บริบทที่ชื่ออาหารปรากฏเป็นเพียงองค์ประกอบปลีกย่อยของฉาก ผู้แปลมีแนวโน้มที่จะใช้กลวิธีการกระชับความ (การใช้คำที่มีความหมายกว้าง การละ หรือการแทนที่ทางวัฒนธรรม) เพื่อรักษาความลื่นไหลในการดำเนินเรื่อง โดยแนวทางการพิจารณาดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับการแปลชื่ออาหารไทยในสื่อร่วมสมัยประเภทอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารของไทยสู่สากลได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ดังสรุปไว้ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนผังแนวโน้มการเลือกใช้กลวิธีการแปลชื่ออาหารไทยในสื่อสตรีททอล์ก

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่าการแปลโดยการอธิบายความถือเป็นหัวใจหลักของการสื่อสารชื่ออาหารไทยบนสื่อภาพยนตร์สารคดีเนื่องจากสามารถอธิบายลักษณะ รสชาติและองค์ประกอบของอาหารไทยไปสู่สายตาชาวโลกได้อย่างสมบูรณ์ ในขณะที่การใช้กลวิธีการแปลอื่น ๆ แปรเปลี่ยนไปตามบริบทของการนำเสนอ และผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการถ่ายทอดความหมายภายใต้ข้อจำกัดของคำบรรยายได้ภาพ อีกทั้งหน่วยงานที่มีบทบาทหลักในการส่งเสริมอัตลักษณ์ไทย อาทิ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สามารถนำข้อค้นพบนี้ไปต่อยอดจัดทำคู่มือหรือแนวปฏิบัติสำหรับการแปลข้อมูลอาหารไทยในสื่อระดับสากล นอกจากนี้ ผู้สนใจสามารถนำผลการศึกษาไปวิจัยต่อยอดโดยอาจศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบภาพและระบบเสียงในสื่อสตรีททอล์กที่มีต่อการเลือกใช้กลวิธีการแปลเพื่อเจาะลึกว่าภาพและเสียงทำหน้าที่เสริมข้อมูลที่ถูกละไว้ได้อย่างไร ตลอดจนศึกษาวิธีการแปลคำศัพท์ทางวัฒนธรรมในหมวดอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์เครื่องครัวไทย หรือกรรมวิธีการปรุงอาหารโบราณ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นสูง อันจะช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการด้านการแปลคำศัพท์วัฒนธรรมไทยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- วารินทร์ สีแดง และคณะ. (2566). การแปลชื่ออาหารและเครื่องดื่มจากภาษาไทยเป็นอังกฤษ: กรณีศึกษาในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 17(1), 232-253.
- SAWASDEE THAILAND. (2566). Soft Power (5F) ไทยดึงดูดใจนักท่องเที่ยว. เรียกใช้เมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://thailand.go.th/issue-focus-detail/001_02_070?hl=th
- Amenador, K. B. & Wang, Z. (2023). The Image of China as a Destination for Tourist: Translation Strategies of Culture-Specific Items in the Chinese-English Food Menus. Sage Open, 13(3). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/21582440231196656>.
- Amirdabbaghian, A. et al. (2025). Translation Strategies and Cultural Representation in Middle Eastern Restaurant Menus in Klang Valley, Malaysia. Jurnal Arbitrer, 12(4), 512-524.
- Baker, M. (2018). In other words: A coursebook on translation. London: Routledge.
- Gaines, B. (2026). 31 Video Streaming Statistics 2026 (Market Share & Trends). Retrieved February 9, 2026, from <https://evoca.tv/video-streaming-statistics/>
- Inphen, W. (2024). Translated English Food Articles for a Bilingual Magazine in the Urban Context of Chiang Mai. Journal of Urban Culture Research, 28(2024), 159-173.
- Sánchez-Mompeán, S. & Zanotti, S. (2025). Introduction. Riding the streaming wave: Broadening global access through audiovisual translation and media accessibility. Translation & Interpreting, 17(2), 1-15.
- Suwannathet, K. (2023). AN ANALYSIS OF TRANSLATION STRATEGIES USED IN ENGLISH-TRANSLATED MENUS OF THAI RESTAURANTS OPERATING IN THAILAND. In thesis Master of Arts Program in Career English for International Communication - MA in CEIC. Thammasat University.
- Thaweewattana, P. (2021). THE ANALYSIS OF THE TRANSLATION STRATEGIES USED IN TRANSLATING THAI FOOD MENUS OF THE MICHELIN GUIDEBOOK 2021. In thesis Master of Arts Program in Career English for International Communication - MA in CEIC. Thammasat University.