

Translation Workflow and Translated Texts:

Thai Culture-Specific Items in Community-Based Tourism Brochures

Laphatrada O'Donnell

Submitted in accordance with the requirements for the degree of

Doctor of Philosophy

Goldsmiths, University of London

Translation Programme

The Department of English and Creative Writing

Acknowledgements

First, I would like to sincerely thank my supervisors, Dr Sarah Maitland and Dr Geri Popova, for their valuable moral and academic support. You encouraged me to be an independent and systematic researcher, my heartfelt thanks to both of you. I would also like to thank the Governor of the Tourism Authority of Thailand (TAT) who permitted and facilitated my interviews with the TAT staff. I am also grateful to the directors and staff of the TAT offices in London and Paris who provided feedback and advice on my interview questions. May I also extend many profound thanks to the TAT official and the project producer of the community-based tourism brochures, both of whom provided insightful data for my thesis. Furthermore, I express my gratitude to the Office of the Higher Education Commission of Thailand and my workplace, Burapha University, the Language Institute in Thailand, for providing financial support throughout my study in the UK. I would like to express my deepest thanks to the Office of Educational Affairs (OEA) of the Royal Thai Embassy in London who provided advice and great support while studying in the UK. Finally, I would like to thank my family and friends in the UK and Thailand; your support means everything to me.

Abstract

Translating culture-specific items (CSIs) (Aixelá, 1996) poses challenges for translators when the items from a source culture have no equivalent in a target culture. In this study, I investigated the translation of CSIs in seven community-based tourism (CBT) e-brochures published by the Tourism Authority of Thailand (TAT). In these CBT e-brochures, the Thai source texts (STs) were printed next to their English translations (the target texts) in parallel text format. The CBT e-brochures represent Thai culture through custom and ritual, food, political and religious administration, tools, art, clothes, buildings, belief, leisure, work, vehicles, musical instruments, and gesture. I investigated the translation procedures of CSIs in the CBT e-brochures. I also conducted interviews with key informants from the Tourism Authority of Thailand (TAT) and the project producer of the outsourced company whom the TAT commissioned to produce and publish the CBT brochures. The interviews with the TAT and the project producer allow me to situate the translation in its broader context with an investigation of its workflow. Workflow in my study refers to the initial conception of the CBT brochures, the subsequent work from translation to publication, and the decisions made during this process. My interview data with an official from the TAT in Bangkok and the project producer revealed details of the CBT translation workflow and the factors influencing the translators' decision-making.

Descriptive Translation Studies (DTS) is my research framework derived from Toury (1995). The DTS aims to describe and explain translation based on three aspects: the product (translated text), the function (context: when and where the texts were translated) and the process (a translator's decision-making). I triangulate my findings of textual analysis with interview data in order to reveal factors influencing translators'

decision-making in choosing translation procedures. Subsequently, my study aims to 1) investigate and describe the translation procedures undertaken by the Thai CBT translators to translate the culture-specific items (CSIs) in seven CBT e-brochures from Thai into English, 2) identify the 'semantic shift' (meaning change) which occurred when the Thai CSIs were translated into English, 3) reveal possible reasons as to why the Thai CBT translators applied particular procedures to translate the Thai CSIs into English, and 4) uncover the interrelationship between the Tourism Authority of Thailand (TAT), outsourced company and the Thai CBT translators.

My study found that the translation procedures that the Thai CBT translators applied to translate the Thai CSIs were omission, rewriting, borrowing, generalisation, addition and literal translation. Furthermore, the Thai CBT translators also employed couplets (Newmark 1988), a combination of translation procedures, to translate the Thai CSIs into English. The couplets found in this study are 1) generalisation+ addition, 2) borrowing+ generalisation+ addition, 3) borrowing+ addition, 4) borrowing+ generalisation and 5) literal translation+ addition. In addition, my findings show that the semantics of Thai CSIs have shifted from implicit and specific in the Thai STs to explicit and general in the English TTs. However, the Thai CSIs' semantics did not shift when the Thai CBT translators employed omission and borrowing by using transliteration in Roman characters. Omission and borrowing by using transliteration in Roman characters do not intervene in the Thai CSIs' meaning.

Another important finding is that the Thai CBT translators applied various translation procedures following the advice of the project producer, the TAT's aims, objectives and marketing strategy. The interview findings show that the English translation is based on content marketing, which aims to promote seven CBT villages in Thailand. In accordance with the TAT's marketing strategy, the project producer

recommended that Thai CBT translators use formal and polite language and refrain from presenting aggressive activities such as killing animals and supernatural content. In addition, the project producer advised the Thai CBT translators to opt for some translation procedures, such as omission and addition. The CBT translators were advised to avoid literal translation because the English target texts are for international audiences. Another finding from the interviews with the TAT and the project producer indicated that there is an interrelationship between the TAT, the project producer and the Thai translators during the CBT brochure workflow.

The implications of this study are relevant to further comparative study of tourism translation workflow. The results of my study can be contrasted with other similarly designed studies. The study contributes to knowledge of triangulation textual analysis with interviews. Few studies integrate textual analysis with interview data; therefore, the methodology used in this study can be adapted or adopted for future research. In addition, my interview questions may be adapted as a guideline for further study, specifically in the research area of translation for the tourism industry.

Table of Contents

ACKNOWLEDGEMENTS	II
ABSTRACT	III
INTRODUCTION	1
CHAPTER 1	18
TRANSLATION IN TOURIST CONTEXTS: A CRITICAL OVERVIEW OF THE SCHOLARSHIP	18
1.1 MASS TOURISM	19
1.2 COMMUNITY-BASED TOURISM.....	22
1.3 ADVERTISING THROUGH TOURIST TEXTS.....	23
1.4 TRANSLATION OF TOURIST BROCHURES.....	27
1.5 CULTURE-SPECIFIC ITEMS	36
1.6 TRANSLATING CULTURE-SPECIFIC ITEMS IN TOURIST TEXTS.....	45
CHAPTER 2	55
METHODOLOGY	55
2.1 RESEARCH FRAMEWORK.....	56
2.2 TEXT DATA.....	64
2.3 INTERVIEW DATA AND KEY INFORMANTS	77
2.4. INTERVIEW METHOD	82
2.5 CODING INTERVIEW DATA	87
2.6 TRIANGULATION OF RESEARCH EVIDENCE	89
2.7 LIMITATIONS.....	92
CHAPTER 3	94
PRODUCT-ORIENTED DTS.....	94
COMPARATIVE TEXTUAL ANALYSIS FINDINGS.....	94
3.1 OMISSION.....	107
3.2 REWRITING	115
3.3 BORROWING	131
3.4 GENERALISATION	138
3.5 ADDITION	144
3.6 LITERAL TRANSLATION.....	153
3.7 COUPLETS: COMBINED TRANSLATION PROCEDURES	159
CHAPTER 4	182

PROCESS-ORIENTED DTS.....	182
INTERVIEW FINDINGS: DECISION-MAKING	182
4.1 OMISSION.....	184
4.2 REWRITING	192
4.3 BORROWING	198
4.4 GENERALISATION	203
4.5 ADDITION	205
4.6 LITERAL TRANSLATION.....	211
CHAPTER 5	216
FUNCTION-ORIENTED DTS.....	216
INTERVIEW FINDINGS: CBT TRANSLATION WORKFLOW	216
5.1 OUTSOURCING A COMPANY.....	218
5.2 COMPANY'S QUALIFICATIONS	222
5.3 CONTENT MARKETING.....	225
5.4 FIELDWORK TO THE CBT VILLAGES.....	229
5.5 TRANSLATORS' QUALIFICATION	233
5.6 CBT BROCHURE TRANSLATION.....	236
5.7 TRANSLATION ADVICE.....	237
5.8 PROOFREADING AND EDITING.....	240
5.9 FEEDBACK ON THE CBT BROCHURES.....	243
CHAPTER 6	247
CONCLUDING REMARKS.....	247
APPENDIXES.....	276
ETHICAL CLEARANCE.....	276
THE COMMUNITY-BASED TOURISM E-BROCHURES.....	278
CULTURE-SPECIFIC ITEMS FROM SEVEN CBT BROCHURES	308
PROCESS-ORIENTED DTS: INTERVIEW TRANSCRIPTS.....	376
FUNCTION-ORIENTED DTS: INTERVIEW TRANSCRIPTS	400
GLOSSARY	423
REFERENCES	428

Introduction

The translation of tourist texts is a well-defined area in Translation Studies. Tourist texts often present terms restricted to a source culture. Studies demonstrate that translation for tourism can be problematic for translators as it is inextricably linked with culture (Bassnett, 2004; Cronin, 2010, p. 20; Katan, 2012). Specifically, when the terms are restricted to the source culture, there may not be an exact and complete translation in the target culture. Where a readership is an outsider and unfamiliar with a source culture, a lack of one-on-one translation and non-equivalence between the source culture and the target culture can impose difficulties of miscommunication and misinterpretation for translators (Cronin, 2000; Katan, 2012). The translation of source culture involves both the meaning of language and culture. Some scholars perceive that translators act as cultural mediators who engage with source and target cultures (Bassnett, 2004, 2011; Katan, 2004, 2018; Munday, 2016). When using translation to serve tourism, there may be a cultural gap between a source culture and a target culture of tourists.

Background and Research Context

My primary aims are to investigate the translation procedures that the translators used to translate Thai culture into English for a non-Thai audience in CBT brochures and also to discover the interrelationship between key informants in the workflow. The key informants are the Tourism Authority of Thailand (TAT) and the project producer (PP) of the outsourced company. The translation procedures in my study refer a method or technique that the translators applied to translate Thai culture into English for an international readership. The Thai text is referred to in the thesis as the 'source' texts (STs), and its English translation is referred to in the thesis as the 'target' texts (TTs).

My study corpus comprises seven community-based tourism (CBT) brochures published by the Tourism Authority of Thailand (TAT) (Appendix 2). The CBT brochures present Thai culture for domestic and international tourists. The TAT stated that the CBT aims to promote a niche market for tourists interested in cultural tourism. These promoted CBT villages are located in different parts of Thailand. As a governmental institution under the Ministry of Tourism and Sports, the TAT is responsible for advertising, and public relations to promote Thai tourism for local and global markets. It can be suggested that the TAT offers a representation of 'Thainess', which is considered an 'other' culture to international tourists. The nature of the CBT tourist brochures, initially written for the domestic Thai market and then translated into English for the global market, raises intriguing questions about translating items connected to Thai culture.

In this thesis, I use the terminology 'culture-specific item' (CSI) from Aixelá (1996) which refers to practices and concepts that are culturally contingent. In addition, the taxonomy of CSIs that supports my methodology is adapted from Newmark (1988) who categorises CSIs into five types: 1) ecology; 2) material culture (artefacts); 3) social culture (work and leisure); 4) organisation, customs, activities, procedures, concepts and 5) gestures and habits. I extracted, identified and classified the Thai ST CSIs from the seven CBT brochures. I found 142 CSIs across all seven CBT brochures and classified them into 13 categories of Thai culture. These CSIs are problematic to translate because they lack complete equivalence in English. The CSIs in the CBT brochures and their definitions are presented in alphabetical order as follows:

1. Art

There are 14 CSIs related to art across all seven brochures. In my study, art refers to Thai-style motifs found on Buddha figures, paintings, traditional ceramic bowls, carving, craftwork, and sculpture.

2. Belief

My analysis uncovered 7 CSIs related to belief. In my study, belief refers to an acceptance of Buddhism, animism, superstition or black magic.

3. Building

My study uncovered 11 CSIs related to building. In my study, building refers to a house, monastic residence and structure with Thai-style architecture.

4. Clothes

My study shows that there are 12 CSIs related to clothes. In my study, clothes represent a shirt, trousers, a hat, a skirt, and a sash, including the woven pattern and colour.

5. Custom and Ritual

My study reveals that there are 22 CSIs related to custom and ritual. Custom and ritual are actions relating to local historical events and religious ceremonies.

6. Tools

My study reveals that there are 16 CSIs related to tools. In my study, tools refer to utensils for daily activities, including catching fish, shrimps and crabs, digging for clams, harvesting, weaving, storing and carrying things.

7. Foods

My study shows that there are 20 CSIs related to foods. In my study, foods represent each CBT village's local and unique specialities, such as a dish, drink, dessert, and traditional medicine derived from herbs.

8. Gesture

My study reveals that there is only one CSI related to gesture. In my study, the 'gesture' of 'กราบไหว้' (Krap Wai) in the Ban Bang Phlap CBT brochure means an action or

manner that signifies formal greeting, goodbye, respect, thank you, politeness, apology, and paying homage to a statue of Buddha.

9. Leisure

My study demonstrates that there are seven CSIs related to leisure. Leisure, in my study, means local entertainment for children and adults. In my study, leisure refers to toys and entertainment for events such as religious celebrations, weddings or even funerals.

10. Musical instruments

My study shows three CSIs related to musical instruments played at celebrations, weddings, funerals and religious events.

11. Political and Religious Administration

There are 19 Thai ST CSIs related to political and religious administration. In my study, political and religious administration refers to organisations, titles, ranks and decentralised government systems.

12. Vehicle

The study reveals that there are four CSIs related to vehicles. The vehicles in my study refer to a boat and a motorcycle with a sidecar.

13. Work

The study demonstrates that there are six CSIs related to work. For example, in my study, works represent an activity the local people do for a living, such as trapping fish, shrimps, crabs and clam digging.

These 13 categories of CSIs represent the taxonomy of Thai culture in the CBT brochures. The pictures of some CSIs, local people and scenic villages are presented alongside Thai and English texts. An example brochure is displayed in Figure 1. The text is parallel, with the original Thai texts and the English translations placed side by side to

form what shall be referred to in this thesis as a ‘parallel text’. The format of the CBT brochures can be seen as follows:



Figure 1. CBT brochure format (Tourism Authority of Thailand, 2018).

Figure 1 demonstrates parallel text from the Ban Na Ton Chan CBT brochure. The background in the brochure is yarn-dyed cotton with natural colouring from plants and mud. The Thai texts and the English translation juxtapose with the picture to give information about the handmade cloth soaked in mud used to make a traditional Thai skirts for females. In general, the seven CBT brochures promote culture in Thailand through historical and archaeological themes such as world heritage sites, green communities and ecotourism zones in different parts of the country (Appendix 2). The seven brochures which advertise CBT tourism are listed here in detail.

1. Ban Na Ton Chan community is located in the lower northern region of Thailand in an area called Ban Tuek in the Srisatchanalai district, Sukhothai province. Ban Na Ton Chan is part of a UNESCO-rated world heritage site.
2. Ban Chiang community is located in northeastern Thailand in the Isan region in Nong Han district, Udon Thani province. Ban Chiang was designated as a UNESCO World Heritage Site in 1992 for its pottery, which is more than 5,000 years old.
3. Don Kai Di Bencharong ceramics community is located in the lower part of central Thailand in Krathumbaen district, Samut Sakhon province. Don Kai Di Bencharong is a national artistic centre for traditional Thai pottery.
4. Ban Bang Phlap community is located in the lower part of central Thailand in Bang Phom Bang Khonthee district, Samut Songkhram province. The TAT describes Ban Bang Phlap community as a 'green community' that follows self-sufficient practices.
5. Ban Huai Raeang community is located in eastern Thailand in Bor-Rai district, Trat province. According to the TAT, Ban Huai Raeang community is an 'eco-tourism' community that promotes environmental and sustainable tourism.
6. Ko Klang community is located in southern Thailand in Klong Prasong, Krabi province. Ko Klang Community is located on a small island in the estuary of the river Krabi and is surrounded by natural resources and mangrove forests.

7. Khlong Daen community is located in southern Thailand in Ranot district, Songkhla province. Khlong Daen is well known for the old floating market which presents the local people's lifestyle.

These CBT villages can be seen on the map of Thailand as follows:



Figure 2. Location of the seven CBT villages on a map of Thailand (adapted from The Austrian Red Cross, 2022).

The seven CBT villages are unique and located in different provinces in Thailand. The CBT brochures in my study contain a range of Thai CSIs which may be unfamiliar to an international audience. Subsequently, the translators of the CBT brochures applied translation procedures to translate these CSIs for non-Thai audiences in the English translation. The following section presents a research gap, aims, research questions and objectives.

Research Gap, Aims, Research Questions and Objectives

Much research has investigated translated texts in order to identify translation procedures. Few studies have conducted an examination of decision-making to explain the translators' choice of translation procedure and translation workflow. Studies which integrate the analysis of translated text and the examination of its broader context, such as a commissioner, a text author and a text user, are few in the literature. To address these research gaps in Translation Studies, I will triangulate an investigation of texts with the examinations of translators' decision-making and the context of CBT production. In other words, I will scrutinise those agents concerned with translating and commissioning, designing, editing and marketing the text for publication to present a detailed look at the CBT brochure production. Following on from the research gaps, I aim to address 1) the investigation of the translation procedures used to undertake the CSIs, 2) the investigation of changes in CSIs' meaning during translation, called semantic shift (Catford, 1965), 3) the CBT translators' decision-making regarding their choice of translation procedures and 4) the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the CBT translators. Given this context, the research questions underpinning my study are as follows:

1. What are the translation procedures at the word level undertaken by the translators of the CBT brochures when translating Thai CSIs into English?
2. What semantic shifts are evident between the Thai STs and the English TTs?
3. Why do the CBT translators use particular translation procedures to undertake the Thai CSIs in English?
4. What is the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the CBT translators?

Research question 1 seeks to identify the translation procedures undertaken by the CBT translators to translate the Thai CSIs. Research question 2 explores semantic shifts in the translations regarding culture-specific items (CSIs) at the word level. Research question 3 investigates possible reasons to explain why the CBT translators employed particular translation procedures to translate the CSIs. Finally, research question 4 discovers how the TAT, the outsourced company and the translators worked together to produce the CBT brochures. In order to answer the research questions, the objectives that drive my study are as follows:

1. to compare and analyse the Thai ST with the English TT segments containing CSIs to identify translation procedures;
2. to analyse the semantic shifts of the CSIs that occur in the translations;
3. to interview the project producer of the outsourced company on the translators' decision-making;

4. to interview the TAT and the project producer of the outsourced company to discover the production process of the CBT brochures.

Taking these objectives as a starting point, I present my research methodology and tools to find possible answers to these research questions in the following section.

Research Methodology and Research Tools

I adopted a Descriptive Translation Studies (DTS) research framework to investigate 1) the Thai STs and the English TTs in seven CBT brochures, 2) the translators' decision-making, and 3) the CBT brochure work process. DTS is based on Holmes (1988) and developed by Toury (1995). According to Holmes, DTS is a descriptive research branch of pure research that examines the product, process and function. The three foci of DTS and the research tool for each focus in my study are presented as follows:

1. Product-oriented DTS is the examination of the translation as a product. A product in this context means a translated text. I used comparative textual analysis as a research tool to investigate product-oriented DTS. The first data set for this study is seven CBT brochures with parallel text in Thai and English. First, I identified the Thai CSIs from the Thai source texts (STs) and then carefully identified their translations in the English TTs (TTs). In this manner, I matched the ST-TT segments containing CSIs from the Thai ST and the English TT. Next, I conducted a comparative textual analysis by mapping Thai ST segments containing CSIs with their respective English TTs. This mapping enabled me to yield a series of ST-TT CSI segments that became the subject of comparative textual analysis to identify the translators' translation procedures. The investigation of translation procedures can also reveal how the CSIs' semantics shifted during translation. However, the comparative textual analysis cannot explain the CBT translators' decision-

making to use particular translation procedures. Consequently, an additional investigation of this study is to examine process-oriented DTS.

2. Process-oriented DTS investigates the translator's decision-making. The investigation of process attempts to explain why translators made particular choices in selecting translation procedures. The second data set is from an interview, and the research tool was a semi-structured interview to collect interview data from the project producer of the outsourced company. Collecting participant data can provide empirical evidence for describing and explaining a translational phenomenon regarding a translated text and its context (Toury, 1995, 2012). As I could not interview the translators directly, I conducted an online audio, semi-structured interview with the project producer, a key informant. The project producer provided information to explain the possible reasons why translators chose particular translation procedures to translate the Thai CSIs into English. The interview data was transcribed in Thai and then coded to assign labels or statements that show the meaning of elements of the interview data. I created a codebook for coding my interview data. The codebook is a compilation of translation procedures, definitions and examples to guide the analysis of the interview data. This coding process enables me to establish connections between codes in order to group codes into themes (Saldaña, 2009, p. 21; DeCuir-Gunby, Marshall and McCulloch, 2011). The investigation of process-oriented DTS can reveal the possible reasons to explain why the CBT translators used a particular translation procedure to translate the Thai CSIs into English. However, the findings of process-oriented DTS do not describe how the TAT, the outsourced company and the CBT translators operated together to produce the CBT brochures. Subsequently, the investigation of function-oriented DTS will be examined.

3. Function-oriented DTS aims to reveal the socio-cultural context surrounding the translational phenomenon. In other words, the sociocultural context is a study of context to explain what text is translated, where, and why it is translated (Munday, 2016, p. 18). A translated text is designed to meet a specific need, and the investigation of its context can reveal a translation production process from the beginning until the end (Toury, 2012, p. 6). This work process will show a logical relationship between each agent during the translation production. Consequently, the study of context can expound on reasons and factors which govern the selection of a translation procedure (Toury, 2012, p. 6). Subsequently, I conducted a study of function-oriented DTS in order to investigate the translation workflow of the CBT brochures regarding how the TAT, the outsourced company and the CBT translators operated together from the beginning until the end. The investigation of function aims to explain and describe the experiences of individuals and focuses on the specific contexts in which people work and live (Saldanha and O'Brien, 2014).

To gain insight into a wider context of translation workflow, my third data set is an interview with the TAT, and my research tool is a written text-based structured interview. The interview questions were emailed to the TAT, and the answers were returned to me within a month. When I had the interview answers, I conducted a follow-up online audio interview with the TAT to ask for more clarification and information. In addition, I interviewed the same project producer of the outsourced company. My research tool was a semi-structured online audio interview. The interview data from interviews with the TAT and the project producer of the outsourced company provided information about the translation workflow of the CBT regarding how the TAT, the outsourced company, and the translators work together to produce the CBT brochures.

The interview data was transcribed in Thai and then coded to assign labels or statements that show the meaning of elements of the interview data. I did not create a codebook for the interviews during this process because the codes were created after thoroughly reading the transcripts. Then, I grouped the codes into themes.

In summary, the CSIs in the tourist brochures are problematic for translators because they are restricted to the source culture and have no exact translation in a target culture. Previous studies have analysed translation to identify translation procedures. However, few studies have conducted interviews with translators or commissioners to discover factors influencing translation. My study addresses this research gap by investigating all three foci of Descriptive Translation Studies (DTS): product-oriented, process-oriented, and function-oriented. The investigation of these three foci explicates the logical reasons and factors that influenced the CBT translators to use a particular translation procedure to undertake the Thai CSIs. The findings of the comparative textual analysis and the interviews were triangulated to describe and explain the interrelationship between the TAT, the outsourced company, the CBT translators, and the translated text. The interview with the TAT was cross-checked with the interview with the outsourced company to establish possible interrelationships. Moreover, the findings of my comparative textual analysis were triangulated with the interviews of the project producer to examine how the translators followed the TAT's prescription and the advice of the project producer. The triangulation of comparative textual analysis and interviews provided empirical evidence which enhances my study's trustworthiness by reducing biases from using one method or single data source (Bergman, 2008; Bryman, 2012; Saldanha and O'Brien, 2014). Consequently, this study generates fresh insight into the

layers of explanation regarding the translational phenomenon of CBT tourist brochure production.

Thesis Outline

Following this Introduction, my thesis comprises six substantive chapters. Chapter 1 Translation in Touristic Contexts presents an overview of the scholarship and presents the results of previous research in tourist translation. The discussion points out the relationships between community-based tourism in Thailand, marketing strategy, culture-specific items (CSIs) and translation procedures to translate the CSIs in the CBT brochures.

Chapter 2 presents my research framework and methodology constructed around the Descriptive Translation Studies (DTS) framework to investigate a translation phenomenon based on Holmes (1972 cited in Toury 2012) and expanded by Toury (1995, 2012). The DTS research framework is adapted in this study to uncover the translational work of the CBT brochures and to investigate how the TAT, the outsourced company and the CBT translators operated together to produce brochures. By analysing three foci of DTS, product, process and function DTS, I provide empirical evidence to describe and explain the interrelationships between the commissioner (TAT), the outsourced company, the CBT translators, and the translated texts. First, a comparative textual analysis of Thai ST and English TT segments containing CSIs is investigated to identify translation procedures used. Then, the CSIs' semantic shift caused by translation is examined. In addition, interviews with the outsourced company's project producer examine the CBT translators' decision-making to select a particular translation procedure to translate Thai CSIs. Finally, an interview with the TAT and the same project producer

investigate the CBT workflow regarding how the TAT, the outsourced company and the translators worked together to produce the CBT brochures.

Chapter 3 is product-oriented DTS: a comparative analysis of Thai source texts and English target texts. Chapter 3 compares the Thai source texts and the English target texts. The Thai ST and English TT segments containing CSIs are mapped together to conduct a comparative textual analysis. My comparative textual analysis discovers the translation procedures undertaken by the CBT translators to translate the Thai CSIs. In addition, the comparative textual analysis will also demonstrate how the CSIs' semantics have shifted from the Thai ST to the English TT.

Chapter 4 is a process-oriented DTS: interview analysis of decision-making. Chapter 4 presents interview analysis with the project producer, revealing insight into the selection of translation procedures employed to translate the Thai CSIs. In addition, process-oriented DTS attempts to find correlation between translation procedures used and decision-making.

Chapter 5 is function-oriented DTS: interview analysis of the TAT and the outsourced company concerning the CBT workflow and how they operated and worked together to produce CBT brochures. Function-oriented DTS examines the wider context of the translation. The TAT and the outsourced company's workflow is examined and analysed.

Chapter 6 is my concluding remarks, limitations and application. The main aim of Chapter 6 is to give an overview of the results which demonstrate the interrelationship between the findings of product, process and function DTS. In addition, Chapter 6 discusses my study's limitations and attempts to generalise conclusions, and

to reflect on wider impacts on tourism translation, and indeed Translation Studies in general. Finally, possible applications for those involved in professional tourism translation and those studying tourism translation are aired.

To conclude this section, this Introduction presents a general overview of the context, background, knowledge gaps, methodology and the importance of my study. The aims and research questions are also introduced in this chapter. In addition, this introduction presents a taxonomy of culture-specific items (CSI) representing Thai culture, which is an essential term in my study. The next chapter, Chapter 1 presents scholarship relating to my study. The relevant academic literature discusses problems and controversy in translating CSIs into tourist brochures.

Chapter 1

Translation In Tourist Contexts: A Critical Overview of the Scholarship

My study focuses on translation within the context of the Thai tourism industry. Specifically, it is a case study of an investigation into the translation procedures and workflow of community-based tourism (CBT) brochures. These brochures were initially written in Thai, translated into English, and published as parallel text by the Tourism Authority of Thailand (TAT). My study aims to address gaps in the existing research on the translation of community-based tourism (CBT) within Translation Studies. Few descriptive studies have been completed on the interrelationship between commissioner, translator and translated text within a touristic context. In response, I compare Thai STs (source texts) with English TTs (target texts) for comparative textual analysis. Moreover, interviews with the Tourism Authority of Thailand (TAT) and the outsourced company that employed the translators for the brochures were conducted to examine the TAT workflow, the outsourced company's approach, and the Thai translators' procedural decision-making. The aim is to provide a detailed description of how the brochures were produced and translated.

In the target text (TT), the English version, language and culture are transferred from the ST (source text), the original Thai texts, into English. Three Thai translators translated the CBT brochures into English to promote Thai tourism to a global market. Although the English translation uses British English, the English TT is for an international readership, not solely the UK. It is crucial to notice that the CBT brochures were initially written in Thai for a Thai audience to promote domestic tourism. In contrast, the translated

English version is aimed at foreign audiences. Therefore, the English TT audience is not homogeneous as they are from different cultures and speak other languages. The TAT considers that the TT readers of the English translation to be non-Thai audiences who may know little about Thai culture. Therefore, the target culture of this study is neutral because the TT readers are not homogeneous. In this chapter, I present the topics related to tourism, research in tourist translation and uncover my knowledge gap from previous studies.

1.1 Mass Tourism

The Thai tourism industry generates significant income for the country, making Thailand the most prominent tourism economy in Southeast Asia (World Travel and Tourism Council, 2019; Tourism Authority of Thailand, 2020). Tourism planning in Thailand, including translation, is essential to Thailand's economy. The TAT launched a tourism strategy from 2017 to 2021 (Tourism Authority of Thailand, 2019), aiming to increase the number of tourists in the domestic and global tourism industry. This strategy is focused on both visiting and revisiting international tourists. Within a larger governmental framework, the TAT works with the Tourism Council of Thailand (TCT) to improve the tourism industry and increase Thai and international business investment confidence. The Tourism Council of Thailand (TCT) is a private institution representing private business organisations in Thailand. TCT members are from the private sector, including hotels, tour operators, spas, restaurants, souvenir shops and hospitals. However, the TCT is not part of the TAT. It works and cooperates with the TAT to apply the TAT's tourism strategy to private business investors in the tourism industry, including sustainable tourism, which focuses on environmental management and distribution of income to local communities. The TCT and

the TAT conduct joint research every year entitled 'Thailand's Tourism Confidence Index' to report on the expectation of investment from the private sector and annual income from the tourism industry in Thailand. The 2019 report showed that Thailand was the fourth-largest international tourism destination in the world, ranked by visitor expenditure (Tourism Alliance, 2019). This 2019 report demonstrates that Thailand is dependent on international mass tourism. Middleton (1988, pp. 163-212) states that international tourists are economically more important than domestic tourists as they bring in foreign currency and also spend more money on accommodation and transportation, unlike domestic tourists who travel and stay in their own country (Jafari, 2000, p. 158). Subsequently, income from the tourism industry in Thailand is mostly from mass tourism.

Mass tourists stay in tourist-oriented cities, towns, or beach resorts. Mass tourists are supported by a vast infrastructure of booking agents, hotels, and tour companies (Poon, 1993; Ghimire, 2001; Kontogeorgopoulos, 2004). These tourists stay primarily in three or four-star hotels, have international buffets, go shopping in malls, and take coach trips. One standard description of mass tourism in the literature is that it is 'homogenised' (Middleton, 1988, p. 163; Poon, 1993, pp. 22-59; Jafari, 2000, p. 324). In other words, mass tourism marketing targets the sale of identical goods and services for large numbers of identical customers. In addition, mass tourists require novelty, but they also need comfort and safety during their stay. Multinational hotel chains provide safety, comfort and familiarity. Although mass tourism brings economic benefits, there are downsides. Poon (1993, p. 32) argues that mass tourism neglects to raise tourist awareness about local norms, culture, people, and the environment of the visited destination.

Indeed, it is not uncommon to hear stories of culturally insensitive tourists, and there are severe consequences of a sustained influx of mass tourism for host countries. The problems caused by mass tourism are environmental degradation, water shortages, pollution, accumulation of rubbish and prostitution (Ghimire, 2001; Kontogeorgopoulos, 2004; Pons, Crang and Travlou, 2009; King, 2018). Furthermore, mass tourism increases problems of exploitation of young labour or human trafficking and may impact the reputation of tourist destinations (Hitchcock, King and Parnwell, 1993; Ghimire, 2001, p. 128; Shepherd, 2002; Blackstock, 2005; Tepelus, 2008; Sroyetch, 2016, pp. 9–22). Several studies have shown that human trafficking and child sexual exploitation have been exacerbated through mass tourism (Leung, 2003; O’Connell, 2005; Tepelus, 2008; Chemin and Mbiekop, 2015; Koops *et al.*, 2017).

Another problem of mass tourism is the limitation of genuine engagement between locals and tourists. According to Jafari (2000) and Ghimire (2001), mass tourists have little interaction or human engagement with local people or hosts. Mass tourists often only interact with tour agencies, tour leaders, hotel staff, and shop assistants in tourist areas but rarely with locals who do not work in the tourism industry (Jafari, 2000; Cesiri, 2017; King, 2018). While mass tourism has undoubtedly brought economic benefits to Thailand, negative consequences have affected the environment, local people and customs. An alternative to mass tourism in Thailand is community-based tourism related to sustainable tourism.

1.2 Community-Based Tourism

Community-based tourism (CBT) refers to a form of sustainable tourism concerned with using natural resources and promoting economic growth (Hall and Lew, 1998; Fadeeva, 2005; Andereck, 2009). According to the WTO (2005), the term sustainable tourism is defined as 'tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, and the environment and host communities' (Tseng *et al.*, 2018). CBT aims to bring tourists who are outsiders into contact with a local area's artistic skills, customs, food, lifestyle, beliefs, and wildlife. In addition, local communities often direct and manage CBT, especially local people who are the main stakeholders of CBT management (Hatton *et al.*, 1999; Pookaiyudom, 2013; Whitney-Squire, 2016; Sin and Minca, 2014). In the context of CBT, the term 'local' refers to host communities who partake in planning and maintaining tourism development for their residents (Blackstock, 2005). In the same way, Sherlock (2001) defines 'local' as long-term residents who live in the community from generation to generation.

Due to mass tourism's downside, several authors have considered the effects of sustainable tourism. Sustainable tourism has seen a precaution against human exploitation, environmental and cultural problems (Becken, 2005; Khlaikaew, 2014; Mihalic, 2016; Nilnoppakun and Ampavat, 2016). Sustainable tourism supports and protects a host community's culture, environment, heritage and benefits of local economies. Therefore, sustainable tourism creates a sense of responsibility for entrepreneurs, customers, society, residents, and tourists and is considered crucial for the TAT. To reduce undesirable impacts associated with mass tourism, sustainability focuses on limiting the numbers of tourists and on the sustainability of economies, cultures, society, and the environment (Hitchcock, King

and Parnwell, 1993, p. 23). Further, sustainable tourism goals include reducing the gap between rich and poor and raising awareness of the long-term quality of our environment and life (Candela and Figini, 2012, pp. 557–568). The interest in enhancing sustainability has led to so-called ‘alternative tourism’ such as responsible tourism, community-based tourism, ecotourism, green tourism, cultural tourism and ethical tourism – all of which can be seen as alternatives to mainstream mass tourism (Cohen, 1987; Mihalic, 2016). Nevertheless, alternative tourism cannot replace mass tourism and can only complement it. In my study, the TAT presents Thai culture more broadly for domestic and international tourists for a niche market, specifically tourists interested in cultural tourism. These promoted CBT villages are located in various regions and vary in cultures and the tourist activities that they provide.

1.3 Advertising Through Tourist Texts

Throughout my thesis, the term ‘tourist texts’ refers to the written descriptions found in guidebooks, brochures, and travelogues (Anna *et al.*, 2018). One primary concern for the TAT is how to communicate with international audiences to promote CBT. To overcome the language barrier, the TAT uses English translation as a communicative tool to promote Thai tourism in a global market where the intended groups have different backgrounds of languages and cultures. In my study, the CBT brochures are tourist texts that promote Thai culture. Like other forms of discourse, tourist texts have been studied to examine their impact on readers (Calkin, 2014; Sulaiman, 2014a; Adams *et al.*, 2015; Dumitrascu and Maruntelu, 2016; Anna *et al.*, 2018). These studies have shown that tourist texts are constructed using the experience of otherness to create an impression of a promoted

destination to attract potential tourists. Tourist texts draw an audience's attention by using a series of experiences of otherness. (Guiziou, 2002; Andereck, 2005; Edelheim, 2007; Francesconi, 2011; Calkin, 2014; Brito and Pratas, 2015). Tourist texts in brochures may cover various topics related to the destination, such as gastronomy, architecture, and history. The essential characteristic of the tourist brochure is its status as a medium of promotion between the distributor and the customer (Middleton, 1988; Pritchard and Morgan, 1998, p. 61; Andereck, 2005; Edelheim, 2007; Brito and Pratas, 2015).

Tourist texts aim to convert readers into potential customers and subsequently persuade readers to visit promoted destinations (MacCannell, 1973; Cohen and Cooper, 1986; Dann, 2001). However, not all tourist guidebooks are purely promotional tools because they are not always aimed at direct selling (Torresi, 2010). Tourist guidebooks do not promote sales when a travel writer adopts a more literary tone and attempts to pass on their unique travel experience. The content of the seven CBT brochures in my thesis's heart is advertising. The TAT advertises the CBT villages via parallel text Thai-English brochures to persuade the readership to experience Thai culture in the local area. An advertisement is a social discourse created by a marketer or an advertiser who investigates consumers' behaviour, daily activity, preferences and concerns (Goddard, 2002, p. 65). Crucial to the advertising process is the creation of persuasive advertisements. The ultimate goal is to drive consumers to purchase or spend money on their products and services.

Advertising is composed of messages, images, and symbols designed to capture the attention of a targeted audience. Consequently, the language of advertising is vital. Advertising sends messages to persuade the audience to purchase services and products (Hunt, 1976; Jones, 1998; Nielsen, Shapiro and Mason, 2010). The vocabulary selected in an

advertisement must be firmly connected with a product. The product is considered unique, and qualification is a 'must-buy' or strongly recommended to buy (Goddard, 2002, p. 74). Moreover, the lexis must be persuasive and carefully chosen to persuade customers to purchase products and services (Goddard, 2002, p. 74). Appealing to consumer emotions can capture consumers' attention. Hence, when consumers are emotional, they are less resistant and fail to use logic in decision-making (Anderson, 2005). A key issue is creating an emotion that draws an instant reaction through words or pictures. Subsequently, this becomes memorable. The use of advertising as a tool of persuasion aims to change consumers' behaviour, attitudes or awareness levels, which leads to purchasing products and services (Hunt, 1976; Deighton, Romer and McQueen, 1989; Tellis, 2004, p. 111). In advertising, persuasion is viewed as a form of manipulation and a pervasive phenomenon (Hunt, 1976; Deighton, Romer and McQueen, 1989; Tellis, 2004, p. 111).

Based on Deighton, Romer and McQueen (1989, p. 336), marketing strategy comprises character, plot and narratives. In several brochures in my corpus, a sequence of events is narrated. Drawing on persuasion technique, a significant advantage of using drama is distracting an audience and using emotion to judge the product rather than logic (Hunt, 1976; Deighton, Romer and McQueen, 1989; Tellis, 2004, p. 111). It is interesting to note that 'tourism' is a product but not a material physical product. Imagery, therefore, is an essential marketing tool for tourism promotion, reflecting a destination country's beliefs, ideas, and impressions (Pritchard and Morgan, 1998, pp. 63–64; Edelheim, 2007; Fullerton and Kendrick, 2017; Paül i Agustí, 2018). A tourist brochure mainly represents products, states prices, and gives details about a holiday destination. In the context of tourism, brochures are used as product substitutes which create awareness. They educate potential tourists about

the culture and the area before travelling, as well as during a tourist's stay in the visited destination (Middleton, 1988, p. 228; Olsen, 2008; Francesconi, 2011). However, the goal of a tourist brochure is ultimately to motivate readers to buy a holiday. In addition, Irimiea (2011) states that 'ego-targeting' is crucial for tourism marketing. Ego-targeting aims to build an intimate conversation, treating the potential customer as unique and special (Irimiea, 2011). This is evident when tourist brochures offer activities that appeal to tourists' sense of self-worth in overcoming a challenge. These are the 'get off the beaten track' (Irimiea, 2011) messages in tourist texts that aim to encourage tourists to do activities that few other people do, boosting the ego of the potential traveller.

The CBT brochures in my study are persuasive tools for promoting CBT authenticity in Thailand. The texts and the images in the CBT brochures are juxtaposed to promote the sale of authenticity in each CBT village. Thus, a tourist brochure is designed to entice an audience to become a customer. Hervey and Higgins (2002, p. 196) point out that tourist text in brochures is 'consumer-oriented'. Consumer-oriented texts possess a persuasive function that persuades an audience into purchasing the products (Hervey and Higgins, 2002, p. 196). Therefore, the tourist brochures juxtaposed text and pictures to create persuasion through the 'persuasive function' (Valdeon, 2009; Merkaj, Croitoru and Neagu, 2015). The persuasive function is illustrated by 1) the use of contrast with another place and 2) local 'authenticity' to create exotic experiences of encountering the culture and lifestyle of a local community (Dann, 1996, 2000, 2001). As a result, tourist brochure texts can be judged as the rhetoric of persuasion dependent on the persuasive influence of the speaker or writer over the audience (Andereck, 2005; Salim, Ibrahim and Hassan, 2012; Cappelli, 2013).

The TAT promotes and advertises CBT domestically. The CBT brochures provide information about the CBT villages, such as location, tourist activities and local people's lifestyles for audiences before their visit. The CBT brochures' images advertise authenticity regarding community members living and working there from generation to generation. The CBT brochures are composed of texts and pictures juxtaposed to create meaning with the purpose of selling. As a result, the brochures are hyperbole, whose text function is designed to persuade audiences to visit the CBT villages. The hyperbole or advertisement can create a unique experience for the audience, making tourists feel special and important. Likewise, the TAT advertises what is unique in each CBT village and how they differ from other countries to ensure that the tourists experience Thai culture. Therefore, it can be seen that tourist brochures are an advertisement. The following paragraph discusses the translation of tourist brochures.

1.4 Translation of Tourist Brochures

Translators encounter difficulties when translating brochures as languages and cultures differ. The translation of advertising deals with issues of culture-specific interest, religion, ethical differences, or local culture which may cause communication challenges (Snell-Hornby, 2006, pp. 134–139). Goddard (2002) states that an advertiser and a translator need to be aware of cultural variations, and so an advertisement translation is challenging when it is bonded with a source culture. Advertising texts vary from culture to culture, and audiences with different backgrounds may have conflicting interests and knowledge (Goddard, 2002, p. 59). Translators must make the source culture informative and explicit to facilitate the target text readership's comprehension (Komninos, 2016). International

tourists are a non-expert audience who do not know the specific local and regional culture of the source culture. Sulaiman and Wilson (2019) state that when advertising translation simply focuses on lexical translation, it fails to adapt source texts to fit the culture of target consumers; consequently, this can lead to falling sales. Likewise, Agorni (2012) and Ajtony (2015) view the translation of tourist brochures as seeking a balance between facilitating understanding and ensuring appealing content.

From the foregoing, it would seem to be the case that a translator needs to understand the marketing strategy and the culture of the TT customers to raise cultural sensitivity when translating advertising. These previous studies suggest that a successful translator should have linguistic and cultural knowledge. The content and vocabulary in tourist brochures are based on a ST culture. Consequently, translators need to consider cultural sensitivity to avoid translation problems between ST and TT audiences. An example can be illustrated in an advertisement for the Japanese car 'Toyota MR2', which was advertised in France and changed to 'Toyota MR'. The pronunciation of 'MR2' in French sounds vulgar and impolite to French customers (Hervey and Higgins, 2002, pp. 31-32). Translators are considered cultural mediators in the sense of knowing both cultures involved in the translation. Translators bridge knowledge gaps between ST and TT audiences and avoid translation problems caused by different cultures (Vermeer, 1994; Hervey and Higgins, 2002; Baker, 2018; Katan, 2018). Translational communication goes beyond the linguistic level; thus, a translator mediates culture transfer from the ST to the TT (Bassnett, 2011). Similarly, Hog et al. (2014), Hannam and Know (2005), and Cohen and Cooper (1986) advance the idea that to translate tourist texts to a competent degree, a translator needs to possess cultural sensitivity and cultural awareness. A translator must recognise that each

culture has its judgement values (Aixelá, 1996, p. 53). A value judgement is a subjective perspective regarding the belief that something is good or bad, appropriate or inappropriate (de Muijnck, 2010). People from different backgrounds possess different value judgments based on their own beliefs or social systems. Values of judgment in translation occur when translating the culture of others. MacCannell (1999) states that tourists can be alienated from what they experience in the destination country. It can be that tourists do not have an attachment to the culture of a visited place, so they distance themselves and become 'outsiders' (MacCannell, 1999, p. 68). Tourists are viewed as outsiders who do not speak the host language and do not know the host culture, whereas local people are 'insiders' who know their language and culture (Katan, 2012, 2016a). When the tourists separate from the host country, they may misunderstand the culture in the visited area. Tourists present binary poles regarding 'us' and the 'other' and the translation of foreign languages is the translation of 'otherness' (Urry and Larsen, 2011; Maitland, 2015, 2017).

By drawing on the translation of otherness, Maitland, 2017 engages with Ricoeur (cited in Maitland, 2017, p. 5), who points out that a successful translation for a target text audience understands the context of the foreign other. Translators will look outwards toward the world of the other to discover points of convergence and divergence or to better understand what is missing from their 'own' realms of living and being (Maitland, 2015, 2017, 2019). It is problematic for translators who view other people and other cultures as dissimilated and separated from their own. Thus, translators measure how much ST culture is required in touristic texts for TT audiences. Suppose a translator does not possess adequate knowledge to mediate the source culture and the target culture. In that case, there could be a barrier instead of a pathway to effective communication. The most critical concern

is how a translator can balance enhancing and reducing cultural differences between the ST and the TT. It is in this sense that translators are deemed to be cultural mediators.

A cultural mediator is a contested term, and Angelelli (2004) problematises a translator's role. A translator has multiple roles, which constantly shift due to a constant change of communication situations. Although Angelelli (2004) is primarily concerned with interpreting, a strong advocate of the interpreter's role can be relevant to translators also. It is important to note that the role of a translator varies depending on the context of translation, such as text type, intended audience, social power or working environment (Angelelli, 2004). These factors make it challenging to define the translator's role in translating work (Angelelli, 2004). Beyond the linguistic knowledge required to communicate, a translator's role also includes understanding the various social factors surrounding a client. The role of a translator can also be seen as helping to broker social disparities in specific contexts. For example, the interpreters who work for the United Nations and healthcare agencies sometimes cannot avoid shifting their roles to an advocate or social workers (Angelelli, 2004, 2006). Within the translating context, there is often a difference in power between individuals when translating (Angelelli, 2004). Dominant cultures are translated into minor languages, and in this context, there is a noticeable power difference, such as in ancient Greece and the Spanish conquest of the Americas (Angelelli, 2004, pp. 8–9). These kinds of power differences are not solely concepts but actual physical dominance in the form of a physical threat.

It is certain that context, with all its complexity, can transform the role of a translator. Angelelli (2004) describes translators as participants and partners in the translation conversation, the act of communication between two parties. Translators have various roles

to play in this communication, not only as mediators but distinct roles of participation depending on the context. Interpreters are often not neutral in their work, and their role is visible. For example, in police stations, courtrooms, and hospitals, the translators' role is not considered neutral (Angelelli, 2004, pp. 14–15). Indeed, interpreters are evident participants who shape meaning depending on power relationships and other factors. In highlighting these contexts, Angelelli (2004) takes issue with the idea of translators as being only concerned with linguistics and world knowledge and instead argues that the missing element is the social context in which the communication takes place. This social context influences or determines the role and function of the translator (Angelelli, 2004, 2006). It is insufficient to see translators as neutral agents in a communication dialogue. Therefore, to say that a translator's only role is that of mediator is probably idealistic for some translating contexts. By pointing this context out, Angelelli (2004) is sceptical of describing translators as objective and neutral. For example, Angelelli (2004) illustrates how in some contexts, such as end-of-life decision-making between a particular ethnic group and an institution, the role of the translator is an advocate. A similar point is made by Martín and Phelan (2009) who argue that impartiality is problematic in a particular context. For example, an interpreter's personal bias may play a role in medical interpreting, as many sensitive topics, such as contraception, abortion, and religious beliefs, are often working against the ideas of neutrality (Martín and Phelan, 2009). Far from being neutral and solely objective, in specific contexts, translators adopt the role of standing up for their clients. In these contexts, translators have vital roles to play as participants, and they are not simply hiding in the shadows.

A similar point has also been made by Inghilleri (2012), who strongly critiques the idea of mediator through interpreting. A translator's job is to provide acceptable linguistic and cultural transfer between two distinctive worldviews in order to avoid cultural misunderstanding and discriminatory practices (Inghilleri, 2012, p. 6). However, translators sometimes cannot avoid deciding to select information for target readers by filtering out and reducing irrelevant and unclear meaning from a source text (Chesterman, 2017a, p. 254). Inghilleri (2012) supports the point that interpreters or translators are not neutral because of their visible engagement in order to ensure that the message is clear and needs no further explanation for interlocutors. Consequently, a translator's role is not only as a linguistic and cultural mediator. A possible explanation is that a translation context varies from one to another because of the participants in the communication act, the context, and the area of translation. For example, tourist translation participants are sellers and potential customers, whereas medical translation participants can be doctors and patients. In order to communicate, a translator first needs to comprehend and interpret messages in a given context. In Inghilleri (2012)'s perspective of no complete and exact translation, a speaker and interlocutor who vary in language and culture do not share the same points of view and understanding. In addition, each individual has a restricted competence to understand and interpret a message, for example, the rules of appropriate communicative behaviour, which may cause clashes of culture and language (Inghilleri, 2012, pp. 1–5).

Therefore, it is essential to remember that the more languages are different, the more incommunicability there is (Inghilleri, 2012, pp. 1–5). If a translator misunderstands or misinterprets an intended audience, this can change appropriateness to inappropriateness and vice versa. This is why a translator can be both a mediator and a barrier to

communication (Inghilleri, 2012, pp. 1–5). When translators dismiss beliefs and social values between a source text and a target text reader, the translation can cause a conflict with different cultural values and mislead the target text readers (Inghilleri, 2012, p. 13; Sulaiman, 2014b, 2016; Olalla-Soler, 2019; Napu and Pakaya, 2021). Although people live within the same society, they are different because several factors influence their worldview, such as social status, age, education level, and family background. These factors can be potential problems for communication that need to be carefully studied in order to facilitate an interlocutor to comprehend a message in a particular context. Translators, therefore, cannot generalise and assume that target audiences who live in the same homeland can represent the culture of their own country (Inghilleri, 2012, p. 13). Suppose a translator is perceived as a linguistic and cultural mediator. In that case, this perception dismisses other factors involved in translation, such as human behaviours, beliefs, communicative context, and motivation, including power and social position (Inghilleri, 2012, p. 13). Translators should consider their roles in socio-cultural contexts related to different groups of people in society, their habits, traditions and beliefs because translators mediate messages for new audiences (Chesterman, 2017, p. 265). As a result, their role is to help new readers understand texts, even if they have to explain, simplify, and reduce irrelevant information.

In my study, the CBT translators are playing a role not only as cultural mediators. First, the community-based tourism (CBT) translators were highly constrained by the purpose of the Tourism Authority of Thailand (TAT) which wanted to promote community-based tourism in Thailand in a global market. As a result, the TAT produced the CBT brochure translation in order to sell the CBT to international customers. On the one hand, the CBT translators' function and role may well be to mediate Thai culture into English, but their role

is much broader than that. Social factors to consider are the power relationships between the TAT, the project producer and the translators, monetary need, and perhaps career advancement. The translation context of my study is not as high stakes as a courtroom incident, healthcare service or police station interview. The project producer overshadows the role of CBT translators. In some sense, their role is to follow instructions the project producer assigns and, in turn, from the TAT. The CBT translators play a crucial role in the workflow, but it cannot be said that they are highly invisible. They are one part of a bigger team instead. Even though the CBT translators mediated Thai culture, the mediating role is subservient to the bigger context, part of which is advertising and selling. The project producer assigned and commissioned their role based on the TAT's marketing strategy. As a result, it can be said that the CBT translators in my study have a more complex role than just mediating Thai culture.

Tourism translation aims to benefit tourists not familiar with the language and culture of the host destination, and it facilitates and prepares the tourist for cultural differences. Tourists are temporary visitors who have limited knowledge about the destination. Therefore, the translator of tourist brochures should have a high degree of cultural sensitivity when dealing with interlingual translation. In this context, the translator is considered a mediator and a transcultural communication expert (Vermeer, 1994; Katan, 2016a, 2016b). According to Vermeer and Katan, to be a cultural mediator, translators must not judge or perceive their own culture as superior to other cultures. Thus, my argument, which follows other researchers in Translation Studies, is that a translator plays the role of cultural mediator who mediates the culture of the source language and the target language to facilitate tourist's understanding of cultural diversity.

Aixelá (1996, p. 53) and Munday (2007, 2009) state that Translation results from reproduction, transformation, and intervention for the new audience (Aixelá, 1996, p. 53; Munday, 2009a; Katan, 2018). Cultural intervention is exemplified in the work undertaken by Hogg, Liao and O’Gorman (2014). In their study of The Victoria and Albert Museum website translation for a Chinese audience, they explain that using the imperative form of a verb is considered impolite in Chinese culture. The translator intervened in the texts by changing the imperative to a complete sentence and adding the word please in the Chinese TT. In addition, the Chinese translation added the second pronoun ‘you’ and the word ‘please’ to make the museum’s texts polite for a Chinese audience (Hogg, Liao and O’Gorman, 2014). This intervention is a necessary approach when dealing with cross-linguistic and cross-cultural communication. A translator needs to modify their mindset to fit the target text culture (Munday, 2016, pp. 180–181).

Another example relates to the intervention in Japanese culture. A ‘yukata’ is provided in Japanese hotels; this word does not have a direct equivalence in English. To make international guests understand what a ‘yukata’ is, a translator added extra information to give explicit meaning as follows: “a ‘loose robe bound by a sash, worn by either men or women, supplied to guests in a Japanese inn or hotel, worn in the evening indoors or out of doors in street or café, or in bed” (Malmkjær, 2005). This example illustrates how to deal with the cultural references of the ST. A translator might intervene in the translation through word choices, use of footnotes, or by adding extra explanations or omitting information (Agorni, 2012a; Ajtony, 2015). However, by contrast, Kelly (1997, 2000) argues that intervention by adding lexical items might result in information overload and communication challenges due to unnecessary information.

Moreover, House (2008) does not recommend intervention beyond syntactic change. Consequently, intervention may be problematic if translators misinterpret an author's purpose and readers' interests and needs. Some translators do not consider that the intervention may cause a challenge for a translation because of equivalence in the TT (House, 2008). One challenge with intervention is that a translator may not fully know how much target text needs extra information as translators need to assess a TT audience's prior knowledge to bridge the knowledge gap (Baker, 2010, p. 263). Nonetheless, Baker argues that translators should not decode everything for the TT audience. Readers sometimes need to interact with the texts by drawing inferences and implications from the context; otherwise it is not challenging for readers (Baker, 2018, pp. 267–268). A translator intervening in an ST is often required to facilitate an understanding of new audiences in the TT regarding the culture that is restricted to the source culture. For example, tourist brochures contain items related to the source culture used as a commodity for the tourism industry. Suppose translators only focus on the accuracy of linguistic elements regarding grammar, syntax or sentence structure but overlook the cultural issue. In that case, a knowledge gap is created between the ST and TT cultures. In the following paragraph, I present the translation of the items related to the source culture with no exact equivalence. Throughout my thesis, the term 'culture-specific items' coined by (Aixelá, 1996) will refer to the items that represent Thai culture and have no equivalence in the English TT.

1.5 Culture-Specific Items

In Translation Studies, the term 'culture' refers to 'culture-bound' or culture-specific elements of a specific place and is related to history, arts, customs, gastronomy, or

institutions (Agost Canós 1999, 99; cited and translated by Ranzato 2016, 56 cited in Katan 2018, p. 25). However, as Cómitre Narváez and Zambrana (2014) point out, various authors describe culture-bound items and practices using different terminology. For example, Newmark (1988) prefers 'cultural words' regarding arts, food, clothes, geography and tradition. Cultural words can cause translation problems as they lack a one-to-one equivalent in the TT culture. As a result, a translator can render cultural words by using general words or adding descriptions. Baker (2018, p. 20) introduces the term 'culture-specific concepts' referring to food, beliefs, religion and custom. When the culture-specific concepts do not exist in the target culture and have no exact equivalent, the complexity of translation becomes apparent. According to Leppihalme (1997), the term 'culture bump' should be used, which refers to a problematic translation caused by culture-bound ideas and practices in the source culture, such as idioms, puns, or wordplays. The translation of culture bumps goes beyond the lexical meaning because it interprets the meaning in the context (Leppihalme, 1997, pp. 2-5).

The definition of words related to culture varies in the literature. However, to date, there is no consensus, and while various definitions are in use, the term 'culture-specific items' (CSIs), coined by Aixelà (1996), will be used in my study. I opted for the term culture-specific item (CSI) because it represents authenticity in tourism brochures such as place names, local institutions or arts. Throughout this study, a culture-specific item (CSI) refers to the items restricted to Thai culture which have no exact equivalence to the English TT. Aixelà (1996, p. 56) defines CSIs as follows: "Culture-specific items are restricted to the source culture that is perceived alien to the receiving culture". Aixelà (1996) classifies CSIs as 1) proper nouns and 2) common expressions. Consequently, according to Aixelà (1996, p.

59), proper nouns refer to the world of objects, intuitions, habits, and opinions that are associated with each particular culture. Aixelá divides proper nouns into two types: 1) conventional proper names and 2) loaded names. Conventional proper names can be transliterated in the TT (Aixelá, 1996). A conventional name is a person's name and place commonly used and accepted in that language and culture. For example, Peter and Becky are conventional names recognised in English-speaking countries. Compared with a conventional name, a loaded proper name recalls other meanings relating to a particular place's historical and cultural context (Aixelá, 1996; Bertills, 2003, pp. 206–208). An example of a loaded proper name can be illustrated from Baker (2018) when talking about “the splendid Knightsbridge store”. In this context, “the splendid Knightsbridge store” refers to ‘Harrods’, a British department store in Knightsbridge, London (Baker, 2018, pp. 237–239). However, making the interpretive leap that ‘Knightsbridge’ relates to ‘Harrods’ can be problematic for those who do not have prior knowledge of London.

With respect to common expressions, these are described as “a word or group of words used in a particular situation or by particular people” (Cambridge English Dictionary, 2020). Aixelá (1996) states that cultural substitution can translate common expressions into the target culture. In contrast to Aixelá (1996), however, Baker (2018, pp. 30-33) demonstrates that the effect of cultural substitution is not to provide the same meaning but to enact a similar impact on target text readers. For example, the noun phrase ‘cream tea’ in English refers to a meal which does not have an equivalent in Italian. The word ‘pasticceria’ in Italian is a general name for all pastries, or it can mean a pastry shop (Boldrini, 2020). Nonetheless, the word ‘pasticceria’ does not cover the whole meaning of ‘cream tea’ because ‘cream tea’ refers to “an afternoon refresher of hot tea served with scones, clotted cream and

jam or sandwiches (Barron's Educational Series, Inc., 2009; Baker, 2018, p. 33). This example shows that cultural substitution cannot give the complete meaning of cream tea in Italian culture.

However, the CSI taxonomy of Aixelá (1996) regarding 1) proper nouns and 2) common expressions do not give an explanation of the other CSIs in my study, such as art, clothes, handicrafts, rituals, Buddhism, food and architecture. A notable example of a ritual item in Thai culture from my CBT corpus is called 'บายศรี' (Bai Sri: a lotus bud-shaped object made of banana leaves and decorated with flowers). This ritual object is represented in the image that follows:



Figure 3. A picture of 'Bai Sri', an item used in the Thai ritual ceremony (Sriudon, 2017).

This figure shows one type of 'Bai Sri'. Different types of 'Bai Sri' are used for different functions in Thai ceremonies, such as housewarmings, weddings or the ordination of monks and novices, a ceremony of in which boys become novices and men become monks (Ministry of Thai Culture, 2015). This ritual item and its concepts do not exist in British culture, so there is no ready equivalence. However, Aixelá (1996)'s taxonomy cannot describe CSIs presented in my corpus of CBT brochures and, therefore, needs to be combined

with Newmark's (1988) taxonomy of foreign cultural words. Newmark (1988, pp. 94-103) categorised 'foreign cultural word' into five areas as follows:

1) Ecology

According to Newmark (1988), distinct geographical features can result in cultural specificity and local distinctiveness. For example, the terms used to express the word 'plains' vary in different geographical areas, from 'prairies' and 'steppes' to 'tundras' and 'savannahs'.

2) Material culture (artefacts)

Physical objects reflect a unique culture, time, society, and place (Hulsbosch, Bedford and Chaiklin, 2009). Newmark (1988) states that material culture can include food, clothes, typical houses, and transportation. Material culture can be illustrated briefly with the word 'Qipao', the popular body-hugging (Manchu gown), was a slim full-length gown with a standing band collar attached to the neck of the dress and tubular sleeves (Bonds, 2008, p. 57). A picture of a female 'Qipao' can be illustrated as follows:



Figure 4. A picture of a female long-sleeved 'Qipao' (Ng, 2015).

This figure shows a female 'Qipao' from the early twentieth century on display in the Hong Kong Heritage Museum. This traditional Chinese dress, 'Qipao', illustrates an example of material culture which has no equivalent in English. In the CBT brochures, various artefacts and cultural items are promoted as the main features of the villages. For example, ceramic products from 'เบญจรงค์' (Bencharong: five-coloured ware) or local cloth with a unique weaving technique called 'ขี้ด' (Khit: bas-relief weaving motif). Nevertheless, material culture is not limited to physical objects that belong to the culture and society of a particular area; it also creates a sense of connection between objects, the self and others (Miller 1987: 122 cited in Hulsbosch, Bedford and Chaiklin, 2009).

An example of a non-physical object in my CBT corpus which connects to Thai culture and society is the word 'ประเพณีสงกรานต์' (Prapheni Songkran: Thai New Year Celebration). This cultural term 'Prapheni Songkran' refers to the Thai New Year, from 13 to 15 April. During the Thai New Year festival, Thai people splash water on each other from late afternoon until dawn. On 14 April, in the evening, people bring sand from the river and take it to a nearby temple. On 15 April, in the early morning, people go to the temple to make merits by offering food to the monks and donating. In the afternoon, they pour water mixed with jasmine over an image of Buddha and pour water into the palms of older people and parents as a mark of respect and to ask them for their good luck blessing. This custom is not part of material culture, yet simultaneously represents a tradition which does not have an exact equivalence in the English TT.

3) Social culture (work and leisure)

Newmark (1998) states that words from a social culture, such as 'boules' and 'pétanque' from French culture, were directly transferred into English because they have no equivalent in British sport. Sometimes social culture can be connotative (variable components of the meaning in a context) and denotative (lexical meaning). In this context, 'pétanque' also has a connotative meaning. 'Pétanque' links to the feeling that it is a sport for old citizens, retirees or pensioners, but many young people also enjoy it (Federal Department of Home Affairs, 2016).

4) Social organisations (political and administrative)

This culture category focuses on political and social life and reflects institutional terms. These terms might be historical, international, religious or artistic (Newmark, 1988). An example can be seen in the tourist guidebook of India, in which the word 'Brahmins' is introduced to illustrate the caste system (Insight Guides, 2019). However, the word 'Brahmins' in Indian culture needs to be explained further to benefit audiences who do not share knowledge of Indian culture. The term 'Brahmins' is defined as those at the top of the caste system, including intellectuals, teachers and priests (Vallabhaneni, 2015), and relates to India's social, political, and religious organisation.

5) Gestures and habits

For Newmark (1988), gestures refer to body language movements whose meanings can vary and be ambiguous in different contexts. A gesture is unique and might differ from one culture to another. However, Newmark does not describe gestures or body language in detail. Flusser and Roth (2014, pp. 1-9) use the term 'gesture' to refer to body movement that describes an expression of intention. Gestures are visible or non-verbal

communication that implies purposive action and carries significance (Müller *et al.*, 2013, pp. 7–8; Flusser and Roth, 2014, pp. 1–9), such as a wink or thumbs-up. In this context, Müller *et al.* (2013) use the term ‘body movement’ to refer to non-verbal communication that people employ to communicate or to signify how they feel. Overall, Newmark (1998), Müller *et al.* (2013), Flusser and Roth (2014) do not provide a theoretical framework for reading gestures or body language. However, they agree that the significance of body movement depends on the context in which they are introduced. Non-verbal communication varies from culture to culture; as a result, it must be interpreted intuitively based on the contexts in which they are used (Flusser and Roth, 2014). The interpretation can lead to questions such as what gesture is used, why it is used, where it is used, and how it is used.

Newmark (1998), Müller *et al.* (2013, and Flusser and Roth (2014) point out that non-verbal movement can have positive and negative meanings. Translators need to interpret these meanings correctly. It is evident in the case of greetings; for example, in the UK, people may use a handshake on first meeting a particular person; on the other hand, in Japan, it is traditional to bow to the person you are meeting. In Thai culture, people use the ‘wai’ gesture. In Thai culture, ‘wai’ is a form of greeting and gratitude performed by pressing one’s palms together while bowing one’s head. However, the use of ‘wai’ in Thailand is a complex gesture because it relates to social status, culture, and age. Social norms dictate what type of ‘wai’ should be performed when greeting a monk, parents, teachers, or a member of official authority. Specific ‘wai’ manners are prescribed to show respect. However, ‘wai’ is not only a form of greeting or gratitude; it can also be used to say sorry, say goodbye, thank, or pay homage to the Buddha, as shown in the image that follows:



Figure 5. The picture of a novice Buddhist ordination in Thailand (Abbas, 2008).

The picture above shows a young boy performing the 'wai' gesture to pay homage to the Buddha while holding a lotus flower and three incense sticks during a Buddhist ordination ceremony for a novice. To interpret the types of 'wai', the translator needs to examine the context in which the 'wai' takes place by questioning 'who do you wai to?; when do you wai?; why do you wai? and 'how do you wai?'. This case demonstrates how gestures can be difficult to interpret if they bear the weight of cultural information (Flusser and Roth, 2014).

In psychology, the term 'habit' refers to a process whereby contexts prompt action automatically through activation of mental context-action associations learned through prior performances.'(Gardner and Rebar, 2019, p. 1). The meaning of habit is a particular act acquired by physiologic exposure (Cambridge English Dictionary, 2020; Merriam-Webster, 2020). This view of 'habits' as a regular performance is also supported by Cannizzaro and Anderson (2016). In addition, habits can be flexible and change. Cannizzaro and Anderson (2016) and Gardner and Rebar (2019) point out that 'habits' can be good or

bad and better or worse depending on the context. For example, Newmark (1988) uses a smile as an example that can be both a gesture and a habit. Smiling can be ambiguous and may vary between context and culture. In many tourist guidebooks, Thailand is called 'the land of smiles' because smiling in Thailand is seen as a unique habit of Thai people. In a tourist context, of course, the Thai smile refers to friendliness and the notion of welcoming people, whereas the meaning of a smile in other cultures may vary.

In summary, it has been shown from this literature that many terms have been proposed to define ST culture elements that have no complete equivalence in English. As a result, non-equivalence imposes challenges for translation. This study opts for the term culture-specific items (CSIs) as Aixelá (1996), whose concept is related to authenticity promoted in tourism. Nonetheless, in this study, Aixelá's explication of the CSIs has been combined with Newmark (1988)'s taxonomy to categorise CSIs and provide a more detailed explanation. What follows is an account of several translation procedures that have been proposed to translate CSIs. Translating culture-specific items in tourist texts will be discussed in greater detail in the following section.

1.6 Translating Culture-Specific Items in Tourist Texts

Culture-specific items (CSIs) are unique culture-bound words which cause translation problems because they may not have one-on-one equivalence in a TT culture. When an ST CSI does not have a complete equivalence in the TT, borrowing is often applied. Translators generally use borrowing to introduce exoticism and add local colour from the source language into the target text (Munday, 2016, p. 131). Previous studies have shown that borrowing in literary translation presents exoticism which evokes foreignness from other

countries (Inggs, 2003; Anderson, 2016; Zahrawi, 2018; Nejad and Khorian, 2019). However, exoticism in the literary genre is not used to change readers into customers. According to Baker (2018, p. 80), borrowing the original form from a source text presents the exoticism of a source culture. Exoticism in literary works aims to present foreignness rather than change readers to potential customers.

Drawing on authenticity in tourism (Dann, 1996, 2000, 2001; Cohen, 2007), ascertain that promotional tourist text persuades readers by using local authenticity, real things or realia. Dann and Cohen show that authenticity will create exotic experiences for tourists as they engage with the holiday destination area. 'Borrowing' introduces the culture of the source text to advertise the exoticism and otherness that tourists seek (Munday, 2001, pp. 227–229; Cómitre Narváez and Zambrana, 2014). To date, several studies have investigated borrowing in tourist translation. Some previous studies found that translators sometimes borrowed ST terms regarding food, architecture or tourist places by introducing their original form in the TT without adding an extra explanation (Durán Muñoz, 2012; Cesiri, 2016; Fuadi, 2016; Girčienė, 2017). However, borrowing without providing extra information can confuse readers and may cause communication issue. Such borrowing can present the exoticism of the ST culture, but it fails to provide information for the TT readership who do not know the terms.

Another procedure used to translate CSIs is transliteration. The transliteration shows the pronunciation of the original ST in the TT but does not provide any information. For example, in my CBT corpus, the proper name of a ceramic motif in the Don Kai Di CBT brochure called 'ลายเทพพนมรสิงห์' (Lai Thep Phanom: dancing angle, Norasing: lion). The translator borrowed this Thai CSI by using transliteration in Roman characters in the English

TT: 'Thepphanom Norasing' without extra description. Because of the possible cultural gap between the source and target cultures, borrowing is sometimes accompanied by extra information to give explicit meaning. CSIs that appear in TTs are sometimes explained or described by adding more information to mediate the cultural gap for the TT readers (Terestyényi, 2011; Cesiri, 2016; Turzynski-Azimi, 2020). These previous studies reported that translators borrowed ST terms by using transliteration with extra descriptions which provide brief information to tourists. An example can be seen in my CBT corpus from the Ban Na Ton Chan CBT brochure when the Thai CSI '筐' (Kheng: basket) was transliterated in English with extra description: 'Kheng', a round, open, bamboo work basket to carry their produce'. This example has shows that borrowing with extra description is more descriptive and informative for English readers. Apart from borrowing, CSIs are translated using general words in the target language. Using general words (hypernym or superordinate) means using a word that has a broad meaning (Baker, 2011, p. 303, 2018, p. 18). For example, the word 'soba' (そば), a Japanese food made of buckwheat flour shaped like spaghetti, was translated by using the generic word 'noodles' (Turzynski-Azimi, 2020). This example demonstrates that although a general word cannot give the exact meaning of the original word in the ST, it provides a general and short meaning for the TT audience.

In addition, the translators sometimes opt for literal translation to translate CSIs. Literal translation focuses on the lexical meaning of the ST and it may or may not adhere closely to the ST syntax (Vinay and Darbelnet, 1995; Hatim and Munday, 2019, pp. 11-12). Some scholars have found that literal or word-for-word translation ensures that the translation mirrors the source text linguistics, and that there is no attempt to interpret or convey the meaning of the ST (Cómitre Narváez and Zambrana, 2014). Concerning CSIs,

literal translation can give a brief and short meaning. However, one major drawback of literal translation is that the lexical meaning may deviate from the original word's meaning or be inappropriate for the TT culture (Newmark, 1988, pp. 74–75; Sulaiman and Wilson, 2019). Although literal translation can provide brief meaning, a TT audience may not comprehend this meaning due to a lack of a sense of the TL context (Robinson, 1998, pp. 125–127; Munday, 2016, pp. 29–32). Literal translation focuses on the translation of individual words rather than interpreting context. The literature has highlighted that translators apply borrowing, general words and literal translation to translate CSIs.

Furthermore, one significant translation procedure that previous studies have explored is omission. Translation Studies scholars state that omission generally refers to when translators do not present the ST lexical elements in the TT (Katan, 2004, pp. 133–136; Armstrong, 2005, pp. 124–126; Baker, 2018, pp. 200–204). Translators may opt for ‘omission’ when syntactic and semantic elements have no equivalence in the TT. In addition, omission is applied when the ST is irrelevant to the TT audience and there is a conceptual gap between the ST and the TT (Newmark, 1988, p. 12; Baker, 2018, pp. 200–204). In the context of translation for tourism, Alves (1997), Muñoz (2012) and Wang (2017) ascertain that omission in travel and tourism text helps to avoid the repetition of terms in the same sentence or paragraphs. Repetitive terms and similar concepts always appear in tourist texts. Then, omission is used to avoid repetitive meaning to achieve conciseness. However, Alves (1997), Muñoz (2012) and Wang (2017) emphasise that omission of repetition must not reduce the primary meaning of the TT. Similarly, Baker (2018, p. 111) points out that omission is acceptable when a translator omits something that can be inferred from context. Nonetheless, Alves (1997) and Baker (2018, p. 43) state that omission in Translation Studies

seems to be a more negative procedure rather than a beneficial one. Omission may cause a breakdown in communication between a ST and a TT audience. Nevertheless, omission is still practical because it can make the TT concise and appealing to an audience (Baker, 2018, p. 43). Concise text reduces distraction from long explanations and overloaded information.

In summary, it can be seen from this discussion that CSIs may not exist in or have a precise equivalent in other cultures. Translation Studies scholars agree that CSIs can cause problems of untranslatability. There is no consensus on the best translation procedure for dealing with CSIs. Translation decision-making depends on various factors such as commissioner, aim, objective or text function. Because of the cultural variation inherent in tourism, it is believed that a translator must become a mediator who bridges different cultures (Cómitre Narváez and Zambrana, 2014; Agorni, 2016). The literature shows that the translators intervene in the texts by employing different translation procedures to translate the CSIs. One viable solution is for a translator to combine procedures and strategies to translate CSIs (Aixelá, 1996, p. 60). This chapter creates a foundation for further discussion in this thesis by introducing marketing and advertising strategy and its application to the promotion of tourism. Thus far, the translation of a ST culture can impose a translation problem due to non-equivalence in a TT culture.

The term 'culture-specific items' (CSIs) refers to culture-bound items or concepts linked to a source culture that do not exist in the target culture (Aixelá, 1996). Aixelá's taxonomy of CSIs focuses on proper nouns, while Newmark's (1988) classification adds more detail to explain cultural words or CSIs. Newmark separated cultural bound words into five categories: ecology, material culture, social culture, organisation, gesture and habits. To solve the non-equivalent problem of CSIs, the translator should intervene in the texts by

borrowing, literal translation, using general words, adding extra information, using footnotes or omitting information to ensure that target text readers can comprehend the source culture. However, intervention is sometimes unacceptable because the meaning of the source texts is not the same when translated into the target text. In addition, translators may misinterpret the author's objective, which can result in miscommunication in the TT. Overall, there is no agreement on the most suitable procedures for dealing with CSIs.

Previous research in Translation Studies has thoroughly investigated translation procedures undertaken by translators; however, particularly within the context of tourist texts, few scholars have focused on the change in meaning called 'semantic shift' caused by a translation. In Translation Studies, shifts are "characteristic of the textual relationship between source and target texts and shifts highlight the notion of change of translation from source text" (Catford, 1965:73 as cited in Chesterman, 2017b, pp. 203, 208). Shifts have been extended to refer to structural and thematic changes between source text and target text. In addition, a shift can be found in a pragmatic shift, which changes the point of view of the source text in a target text (Catford, 1965:73 as cited in Chesterman, 2017b, pp. 203, 208). A notable example of structural change can be seen as follows:

English source text: It's anyone's guess as to how much longer Mr Jones can meet his
monthly, finance charges.

French target text: Qui peut dire combien de temps M. Jones pourra payer son crédit
mensuel ?

This example by Chesterman (2017, p. 208) illustrates that the statement in English was changed to an interrogative sentence in French. The change can vary from a statement to a question, from a clause to a phrase, and from a verb to a noun (Chesterman, 2017b, p. 211). Chesterman (2017b) calls these changes the syntactic change, whereas Vinay and Darbelnet (1995, p. 36) call them 'transposition'. A shift in translation can also include a semantic shift, a meaning change from a specific meaning in a source text to a general meaning in a target text (Chesterman, 2017b, p. 208). This is evident when the word 'baguette' in French was translated into English by using general words such as 'French stick' in English (Cambridge English Dictionary, 2020). The examples above show that the term 'shifts' means structural, syntactic, and semantic differences between a source text and a target text. In the context of tourism, previous research has found that some translation procedures, such as generalisation, explanation and functional equivalence caused translation shifts from specific to general meaning when translating culture-specific items from tourist texts (Cómitre Narváez and Zambrana, 2014; Ajtony, 2015; Agorni, 2016; Turzynski-Azimi, 2020). This is because CSIs are bonded with a source culture and, most of the time, there is no exact and complete translation in a TL text. Moreover, some CSIs in STs are implicit. They lack explaining information because an ST SL text is designed for an audience who knows about their culture in context, so a translator does not give descriptive details to explain them. Throughout my study, the term 'semantic shift' from Catford (1965) will refer to the meaning change caused by translation procedures. While several types of shifts have been suggested, my study will focus on semantic shifts at the word level that is when the Thai culture-specific items were translated with a general meaning in the English target texts.

Semantic Shift during Translation

Catford (1965) introduced the term 'shift' which refers to the change caused by translation procedures. Semantics is the study of word meaning and, subsequently, the meaning of a language (Griffiths, 2006, pp. 15–16; Malmkjær, 2017). Words can change meaning through places and time, and they often differ in meaning (Ardila, 2011; Campbell, 2020, pp. 114–115). For example, a loanword from an ST in a TT may not have the same meaning as the original word. This can be seen in an example of the French word 'crétin' that refers to people with a physical and mental illness in a valley of the Alps in Switzerland (Campbell, 2020). However, when the word 'crétin' was borrowed in English as 'cretin', it has a pejorative and offensive meaning of 'idiot'. This example illustrates a semantic shift by using 'borrowing'. The shift is an inevitable translation phenomenon that occurs during translation (Munday, 2016, p. 26).

In addition, Baker (2018, pp. 6–7) explains that a text is a semantic unit, not a grammatical form, containing word meanings. Semantic shifts in translation occur when using a superordinate to translate a word that is restricted to a source culture that has no equivalent to a target culture. A superordinate will give a general but not a specific meaning in a TT. (Baker, 2018, pp. 17–21). A superordinate provides broad and wide meaning in a target language. For example, in the field of 'vehicles', the word 'vehicle' is superordinate, but bus, car, truck, and coach are hyponyms of vehicles (Baker, 2018, pp. 18–19). This is why a superordinate can cause a meaning shift from being specific in an ST to being general in a TT, specifically when a source language and a target language have a different nuance of word meaning (Juvonen and Koptjevskaja-Tamm, 2016, pp. 31–38; Turzynski-Azimi, 2020).

Lexical units have both implicit and explicit meanings in their semantics. CSIs are restricted to a source culture; consequently, they are specific and contain implicit information. Implicitness means hidden information that needs to be explicit and informative. For instance, the culture specific-item (CSI) 'sarong' from Malaysia was translated in an English TT as 'a wraparound skirt-like garment, is equally worn by women and men throughout Southeast Asia.' (Katan, 2004, p. 70). The meaning of sarong was made explicit and descriptive in the English TT by adding an explanation to describe it. This extra explanation does not exist in the Malay ST but is added to the English TT. Some scholars perceive adding an explanation to describe an ST CSI means providing explicit and informative explanation for a TT audience (Vinay and Darbelnet, 1995; Nida cited Baker and Malmkjær, 2001, pp. 80–83). Consequently, when a translator adds what an ST does not have into a TT, this addition can change an ST from being implicit to being explicit and descriptive. This explanation indicates that translation procedures may cause a semantic shift of ST CSIs, from being specific and implicit, to being more general and explicit in a TT.

The next chapter begins by laying out the theoretical frameworks that drive my methodology and the research questions my study aims to answer. The data are from seven CBT brochures and interviews with the TAT and a private company that the TAT outsourced to produce the CBT brochures. The TAT official and the project producer of the outsourced company are considered key participants directly involved with the CBT brochure production. My textual analysis will disclose the translation procedures, whereas the interview analysis can illuminate the brochure production work process from the beginning to the end. Furthermore, my textual analysis will be triangulated with the interview analysis

to reveal the factors influencing the CBT translators to select particular translation procedures to render Thai CSIs in the English TT for an international readership.

Chapter 2

Methodology

As discussed in Chapter 1, the translation of tourist brochures is inextricably connected to culture-specific items (CSIs) that are restricted to the sourced culture. In my study, the CSIs displayed in the community-based tourism (CBT) brochures represent original and traditional Thai culture that has no exact one-on-one equivalent in English. Thai culture is exoticism for international tourists. The CSIs in CBT brochures are problematic for the translators because they are restricted to Thai culture with no complete English translation. As presented in Chapter 1, no consensus has been reached regarding the best procedures for translating CSIs into tourist brochures. Furthermore, several terms and definitions of translation procedures have been proposed. The major weakness of the previous studies presented in Chapter 1 is that the decision-making of translators and the wider context in which the translated text is situated are not explored. Comparative textual analysis alone can discover translation procedures, but it is insufficient because it does not fully explain the translator's choice within the broader socio-cultural context of the translated text. Investigating a context may provide logical reasons to explain the factors influencing a translator's procedural decision-making. Little research has been conducted on why translators discriminate between procedures and what may have influenced their decision-making. Therefore, I will investigate the translation procedures, the translators' decision-making and the CBT workflow to discover the reasons and factors governing the translated text. To recap, CBT workflow refers to the initial conception of the brochures and subsequent

work proceeding from translation to publication and the decisions made during this process. Combining comparative textual analysis of procedures with insight into why particular decisions were taken and how the translation was positioned in the CBT workflow context can present a fuller picture of the CBT brochure production. I will combine these findings with interviews with key participants involved in producing the Thai CBT brochures.

Taking these objectives as a starting point, Chapter 2 will introduce and justify the research framework, methods, research tools and the purpose of using them in my study. I will present why my research framework, methods and tools are appropriate for my study. In addition, the process of gathering and the subsequent data analysis from the CBT corpus and interviews are described in detail. Moreover, my discussion will include the limitations of this study's research methods and tools.

2.1 Research Framework

My study is qualitative, descriptive, and exploratory in nature. A qualitative study provides an in-depth explanation of a phenomenon that involves collecting and analysing data from text, observation, interviews and surveys to understand people's experiences, feelings and worldviews. Qualitative research is, therefore, helpful in identifying and characterising a connection between people and their socio-cultural context. Qualitative data are closely examined to identify codes. The coding process refers to tagging labels or statements that summarise the meaning of qualitative data elements (Thomas, 2017, p. 244). The repetitive codes are grouped into cohesive themes. As described in the introduction of this chapter, my study is not a comparative textual analysis alone. Instead, I combined comparative textual analysis with interview analysis from key participants in order to investigate the translated

texts and their context. I applied a Descriptive Translation Studies (DTS) framework, a sub-branch of Translation Studies, to frame my study. Translation Studies are much more varied than Holmes' map, and most previous research do not apply DTS as a research framework. My study was drawn from Holmes' map and DTS, particularly the examination of products relating to comparing the Thai ST-English TT segments. However, the focus on product, process and function is general in Translation Studies. DTS aims to describe the phenomena of translating and translation based on three aspects: the product (translated text), the function (context: when and where the texts were translated) and the process (the mind of a translator). By contrast, Translation Theory aims to explain and predict the phenomena of translating and translation, including developing disciplines, theories, and translation models (Venuti, 2000, pp. 177–178). Holmes (1972, 1988 cited in Chesterman, 2009) introduced Descriptive Translation Studies (DTS) as a branch of Translation Studies. Holmes' map which illustrates the structure of Translation Studies and the difference between 'pure translation research' and 'applied translation research', is presented as follows:

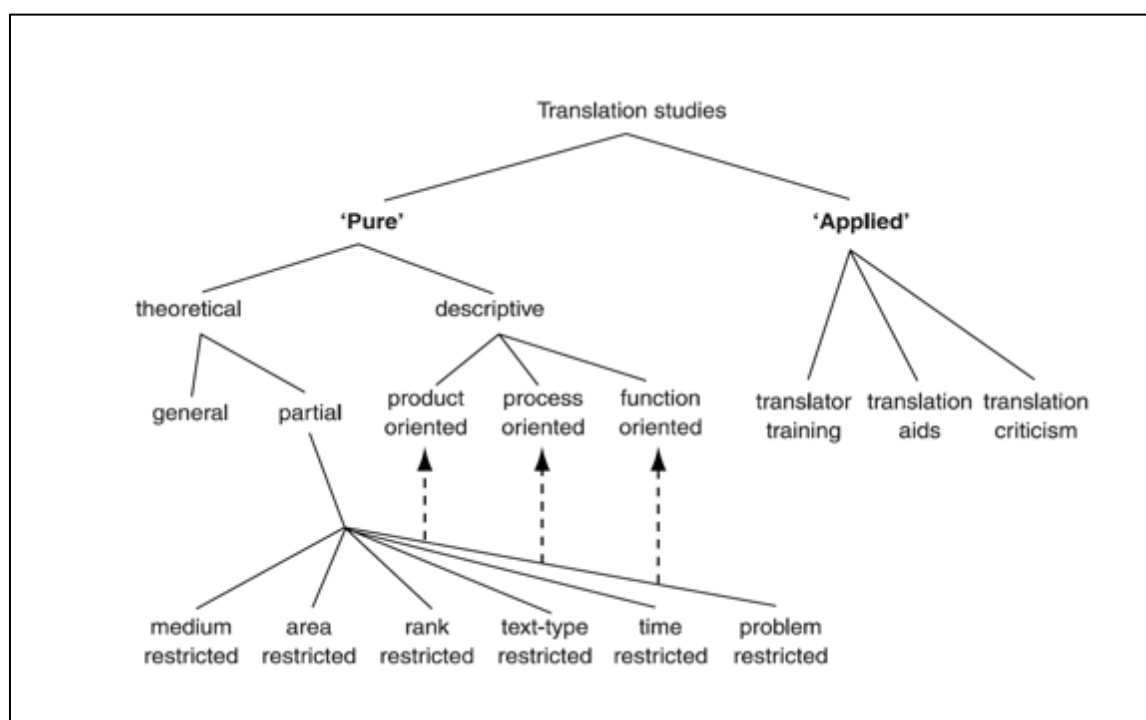


Figure 6. Holmes' map of Translation Studies (from Toury 1995: 10 in Munday 2016, p. 17).

Holmes' map illustrates that under the descriptive branch, there are three main foci: product-oriented, function-oriented, and process-oriented. These three approaches differ in their focal points and the data types they engage with (Toury, 2012, p. 258). Product-oriented DTS focuses on comparative textual analysis and the data derived from translated texts. Product-oriented DTS is comparative when an analysis is carried out on textual products or translated texts. (Toury, 1995, p. 259; Saldanha and O'Brien, 2014, pp. 50–51; Munday, 2016, p. 17). Moreover, product-oriented DTS aims to analyse or compare a translation with its source texts or by comparing the translations of the same source texts (Venuti, 2000, pp. 176–177). Process-oriented DTS aims to investigate the translator's mind or mental operations to understand the translator's thinking process about the translation (Toury, 2012, pp. 258–259). In other words, this is an investigation of a translator's mental

process. Data for a process focus can be gathered from eye-tracking, observation, think-aloud protocols or a video recording of a translator's behaviour while translating the texts (Venuti, 2000, p. 339; Toury, 2012, pp. 269–270; Munday, 2016, p. 18). A large amount of translation studies research deals with a description of translated texts and translation theory. The studies of translated texts and theory are descriptive rather than empirical studies investigating the wider context in which the text is produced. Consequently, the nature of research content in Translation Studies is mainly descriptive. In the late 1980s, some translation scholars moved from predominately descriptive research, in which they studied and wrote about product, that is, linguistic translation evidence, to include research which aims to gain information about the cognitive process of translation. In simple words, they want to collect data about the thinking process that happens while engaged in translation. Two of the most common empirical methods which attempt to collect data in this manner are working are Think Aloud Protocols (TAPs) and Eye Tracking. In the following section, I will discuss both of these methods, comment on their problems, and briefly mention some of the pedagogical implications of recent studies' findings.

The idea behind Think Aloud Protocols (TAPs) is that translators give verbal descriptions of their thoughts while they work on translating a text. These verbalisations can be pre, while or after the act of translation (Munday, 2016, pp. 18, 103, 109, 305; Walker, 2018, p. 3). This data is then analysed for insights into the cognitive process of translation. Think-aloud protocols are designed to provide more objective insight into pre-, while and post-translating decision-making. The premise is that translators think aloud about their decision-making, thus giving the researcher insight into a translator's thought process while working on a text (Munday, 2016, pp. 18, 103, 109, 305; Walker, 2018, p. 3). TAPs originate

from the field of psychology. Ericsson and Simon (1984) applied TAPs with a comparison of the source text and target text pairs (Munday, 2016, pp. 18, 103, 109, 305; Walker, 2018, p. 3). Later, Krings (1986) made think-aloud better well-known in Translation Studies research when he asked language learners to articulate their thoughts while translating (Toury, 2012, p. 270).

There have been some criticisms of TAPS. As Munday (p. 104) explains, verbalising is always one step removed from mental thought. In addition, verbal think-aloud data related to a translator's thought process cannot give direct access to mentality. Moreover, citing Jakobsen, 2003, Munday p 104 states that one downside is the fact that verbalisation takes up mental energy, which might interfere with direct thought processes. Mentality is a complex issue, and various factors are involved, such as experiences, time and justification of each individual, which can affect a study (Venuti, 2000, p. 339; Toury, 2012, pp. 269–270). Despite potential criticism, TAPs have given insight into some thinking and decision-making while translating a text. Results from studies have been used in pedagogic applications, such as strategy classification with both expert and novice and error analysis, in which student problems are analysed and then focused on in the classroom. Krings (1986, as cited in Bernardini, 2001) reports that TAP data has been analysed for models of translation, where the act of translation is seen as a problem-solving task. In addition, TAPs have been used to categorise translation problem markers, in other words, where the translators made an error in the TT. Think Aloud Protocols and Eye Tracking attempt to collect data that gives the researcher an idea of the thought process that occurs when translating.

Eye-tracking is employed in Translation Studies in order to investigate the translator's cognitive process (Doherty, 2018; Moorkens, 2018; Teixeira and O'Brien, 2018;

Chang and Chen, 2023). The experiment involves setting up a camera which focuses on the eye movements of the translator while they work. The idea is that the eye pupil changes size depending on cognitive load. An eye-tracking machine will record where the eyes are looking as a translator works, and the results of the attention of the eyes on various parts of the text can provide insight into cognitive load. Eye-tracking is integrated into Translation Studies in order to generate data based on observation and experiment of translation phenomenon. The experiment and observation of research participants constitute and report concrete findings. The assumption is that visual attention time equals cognitive load time (Hvelplund, 2014).

However, this basic premise has been challenged. Smallwood & Schooler (2006, as cited in Hvelplund, 2014) concedes that thoughts wander from attention. This kind of 'mind drifting' is common; therefore, any assumption that what is being focused on with the eyes represents a one-to-one relationship with what is happening in the mind must be taken with caution. There are other issues involved with the validity of eye tracking. As O'Brien (2009) states, eye-tracking experiments have numerous challenges. These include environment control, that is, the amount of light required for best camera results and reduction of sound interference, as eye pupils respond to sound. In addition, with eye tracking experiments in which the subject is an expert translator, they are not working in their normal environment. They are in an artificial work environment. Another challenge explored by Hvelplund (2014) is that cognitive thoughts change independently of eye movement; thus, any inference of cognitive process based on eye tracking is limited. In addition, there are several technical issues involved with eye tracking research, such as the price of the camera and the placement of a camera for optimal results (Hvelplund, 2014; Doherty, 2018; Moorkens, 2018; Teixeira

and O'Brien, 2018, p. 35). One way to increase validity in eye-tracking studies is to triangulate methods. Studies can be triangulated by combining eye-tracking data with Think Aloud and other data types (O'Brien, 2009). Results of eye-tracking research have produced numerous potentially practical pedagogic applications.

Some of the pedagogical implications of Eye Tracking include an increased understanding of cognitive load in translation. Hvelplund (2011) concluded that more time and, thus, more cognitive effort is placed on TT processing than ST processing. In other words: 'TT reformulation is a cognitively more demanding process than ST comprehension' Hvelplund 2011. In addition, it was found that metacognitive awareness produced better translation quality in Chinese to English translations (Lai and Chang, 2023). Both TAPs and Eye tracking have various challenges related to validity and technological aspects. As mentioned, one way to improve validity is to triangulate studies. For example, eye-tracking results can be combined with interview and TAPs data. In view of all that has been mentioned so far, one may suppose that eye-tracking is an experimental study designed to observe translators while translating. However, the measurement of mental processes through eye-tracking is complex regarding different work contexts, working atmospheres and individual behaviour. In addition, technological devices used to measure eye-tracking can vary in accuracy; only experts in eye-tracking can read and interpret the results. Consequently, the measurement of mental processes and the environment in which the technological device is used can have an impact on the validity and reliability of eye-tracking studies (Munday, 2016, pp. 18, 103, 109, 205; Doherty, 2018; Moorkens, 2018; Teixeira and O'Brien, 2018; Walker, 2018, p. 3; Chang and Chen, 2023).

As mentioned, my study does not investigate translators' cognitive actions through technology. I attempt to gain insight into translator decision-making through interview data from my key participants, the TAT officer and the project producer of the CBT brochures. Rather than making inferences about cognitive operations through eye-tracking or think-aloud protocols, my study focuses more on function-orientated DTS. Based on Holmes' map (from Toury 1995: 10 in Munday 2016, p. 17), investigating the wider context in which a text operates is called function-oriented DTS. Function-orientated DTS focuses on the wider context in which the translation is involved, considering the context of translation, the role of commissioners, the workflow, and target text audiences. Having defined what function-oriented DTS meant based on Holmes, I will now discuss how I investigate the wider context of the CBT workflow in my study.

Function-oriented DTS focuses on a wider context rather than a translated text. The investigation may include the description of which text was translated, when, where and why (Venuti, 2000, p. 339; Munday, 2016, p. 18). An investigation of function focus can provide strong evidence to explicate factors that influence an operation of translation produced (Toury, 2012, p. 6). Data for function-oriented DTS can be gathered from agents involved with translation and translating, such as a commissioner, a text producer, a translator or a text user. DTS does not aim to judge whether a translation is good or bad and right or wrong but rather to describe and explain a translated text, a translator's mind and a wide variety of contexts involved, such as text types, commissioner or translation strategies (Munday, 2001; Toury, 2012). My study applies a DTS framework, and I will investigate all three foci: product, function and process DTS. The investigation of DTS's three foci provides me with the evidence for each focus. To examine their interrelationship, I will cross-check

the evidence between product, process, and function DTS. The product-oriented DTS in my study is the examination of a corpus of seven CBT brochures, parallel texts, Thai and English. However, my investigation of process-oriented DTS is not an experimental method which examines the translators' mental processes. I rather conducted the interviews in order to investigate the decision-making in choosing particular translation procedures to translate the Thai CSIs. Finally, I will conduct the interviews to investigate function-oriented DTS regarding the CBT translation produced. In the next section, I present this study's text and interview data.

2.2 Text Data

In my study, I used text data for product-oriented DTS. To reiterate, my product focus is the examination of a corpus of seven CBT brochures, parallel texts, Thai and English, produced by the Tourism Authority of Thailand (TAT), each promoting a different rural CBT village (Appendix 2). The CBT brochures present Thai culture more widely for domestic and international tourists for a niche market, specifically tourists interested in cultural tourism. These CBT brochures are aimed at English-speaking audiences but were first written in Thai before being translated into English. The corpus of CBT brochures is presented as follows:

1. Ban Na Ton Chan community
2. Ban Chiang community
3. Don Kai Di Bencharong ceramics community
4. Ban Bang Phlap community
5. Ban Huai Raeang community
6. Ko Klang community

7. Khlong Daen community

It should be noted that the CBT brochures were designed to advertise and promote CBT in Thailand for domestic and international markets. I found these seven CBT brochures published in parallel texts, English and French, on the website of TAT's local office in Paris, France. I emailed the TAT local office in Paris in 2018 to ask for these seven CBT brochures in parallel texts, Thai and English, but they did not have them. The TAT local office in Paris asked me to contact the TAT's head office in Bangkok, Thailand, to ask for these CBT brochures in parallel Thai and English texts. I could not find these seven CBT brochures in parallel Thai and English texts on the TAT's main website: <https://www.tat.or.th/th>. I phoned the TAT's local office in London to ask for these CBT brochures in parallel texts, Thai and English. The TAT's regional office in London had neither physical nor digital formats of these CBT brochures. Then, I contacted the TAT head office in Thailand via the Office of Educational Affairs (OEA) of the Royal Thai Embassy in London. The OEA is a local office of the Thai government that was my sponsor during my PhD study in the UK. While studying in the UK, I need to contact Thai governmental organisations via the OEA in order to verify my identity. The OEA sent an official letter in a digital format to the TAT's Governor to ask for these seven CBT brochures and permission to use them for my PhD study.

When the TAT's Governor received the email from the OEA attached to my study proposal, the TAT head office sent me an email with these seven CBT brochures in parallel texts, Thai and English, in PDF format. I found that The CBT brochures were available on the website <https://tourismproduct.tourismthailand.org/en> between 2014-2022 and the physical CBT brochures in Thai and English were distributed to the CBT villages in order to give to visitors. These seven CBT brochures are my corpus, each with 15 pages. Each CBT

brochure has approximately 3000 words, including Thai STs and English TTs. In the early stage of my study, I contacted the TAT's local office in Paris to ask for more information about these English-French CBT brochures. The TAT in Paris informed me that the TAT's headquarter in Bangkok sent them ten parallel (Thai-English) CBT brochures in electronic format. However, the TAT in Paris selected only seven CBT brochures and these selected CBT were translated into French for publishing on their website. Consequently, parallel CBT brochures in English-French were promoted on the TAT's website in Paris between 2014-2022. The TAT's local office in Paris promotes Thai tourism in France, Belgium, Luxembourg, The Netherlands, Morocco, Monaco, Tunisia and Algeria. The local office stated that the selection of CBT villages was relevant to marketing research on tourist behaviour. The TAT in Paris indicated that French tourists are keen on history, locality and popular beach town destinations.

After that, I contacted the TAT's local office in London to ask for the CBT brochures in parallel texts in Thai-English. The TAT in London promotes Thai tourism in the UK, Ireland and Africa. I inquired via email and phoned the TAT local office in London, and they informed me that these CBT brochures were not available on the London TAT website. Finally, after seeing these brochures on the Paris website, I became curious about how they were translated, and what went into producing them for publication, so I contacted the TAT in Bangkok. The TAT's official who worked on this CBT project, indicated that there were ten CBT brochures published in 2014 in order to promote CBT villages for Thai and international tourists. This TAT official said that the TAT commissioned a private company to oversee the project from start to finish. In other words, they commissioned a project producer to write the Thai source texts, translate them from Thai to English for international audiences, and

publish the CBT brochures in electronic formats. At that time, I had already worked briefly on analysing the Thai CSIs in seven CBT parallel texts in English-French brochures. When I read the CBT brochures in parallel texts in Thai-English, I found that I could identify more CSIs from the Thai STs. However, there were three brochures that I did not add to my corpus (Appendix 2). These were Ban Nam Chiao Ecotourism in Trat province, Lao Khrang Kut Chok, the cultural community in Chai Nat province and Ban Saeo municipality, the sufficiency economy lifestyle community in Chiang Rai province. I did not use these three CBT brochures because I did not find a new theme arising regarding Thai culture. They do not have a new topic of Thai culture. The CSIs in these three CBT brochures are primarily relate to clothes, food, customs and religion, which are themes I already had in my corpus. Consequently, I used seven CBT brochures from ten, and the CSIs from seven CBT brochures can represent enough themes of Thai culture in my study.

I extracted 142 CSIs from the seven CBT brochures, and they were classified into 13 types from the Thai STs as follows:

1. custom and ritual,
2. food
3. political and religious administration,
4. tools
5. arts
6. clothes
7. building
8. belief
9. leisure

10. work

11. vehicle

12. musical instruments

13. gesture.

For each CBT brochure in PDF format in my study, the Thai source text and corresponding English translation are presented side by side as parallel texts. The example of parallel texts, Thai and English, in the CBT brochure can be seen from the excerpt of the Ban Chiang CBT brochure as follows:



Figure 7. An example of the format and layout of the Ban Chiang CBT brochure (TAT, 2014).

Each brochure first introduces the Thai text and then the English translation. Images highlight unique products and ideas associated with each CBT village. Each of these images is presented alongside an explanation in all CBT brochures. Although the text and the images were used to promote these villages, my study will not investigate semiotics.

Comparative Textual Analysis

My comparative textual analysis will provide answers to research questions 1 and 2 in my study as follows:

1. What were the translation procedures at the word level undertaken by the translators of the CBT brochures when translating the Thai CSIs into English?
2. What semantic shifts are in evidence between the Thai STs and the English TTs?

Before conducting a comparative textual analysis of the Thai ST-English TT segments, I closely read the seven CBT brochures to identify the Thai CSIs. Brummett (2019, p. 6) defined reading as “A reading is an attempt to understand the socially shared meanings that are supported by words, images, objects, actions, and messages”. Brummett perceives socially shared meanings when people understand each other’s viewpoints. People may share the same or different meanings because meanings are plausible and defensible. In order to understand and interpret other people’s thoughts and feelings, the ability of close reading is necessary. Close reading refers to “the mindful, disciplined reading of an object with a view to a deeper understanding of its meanings” (Brummett, 2019, p. 4). Close reading is a personal skill that depends on each person’s background, experiences and culture.

Close reading will help readers ask questions while reading, such as “Is a recent blog posting sarcastic? Should you take it seriously? Is the poster angry?” (Brummett, 2019, p. 4). Subsequently, close reading is reading and re-reading the same thing to understand and identify the same and different meanings (Brummett, 2019, p. 6). In my study, I used close reading to understand and identify culture-specific items (CSIs) related to Thai culture in seven CBT brochures. To reiterate, the CSIs in my study refer to Thai culture with no exact one-on-one equivalent in English. The process of my close readings is illustrated as follows:

1. I observed and focused on the CSIs at the word level in seven Thai CBT brochures.
2. I closely looked at what words in the CBT brochures present Thai culture to understand the general meaning of Thai culture. Then, while closely looking, I ask questions and judge 'what represents Thai culture?, why is this word related to Thai culture?, and 'does it have a one-on-one equivalent between Thai and English?
3. I read and re-read the CBT brochures closely in order to interpret and determine the Thai CSIs from the seven CBT brochures. For example, the word 'ตำบล' (Tambon) refers to a local administration based on the decentralisation of Thai politics. This local organisation is located on the outskirts but not in a city centre area where a city hall is situated (Department of Local Administration, 2015).
4. When I identified all CSIs of Thai culture in the Thai source text, I looked for their translation in the English target text.
5. Finally, I categorised the CSIs in the Thai ST into 13 types: 1. custom and ritual, 2. food, 3. political and religious administration, 4. tools, 5. arts, 6. clothes, 7. building, 8. belief, 9. leisure, 10. work, 11. vehicle, 12. musical instruments, and 13. gesture.

When I finished identifying the Thai CSIs, I categorised and defined the typology of translation procedures in my study. The terminology in Translation Studies which describes what translators do with text while translating varies depending on the scholar's definition. Numerous terms are used, such as strategy, technique, shifts, operations, transfer, change, method and transformation (Vinay and Darbelnet, 1995; Chesterman, 2017b). Due to different contexts and contents, there is no agreed definition of what constitutes the best and

worst translation procedures in Translation Studies. There is no set rule to determine which translation procedures should be applied as a primary standard component. For example, omission procedure in my study may be suitable for tourist brochure translation to promote community-based tourism in Thailand in a global market. Still, omission may not be applicable to a legal translation. In my study, the term 'procedure' from Vinay and Darbelnet (1995) describes the action translators took, whether it is omission, addition or other actions. These are called procedures. My taxonomy of translation procedures and their definitions and explanations were derived from a variety of scholars. The typology of translation procedures from different scholars in this study is presented as follows:

1. Omission

The term 'Omission' in my thesis is from Baker (2018, pp. 200-204). According to Baker, 'Omission' procedure refers to SL words and expressions omitted in a TL. As a result, there is some loss of meaning when SL words and expressions are not translated into a TL.

2. Rewriting

The term 'Rewriting' as a procedure is introduced in my thesis from Lefevre (1992). According to Lefevre, translation is rewriting an original text (Lefevre, 1992, p. 9). Rewriting can project and reflect an image of 'an author and work in another culture beyond the boundaries of their culture of origin' (Lefevre, 1992, p. 9). Rewriting can be paraphrasing with unrelated words, summarising and editing (Baker, 2011, p. 38, p. 248). Rewriting can be writing a new message and toning down language for new audiences. For example, Harry's sorcery references were toned down for Arabic audiences (Munday, 2016, p. 155). This rewriting can occur during translation (Munday, 2016, p. 204) and editing and summarising (Baker, 2011, p. 248). Rewriting during translation can be seen in an example

from Sulaiman and Wilson (2018). The English ST which promotes tourism is Australia 'Pedal to paradise in the Blue Mountains' was translated in Malay as 'Hayati keindahan alam semulajadi di Blue Mountains' (literal translation: 'Experience the beauty of nature in the Blue Mountains') (Sulaiman and Wilson, 2018, p. 640). The English ST was rewritten for Malay audiences in order to make the text more persuasive and avoid cultural clashes. The word 'pedal' for a Malay audience does not represent a relaxed holiday but rather an exhausting holiday. The word 'paradise' is related to a religious concept which refers to the hereafter, life after death.

3. Borrowing

I have applied the term 'Borrowing' from Vinay and Darbelnet (1995). According to Vinay and Darbelnet (1995, pp. 31–32), a Borrowing procedure refers to original words or expressions which do not occur in a source language (SL) culture but are used in a target text. For example, 'tequila' and 'tortillas', Mexican Spanish food names, are employed in English target text (TT) and other languages. Borrowing also refers to using transliteration of Roman characters in a target text. For example, on a tourist text website, the word (そば) was transliterated as 'soba' in an English target text in order to facilitate the readers' pronunciation (Turzynski-Azimi, 2020).

4. Generalisation

I employ the term 'Generalisation' from (Vinay and Darbelnet, 1995, pp. 59, 343). According to Vinay and Darbelnet (1995), generalisation means the "translation techniques when a specific term from a source language culture is translated with a more general word in a target language". A specific term in a source text is translated with a more general word called a hypernym and superordinate in a TT (Vinay and Darbelnet, 1995, p. 343). For

example, in a Japanese place for spiritual practices and rituals, ‘宮gū/miya’ was translated in English with a general word as ‘shrine’. The superordinate ‘shrine’ has a general meaning and turns the Japanese CSI ‘宮gū/miya’ to be culture-free in English TT (Turzynski-Azimi, 2020).

5. Addition

The term ‘Addition’ in my study is from Nida (1964, as cited in Pym, 2010, p. 51). According to Nida, ‘Addition’ is when a translator adds lexical items in order to describe an item which in the ST is not given any description. As a result, this added description or information turns implicit ST SL text into explicit and informative target language text. Newmark, 1998, p. 92 gives an example: the word ‘Speyer’, a German city, has no information in the ST, presumably because it is known to the ST or source language readers but was subsequently translated using addition, by adding descriptive information, for English TT readers as: ‘Speyer’, ‘the city of Speyer, in West Germany’ (Newmark, 1988, p. 92).

6. Literal translation

The term ‘Literal translation’ is from Vinay and Darbelnet (1995), who defines ‘Literal translation’ as word-for-word translation between languages of the same family and culture (Vinay and Darbelnet, 1995, pp. 33–34). Based on Vinay and Darbelnet (1995, pp. 33-34), ‘Literal translation’ is a procedure when word-for-word meaning of a source language text are fully preserved in a target language (TL). Translators adhere to grammatical structure of a TL when they employ literal translation. The example is as follows:

English SL: Where are you?

French TL: Où êtes- vous? (Vinay and Darbelnet, 1995, p. 34).

In my thesis, I use the term literal translation to mean word-for-word translation when the meaning of Thai words is fully preserved in the English TTs, but Thai grammar is not used in the English TTs.

7. Couplets

I use the term 'Couplets' from Newmark (1988, p. 91). Couplets are a combination of procedures. For example, the French word 'chalet' is borrowed in an English TT and then provided with a general meaning, such as chalet (bungalow) (Newmark, 1988, p. 97). This example demonstrates the application of a couplet, 'Borrowing' combined with 'Functional Equivalence' to translate the word 'chalet'. In my study, I do not include couplets in the count for the individual procedures. I counted the individual procedures separately from couplets. For example, I do not count borrowing from couplet: borrowing+ generalisation.

I conducted a comparative textual analysis when I finished identifying and categorising the Thai CSIs. The comparative textual analysis in my study is composed of three steps as follows.

1. I identified the English target text segments where the CSIs were found and matched them with the Thai source text segments.
2. I compared the Thai source text and the English target text segments by comparing the Thai ST segments containing CSIs with their respective English TT segments. This is called 'mapping' (Toury, 1995; Munday, 2001). This mapping enables me to yield a series of ST-TT CSI segments (Toury, 2012, pp. 42-43) that will then be the subject of my comparative textual analysis in order to identify which translation procedures were undertaken. In this thesis, I did not compare the whole text from seven CBT brochures because my scope remains limited strictly to the domain of CSIs at the

word level. Only those segments of the Thai STs containing CSIs are chosen for a comparative textual analysis with the respective segments in the English TTs.

3. After identifying the translation procedures used to translate the Thai CSIs, I analysed the semantic shifts of the CSIs in evidence between the Thai ST and the English TT segments.

Catford (1965) (cited in Munday, 2016, p. 95) introduced the expression 'translation shift' as a term for 'change' in translation, specially linguistic shift, such as a unit shift from adverb to a noun phrase. In my study, I use the term 'semantic shift' to refer to lexical meaning in translation (Baker, 2018, p. 16). For example, the words in a source text with no exact translation are translated using a superordinate, which gives broad and wide meaning in the target language (Baker, 2018, p. 16). The examination of the semantic shifts will, therefore enable me to identify how the Thai ST CSIs' meaning shifts in the English TTs. However, while my comparative textual analysis of ST-TT CSI segments can discover the translation procedures used and the semantic shifts, it cannot provide the answers to explain the reasons why the CBT translators opted for particular translation procedures. Subsequently, the second stage of my study is to conduct interviews with the key informants in order to establish possible answers to explain why the CBT translators opted for particular procedures. In addition, the key informants can provide information regarding who was involved in CBT brochure translation and how CBT brochure translation was operated. The next section will present my interview data and key informants.

2.3 Interview Data and Key Informants

To reiterate, I will use the interview data to investigate process- and function-oriented DTS. I will collect the interview data from two key informants. The first key informant is from the Tourism Authority of Thailand (TAT), and the second key informant is from a private company that the TAT commissioned to produce the CBT brochures. Before conducting the interviews, my research ethics and integrity were approved by the sub-committee research ethics and integrity of English and Comparative Literature's Department, Goldsmiths, University of London (Appendix 1).

As a preliminary to my interview process, I phoned the Tourism Authority of Thailand (TAT), the head office in Bangkok, Thailand. I informed the TAT that I would like to interview the TAT and the translators who translated these seven CBT brochures for my study. The TAT informed me that the TAT outsourced a private company to produce the CBT brochures in PDF format. The TAT did not know the CBT translators, and never directly contacted them during the production of the CBT brochures because the TAT outsourced a private company to create the CBT brochures. The TAT asked me to send an official letter to the TAT's Governor to request that I would like to conduct interviews with the TAT's staff regarding the CBT brochures. The TAT also gave me the contact number of the private company that the TAT outsourced to create the CBT brochures. I asked my sponsor, the Office of Educational Affairs (OEA) of the Royal Thai Embassy in London, to send an official electronic letter via email to the TAT's Governor attached with my thesis proposal, interview questions, research ethics and consent form. All of these documents were written in Thai before and during interview process.

TAT's Official: Function-Oriented DTS

The interviews with the TAT aims to find an explanation for function-oriented DTS. Function-oriented DTS examines the contexts in which a translation process takes place and the purpose of creating texts that lead up to a translation (Toury, 1995, 2012). This process and purpose are related and influence each other, and they can dominate a translation's shape and content. Subsequently, the investigation of function-oriented DTS will provide the answers to research question 4 as follows:

4. What is the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the CBT translators?

I conducted interviews with the Tourism Authority of Thailand (TAT) in order to understand how the TAT worked with the outsourced company and the CBT translators from beginning to end of the CBT workflow. I wanted to establish the Tourism Authority of Thailand's (TAT) 'workflow' for promoting community-based tourism villages. 'Workflow' throughout my study refers to the sequence of translation process tasks and decision-making from initiating the CBT project to completing work. Specifically, I want to ascertain the TAT's aims and objectives regarding publishing the CBT brochures from planning, outsourcing, marketing, advertising, customer targeting, copywriting, translation and publishing. In addition, I wanted to investigate how the TAT defines and approaches CBT and how the TAT chose the CBT villages for promotion. Further, I aimed to scrutinise how the TAT manages the process of promoting CBT in Thailand to English-speaking audiences. Moreover, I aimed to discover the intended audience of the translated CBT brochures and

how the TAT defines them. Finally, I wanted to explore why the TAT produced the English translations and for what purpose.

I received an email from the TAT to contact a TAT official in order to conduct the interviews. I received the TAT's official email in October 2020 in order to introduce myself. Before conducting the interviews, I arranged to briefly talk with the TAT via an audio call on social media called 'LINE'. When talking to the TAT official via 'LINE', I found that the TAT official was assigned by the TAT Governor and the head of the community-based tourism (CBT) department to answer my interview questions. At the time of contact, the TAT official had worked for the CBT for more than six years and was directly involved with my study's workflow. The TAT official's work promotes CBT and other types of Thai tourism, such as sustainable and cultural tourism.

The TAT official preferred a written text-based structured interview rather than a semi-structured interview via an audio call. The TAT official explained that the TAT official needed to gather information from other colleagues regarding the administration, and the TAT's strategic plan. In addition, the TAT official needed to gather some information regarding CBT villages from TAT's documents and reports. These CBT brochures were first published in 2014, and it would take time to gather the information from other colleagues and old documents. Therefore, I requested a follow-up interview with the same TAT official to reflect on the CBT workflow and brochures in order to provide more clarification or detailed information.

As mentioned in the interview data in this chapter, the TAT outsourced a private company to produce the CBT brochures. As a result, the TAT did not know the CBT translators. However, the TAT gave me the phone number of the outsourced company that

was commissioned by the TAT to produce the CBT brochures in 2014. When I phoned the outsourced company in Bangkok, Thailand, I talked to a person who is the owner of the outsourced company. The company's owner has worked with the TAT for more than ten years. The owner of the outsourced company informed me that there were three translators, native speakers of Thai, who translated the Thai ST into the English TT for an international readership. However, these three CBT translators were not available for interviews. Two translators had lost contact with the company for many years. One of them still works with the company, but this translator was on sick leave during Covid 19 in November 2020. Subsequently, the owner of the outsourced company is my second key informant who can provide information for process-oriented and function-oriented DTS.

Project producer: Process-Oriented DTS and Function-Oriented DTS

The interviews with the owner of the outsourced company can explain function-oriented DTS because the TAT outsourced the company to produce the CBT brochures. To recap, function-oriented DTS is an investigation of the contexts in which a translation process takes place and the purpose of creating texts that govern a translation (Toury, 1995, 2012). The interview with the project producer aimed to scrutinise what CBT workflow had been commissioned and why. Therefore, the purpose of the interviews with the project producer for function-oriented DTS was to identify the commission to produce the CBT brochures. The outsourced company worked with the TAT from the beginning until the end of the CBT workflow. Subsequently, the outsourced company owner provided details regarding the context in which the translation process took place and the purpose of creating the CBT brochures. The owner of the outsourced company was a project manager of the CBT

workflow who directly worked with the CBT translators. The company owner preferred to use a 'project producer' job title rather than a 'project manager'. Throughout my thesis, I use the job title 'project producer' to refer to the owner of the outsourced company. The project producer has worked with the TAT for more than ten years. When the TAT outsourced the company to produce the CBT brochures to promote ten CBT villages throughout Thailand, the project producer recruited company staff and three translators to work on the CBT production. Overall, the TAT official and the project producer of the outsourced company were recruited for the interview method because they are key informants who can give answers to my research questions. Specifically, research question 3) regarding why the CBT translators had used particular translation procedures to undertake the CSIs and research question 4) about the interrelationship between the TAT, the outsourced company, and the CBT translators.

The project producer of the outsourced company provided the information for process-oriented DTS. To recap, process-oriented DTS aims to investigate the translator's mind or mental operations to understand the translator's thinking process about the translation (Toury, 2012, pp. 258–259). Therefore, I conducted interviews with the owner of the outsourced company in order to explore the reasons which explicate the CBT translators' choice to choose particular translation procedures. Subsequently, the investigation of process-oriented DTS can provide answers to my research question 3 as follows:

3. Why do the CBT translators use specific translation procedures to undertake the Thai CSIs in English?

In my study, the project producer is a key informant who owns the private company that the TAT outsourced to translate and produce ten CBT brochures in 2014; seven of them are the corpus in my study. Therefore, the project producer can provide the answers to explicate the translators' decision-making. My sampling technique is thus key informant sampling. Informant sampling means key informants are target persons who are knowledgeable and can offer detailed information about an issue (Young, 1999; Creswell, 2014). The TAT official and the project producer provided qualitative data for my study. My qualitative data are information from the TAT official, and the project producer reflecting their perspective within their contexts and experiences regarding the CBT workflow. Subsequently, the interviews with the TAT and the project producer uncovered a much broader understanding of the CBT brochure translation and the CBT workflow. Moreover, the interviews with the TAT and the outsourced company enabled me to explore interrelationships between the TAT, the outsourced company and the CBT translators.

2.4. Interview Method

Before the interviews with the Tourism Authority of Thailand (TAT)'s official and the project producer of the outsourced company, I piloted my interview schedules in Thai. The piloting of interview schedules is an opportunity to test a research tool to refine and modify interview questions. I piloted my interview schedule for the TAT with the director and senior official of the TAT's local office in London, and also with the director and one senior official of the TAT's regional office in Paris. These four TAT officials provided feedback and comments on the interview questions via email regarding the relevancy of the questions and other advice based on their points of view. The director and the senior official of the TAT in

Paris also phoned me via audio application 'Messenger' to explain more detail about their job regarding my interview questions. The senior official of the TAT in London phoned me to discuss more feedback and TAT's work process regarding tourist brochure production. The oversea directors and senior officials advised me to adjust the interview questions and change some questions regarding the translation workflow.

The interview schedules for the project producer were piloted with two professional translators, Thai native speakers in Thailand. The interview schedules were emailed with seven CBT brochures in PDF files. Piloting is aimed at checking whether they understand the interview questions and whether the questions are relevant to the seven CBT brochures. The professional translators advised me to adjust the interview questions to avoid being wordy and to be more concise. When I received the feedback from six research tool reviewers, I redesigned and adjusted my interview schedules. Preparing interview schedules beforehand can ensure I cover important topics, minimise the risk of forgetting to ask about areas of key concern, and avoid bias.

Interview Tool

Interview questions are a research tool to gather interview data from the TAT and the project producer. My interview questions start with initial general questions and then move to specific ones. I applied the interview structure from Bryman (2012, pp. 445–447) with my interview questions. Bryman suggests that the interview structure should be three stages: initial questions, intermediate questions and ending questions. My interview questions were structured by following these three stages. The interview structure of the interview questions is presented as follows:

1. Initial questions

General questions during this stage lead to the interview. They are warmup questions aimed at easing interview participants into the conversation and helping them to relax and settle. The sort of question used at this stage is self-introduction or asking about professional background. In my study, general questions for the TAT and the project producer were concerned with their job responsibilities. For example, 'What is your main job and responsibility to the TAT?' or 'How many translators translated the CBT brochures: Ban Na Ton Chan, Ban Chiang, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ko Klang and Klong Daen?'

2. Intermediate questions

These questions are more specific and aim for in-depth answers. Interview participants can express their perspectives and points of view in more detail. In my study, the particular questions were focused on CBT workflow and translation procedures. For example, 'How did the TAT assist the translators in accessing the information of these seven CBT villages before translating in order to help them understand the features of these CBT villages?' or 'How did the translators decide to add more or less explanation to the words related to Thai culture in the English translation?'

3. Ending questions

These cooldown questions signify that the interview is ending. The type of question used at this stage encourages interview participants to ask questions or provide a suggestion. In my study, the ending questions encouraged my key informants to discuss a relevant topic I may not cover, such as 'What else do you want to talk about the CBT project?'

My interview schedules for the TAT and the project producer are open-ended rather than 'yes' or 'no'. The questions in my interview schedules are open-ended because I can receive more detailed information from the key informants. Yes-no questions will guide to limited possible answers, and they can bias answers because interview participants are guided to provide only yes or no answers (Young, 1999; Bryman, 2012; Creswell, 2014). 'Yes' or 'No' may not be the exact answers an interview participant wants to give. I want to avoid bias and receive answers to 'what', 'why', and 'how' questions to access the data needed to address my research questions.

Interview Schedule for the TAT

I conducted a structured interview with the TAT official. I sent the interview questions in Thai via email to the TAT official in November 2020. The TAT official was asked to complete 50 open-ended questions: 24 about the community-based tourism (CBT) project and 26 about the CBT workflow regarding how the TAT operated work with the outsourced company from the beginning until the end of the workflow. The interview questions are presented in Appendix 3. The TAT official provided written answers to my interview questions and returned them to me via email by the end of December 2020. In addition, I conducted an audio follow-up interview via a social media 'LINE' with the same TAT official on 8 January 2021 in order to ask for detailed information and clarification of the TAT's answers. During this audio follow-up interview, I recorded the conversation.

Interview Schedule for the Project Producer

I emailed the interview questions and seven CBT brochures to the project producer on 17 November 2020. I conducted a semi-structured audio interview with the project producer of the outsourced company on 14 December 2020 via the social media 'LINE'. The interview was conducted from 9 am to 2 pm, British local time, based on the project producer's preference. The first set of my interview schedule are comprised of 87 open-ended questions related to the translation procedures of the Thai CSIs, based on the results of my comparative textual analysis of ST-TT CSI segments. Specifically, I asked the project producer about the CBT translators' decision-making in selecting translation procedures. An example of interview question was "Why were some administrative words, such as (page 1) in Ban Na Ton Chan CBT village such as 'แขวง' (Khwang: district), 'เขต' (Khet: county), 'แคว้น' (Kwaeng: region), 'เมือง' (Muang: city, page 4), omitted in the English translation?". I avoided using Translation Studies terminology, such as translation procedure, culture-specific items, generalisation or semantic shift in my questions in order to avoid confusion for the project producer. My contrived 87 open-ended interview questions can be seen in Appendices 4-11.

The second part of my interview schedule with the project producer was composed of 33 open-ended general questions about CBT workflow regarding how the outsourced company operated with the TAT from the beginning until the end of the workflow. An example interview question was 'What qualification does the TAT require from the translators to translate the CBT brochures?' or 'What advice did the TAT give to the translators after translating?'. My 33 open-ended general questions can be seen in the

appendices. In addition, during the semi-structured audio interview, I recorded the conversation.

2.5 Coding Interview Data

Before the coding process, the audio recording of the follow-up interview with the TAT official and the audio recording of the interviews with the project producer were transcribed in Thai. "Transcription refers to a written form of something that was originally in spoken words" (Thomas, 2017, p. 203). Interviewers usually transcribe their interviews but are not advised to interpret them during transcription (Watts, 2014). To transcribe, I played the audio recordings and typed every word what my key informants had said. While transcribing, I was closer to the data and was aware of similarities and differences between the TAT and the project producer. When I completed all my transcriptions, I read and re-read the transcripts in order to code the interview data. The coding process assigns labels or statements that summarise the meaning of elements of the interview data (Thomas, 2017, p. 244). Within qualitative methodology, a code is a written word or phrase corresponding to notable, relevant content within the written data (Saldanha, 2018, p. 3).

I gathered interview data with the TAT and the project producer in order to uncover the translation procedures, the workflow and the interrelationship between the TAT, the project producer and the translators. I designed my pre-coding before the audio interviews with the project producer concerning translation procedures. Nonetheless, I did not prepare pre-coding regarding the CBT workflow for the interview with the TAT and the project producer. Pre-coding is called 'Structural Coding' or 'Provisional Coding' (Saldanha, 2018, pp. 49, 120), both of which have previously established codes based on research

questions or preliminary data analysis (DeCuir-Gunby, Marshall and McCulloch, 2011). A researcher can create a codebook comprising codes, definitions, contents and brief examples to guide the analysis of the interview data (Saldaña, 2009, p. 21; DeCuir-Gunby, Marshall and McCulloch, 2011). My pre-codes were a list of translation procedures: omission, rewriting, borrowing, Generalisation, addition and literal translation. In addition, I provided my pre-codes with a brief explanation based on translation theory from my literature review chapter. The predetermined codes were beneficial because I could see whether they were relevant to my study, research questions and interview questions about translation procedures. While coding, I combined pre-codes with new codes that arose. Subsequently, the codes in my study were established through the comparative textual analysis of the Thai CSIs and interview questions, yielding the results of the CBT workflow, the interrelationship between the TAT, the project producer and the CBT translators and decision-making to select translation procedures.

Coding in my study was created in a notebook. The second stage of the coding process is interpretative coding of theory-driven to define themes for the analysis and discussion (Thomas, 2017, p. 244). Codes from a given descriptive transcript are analysed and interpreted in order to identify key themes, issues and meanings (Watts, 2014). I assigned codes and themes manually from the transcripts of the interview data. On the left of the paper of the interview questions, I wrote down the codes in front of the interview questions and their answers. For example, delete, Thai word and extra information. These codes on the left helped me see the connections between them. When I saw the connection between them, I could group them into themes. For example, delete was grouped to theme omission, Thai word to theme borrowing and extra information to theme addition. Finally, I

grouped the codes into themes and wrote the themes on the right of the paper. For example, I selected the key themes from the interview scripts related to the research questions. The interview scripts containing the themes for my research questions were selected to present and discuss in this thesis. In my study, I did not translate the whole Thai script of the interviews with the TAT and the project producer into English. I only translated the Thai transcripts containing the answers to my research questions.

2.6 Triangulation of Research Evidence

When I finished analysing the texts and interviews, I triangulated the findings from product-oriented, process-oriented and function-oriented DTS to see a connection between them. By triangulating the results, a study will gain different kinds of evidence to support one another and explicate a studied phenomenon (Meister, 2018). Triangulation is a method that “seeks trustworthiness, convergence, corroboration, correspondence of results from different methods” (Meister, 2018). Triangulation is the combination of different methods or data sources in research design to increase the validity or credibility of the research (Bergman, 2008; Bryman, 2012; Archibald, 2016; Kern, 2018). Therefore, triangulation involves combining and comparing data produced by different methods and several sources, which may increase the validity of conclusions. Triangulation can thus enhance the credibility of a study (Salkind, 2010). However, triangulation can also be problematic in terms of reliability. The problem is that when comparing data from different sources and using several other methods, a researcher cannot determine a reliable basis for inference (Bergman, 2008). Similarly, Meister (2018) states that triangulation in Translation Studies can risk a mismatch

between the rationale and implementation between methods, which can result in incoherence or internal contradiction.

My first triangulation was conducted within the interviews between the TAT and the project producer. The interview evidence from the Tourism Authority of Thailand official was triangulated with interview evidence from the project producer of the outsourced company to identify differences and similarities between their answers regarding the CBT workflow. My second triangulation was conducted by comparing the findings from my textual analysis and the interview findings based on the project producer. I triangulated the interview evidence from the project producer with the findings of my comparative textual analysis to find differences and similarities between the project producer's answers regarding decision-making to select translation procedures and the translation procedures that the CBT translators applied. The approach to triangulation in my study can be seen in the following diagram.

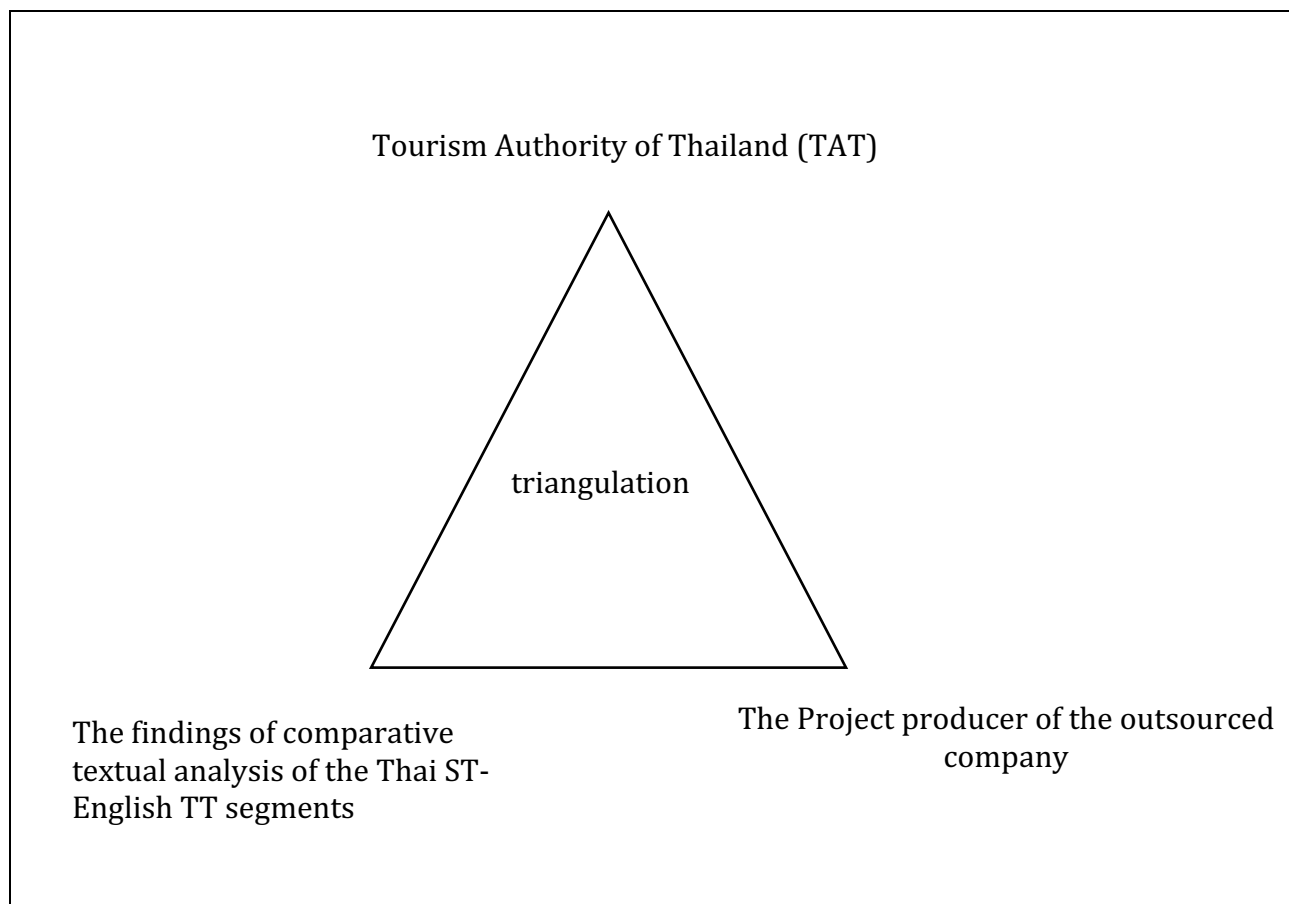


Figure 8. The triangulation between texts and interviews.

A significant advantage of triangulation is that it enables a researcher to explore the interrelationships between product-oriented, function-oriented, and process-oriented DTS. To recap, the textual data from seven CBT parallel text Thai-English brochures were used to investigate product-oriented DTS. The interview data from the project producer were gathered to investigate the decision-making process in selecting translation procedures. The interview data gathered from the TAT official and the project producer regarding the CBT workflow were pertinent to function-oriented DTS.

2.7 Limitations

As with all research methods, interviews have limitations. One weakness of the interview method is conscious or unconscious bias. Both interviewer and interviewee can have biases. Bias in interview questions can influence the interpretation and judgement of interview data (Bryman, 2012, p. 444; Thomas, 2017, pp. 141, 144). For example, an interview participant may give a biased answer to please an interlocutor rather than the actual answer they want to share. Moreover, it is also a possibility that interview participants may not speak their minds due to insecurity. Another drawback of interviewing is that the interview and subsequent transcription are time-consuming (Bryman, 2012, p. 456; Saldanha and O'Brien, 2014, p. 169). In addition, contacting the TAT, both in the local office and in Thailand, was time-consuming due to official protocol. The TAT is a governmental organisation. To contact them, I needed an official letter from the Office of Educational Affairs, the Royal Thai Embassy in London. This process took more than a month to get a reply from the TAT in London, Paris and Thailand. Moreover, due to COVID-19, there was unpredictable disruption when planning in-person meetings with the interview participants. I could not conduct face-to-face interviews with my key participants in Thailand. I did not have a chance to interact with the interviewees in person in order to see their body language and facial expressions, which may have helped me to understand and interpret their responses. As a result, an asynchronous interview was conducted and completed via email. In addition, an audio call was conducted via a social media application called 'Line'. The disruption from the online interview is the time zone difference. I conducted the interviews in November from the UK, which is seven hours behind Thailand.

In conclusion, in Chapter 2 Methodology, a three-fold research framework drawn from DTS was applied in my study: product-oriented, process-oriented and function-oriented DTS. 'Product-oriented' DTS was performed by comparing Thai ST-English TT segments to explore how the CBT translators translate the Thai CSIs. 'Process-oriented' DTS was conducted by interviewing the project producer about the translators' decision-making. Finally, 'function-oriented' DTS scrutinised the context of translation as regards the TAT and the outsourced company's CBT brochure workflow. Consequently, my study does not draw on comparative textual analysis in isolation. Instead, it combines interview data with textual data. The text data were triangulated with the interview data in order to provide evidence to support each other. The evidence from the comparative textual analysis was triangulated with the interview evidence from the project producer to explore similarities and differences between the CBT translators' decision-making and the translation procedure they used. In addition, the interview evidence from the TAT official was triangulated with the interview evidence from the project producer to identify similarities and differences concerning the CBT workflow.

The next chapter presents 'product-oriented DTS', my comparative textual analysis of the Thai ST-English TT segments from my CBT corpus. The comparative textual analysis of the ST-TT segments identified the translation procedures undertaken by the CBT translators. In addition, product-oriented DTS analysis presents how the translation causes the Thai CSIs' semantics at the word level to shift in the English TT.

Chapter 3

Product-Oriented DTS

Comparative Textual Analysis Findings

To recap, my study is qualitative research which involves collecting and analysing two sets of data from text corpus and interviews with two key informants. My corpus comprises seven community-based tourism brochures (CBT). The CBT was promoted for a niche market, specifically tourists interested in cultural tourism. I analysed the translation of the culture-specific items (CSIs) representing Thai culture. I applied a DTS framework based on Holmes (1988) and Toury (1995) to critically consider product-oriented, process-oriented, and function-oriented DTS. Product-oriented DTS is an examination of the translation as a product, and therefore I employed a comparative textual analysis method to investigate the translation procedures and the CSIs' semantic shifts from Thai to English. However, the comparative textual analysis cannot explain why the CBT translators selected a particular translation procedure to translate the Thai CSIs. Subsequently, I conducted process-oriented DTS, investigating the possible reasons for explaining the translator's decision-making. By using a semi-structured online audio interview to collect interview data from the project producer of the outsourced company. The process focus can give information about the CBT translators' decision-making, but it does not help to discover the context of the translation produced.

Therefore, I conducted function-oriented DTS investigation, which aimed to discover the socio-cultural context surrounding the CBT workflow. The investigation of the

CBT workflow explored how the TAT, the outsourced company, and the translators cooperated in producing the brochures. The findings of my function focus revealed the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the translations. In addition, it provided me with factors which govern the translated text. I conducted a text-based, structured interview via email with the TAT official and then a follow-up online audio interview with the same TAT official. I also conducted a semi-structured audio interview with the project producer. The investigation of product-process and function enabled me to triangulate research evidence between the translated texts and interviews in order to identify the interrelationship between the TAT, the project producer, the translators and the translated text.

In this chapter, Chapter 3 Product-Oriented DTS presents my findings and then situates these findings within the literature. For product focus, I examined the translation procedures of the Thai CSIs at the word level. I conducted a comparative textual analysis of the Thai ST and the English TT segments containing the CSIs. My comparative textual analysis of the CSIs also uncovered the semantic shift caused by the translation procedures. Chapter 3 gives answers and discussion to the following research questions:

1. What were the translation procedures at the word level undertaken by the translators of the CBT brochures when translating the Thai CSIs into English?
2. What semantic shifts are in evidence between the Thai STs and the English TTs?

I present my findings in this chapter in different formats, which I will now explain as follows:

1. I present the frequency of each category of Thai CSIs related to Thai culture in art, belief, building, clothes, custom, food, gesture, leisure, musical instruments, political and religious administration, tools, vehicle, and work.

2. I demonstrate the frequency of each translation procedure from most frequent to least frequent. I also provide the Thai ST and English TT segments containing the CSIs to illustrate each translation procedure. The examples of the ST-TT segment illustrate only one Thai CSI. I also give my English translation version to the Thai ST segments. My English translation is not an alternative version but aims to facilitate non-Thai audiences' understanding. In my translation, I will borrow the Thai CSIs by using transliteration in Roman characters, and the transliteration will be added with descriptions. The CSIs in Thai ST segments, English TT segments, and my translation are in bold and underlined.

3. I discuss my findings and then situate these findings within the literature. My initial step in the investigation of product-oriented DTS was to extract and classify the culture-specific items (CSIs) from Thai CBT brochures. Throughout my study, I have adopted the term culture-specific item (CSI) Aixelá (1996) to refer to words that represent and are related to Thai culture. I present the CSI taxonomy and classification and definition of each CSI in the next paragraph.

Culture-Specific-Items (CSIs) in the CBT Brochures

To restate, the term 'culture-specific items' (CSIs) (Aixelá, 1996) refers to items restricted to the source culture that do not have a universal concept and have no exact translation

elsewhere. The CSIs in my study represent Thai culture and were selected from seven CBT brochures. My findings show that there were 142 CSIs across the seven CBT brochures. I classified them into 13 categories. Each category of CSIs in my study, including their definitions and examples, is presented alphabetically as follows:

1. Art

There are 14 CSIs related to art across all seven brochures. In my study, 'art' refers to Thai-style motifs found on Buddha figures, paintings, traditional ceramic bowls, carving, craftwork, and sculpture. For example, the Thai CSI 'รังแตน' (Rangtaen) in the Ban Bang Phlap CBT brochure refers to papaya strips which represent a Thai weaving technique. The Thai CSI 'เบญจรงค์' (Bencharong: five-coloured ceramics) represents traditional Thai earthenware. The statues of Buddha are also categorised as Thai art. For instance, the Thai CSI 'องค์พระทอง' (Ongphrathong) from the Klong Daen CBT brochure refers to a golden Buddha statue. The list of CSIs representing art in the Thai ST and their English translation are illustrated in Appendix 12.

2. Belief

My analysis uncovered 7 CSIs related to belief. In my study, 'belief' refers to an acceptance of Buddhism, animism, superstition or black magic. For example, the Thai CSI 'ธรรมะ' (Dhamma) in the Ban Chiang CBT brochure refers to the Buddha's teaching regarding rules, regulations, morals and ethics for monastic life and laymen. The Thai CSI 'ไสยศาสตร์' (Saiyasart) in Ko Klang CBT brochure means black magic, the belief in animism and

supernatural power. The Thai CSI ‘ฤกษ์ยาม’ (Lerkyam) in the Ban Chiang CBT brochure refers to the belief in astrology, which influences auspicious dates and times. The list of CSIs representing the belief in Thai ST and their English translation is illustrated in Appendix 12.

3. Building

My study uncovered 11 CSIs related to building. In my study, ‘building’ refers to a house, monastic residence and structure in Thai architecture. For instance, the Thai CSI ‘ใต้ถุน’ (Taithun) in the Ban Chiang CBT brochure refers to the space under an elevated house on high pillars. The Thai CSI ‘อุโบสถ’ (Ubosot) in Ban Huai Raeng refers to a building in the monastic area of a temple designed for Buddhist ceremonies. Finally, the Thai CSI ‘วิสุงคามสีมา’ (Wisungkhamasrima) in the Don Ki Di CBT brochure refers to a piece of land that the Thai king grants to build an Ubosot (ordination hall) in a monastery. The list of CSIs representing buildings in Thai ST and their English translation is illustrated in Appendix 12.

4. Clothes

My study uncovered 12 CSIs related to clothes. In my study, ‘clothes’ represent a shirt, trousers, a hat, a skirt, and a sash, including the woven pattern and colour. For example, the Thai CSI ‘ยกดอก’ (Yokdok) in the Ban Na Ton Chan CBT brochure refers to a woven pattern with specific dyed yarns with a bas-relief weaving technique for a Thai ankle-length tube-wrapped skirt. The Thai CSI ‘ผ้าถุง’ (Phathung) in Ban Na Ton Chan CBT brochure is an ankle-length tube-wrapped female skirt with different patterns at the bottom of the skirt.

The Thai CSI ‘ลายขิด’ (Lai Khit) in the Ban Na Ton Chan CBT brochure represents the bas-relief weaving technique. The list of CSIs representing clothes in Thai ST and their English translation are in Appendix 12.

5. Custom and Ritual

My study reveals that there are 22 CSIs related to custom and ritual. ‘Custom and ritual’ are actions relating to local historical events and religious ceremonies. For example, the Thai CSI ‘เลี้ยงผีบรรพบุรุษ’ (Liangphi Banphaburut) in the Ban Chiang CBT brochure refers to a ritual carried out by a family member to show respect to their late ancestors. The Thai CSI ‘บุญพระเวส’ (Bunphrawet) in Ban Chiang CBT brochure is a Buddhist custom when people go to the temple to listen to the stories of the previous lives of the Buddha. The Thai CSI ‘สงกรานต์’ (Songkran) in the Don Kai Di CBT brochure represents a traditional Thai New Year celebration between 12-15 April. The list of CSIs representing customs and rituals in Thai ST and their English translation is illustrated in Appendix 12.

6. Tools

My study demonstrates that there are 16 CSIs related to tools. In my study, ‘tools’ refers to utensils for daily life activities, catching fish, shrimps and crabs, digging for clams, harvesting, weaving, storing and carrying things. For example, the Thai CSI ‘กระติบข้าว’ (Khratipkhao) in the Ban Chiang CBT brochure is a sticky rice container made from weaving palm leaves. It is used to keep the rice warm while eating. The Thai CSI ‘สะดุ้ง’ (Sadung) in the

Ban Chiang CBT brochure is a square-shaped fishnet with a long handle. The list of CSIs, which are tools in Thai ST and their English translation, is illustrated in Appendix 12.

7. Foods

My study shows that there are 20 CSIs related to foods. In my study, 'foods' represent each community's local and unique specialities, such as dishes, drinks, desserts and traditional medicine. For example, the word 'ข้าวเป็ญ' (Khao Poep) in the Ban Na Ton Chan CBT brochure is about steamed stuffed noodle sheets with pork and vegetables. The Thai CSI 'เหล้าขาว' (Laokhao) in Ban Bang Phlap CBT brochure is a homemade rice rum with a clear colour. The Thai CSI 'ยามแผนโบราณ' (Yaphaenboran) in the Klong Daen CBT brochure is a traditional herbal medicine made from a variety of local herbs. The list of CSIs representing foods in Thai ST and their English translation is illustrated in Appendix 12.

8. Gesture

This is only one CSI related to Thai gesture. In my study, the 'gesture' of 'กราบไหว้' (Krap Wai) in the Ban Bang Phlap CBT brochure means an action or manner that signifies formal greeting, goodbye, respect, thank you; politeness; apology; and paying homage to the statue of Buddha. For example, the Thai CSI 'กราบไหว้' (Krap Wai) can be a gesture to signify paying respect or paying homage to a Buddha image. The CSI 'กราบไหว้' (Krap Wai) in Thai ST and their English translation are illustrated in Appendix 12.

9. Leisure

There are seven CSIs related to leisure. Leisure, in my study, means local entertainment for children and adults. In my study, leisure refers to toys and entertainment for events such as religious celebrations, weddings or funerals. For example, the Thai CSI ‘รองเง็ง’ (Rong-Ngang) in Ko Klang CBT brochure is a Thai-Muslim entertainment consisting of dancing and singing performance of male and female groups. The Thai CSI ‘งูกินหาง’ (Ngukinhang) in the Ban Na Ton Chan CBT brochure refers to a chasing game for children in which the players form a line like a snake. The Thai CSI ‘รามโนราห์’ (Rammanora) in the Klong Daen CBT brochure is a traditional dance in the southern part of Thailand. The list of CSIs representing leisure in Thai ST and their English translation is illustrated in Appendix 12.

10. Musical instruments

My study shows three CSIs related to musical instruments played for celebrations, weddings, funerals and religious events. For example, the Thai CSI ‘ซอฮู้’ (So-Ou) in the Ban Na Ton Chan CBT brochure is a Thai bowed stringed instrument with a low pitch. On the other hand, the Thai CSI ‘ซอด้วง’ (So-Duang) in Ban Na Ton Chan CBT brochure refers to a Thai bowed two-stringed instrument with a high pitch. Finally, the Thai CSI ‘โพนฟ้าลั่น’ (Phonfalan) in the Klong Daen CBT brochure refers to a large Thai drum. The list of CSIs which represent musical instruments in the Thai ST and their English translation is illustrated in Appendix 12.

11. Political and Religious Administration

There are 19 Thai ST CSIs related to political and religious administration referring to organisations, titles, rank and decentralised government systems. For example, the Thai ST

CSI ‘แขวง’ (Khwaeng) seen in the address of the TAT in every CBT brochure refers to an administrative subdivision in metropolitan Bangkok. The Thai CSI ‘เจ้าหมื่น’ (Chao Muen) in the Ban Na Ton Chan CBT brochure is one of the high ranks of a warrior in the past. The Thai CSI ‘เจ้าอาวาส’ (Chaoawat) in the Klong Daen CBT brochure refers to a Buddhist monk who is nominated to be the head of a Thai temple. The list of CSIs representing political and religious administration in the Thai ST and their English translation is illustrated in Appendix 12.

12. Vehicle

The study displays that there are four CSIs related to vehicles. Vehicle in my study refers to a boat and a motorcycle with a sidecar. The boat and the motorcycle with a sidecar are served to transport people and goods. For example, the Thai CSI ‘รถสามล้อพ่วงข้าง’ (Rotsamlor Phuangkhang) in Ko Klang refers to a motorcycle attached to a sidecar. The Thai CSI ‘เรือหัวโทง’ (Ruea Hua Thong) in the Ko Klang CBT brochure is a fishing and transport boat with a high prow. The Thai CSI ‘เรือผีหลอก’ (Ruea Phi Lok) in the Ko Klang CBT brochure refers to a fishing boat with a whiteboard attached to one side of the boat. This boat is only used to go fishing at night. The list of CSIs representing the vehicle in Thai ST and their English translation are illustrated in Appendix 12.

13. Work

There are six CSIs related to work representing an activity the local people do for a living, such as trapping fish, shrimps, crabs and clam digging. For example, the Thai CSI ‘ตัก

หอย' (Sak Hoi) in the Ko Klang CBT brochure means using a long stick to poke and dig for clams on the beach. The Thai CSI 'ยอ' (Yor) in the Klong Daen CBT brochure is a fishnet on a bamboo frame with a long handle. The Thai CSI 'ดักปลา' (Dakpa) in the Klong Daen CBT brochure refers to people using local tools to catch fish. The list of CSIs which represents work in Thai ST and their English translation is illustrated in Appendix 12.

I present the frequency of each CSI category from high to low in a chart as follows:

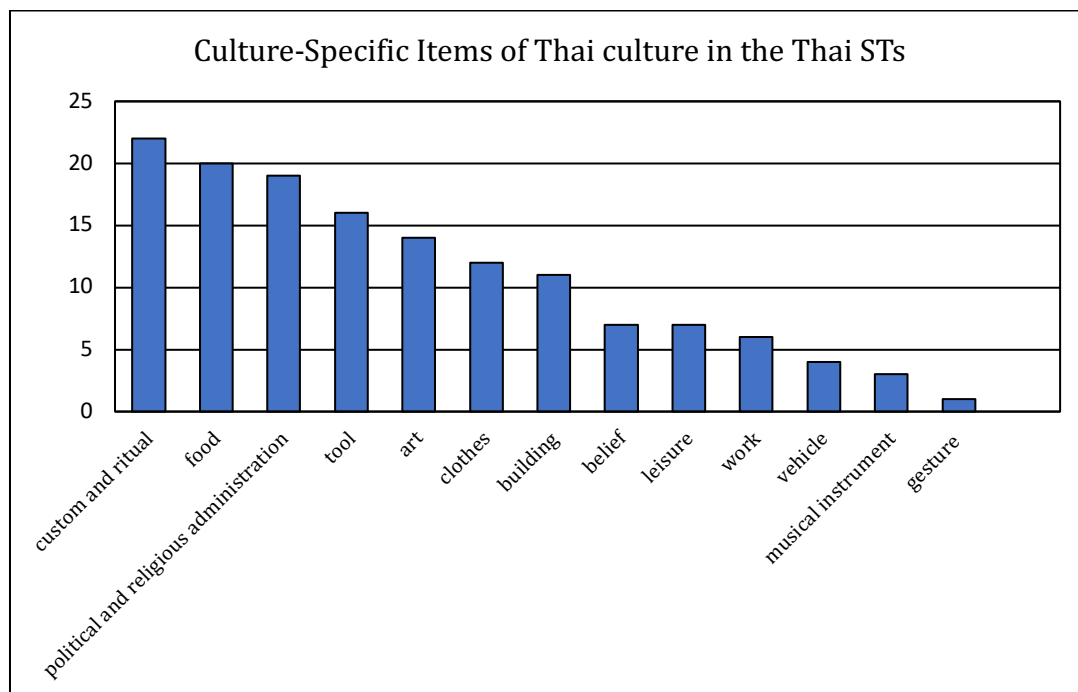


Figure 9. The frequency of each CSI category was extracted from Thai STs.

What stands out in the bar graph is there are 22 CSIs which represent custom and ritual. The findings of my study show that custom and ritual have the highest frequency among the other types of CSIs, followed by food with 20, political and religious administration with 19, tools with 16, arts with 14, clothes with 12, building with 11, belief

with 7, leisure with 7, work with 6, vehicle with 4, musical instruments with 3 and gesture with 1, respectively. My comparative textual analysis of the Thai ST and English TT segments aims to identify the translation procedures the translators undertake to translate the CSIs. Secondly, it aims to scrutinise the semantic shift of the CSIs between the Thai ST and the English TT caused by the translation procedures.

The translation procedures and the semantic shift are discussed with selected examples of each translation procedure. The CSIs that were not discussed in Chapter 3 are presented in the Appendix 12. The Thai ST and English TT segments containing CSIs are presented, and my English translation of the Thai segment are used to show the translation without omission. Finally, I translate the CSIs by using transliteration with additional information.

Comparative Textual Analysis

The CSIs in the CBT brochures are restricted to Thai culture, and therefore, they have no complete equivalence in the English TT. To solve the problem of non-equivalence, the translators intervened in the Thai STs by using translation procedures. My first research question aims to identify the translation procedures the translators employed to translate Thai CSIs into English TT. Based on my comparative textual analysis results in this study, the translators applied six main types of translation procedures. I present the translation procedures that the CBT translators used from the most frequent to the least frequent as follows:

- 1) omission,
- 2) rewriting,
- 3) borrowing,

- 4) generalisation,
- 5) addition, and
- 6) literal translation.

Mostly, one translation procedure was used to translate one CSI. However, when I compared and analysed the Thai ST-English TT segments, I also found that the CBT translators sometimes combined translation procedures. In this study, the combination of translation procedures is called 'couplets'. Newmark (1988, p. 31) coined the term 'couplets' occurring when a translator combines more than one translation procedure to translate one CSI. When one translation procedure cannot provide enough information, translators combine translation procedures. Couplets can give more detailed, informative and explicit meaning to CSIs which do not exist in the TL culture (Newmark, 1988, pp. 81, 83-84). Couplets can give more descriptive detail when one translation procedure is insufficient to explain the ST meaning (Newmark, 1988, pp. 91, 104).

In order to give more information to the Thai CSIs, the CBT translators applied five types of couplets. My findings are as follows:

- 1) generalisation+addition,
- 2) borrowing+generalisation+addition,
- 3) borrowing+addition,
- 4) borrowing+generalisation, and
- 5) literal translation+addition.

There are five types of combination of translation procedures that the translator applied to translate the Thai CSIs. As mentioned, mostly one procedure was used. I will

present the frequency of each translation procedure from high to low, including the couplets in the bar graph as follows:

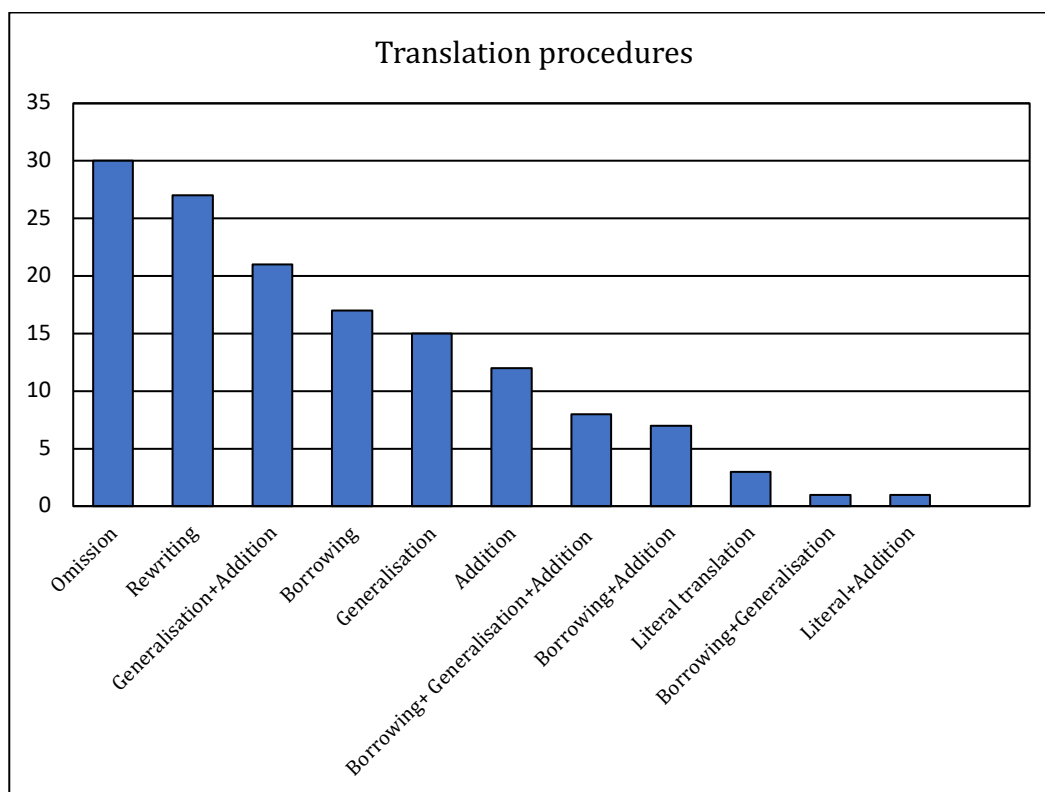


Figure 10. The translation procedures employed by the CBT translators.

The figure above illustrates the frequency of the translation procedures and couplets applied by the CBT translators to translate 142 CSIs. According to the bar graph, 30 CSIs were omitted, 27 CSIs were rewritten, and 21 CSIs were translated by using couplet: generalisation+ addition. In addition, 17 CSIs were translated by borrowing, 15 CSIs were translated by employing generalisation, and 12 CSIs were translated by using addition. Furthermore, 8 CSIs were translated using couplets: borrowing+ generalisation+ addition, followed by 7 CSIs translated by the couplet: borrowing+ addition, 3 CSIs translated literally, and 1 CSI translated by the couplet: borrowing+generalisation, and 1 CSI was translated by using couplet: literal translation+ addition. In my study, I did not include couplets in the

count for the individual procedures. I counted the individual procedures separately from couplets. For example, when generalisation is used in conjunction with addition. This was counted as one couplet, generalisation + addition. Further, when the translators combined borrowing with generalisation, this is a couplet 2: borrowing + generalisation. I did not count individual procedures found again in the couplets. My comparative textual analysis provides the answers to research questions as follows:

1. What were the translation procedures undertaken by the translators to translate the CSI at the word level?;
2. What is the semantic shift of the CSIs between the Thai ST and the English TT?.

The translation procedures are discussed in detail in the following paragraphs. The semantic shifts will also be discussed along with each translation procedure. The discussion of translation procedures is divided into two parts. The first part presents and discusses individual translation procedures and the second part presents and discusses couplets.

3.1 Omission

In this study, 'omission' is a translation procedure decision that leaves out a ST linguistic item in the TT. In other words, a CSI in the Thai text is omitted from the English target text. 'Omission' is the most frequent procedure adopted by the CBT translators. The translators omitted 30 Thai CSIs in the English TTs across all seven CBT brochures. The frequency of each CSI category that was omitted is seen as follows:

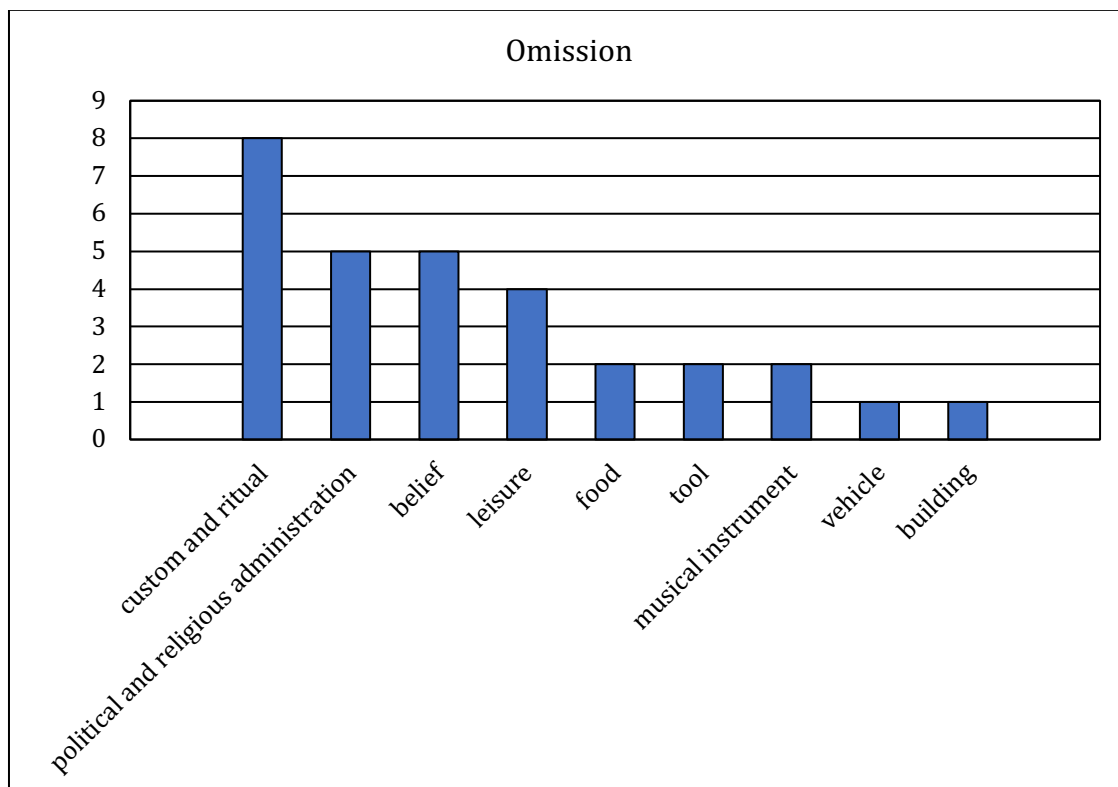


Figure 11. The Thai CSIs translated by using omission.

The bar graph above demonstrates that nine categories of CSIs were omitted in the CBT brochures. The CSIs referencing custom and ritual, political and religious administration, belief, leisure, food, tools, musical instruments, vehicles and buildings were omitted. I demonstrate an example of omission. In the example, I present Thai ST-English TT segments. This example illustrates omission of one CSI in the English TT segments. I have provided my translation of the Thai ST segment, aimed at showing translation of the original Thai texts. My translation is not another alternative translation of the Thai segment but shows translation without omission. In my translation, the Thai CSIs were borrowed by transliteration with additional information in order to provide general information. The example of CSI was underlined and in bold font in order to be noticeable. I explain the

meaning of the Thai CSIs in the examples. Some examples of omitted CSIs are discussed and the rest of them can be seen in Appendix 12. In the English TT segment, the CSIs disappeared because they were omitted by the CBT translators. The examples of omission are illustrated as follows:

<p>Thai ST from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>เดือนยี่ บุญคุณลานเป็นการทำบุญขวัญข้าว หลังเก็บเกี่ยวเดือนสาม บุญข้าวจีชาวบ้านจะทำข้าวจีไปถวายพระ และฟังเทศน์ เดือนสี่ บุญพะเหวดหรือบุญพระเวส มีกิจกรรมการฟัง<u>เทศน์มหาชาติ</u> เดือนห้าทำบุญสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งวิถีแบบดั้งเดิมนี้อย่างคงปรากฏอยู่ในชีวิตของชาวไทพวนบ้านเชียงจวบจนถึงปัจจุบัน</p>
<p>English TT from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>The second lunar month is for the celebration of the coming rice harvest, followed by merit-making in the third lunar month when people make grilled sticky rice to offer to monks at the temple and attend sermons.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>The second lunar month, Bunkoonlan, is a merit-making for the rice deity after the harvest. In the third month, the Bunkaochi people will make sticky grilled rice to offer to the monks and listen to sermons. The fourth month is Bunphawet. This month, Thai Buddhists visit the local temple to listen to <u>Thetmahachart, the stories of the Prince Vessantara (Buddha-to-be in the previous births)</u>. Finally, the fifth month is Songkran merit-making. These traditional ceremonies are part of the way of life of the minority people called Tai Phuan in Ban Chiang village.</p>

Figure 12. Translation by using omission.

My findings show that the translator omitted the CSI 'เทศน์มหาชาติ' (Thetmahachart) in the English TT segment, whereas this CSI was presented in the Thai ST segment. When the CBT translator omitted the CSI 'เทศน์มหาชาติ' (Thetmahachart), it does not cause a meaning shift because the translator did not translate it. Although the CSI 'เทศน์มหาชาติ' (Thetmahachart) was introduced in the Thai ST segment, its meaning is implicit because it does not have any extra information. This CSI has a specific meaning because it is related to Buddhism. This CSI does not have extra information in the Thai ST segment because the Thai Buddhist readership understands it. The CSI 'เทศน์มหาชาติ' (Thetmahachart) refers to the stories of the Prince Vessantara (Buddha-to-be in the previous births) and is omitted in the English TT. The CSI 'เทศน์มหาชาติ' (Thetmahachart) originates from Theravada Buddhism and relates stories of the Prince Vessantara (Buddha-to-be in the previous births). These stories are included in the second main division of the Pali Canon Sutta Pitaka (Jory, 2002; Praprom Kunakhorn, 2003, p. 354; Royal Society of Thailand, 2020). The Sutta Pitaka includes discourses of the Buddha and other leading Buddhists regarding Buddhist belief (Princeton University Press, 2013; Walsh, 2016). The stories illustrate generosity and selflessness, which overcome egoism and self-centredness (Dehejia, 1990; British Library, 2019, pp. 25, 53). The stories of Buddha-to-be are composed of thirteen episodes relating to the stories of previous lives. The stories are in prose and poetic form, containing expressions and idioms that are solely narrated and read by monks. The idioms and expressions of the stories can vary within Thailand, but the content of the stories remains similar. Some fervent Thai

Buddhists are known to attend local temples to listen to all thirteen episodes, an event that lasts eight hours. According to Buddhist belief, those who listen to the entire thirteen episodes of the Vessantara Jataka will be born in the era of the future Buddha called Ariya Metteyya (Valérie, 2009; Khantisaro, 2018). The second example of omission is presented as follows:

<p>Thai ST in Ko Klang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>หากเอ่ยถึงเกาะกลางต้องเอ่ยถึงเขาขนาบน้ำที่อยู่คู่ประวัติศาสตร์เกาะกลางและจังหวัดกระบี่มาช้านาน นั้งเรือจากเกาะกลาง ๑๕ นาที ก็จะได้พบกับเขาขนาบน้ำลักษณะเป็นภูเขาหินปูนสองลูกสูงตั้งเด่นขนาบทะเล คนเก่าคนแก่บอกเล่าปากต่อปากว่า สมัยก่อนคนที่มีความเชื่อทางไสยศาสตร์ เช่นครูหนังตะลุง ครูโนราห์และครูรองเง็งจะมาทำพิธีกันที่นี่เพราะเป็นที่ศักดิ์สิทธิ์</p>
<p>English TT in Ko Klang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>The island is named Ko Klang. The locals are mostly Muslims and care for each other in accordance with Muslim beliefs. Surrounded by rich natural resources in the sea and mangrove forests, the residents mostly work in coastal fisheries, breed fish in enclosures, and grow rice for household consumption and sale to neighbours.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>Apart from Ko Klang Island, Khao Khanap Nam is located in Krabi province, like Ko Klang Island. It is a 15-minute journey by boat from Ko Klang Island to visit Khao Khanap Nam, two limestone mountains located alongside the sea. Based on oral tradition, Khao Khanap Nam is considered a holy place. That is why people who believed in Saiyasart (black magic) in the past, such as a master of shadow play, a master of traditional dance (Norah) or a master of local performance and leisure (Rong Ngang), came to Khao Khanap Nam to carry out their rites.</p>

Figure 13. Translation by using omission.

The Thai ST segment introduced the word ‘ไสยศาสตร์’ (Saiyasart) and related information, whereas this word and its related information were omitted in the English TT segment. The word ‘ไสยศาสตร์’ (Saiyasart) refers to black magic regarding belief in animism, superstition, supernatural power, magic and miracles. Some Thai audiences still believe in ‘ไสยศาสตร์’ (Saiyasart). However, according to Buddhism, ‘ไสยศาสตร์’ (Saiyasart) is not connected to Buddhist philosophy. The third example which shows omission of Thai CSI in the English TT is as follows:

<p>Thai ST in Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>คุณตามีฝีมือในงานไม้ ทั้งแกะไม้เป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ และยังมีความสามารถประดิษฐ์เครื่องดนตรีไทย เช่น ซออู้¹ ซอด้วง² ได้ด้วย</p>
<p>English TT in Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Now, in his late 80s, he uses his woodworking skills to produce carved animals.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>The grandpa is skilful in woodcarving animals, and he can also make Thai musical instruments, such as <u>Sor-Ou (a low-pitch bowed stringed instrument) and Sor-Duang (a high-pitch bowed stringed instrument).</u></p>

Figure 14. Translation by using omission.

The previous Thai ST segment introduces two Thai musical instruments, ‘ซอด้วง’¹ (Sor-ou) and ‘ซอด้วง’² (Sor-Duang) but these two words were omitted in the English TT segment. The word ‘ซอด้วง’¹ (Sor-ou) refers to a low-pitch bowed two-stringed instrument with the body made of half a coconut shell. In addition, the word ‘ซอด้วง’² is a high pitch bowed two-stringed instrument with the body made of bamboo shoot. These Thai musical instruments were omitted in English TT.

Although there is a difference of opinion in the literature, there is some agreement that translators use omission because the ST does not have complete linguistic, semantic or pragmatic equivalence in the TT (Baker, 2018, p. 200; Hatim and Munday, 2019, p. 347). Subsequently, translators deliberately omitted problematic ST. In addition, omission can be a form of censorship when cultural and political contexts are different between the source and target culture (Munday, 2009b). Omission can be adopted in a translation when an ST contains information unsuitable for political and religious reasons in a target culture (Munday, 2009b). Omission is used when religious content and authority were presented in Somerset Maugham’s work during communism in Romania (Păcleanu, 2013). The translated text in Romanian removed “the notion of political canvass or using material resources to obtain important social and leadership positions, characteristics of non-communist-like ideology” (Păcleanu, 2013). In addition, religion was removed from the Romanian translation because it was incompatible with communist ideology. Communism’s key concept in religion is “the stage of historical development which makes all existing religions superfluous and brings about their

disappearance” (Pâcleanu, 2013). Subsequently, omission as a form of censorship is found in political and religious translation.

It can be seen that omission is adopted in different circumstances depending on the context. It is acknowledged that omission can be problematic as there is always a loss of meaning in a TT. One criticism of omission is made by Vázquez-Ayora (cited in Pym, 2010, pp. 51, 52), who argues that a translator may lack knowledge of what be omitted and how much it needs to be omitted. Moreover, omission may cause important messages to be lost. Omission found in tourist brochures and the subsequent loss of information can result in misunderstandings and an information gap (Terestyényi, 2011; Muñoz, 2012). Similarly, Zhang (2012) and Turzynski-Azimi (2020) state that although omission is practical to avoid excessive CSIs in translation, there is a cultural loss in communication for the TT readership by using omission. Another downside of omission is it deletes exoticism which is essential to tourism marketing. When CSIs are omitted, the local culture and exoticism of a source language are reduced in the TT (Cesiri, 2016; Min-Hsiu, 2018). Generally speaking, omission of CSIs in tourist brochures results in the deletion of the tourist places' customs, identity and cultural specificity.

However, omission also has benefits for translation. Some scholars advise translators to use omission to avoid superfluous elements and repetition in an ST to make a TT coherent, concise and smooth (Bassnett, 2002, pp. 42–43; Hervey and Higgins, 2002, p. 275). Even if some ST elements are omitted, a TT can be understandable, assumed and implied (Munday, 2009b, p. 240). Although omission is not acceptable for Vázquez-Ayora, in contrast, Bassnett (2002, pp. 64-69) and Hervey and Higgins (2002, p. 211) have challenged some of Vázquez-Ayora's conclusions, arguing that omission is sometimes necessary to avoid

obscure, implicit and irrelevant messages of the ST. Similarly, Pym (2010, pp. 51, 52) states that some texts have the liberty to be adjusted, such as brochures or web pages for the new audiences of the TT. In the context of tourism, religious terms are omitted in tourist text because religious terms may be unnecessary or irrelevant for tourism advertising (Neshkovska and Kitanovska-Kimovska, 2018). Neshkovska and Kitanovska-Kimovska state that an overload of religious information in tourist brochures may reduce the text function from persuasion to description. In addition, Alves (1997), Molina and Hurtado Albir (2002) and Wang (2017) hold the view that omission in tourist brochures avoids redundant information which may have been included previously. Consequently, omission of redundant information ensures that there is no excessive or overloading of information for a TT audience.

3.2 Rewriting

Based on my comparative textual analysis results, the second most frequent procedure used to translate the Thai ST CSIs into the English TT was rewriting. There were 24 CSIs rewritten, nine CSIs of food, followed by work, custom and ritual, clothes, tools, art, gesture and vehicle, respectively. The results of rewriting in this study are presented as follows:

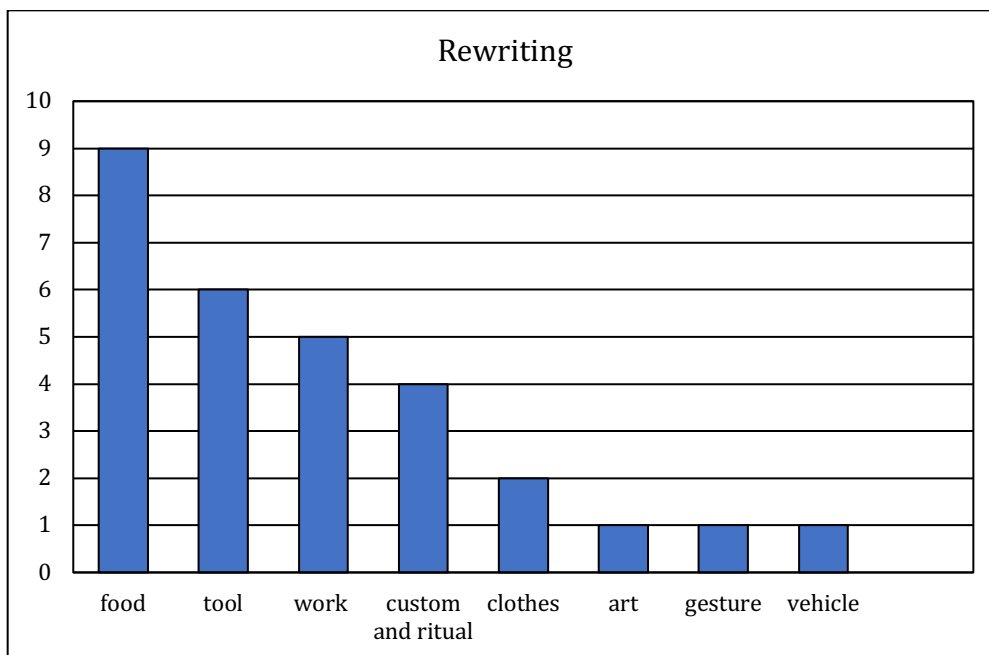


Figure 15. The frequency of each CSI category regarding rewriting.

The frequency of rewriting reports that the CSIs from food, tool, work, custom and ritual, clothes, art, gesture and vehicle were rewritten. From my findings, the translators used four types of rewriting as follows:

1. Rewriting by using the words with related meaning
2. Rewriting by using the words with unrelated meaning
3. Rewriting two or more CSIs with one general meaning
4. Rewriting by toning down the language

In the following paragraph, I present rewriting procedure when the CBT translators rewrote the Thai CSIs. In the examples, I show the Thai ST-English TT segments. The examples illustrate four types of rewriting of the Thai CSI in the English TT segments. The examples of the rewriting CSIs by using the words with related meaning are illustrated as follows:

<p>Thai ST from Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>ฤดูเก็บเกี่ยวลองกอง มังคุด ทูเรียน จะสาน “<u>เข่งผิว</u>” ซึ่งใช้ผิวเปลือกนอกของปล้องไผ่เพราะมีความทนทานกว่าไผ่ไส้ของหนัก ส่วนฤดูเก็บเกี่ยวกะหล่ำปลี ละมุด จะสาน “เข่งลาย” ที่ใช้ทั้งผิวและเนื้อในของปล้องไผ่ สำหรับบรรจุของที่มึ่น้ำหนักเบา</p>
<p>English TT from Ban NA Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)</p> <p><u>Outer bamboo skin</u> is used because of its durability for heavy fruits; such as, mangosteen and durian, while mixed skin and pulp baskets are woven for the harvest of vegetables, like cabbages, and more delicate fruits; such as, sapodilla.</p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p><u>Kheng Phiew (a woven basket with a green outer layer of bamboo strips)</u> is stronger than the one woven with an underneath layer and is suitable to carry heavyweight fruits such as mangosteens and durians. During the harvest, another type of basket weaving with mixed outer and underneath bamboo strips is used to carry lightweight objects such as lettuces and sapodilla.</p>

Figure 16. Rewriting by using related meaning.

My findings show that the translator rewrote the CSI ‘เข่งผิว’ (Kheng Phiew) using the related meaning ‘Outer bamboo skin’ in the English TT segment. Rewriting using related meaning shifts from implicit and specific to explicit and general. The CSI ‘เข่งผิว’ (Kheng Phiew) is implicit in the Thai ST because it does not have any extra information about its specific feature. The translator assumed that the Thai readership knew it, whereas this CSI was translated for the English TT audience. This example of rewriting with related meaning illustrates that the word ‘เข่งผิว’ (Kheng Phiew: a woven basket with the green

outer layer of bamboo strips) was rewritten into ‘outer bamboo skin’. The noun phrase ‘outer bamboo skin’ refers to the material, whereas the Thai ST CSI refers to a basket made of this material. Another example of rewriting by using related meaning is presented as follows:

<p>Thai ST in Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>หรือจะนั่งเรือหางยาวล่องชมธรรมชาติ สถาปัตยกรรมบ้านเรือนริมสองฝั่งคลอง หรือวิถีประมง พื้นบ้าน เช่น การยกยอ ดักปลา ดักกุ้ง เป็นต้น</p>
<p>English TT in Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Cruise along the canals in natural surroundings observing the houses on both banks and the traditional fishing techniques; such as, setting traps and stakes for fish and prawns.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>Sightseeing on Ruea Hang Yao (a long tail boat) is offered to enjoy natural sights and residential architecture along the canals, including traditional fishing, such as fishnet lifting, fish trapping and prawn trapping.</p>

Figure 17. Rewriting by using related meaning.

The translation procedure used to translate the words ‘เรือหางยาว’ (Ruea Hang Yao) is a noun and it was rewritten by replacing the verb ‘cruise’ in the English TT. The verb ‘cruise’ refers to sailing around for pleasure (Cambridge English Dictionary, 2020), which can provide relevant meaning to the noun ‘เรือหางยาว’ (Ruea Hang Yao: long tail boat). The

CSI ‘เรือหางยาว’ (Ruea Hang Yao) refers to a boat with a long rudder at the back of the boat.

The word ‘เรือหางยาว’ (boat with long rudder) was rewritten with the verb ‘cruise’ in the English TT in order to signify sightseeing on the boat.

The second type of rewriting occurred when the CBT translators translated one CSI by providing an unrelated meaning to the original CSI from the Thai STs. The examples of rewriting the Thai CSIs with irrelevant meaning are demonstrated as follows:

<p>Thai ST from Ko Klang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>มาถึงเกาะกลางแล้วพลาดไม่ได้คือการพักโฮมสเตย์และทานอาหารท้องถิ่น อาหารที่เกาะกลางนั้นส่วนใหญ่เป็นอาหารมุสลิมผสมผสานกับวัตถุดิบที่ส่งตรงจากทะเล ไม่ว่าจะเป็น<u>หอยหวานต้มตะไคร้¹</u> <u>แกงกะทิหอยจืดแจ่ว²</u> <u>หอยรอกต้มกะทิ³</u> รับประทานคู่กับผักสดปลอดสารพิษที่ส่งตรงจากสวนครัวหลังบ้าน</p>
<p>English TT from Ko Klang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Having made it to Ko Klang, you should not miss the home-stay service and local delicacies. Food at Ko Klang is special - a combination of Southern and Muslim dishes, including <u>chicken and saffron rice¹</u>, <u>steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf²</u>, and <u>spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish³</u>, all made up of produce fresh from the sea and the garden beyond the backdoor.</p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p>The best thing to do in Ko Klang is to stay in a homestay and have local food. The local food is mainly traditional Muslim food combined with seafood. For example, <u>Hoy Wan Tom Takrai (a clear soup of Spotted Babylon sea snails with squashed</u></p>

lemongrass¹, (Kang Krathi Hoy Jubjang (a curry of horn shell sea snails with coconut milk)² and Hoy Rak Tom Krathi (a curry of Lingula sea snails with coconut milk)³. These foods are served with fresh organic vegetables from a home garden.

Figure 18. Rewriting by using words with unrelated meanings.

From the figure presented above, the translators rewrote three CSIs related to local dishes with another type of food in the English TT segments. The first local dish, ‘หอยหวานต้มตะไคร้’ Hoy Wan Tom Takrai: a clear soup of Spotted Babylon sea snails with squashed lemongrass was rewritten with ‘chicken and saffron rice’¹. The second local dish, ‘แกงกะทิหอยจืดแจ่ว’² Kang Krathi Hoy Jubjang: a curry of horn shell sea snails with coconut milk was rewritten with ‘steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf’². The third local dish, ‘หอยจากต้มกะทิ’³ (Hoy Rak Tom Krathi: a curry of Lingula sea snails with coconut milk was rewritten with ‘spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish’³. These local dishes were substituted with the food that does not appear in the Thai ST. The original dishes in the Thai ST were rewritten with the new types of food which do not represent the meaning of the original CSIs. Another example of rewriting by using unrelated words is presented as follows:

<p>Thai ST from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>มีอาหารและขนมพื้นบ้านที่ชาวคลองแดนร่วมกันอนุรักษ์มาจำหน่าย เช่น ปลาทอดทรงเครื่อง (สูตรโบราณ) แป้งแดง ขนมกอก ขนมจาก <u>ขนมลูกโดน</u>¹ ขนมโค <u>ขนมพิมพ์</u>² <u>ขนมป่าจี้</u>³ <u>ขนมค่อม</u>⁴ <u>ขนมเทียน</u>⁵ <u>ขนมดอกจำเจียก</u>⁶ เป็นต้น</p>
<p>English TT from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>On offer are various local foods and sweetmeats; such as, an old recipe for seasoned fried fish, red flour, Khanom Ko, Khanom Chak, Khanom Kho, <u>pressed banana, and grilled seasoned sticky rice</u>^{1,2,3,4,5,6}.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>There is a variety of traditional local desserts at the market, such as deep-fried fish with spices, fermented fish in red flour, glutinous rice pudding with peanut topping, grilled glutinous rice flour, <u>Khanom Lookdone (egg muffin)</u>¹, glutinous rice balls coated with shredded coconut, <u>(Khanom Pim (waffle)</u>², <u>Khanom Pumgee (coconut shredded in the sweet role)</u>³, <u>Khanom Khom (stuffed custard)</u>⁴, <u>Khanom Tian (coconut shredded in glutinous rice wrap)</u>⁵, <u>Khanom Doklamjiak (stuffed custard and stuffed glutinous role)</u>⁶.</p>

Figure 19. Rewriting by using unrelated meaning.

The six local desserts ‘ขนมลูกโดน’¹ (Khanom Lookdone: egg muffin), ‘ขนมพิมพ์’² (Khanom Pim: waffle), ‘ขนมป่าจี้’³ (Khanom Pumgee: coconut shredded in the sweet role), ‘ขนมค่อม’⁴ (Khanom Khom: stuffed custard), ‘ขนมเทียน’⁵ (Khanom Tian: coconut shredded in glutinous

rice wrap) and ‘ขนมดอกกล้าเจียก’⁶ (Khanom Doklamjiak: stuffed glutinous roll) were translated by rewriting with another type of dessert in the English TT as ‘pressed banana and grilled seasoned sticky rice’. The dessert ‘pressed banana and grilled seasoned sticky rice’ is not the same as these six types of desserts. The main ingredients of these six desserts are from flour, sugar, coconut milk and shredded coconut. Although they are not the same type of dessert, they were rewritten in the English TT as ‘pressed banana and grilled seasoned sticky rice’. This rewriting shows that ‘pressed banana and grilled seasoned sticky rice’ are not completely related to the main ingredients of these local desserts. As a result, rewriting by using ‘pressed banana and grilled seasoned sticky rice’ gives a new meaning which does not provide the related meaning to the original CSIs in the Thai ST.

A similar example of rewriting by using unrelated words can be seen as follows:

Thai ST from Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)

สีสันจากธรรมชาติ สีสันต่าง ๆ ที่เราเห็นบนผ้าหมักโคลน ล้วนแล้วแต่มาจากธรรมชาติ ที่หาได้ง่าย ใกล้บ้าน ใบมะม่วงสีเขียวแก่ ใบจันทน์สีเขียวอ่อน ใบสะเดาสีโอลีโรส ใบหูกวางสีเขียวครีม แก่นขนุนสีเหลือง เปลือกมังคุดสีม่วง เปลือกสะเดาสีกะปิ ลูกมะเกลือสีดำ ไม้เพกาสีเหลืองใบไผ่ ไม้ฝางแดงอมฟ้า

English TT from Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)

Various tones seen on the mud-soaked textile come from natural, easily accessible materials: mango leaf (deep green), Chan leaf (light green), Neem tree leaf (old rose), tropical Almond leaf (yellowish green), mangosteen rind (purple), Neem tree bark (**pale chocolate**), ebony tree fruit (black), Damocles tree wood (greenish yellow), Sappanwood (reddish).

My English translation of the Thai ST segment

A wide variety of different, natural colours seen in mud-soaked cloth is from local plants, such as dark green derived from mangoes leaves, light green from *Millettia brandisiana* Kurz leaves, old rose from Neem tree leaves, yellowish-green from tropical Almond leaves, yellow from jackfruit sapwood, purple from mangosteen rind, **Si Kapi** (**nude pink colour**) from Neem tree bark, black from ebony tree fruit, greenish-yellow from Damocles tree wood and dark red from Sappanwood.

Figure 20. Rewriting by using unrelated meaning.

The specific colour in Thai culture, ‘สีกะปิ’ (Si Kapi) was translated by rewriting with ‘pale chocolate’ in the English TT. The word ‘สี’ (Si) means colour and the word ‘กะปิ’ (Kapi) means shrimp paste, a Thai condiment made from salty fermented opossum shrimps and krill. Although this condiment is made of shrimp and krill, Thai people call it ‘กะปิ’ (Kapi) which means shrimp paste. Shrimp paste is widely used in Thai cuisine, particularly in hot curry, soup or spicy salad. Due to its pungent smell, some people loathe shrimp paste. The natural colour of shrimps and krill paste is normally light brown or earth tone colour. There is no exact word in English to refer to ‘กะปิ’ (Kapi: shrimp paste) and international readers are perhaps not familiar with ‘กะปิ’ (Kapi: shrimp paste). The translator translated the colour of ‘กะปิ’ (Kapi: shrimp paste) in the English TT to ‘pale chocolate’ in order to render a

similar colour to the original Thai word. However, the translation of the colour ‘กะปิ’ (Kapi: shrimp paste) with a noun phrase ‘pale chocolate’ may not be widely used in English because when talking about chocolate, most people recognise dark, white chocolate and milk chocolate. Next paragraph presents examples of rewriting two or more CSIs with one general meaning.

The third type of rewriting in my study is when the translators translate more than one CSI together with one general meaning in the English TTs. These CSIs have different meanings, but the translators translated them together with one general meaning by using a noun phrase. The examples of rewriting two or more CSIs with one general meaning are illustrated as follows:

Thai ST from Don Kai Di CBT brochure (Appendix 2)

วัดท่าไม้ได้รับพระราชทาน วิสุงคามสีมา (คือแผ่นดินที่ ประกาศตามพระบรมราชโองการที่พระเจ้าแผ่นดิน พระราชทานแก่สงฆ์) เมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๗ วัดท่าไม้ มีชื่อเสียงระดับประเทศ ด้วยการบอกเล่าปากต่อปากของผู้คนที่เลื่อมใสในความศักดิ์สิทธิ์ของเกจิอาจารย์ เป็นที่นิยมในการมาถือศีล¹ ปฏิบัติธรรม²และการทำพิธีกรรมต่างๆ อาทิ พิธีสวด تراหุ³ พิธีครอบครุบูรพาจารย์⁴ ตลอดจนพิธีตามวันสำคัญทางศาสนาต่างๆ

English TT from Don Kai Di CBT brochure (Appendix 2)

Wat Tha Mai is a famous Buddhist temple. It hosts **a variety of rites** for individuals and the local community.

My translation of the Thai ST segment

The King granted a piece of land on which Wat Tha Mai Wisungkhasrima was constructed in 1994 (according to Thai law, the monks need permission from the Thai king to construct a temple). Wat Tha Mai has a nationwide word-of-mouth reputation as a temple that houses sacred and holy monks. Many people come to Wat Tha Mai for **Thue Sin (vow to follow Buddhist precepts)**¹, **Patibat Tham (pray and meditate)**² and attend other rites such as **Phithi Suad Rahu (worshipping the Rahu deity)**³, **Phithi Khopkhru Buraphajarn (teacher's day ceremony)**⁴ and other national Buddhist ceremonies.

Figure 21. Rewriting two or more CSIs with one general meaning.

Four Thai CSIs ถือศีล¹ (Thue Sin) ปฏิบัติธรรม² (Patibat Tham) พิธีสวดราหู³ (Phithi Suad Rahu) and พิธีครอบครูบูรพาจารย์⁴ (Phithi Khopkhru Buraphajarn) were rewritten together with one noun phrase, 'a variety of rites' in the English TT segment. These four CSIs refer to different rituals and customs. Rewriting two or more Thai CSIs using a noun phrase causes meaning to shift from being implicit and specific to being explicit and general. These four CSIs do not have any extra information in the Thai ST segment. Their meaning is related to a Thai custom and ritual that has no exact translation in English. The first CSI ถือศีล¹ (Thue Sin) means following the Buddhist precepts. Monks follow two hundred and twenty-seven precepts, nuns eight precepts and laymen five precepts. Buddhist laymen observe five basic religious precepts: 1) refrain from killing, 2) refrain from stealing, 3) refrain from adultery, 4) refrain from telling lies, and 5) refrain from alcohol. The second CSI ปฏิบัติธรรม² (Patibat

Tham) refers to praying, chanting and meditating. The third CSI พิธีสวดราหู³ (Phithi Suad Rahu) is a worship of the Rahu deity and chanting to bring good luck. The fourth CSI พิธีครอบครูบูรพาจารย์⁴ (Phithi Khopkhru Buraphajarn) means teacher's day ceremony which aims to show respect to a teacher. These four different CSIs were rewritten with the noun phrase 'a variety of rites', which gives a general description for the English TT audience. This noun phrase does not describe a specific feature and distinction between them.

Another example of rewriting two or more CSIs with one general meaning is introduced as follows:

<p>Thai ST from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>เมื่อว่างเว้นจากการทำไร่ทำนา แทบทุกคร้วเรือนจะนั่งสานเครื่องใช้ไม่สอยไว้ใช้งาน เช่น สานแห สานสะดุ้ง สาน<u>ส้ม</u>¹ สาน<u>เข็ง</u>² สาน<u>ไซ</u>³ สาน<u>ข้อง</u>⁴ และเครื่องมือจับสัตว์น้ำชนิดต่าง ๆ</p>
<p>English TT from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>When free from the toils of working in the fields, orchards, or plantations, the people weave items for their use; such as nets, traps, <u>receptacles</u>^{1,2,3,4} and implements of various types.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>When locals are free from working in farms and paddy fields, most households weave items such as a fishing net, a square lifting fish net, <u>Sum (a bamboo coop)</u>¹, <u>Kheng (a bamboo sieve)</u>², <u>Sai (a bamboo cage)</u>³ and <u>Khong (a fish basket with a narrow top)</u>⁴ to catch water creatures.</p>

Figure 22. Rewriting two or more CSIs with one general meaning.

The word ‘ลุ่ม’¹ (Sum: bamboo coop), ‘เข่ง’² (Kheng: bamboo sieve), ‘ไซ’³ (Sai: bamboo cage) and ‘ข้อง’⁴ (Khong: a fish basket with narrow top) were translated by rewriting with a hyponym ‘receptacles’ in the English TT. This hyponym ‘receptacles’ can provide a brief and general meaning to these four original Thai CSIs. These Thai CSIs refer to woven items that are used to catch and trap fish and frogs in paddy fields and shallow water. The word ‘ลุ่ม’¹ (Sum) is a bamboo coop that locals employ to catch fish, whereas ‘เข่ง’² (Kheng) is a bamboo sieve used to catch minnows, a tiny freshwater fish. In addition, the word ‘ไซ’³ (Sai) refers to a bamboo cage that locals use to trap fish or water animals, whereas the word ‘ข้อง’⁴ (Khong) means a fish basket with a narrow top woven from bamboo strips that is used to keep fish, frogs or crabs. Although these CSIs are items used to catch and trap water animals, each of them is used in a unique way.

Finally, the fourth type of rewriting is rewriting by toning down the language.

<p>Thai ST from Ban Huai Raeng CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>บ้านวิถีริมคลอง</p> <p>โฮมสเตย์ที่เปิดให้เรียนรู้วิถีชีวิตริมคลอง ทั้งการ<u>แทงกุ้ง</u> และตกกุ้งก้ามกราม</p>
<p>English TT from Ban Huai Raeng CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Home of Canal Life</p>

<p>Here you can experience the lifestyle along the canal, including <u>collecting shrimps</u> and dropping bait for giant freshwater prawns.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>Living by a canal</p> <p>Homestays are located alongside a canal where visitors can participate in local activities like <u>jabbing prawns</u> and fishing for prawns.</p>

Figure 23. Rewriting by toning down the language.

The translation procedure of the Thai words ‘แทงกุ้ง’ (Tang Kung: jabbing prawns) is rewritten by using ‘collecting shrimps’. The word ‘แทง’ (Tang) means jab and ‘กุ้ง’ (Kung) is shrimps. This CSI ‘แทงกุ้ง’ (Tang Kung) refers to local work when villagers in Ban Huai Raeng catch prawns to cook and earn a living. This local way of life is a crucial feature of Ban Huai Raeng community. People use a sharp harpoon to jab freshwater prawns. This catching method was adopted to promote a tourist activity in order to allow visitors to experience traditional living. When a method of catching prawns ‘แทงกุ้ง’ (Tang Kung: jabbing prawns) was rewritten in the English TT to ‘collecting shrimps’, this rewriting tones down the language by removing the violence from this activity. The noun phrase ‘jabbing prawns’ in the original Thai ST was changed to ‘collecting shrimps’ instead. Another example of rewriting by toning down the language is displayed as follows:

<p>Thai ST from Ko Klang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>สังเกตได้ว่าคนเกาะกลางจะถูกปลุกฝั่งและมีชีวิตกับทะเลมาตั้งแต่อ่อนแต่ออก จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้คนจะมีอาชีพประมงชายฝั่ง คือการวางอวนปลา การทำโป๊ะน้ำตื้น การทำกระชังปลา การวางลอบปูและ<u>การสักหอย</u></p>
<p>English TT from Ko Klang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Most people, at some stage, work in coastal fisheries, setting fishing nets, building shallow water bamboo stake traps, breeding fish in cages, trapping crabs, and/or <u>collecting clams.</u></p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>Local people living in Ko Klang community are familiar with the sea. They make a living by catching fish with fish nets and shallow-water bamboo stake traps. They also breed fish, trap crabs and <u>Sak Hoi (poke a stick into the sand digging for clams).</u></p>

Figure 24. Rewriting by toning down the language.

The translation procedure of the Thai words ‘สักหอย’ (Sak Hoi) is rewritten by using ‘collecting clams’. The words ‘สักหอย’ (Sak Hoi) means poking a stick into the sand digging for clams. This CSI ‘สักหอย’ (Sak Hoi) refers to local work when villagers in Ko Klang community poking a stick into the sand during low tides in order to catch clams. This local way of life is a crucial feature was adopted to promote a tourist activity in order to allow visitors to experience traditional living. This rewriting tones down the language by removing the verb ‘poke and dig’ from this activity and they were rewritten in the English TT to ‘collecting clams’ instead.

Rewriting works beyond the scope of the original culture when the ST texts need to be rewritten for a new purpose and intended audience (Munday, 2016, pp. 200, 204). The ST and the TT readership are different, and the translated text may need to be rewritten to avoid cultural conflict (Munday, 2004, 2016, p. 200,204). Therefore, a translated text is rewritten for a target culture to serve new audiences' interests in a new context, and the translators' task is to mediate between the two contexts. It is important to remember that the tourist brochures are advertisements. Specifically, a translation of advertisements transcends a domestic market to a global market. The products and services are globalised to reach wider consumers, and a company needs to adjust communication strategies with this in mind. A problematic feature of advertising translation is when a translated text does not persuade the TT readers because the cultural context is not adjusted to a target culture or a target market (Smith and Klein-Braley, 1997; Munday, 2004). In addition, previous studies have shown that rewriting can make ST CSIs more descriptive and explicit for the TT audience. When CSIs in tourist brochures are implicit in an ST, they will be rewritten with more descriptive and informative explanations for foreigners (Muñoz, 2012; Zhang, 2012). For example, translators rewrote a tourist brochure from Latvian into English for foreigners. The tourist brochure was initially written for domestic Latvian tourists but was rewritten for international tourists. As a result, the tourist activities from the Latvian ST, such as berry picking, steam bathing and sunbathing, were rewritten to be bird watching, riding, swimming and fishing (Jettmarová, Piotrowska and Zauberga, 1997), Piotrowska and Zauberga (1997).

In addition, rewriting is a necessary procedure in the translation of tourist brochures due to the nature of advertising (Cappelli, 2007; Magablih, Abulhaiha and Saleh, 2010).

Advertisements are designed to persuade intended potential customers. Advertisement is translated for a new intended customer who may not share a similar culture. Rewriting tourist texts provides new information for TT audiences who do not know the ST culture. Therefore, source language in tourist texts is often rewritten for international English readers whose background is different from the ST audiences (Kelly, 1997; Kristensen, 2002). A source culture in tourist texts is sometimes rewritten in order to avoid misconceptions between the source and target cultures (Kelly, 1997; Kristensen, 2002).

Although rewriting is recommended for the translation of tourist brochures, some scholars criticise its impracticality. The major concern of rewriting is an ST and a TT do not have the same information due to a translator rewriting an ST (Smith and Klein-Braley, 1997). Further, another limitation of rewriting is that a translated text becomes more extended than an ST, which may not be practical for a tourist brochure with space limitations (Zhang, 2012; Min-Hsiu, 2018). Furthermore, rewriting CSIs reduces the exoticism of the source culture (Bastin, 2001, p. 6). The source culture's exoticism or foreignness and authenticity have a persuasive function in promoting tourism (Baker and Saldanha, 2009, pp. 41–42, 174). When the source culture is rewritten in the TT, specific features are lost and replaced by general information for the TT readership. If the exoticism and otherness in an ST disappear, a translated text may not appeal to a TT readership. Next paragraph I present the procedure borrowing.

3.3 Borrowing

My comparative textual analysis findings showed that borrowing was the fourth most frequent translation procedure. The term 'borrowing' throughout my study refers to the

transliteration of the Thai CSIs into Roman characters. In this sense, the Thai ST CSI is borrowed in order to facilitate Thai pronunciation for a non-Thai audience. My findings show that the translators borrowed and transliterated some CSIs without adding extra information. My comparative textual analysis of CSIs revealed that the translators borrowed 17 CSIs without adding supplementary descriptions in the English TT. The frequency of borrowing by transliteration without additional information can be seen in the bar graph as follows:

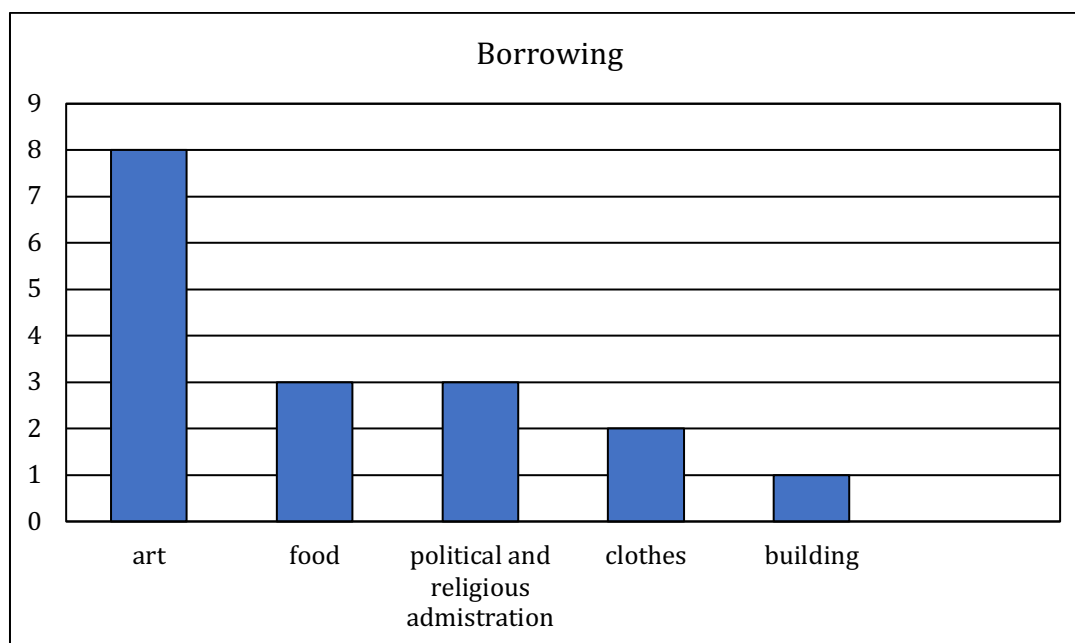


Figure 25. Borrowing of Thai CSIs with transliteration.

The bar graph above illustrates that the translators borrowed Thai CSIs in art the most, followed by food, political and religious administration, clothes and building, respectively. In the examples, I present Thai ST-English TT segments. The examples of borrowing can be seen as follows:

<p>Thai ST from Don Kai Di CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>ยุคสมัยของลวดลายเบญจรงค์: ลาย<u>พุ่มข้าวบิณฑ์</u>ในสมัยรัชกาลที่ ๒</p>
<p>English TT from Don Kai Di CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Era of Bencharong ceramic patterns: <u>Phum Khao Bin</u></p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p>The era in which each Bencharong motif (five-colour ceramic) was created: <u>Phum Khao Bin (lotus bud shaped) in the reign of King Rama II.</u></p>

Figure 26. Borrowing of CSIs by transliteration.

According to the figure above, the translator borrowed the CSI ‘พุ่มข้าวบิณฑ์’ (Phum Khao Bin) in the English TT by transliteration without extra description. The transliteration ‘Phum Khao Bin’ does not explain what this Thai CSI means, but it can facilitate the pronunciation of Thai words for the TT readership. The CSI ‘พุ่มข้าวบิณฑ์’ (Phum Khao Bin) in the Thai ST segment is implicit and has no additional description. This CSI has a specific meaning related to Thai art. Borrowing by using the transliteration ‘Phum Khao Bin’ does not cause a semantic shift because the CBT translator does not describe the Thai CSI. The CSI ‘พุ่มข้าวบิณฑ์’ (Phum Khao Bin) refers to a lotus bud-shaped motif in Thai art featured in architecture, sculpture, painting and carving. For example, in Buddhist architecture, the top of a Chedi, a building which houses Buddha’s relics, is a lotus bud shape called ‘พุ่มข้าวบิณฑ์’ (Phum Khao Bin) (Prakitnonthakan, 2019).

Another example of borrowing of CSIs by transliteration is introduced as follows:

<p>Thai ST from Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)</p> <p><u>เจ้าหมื่น</u>ตั้งนคร ผู้สร้างเมืองตั้งซึ่งมีความเก่งกล้า ทางด้านการสู้รบเชี่ยวชาญในการจับช้างและใช้ช้างศึก ภายหลังต้องโทษประหารเพื่อแสดงความ ซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อพระเจ้าติโลกราช เพื่อเป็นการยกย่องเชิดชูเกียรติ ชาวบ้านจึงได้จัดพิธีบวงสรวง เจ้าหมื่นตั้งในวันที่ ๑๘ และ ๑๙ เมษายนของทุกปี มีความเชื่อกันว่าหากใครมาขอพรให้ประสบความสำเร็จหรือชัยชนะ จะได้สมตามความปรารถนา</p>
<p>English TT from Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Chao Muen Dong was the founder of the town of Dong, renowned for his prowess in battle and expertise in controlling war elephants. He was executed in 1479 as a display of his honesty and loyalty to King Tilokarat of Chiang Rai. People pay tribute to him on 18 and 19 April every year.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>Chao Muen (General) Dong, a founder of Dong town, was brave and had prowess in battles, taming elephants and utilising them in warfare. However, he was later executed to prove his loyalty to King Tilokarat. Locals honour General Dong by worshipping his statue every year on 18 and 19 April. Some people believe that if they make a wish for the statue of General Dong, their wishes will be fulfilled.</p>

Figure 27. Borrowing of CSIs by transliteration.

The hierarchical title for warriors in the past, ‘เจ้าหมื่น’ (Chao Muen: General), was borrowed by using transliteration ‘Chao Muen’ without descriptive information in English TT. The word ‘เจ้าหมื่น’ (Chao Muen) refers to the highest ranked title of warriors in Thai history, particularly in the Ayutthaya period. This CSI was transliterated in the Roman alphabet

without extra explanation in order to facilitate pronunciation. Consequently, readers can pronounce the word ‘Chao Muen’ but they do not know what this word means. A similar example of borrowing by using transliteration can be seen as follows:

<p>Thai ST from Ban Bang Phlap CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>บ้านบางพลับตั้งอยู่<u>หมู่</u>ที่ ๔ <u>ตำบล</u>บางพรหม อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม</p>
<p>English TT from Ban Bang Phlap CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Ban Bang Phlap is located at Mu4, Tambon Bang Phrom, Amphoe Bang Khonthi, Samut Songkhram province.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>Ban Bang Phlap village is located in Mu (area number) 4, Tambon (sub-district) Bang Phrom, Bang Khonthi district, Samut Songkhram province.</p>

Figure 28. Borrowing of CSIs by transliteration.

The word ‘หมู่’ (Mu) was translated by borrowing a Thai word. The word ‘หมู่’ (Mu) was borrowed by using transliteration as ‘Mu’ in the English TT without extra information to explain it. The transliteration does not explain what the original words ‘หมู่’ (Mu) from the Thai ST means in the English TT but does facilitate the readers’ pronunciation of Thai words in English. In Thailand, the word ‘หมู่’ (Mu) refers to the smallest administrative unit in the rural area (Department of Local Administration, 2015).

This administrative unit ‘หมู่บ้าน’ (Mu) is an aspect of the decentralisation of Thailand and relates to transferring administrative power to local organisations. Consequently, the CSI ‘หมู่บ้าน’ (Mu) is the smallest administrative units of each village; one village is prescribed with one area number (Mu).

In addition, another local administrative unit, ‘ตำบล’ (Tambon), was also translated by using borrowing. The word ‘ตำบล’ (Tambon) was without extra information to explain it. In Thailand, the word ‘ตำบล’ (Tambon) is a local sub-district administration consistent with the decentralisation of Thai politics. The administrative area of ‘Tambon’ is bigger than ‘Mu’ and many ‘Mu’ units form a ‘Tambon’. The administrative unit ‘ตำบล’ (Tambon) represents areas away from the city or town centre (Department of Local Administration, 2015).

Previous studies by Petrulionė (2012), Dickins, Hervey and Higgins (2017, pp. 39–41), and Öztemel and Kurt (2017) found that translators employed ST cultural terms in a TT with transliteration without an additional explanation. These studies illustrate that translators borrowed CSIs due to a lack of complete equivalence in meaning and concept in the target language. Furthermore, Vinay and Darbelnet (1995, pp. 31–32, 340) point out that borrowing is a translation procedure which introduces foreignness and exoticism in the TT. อธิบาย In previous studies, Chiwanga (2014), Desjardins, Cooke and Charron (2015) and Agorni (2016) have highlighted that CSIs are often borrowed in tourist texts without

explanation to promote exoticism in the service of persuading a TT audience. The translators borrow the original term of CSIs in the target text to promote the exoticism of the otherness at the heart of tourism (Terestyényi, 2011; Agorni, 2012a, 2016; Garzone, 2017; Marco, 2019; Turzynski-Azimi, 2020). The CSIs in tourist brochures, especially food terms, which present the authenticity and local colour of the ST, can persuade and attract TT readers (Girčienė, 2017).

However, some previous studies point out that borrowing without adding description causes the meaning of CSIs in a TT to be implicit and obscure (Kémenes, 2015; Napu, 2016). In addition, borrowing by transliteration without adding extra information causes a knowledge gap for a TT audience regarding a source culture. Previous studies from Agorni (2016), Cappelli (2013) and Garzone (2017) agree that borrowing CSIs in tourist texts by transliteration without giving extra information does not provide meaning to a readership (Kelly, 1997; Magablih, Abulhaiha and Saleh, 2010). Therefore, translators are advised to provide the approximate meaning of CSIs for a target language audience to facilitate understanding. On the other hand, borrowing is a solution to the non-equivalence of the source culture in the target culture. The CSIs are restricted and have no complete equivalence in meaning and concept in the TT. Borrowing of CSIs in tourist brochures marks the exoticism and authenticity of a source culture (Cómitre Narváez and Zambrana, 2014; Girčienė, 2017). Exoticism and authenticity are used in the tourism industry to persuade readers to encounter the uniqueness of the customs and traditions of a promoted destination (Fijo León and Fuentes Luque, 2013; Malenkina and Ivanov, 2018). Borrowing proper names of CSIs regarding food or tourist places can avoid misunderstandings when tourists communicate with locals (Merkaj, 2015). Another benefit of borrowing CSIs without

descriptions is that it can save space in tourist brochures where the space is limited for texts and pictures (Turzynski-Azimi, 2020). The next paragraph present generalisation procedure.

3.4 Generalisation

In the CBT brochures, the translators applied generalisation to translate 13 CSIs. One significant finding is that generalisation does not contain lengthy descriptions in the English TT but rather the use of a superordinate. A superordinate gives a general meaning that includes the meaning of the Thai CSIs. The frequency of the CSIs that the translators applied Generalisation to undertake them can be seen in the bar graph as follows:

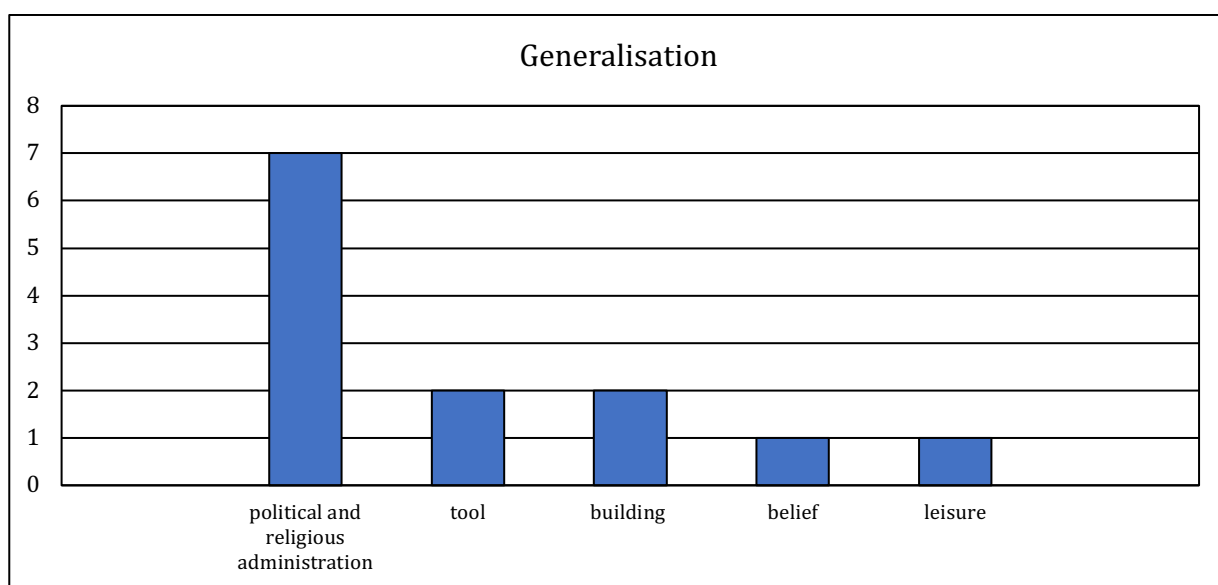


Figure 29. Generalisation by using a superordinate.

The bar graph shows that the CSIs of political and religious administration were translated by using generalisation, followed by tool, building, belief and leisure, respectively. The examples of generalisation by using a superordinate can be seen as follows:

<p>Thai ST from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>ทุกวันเสาร์ คลองแดนเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำครึกครื้นไปด้วยนักท่องเที่ยวมากมาย มีการออกร้านจำหน่ายอาหาร ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการแสดงมโนราห์ <u>หนังตะลุง</u> และศิลปะท้องถิ่นได้ต่าง ๆ</p>
<p>English TT from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Every Saturday, Ban Khlong Daen hosts a market alongside the canals, patronised by a large number of tourists who enjoy shopping for food, souvenirs, and watching Manohra dance, <u>shadow plays</u>, and various other displays of southern heritage.</p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p>Khlong Daen market is situated along the canals. every Saturday, the market is animated and full of tourists. There are many souvenir shops, food stalls, and local products, and tourists can watch traditional dancing, <u>Nang Ta Lung (a shadow play with stencilled leather figures)</u> and other southern arts.</p>

Figure 30. Translation by using generalisation.

The example above shows that the translator employed a superordinate ‘shadow plays’ to translate the Thai CSI ‘หนังตะลุง’ (Nang Ta Lung). This CSI is specific because it is restricted to local leisure in the Klong Daen village. The CSI ‘หนังตะลุง’ (Nang Ta Lung) is implicit in the Thai ST segment because it is not provided with additional information to explain it. In contrast, the CSI ‘หนังตะลุง’ (Nang Ta Lung) has explicit and general meaning when the translator applies generalisation to translate it by a superordinate ‘shadow plays’.

A superordinate ‘shadow plays’ gives general meaning to the CSI ‘หนังตะลุง’ (Nang Ta Lung).

It can be seen that ‘shadow plays’ have become culture-free in the English TT. The translator applied a superordinate ‘shadow plays’ to show that this CSI refers to recreation to entertain people, even though shadow play does not provide the exact concept of this Thai CSI. The CSI ‘หนังตะลุง’ (Nang Ta Lung). CSI refers to a shadow play with stencilled leather figures from the south of Thailand. Its features of performance use stencilled leather figures with strings. A narrator manipulates different characters from Thai literature, folklore or real characters. The shadow plays are normally performed at night-time and for different occasions, such as a new celebration, a religious event or even a funeral ceremony. The leather figures are cast on a white screen, and the audience watches the show from the other side. One or two narrators manipulate the figures, and traditional music of the southern region accompanies the show. Another example of generalisation is demonstrated as follows:

Thai ST from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)

จนรวมตัวกันเป็นกลุ่มในที่สุด ความพิเศษของการทำข้าวซ้อมมือของที่นี่คือยังใช้เครื่องมือโบราณทุกกระบวนการ ตั้งแต่การกะเทาะเปลือกโดยการนำ ไปตำในครกด้วยกระเดื่องหรือสากไม้จนกระทั่งการล่อนแกลบออกด้วยกระด้ง ซึ่งวิธีนี้ ในปัจจุบันแทบจะไม่มีให้เห็นแล้ว

English TT from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)

Eventually, the farmers formed a group to control the production of coarse rice by traditional methods; such as, pounding the paddy in a mortar with a wooden pestle and threshing the pounded rice with a **basket**, techniques that have become rare these days.

My English translation of the Thai ST segment

The locals assembled to produce wholewheat rice using traditional equipment. Initially, the rice is put in a mortar and pounded with a pestle in order to remove the husks. Then the rice is winnowed in **Kradong (a round-shaped woven bamboo tray)**. Nowadays, this winnowing process is rarely seen.

Figure 31. Translation by using generalisation.

The Thai CSI ‘กระด้ง’ (Kradong) was translated in English as ‘basket’. This CSI ‘กระด้ง’ (Kradong) was translated by using generalisation procedure. In my study, functional equivalence refers to a procedure in which the CBT translators employed a superordinate to translate the Thai CSIs in the English TT. This gives a general meaning to original Thai CSIs. In the English TT, the superordinate ‘basket’ can provide a general picture and a rough idea of usage to ‘กระด้ง’ (Kradong: a woven bamboo tray in a rounded shape). As a result, the word ‘basket’ gives a similar purpose of usage in English. A basket refers to a tall, deep woven container with handles used to carry or store items, whereas a ‘กระด้ง’ (Kradong) is a flat, rounded container without handles, made of woven bamboo strips and framed with a bamboo outer skin or bamboo strips. This Thai household item can be used to thresh rice grain from husk stores and also carry items. A similar example of generalisation by using a superordinate is introduced as follows:

<p>Thai ST from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>ในการเดินทางไปพบพระวาสนแต่ละครั้ง จะไม่ใช้วิธีเทศนาธรรม เพราะชาวบ้านอาจไม่เข้าใจ แต่จะใช้วิธี “ธรรมสากัจฉา” คือ ปุจฉา วิสัชนา เป็นการถามตอบ ชาวบ้านสามารถเข้าใจได้ง่าย</p>
<p>English TT from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>He refrained from preaching on these visits but opted for question-and-answer sessions to make Dhamma easier to understand.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>When the monk leaves the temple to visit local Buddhists, the monk does not preach Tetsanatham (Buddha’s philosophy) to villagers because this may seem complicated to understand. By contrast, the monk poses questions and asks villagers to answer, which may make it easier to apprehend Dhamma.</p>

Figure 32. Translation by using generalisation.

The word ‘เทศนาธรรม’ (Tetsanatham: Buddha’s philosophy) was translated in English to ‘preaching’. This CSI ‘เทศนาธรรม’ (Tetsanatham) was translated by using generalisation procedure. The CBT translators employed a superordinate ‘preaching’ to translate the Thai CSIs in the English TT which gives general meaning to the original Thai CSI ‘เทศนาธรรม’ (Tetsanatham). In the English TT, the superordinate ‘preaching’ can provide general meaning and purpose of the Buddhist activity ‘เทศนาธรรม’ (Tetsanatham). The word ‘preaching’ means a religious speech, especially given by a priest or a minister in a church (Cambridge English

Dictionary, 2020). However, the Buddhist term ‘เทศนาธรรม’ (Tetsanatam) has a more specific meaning and refers to how monks present and explain what the Buddha taught through life stories, anecdotes and folklore.

In reviewing the literature, Newmark (1998, pp. 39-43) states that generalisation is a translation procedure in which translators use a general word to tackle CSIs from an ST. Baker (2018, pp. 16-22) explains that a general word is called a superordinate or a hypernym, and it provides broad meaning to CSIs. As a result, a hypernym and a superordinate make CSIs culture-free. A limitation of generalisation is that a general word gives a broad meaning which is not precise enough to explain ST CSIs. Newmark (1988, p. 100) and Baker (2018, pp. 18–19) state that the main weakness of generalisation is that the translation with broad meaning may cause the TT audience to mislead or misinterpret the function and the concept of the ST CSIs. Another criticism made by Munday (2016, pp. 65-68) is that generalisation reduces the foreignness or local colour by using a general word. Scholars from previous research in brochure translation found that generalisation by using a superordinate resulted in the loss of exoticism and authenticity in a TT (Magablih, Abulhaiha and Saleh, 2010; Rezaei and Kuhl, 2014; Ajtony, 2015; Fuadi, 2016; Sulaiman and Wilson, 2019; Turzynski-Azimi, 2020).

In contrast, generalisation has several benefits. Newmark (1998) and Baker (2009, pp. 9-10) point out that generalisation by using a general word can provide explicit and informative meaning to CSIs, which aids TT audience understanding. Previous studies have investigated the efficacy of using generalisation in tourism translation (Magablih, Abulhaiha and Saleh, 2010; Rezaei and Kuhl, 2014; Sulaiman, 2014a, 2016; Ajtony, 2015; De

Marco, 2015; Fuadi, 2016; Turzynski-Azimi, 2020). These studies mostly report evidence of rendering ST CSIs into culture-free items in the TT using a general word. General information makes the CSIs' meaning more explicit and descriptive. However, when translators employ generalisation by using a general word, TT audiences do not recognise the source culture because the CSIs are made general and descriptive (Venuti, 1995, p. 21; Hervey and Higgins, 2002, p. 19; Munday, 2016). Another significant aspect of the translation procedure is addition. The examples of addition are presented in the following section.

3.5 Addition

Throughout my thesis, the procedure of 'addition' refers to a noun phrase used to translate one CSI at a time. A noun phrase explains and describes the Thai ST CSIs in the English TT. Based on my comparative textual analysis findings, there are 12 CSIs translated by adding extra information in the English TT. The frequency of the CSIs translated by addition is presented as follows:

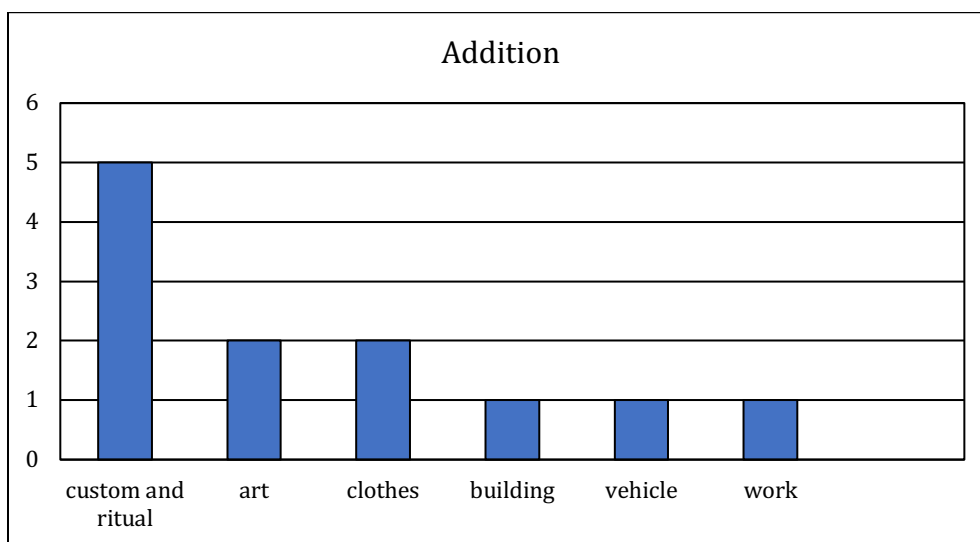


Figure 33. Translation by using the addition.

The bar graph above shows that the translators applied addition to translating custom and ritual the most, followed by art, clothes, buildings, vehicles and work, respectively. The examples of ‘addition’ by using a noun phrase to translate one CSI can be seen as follows:

<p>Thai ST from Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>ลายขิดคือ การยกดอกแล้วสอดด้ายที่ละเส้น ที่บ้านนาตันจันมีลายขิดกว่า ๕๐ ลาย ยกตัวอย่างเช่น ลายสารภีพริกไทย ลายดอกแก้ว ลายสารภีเม็ดมะกล่ำ ลายดอกพิกุล ลายดาวกระจาย ลายดอกบัวใหญ่ ลายดอกผักแว่น</p>
<p>English TT from Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Khit pattern of Ban Na Ton Chan. Khit pattern is <u>a woven pattern with specific dyed yarns</u>. At Ban Na Ton Chan, there are over 50 Khit patterns; for example, Mamea flower mixed with peppercorn, orange jasmine flower, Mamea flower mixed with crab’s eye vine seed, bullet wood flower, scattering stars, great lotus flower and pepperwort flower.</p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p>Khit motif is Yok Dok (<u>a bas-relief weaving motif called</u>), weaving threads one by one. There are more than 50 Khit motifs found in the Ban Na Ton Chan community, such as Mamea flower mixed with peppercorn, orange jasmine flower, Mamea flower mixed with crab’s eye vine seed, bullet wood flower, Mexican aster, great lotus flower and pepperwort flower.</p>

Figure 34. Translation by using the addition.

The translator applied addition by using the noun phrase 'a woven pattern with specific dyed yarns' to translate the CSI 'ยกดอก' (Yokdok). This CSI is implicit in the Thai segment having no description to explain its meaning. The CSI 'ยกดอก' (Yokdok) is a specific woven pattern for a Thai tube skirt. When translated with a noun phrase, 'a woven pattern with specific dyed yarns', its meaning is more explicit and general in the English TT segment. The CSI 'ยกดอก' (Yok Dok) is restricted to Thai culture and has no one-on-one translation in English. The CSI 'ยกดอก' (Yok Dok) refers to a bas-relief weaving technique when the motifs are raised from a flat background. The extra information was added to provide general meaning for the TT audience unfamiliar with Thai culture. A similar example of addition can be seen as follows:

<p>Thai ST from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>เดือนยี่ บุญคุณลาน¹เป็นการทำบุญขวัญข้าว²หลังเก็บเกี่ยว เดือนสาม บุญข้าวจี² ชาวบ้านจะทำข้าวจีไปถวายพระและฟังเทศน์ เดือนสี่บุญผะเหวด หรือบุญพระเวส มีกิจกรรมการฟังเทศน์ มหาชาติ เดือนห้าทำบุญสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งวิถีแบบดั้งเดิมนี้ยังคงปรากฏอยู่ในชีวิตของชาวไทพวนบ้านเชียงจวบจนถึงปัจจุบัน</p>
<p>English TT from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>The second lunar month is for <u>the celebration of the coming rice harvest</u>¹, followed by merit-making in the third lunar month when <u>people make grilled sticky rice to offer to monks at the temple</u>² and attend sermons.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p><u>Bunkoonlan (rice goddess worship)</u>¹ is held in January after harvesting; in February, <u>Bunkhaoji (locals grille sticky rice offerings to the monks)</u>² and listen to monks preaching. Villagers go to a temple, listen to the monks preaching about the stories of Buddha’s past life in March, and make merit in April for the Thai New Year. These traditions can still be seen among the Thai Phun tribe at Ban Chiang village.</p>

Figure 35. Translation by using the addition.

The word ‘บุญคุณลาน’¹ (Bunkoonlan) was translated in the English TT to ‘the celebration of the coming rice harvest’. This CSI ‘บุญคุณลาน’¹ (Bunkoonlan) was translated by using addition procedure. The CBT translators added extra information to describe the Thai CSI in the English TT which gives a general meaning to the original Thai CSI ‘บุญคุณลาน’

¹ (Bunkoonlan). The words ‘บุญคุณลาน’¹ (Bunkoonlan) refer to a ceremony to worship a rice goddess in which locals heap unmilled rice at a threshing area.

Another Thai CSI in this Thai ST segment is ‘บุญข้าวจี’² (Bunkhaoji). This CSI was translated by using addition procedure. The CBT translators added a description in the English TT in the form of ‘people make grilled, sticky rice to offer to monks at the temple’² to describe the Thai CSIs in the English TT. The description ‘people make grilled sticky rice to offer to monks at the temple’ gives general meaning to the original Thai CSI บุญข้าวจี² (Bunkhaoji). The words ‘บุญข้าวจี’² (Bunkhaoji) refers to a Buddhist ceremony where locals bring grilled sticky rice to the temple and offer it to the monks.

Another notable example of addition is presented as follows:

Thai ST from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)

ด้วยเรือนไม้หลังคาทรงบ้าน ใต้ถุนสูง หน้าซานเป็นบันได ทางขึ้น-ลง ใต้ถุนเรือนสูง ใช้เป็นสถานที่ให้ผู้หญิงได้ทอผ้า

English TT from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)

The houses are made of wood with a low roof and set up on posts. The space under the elevated house is used by the women for their weaving looms.

My English translation of the Thai ST segment

A wooden house with a gable roof design and a staircase is placed in front of the veranda. The Thai house is elevated on high posts, which creates **Tai Thun (an open space without walls under the house)** where females can weave cloth.

Figure 36. Translation by using the addition.

The word ‘ไต้ถุน’ (Tai Thun) was translated by using addition procedure. The CBT translator added a description in the English TT as ‘the space under the elevated house’ to describe the Thai CSI in the English TT. The description of the CSI in the English TT gives general meaning to the original Thai CSI ‘ไต้ถุน’ (Tai-Thun). The words ‘ไต้ถุน’ (Tai-Thun) refers to an old-fashioned Thai-style house with open space under the house. The space under the house can be used for different purposes, such as working on weaving fish nets, napping, meeting, dining or keeping domestic animals. Another similar example of addition is presented as follows:

Thai ST from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)

แต่หากเป็นงานทางการหรืองานสำคัญที่ให้เกิดเกียรติเจ้าภาพ ผู้หญิงจะนุ่งผ้าชิ้นมัดหมี่ คาดเข็มขัดเงิน ส่วนผู้ชายนุ่งโจงกระเบน ย้อมครามมัดหมี่ หรือถ้าหากเป็นงานบุญที่วัด ทั้งหญิงและชายจะสวมเสื้อขาวสะอาดตา

<p>English TT from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>But for formal occasions or important functions, women wear long skirts made of Matmee textile and silver belts, and men wear long indigo-dyed Matmee <u>cloth pulled up between the legs.</u></p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>A formal dress code is applied for a formal event or to show respect to an event host; women wear Matmee, traditionally wrapped skirts fastened with a silver belt. In contrast, men will wear traditional indigo dyed <u>Jongkaben (traditional Thai style trousers).</u> However, men and women usually dress in white when they join Buddhist activities at the temple.</p>

Figure 37. Translation by using the addition.

The word ‘โจงกระเบน’ (Jongkaben) was translated by using addition procedure.

The CBT translator added a description in the English TT as ‘cloth pulled up between the legs’ to describe the Thai CSI in the English TT. The description of the CSI in the English TT provides a general meaning to the original Thai CSI ‘โจงกระเบน’ (Jongkaben). The word ‘โจงกระเบน’ (Jongkaben) refers to traditional Thai style pants for males and females. This bottom wear is similar to pants; to wear it, a long piece of rectangular cloth is wrapped around the waist, and then the fabric is passed between the legs from the front and then tucked securely at the back of the waist.

Some scholars state that translators employ addition by giving a descriptive explanation to undertake cultural terms from an ST that have no exact translation in a TT (Newmark, 1988, pp. 90, 182; Baker, 2018, pp. 10–40). However, Newmark and Baker do not explain what kind of addition translators employ in detail. In my study, addition that the CBT translators used was exclusively a noun phrase. Adding lexical items makes CSI's meaning more descriptive and informative in the TT when the ST does not provide this information (Nida cited in Pym, 2010, p. 52). Likewise, Vinay and Darbelnet (1995), Munday (2009) and Baker (2009, p. 104) highlight that translators employ addition because the meaning of a CSI is implicit and obscure. Subsequently, adding lexical elements into a CSI aims to explain or clarify the missing message. Extra lexical items in the target texts will provide general information for the TT audience. The general information can remove the ambiguity of a CSI, but it still expresses the same idea or message (Vinay and Darbelnet, 1995, p. 339; Pym, 2010, p. 14). As a result, the translation procedure of addition provides more words in the TT to explain the same items from the ST (Pym, 2010; Baker, 2018, pp. 38–40).

However, as with other procedures, certain limitations are associated with the use of addition. One criticism is that addition may cause the TT to be longer than the original text (Venuti, 2000, p. 290). As a result, a translation can become long-winded, which may elicit negative impressions from readers (Baker, 2018). This is the reason, perhaps, why addition is not suitable for advertising, subtitling, and tourist brochures that have restricted texts and pictures space (Min-Hsiu, 2018). Another major criticism of addition by Baker (2018) is that addition using general meaning sometimes cannot transfer the connotative meaning of CSIs. Connotative meaning is an interpretation of meaning by using the context in which it is used (Hatim and Munday, 2019, p. 339). It is widely believed that addition

cannot produce the same feeling or exact effect as an ST (Magablih, Abulhaiha and Saleh, 2010; Terestyényi, 2011; Agorni, 2016; Cesiri, 2017; Baker, 2018, pp. 81–85). When translators employ addition to translate CSIs in tourist brochures, additional lexical items can only give superficial information and cannot fully convey a specific feature of a source culture (Cesiri, 2017). As discussed, general meaning makes foreignness disappear from tourist brochures. The additional words do not display local colour, foreignness or otherness, all of which are crucial to marketing strategy in tourism (Terestyényi, 2011; Cesiri, 2017; Turzynski-Azimi, 2020). Losing local colour seems to be a primary concern when translating tourist brochures (Terestyényi, 2011; Cesiri, 2017; Turzynski-Azimi, 2020).

Nonetheless, a significant advantage of addition is that it is a sense-for-sense translation that conveys a similar message or idea (Snell-Hornby, 2006). By adding information, translators provide close meaning to informative and descriptive explanations (Munday, 2009b, p. 214, 2016, p. 43). Vinay and Darbelnet (1995) agree that addition can solve the problem of no complete equivalence in a TT. Some scholars point out that addition never provides precise meaning, only partial meaning (Snell-Hornby, 2006, p. 10; Pym, 2010, p. 14,52; Munday, 2016, p. 92; Baker, 2018, pp. 40–43). In the context of tourism, previous studies agree that translators use addition to translate CSIs in order to facilitate communication for TT readers who may have source culture knowledge gaps (Magablih, Abulhaiha and Saleh, 2010; Terestyényi, 2011; Agorni, 2012b, 2016; Durán Muñoz, 2012; Zhang, 2012; Rezaei and Kuhl, 2014; Ajtony, 2015; Wang, 2017; Turzynski-Azimi, 2020). Addition provides general words to give explicit meaning, which can help to reduce the cultural gap between the ST and the TT audiences (Malenkina and Ivanov, 2018; Min-Hsiu,

2018; Turzynski-Azimi, 2020). However, addition by using general words causes exoticism and the authenticity of the source culture to disappear.

3.6 Literal Translation

My comparative textual analysis indicates that the CBT translators employed literal translation the least when translating CSIs. My thesis uses the term 'literal translation' to refer to a translation procedure when the CBT translators translated the CSIs word-for-word. The literal translation is not an interpretation of the Thai CSIs within their context but rather adhere to word-for-word translation (Vinay and Darbelnet, 1995, pp. 33-34). The CBT translators followed the meaning of each word of the Thai ST but did not use the Thai ST grammatical structure in the English TT. Instead, the translators used literal translation to translate food and customs and rituals. The examples of literal translation in my study can be seen as follows:

Thai ST from Ban Huai Raeng CBT brochure (Appendix 2)

หากต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนตำบลห้วยแร้งทุก ๆ กิจกรรมล้วนมาจากวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนทั้งสิ้น โดยมีกิจกรรมหลักคือ ล่องแก่งทวนน้ำไปชมต้นครุฑ มีการบวชต้นครุฑ เพื่อเป็นกุศโลบายในการรักษาป่า และล่องเรือชมป่าจาก เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตตั้งแต่การเก็บลูกจาก ตัดใบจากมาทำประโยชน์นานาชนิด เช่น มวนยาเส้น ทำขนมจาก ทำออบ หรือแม้กระทั่งนำใบจากมาดมหลังคาบ้าน ดังจะเห็นได้ว่าสำหรับชาวห้วยแร้งแล้ว “จาก” คือพืชที่อยู่เคียงข้างวิถีชีวิตของพวกเขามาช้านาน

English TT from Ban Huai Raeng CBT brochure (Appendix 2)

If you wish to experience the way of life at Huai Raeng, then be prepared for activities that are integral parts of the people's daily lives; such as, rafting to observe the Cruz trees, ordination of Cruz trees as a strategy to protect the forests, cruising along the

<p>canal among the atap palms, learning to pick palm fruits, and cutting palm leaves used in rolling local cigarettes, wrapping a special sweetmeat called Khanom Chak-palm sweet, weaving hats, and roofing.</p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p>If you are keen to learn about the way of life in Huai Raeng village, join the offered activities based on the local people's lifestyle. For example, take a voyage on a boat to see the Cruz trees and watch <u>'Buat Ton Cruz' (a ritual conducted by monks who tie a yellow cloth around Cruz trees to signify that these trees are preserved)</u>. Other activities include learning about palm trees and collecting their fruits and leaves for multi-purpose usages, such as rolling tobacco, cooking dessert, making a hat and building a shelter. People in the village have used the mangrove palm trees in everyday life for a long time.</p>

Figure 38. Translation by using a literal translation.

The figure above displays that the CBT translator applied literal translation to translate the CSI 'บวชต้นไม้ครุฑ' (Buat Ton Cruz). This CSI is implicit in the Thai ST segment because it does not have any information to explain it. This ritual is specific because it represents a Buddhist ceremony. When it was literally translated as 'ordination of Cruz trees', its meaning became more explicit and general. Each word of the Thai CSI 'บวชต้นไม้ครุฑ' (Buat Ton Cruz) was individually translated by using the main lexical meaning; the name of the tree 'ครุฑ' (Krut) was transliterated as 'Cruz' and the word 'ต้นไม้' (Ton) was literally translated as 'trees'. The religious term 'บวช' (Buat) was literally translated in English as

'ordination'. This Buddhist custom and ritual refers to a ceremony in which a senior monk designates a boy as a novice or an adult man to attend an ordination ceremony for monkhood. This Buddhist ritual term 'บวช' (Buat: Buddhist ordination) is applied to the trees to protect them and discourage people from felling them. The monks lead the ceremony and tie a yellow cloth around the tree trunks. The yellow colour of the cloth resembles the colour of a monk's robe. When the trees' trunks are wrapped, they are considered sacred. The literal translation of the Thai CSI 'บวชต้นครุฑ' in the English TT is 'ordination of Cruz trees' and can provide a short and brief meaning to this Buddhist term. This is a literal translation of each word rather than an interpretation based on the context. Another example of literal translation found in my study is presented as follows:

<p>Thai ST from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>มีอาหารและขนมพื้นบ้านที่ชาวคลองแดนร่วมกันอนุรักษ์มาจำหน่าย เช่น ปลาทอดทรงเครื่อง (สูตรโบราณ) แป้งแดง ขนมกอก ขนมจาก ขนมลูกโดน ขนมโค ขนมพิมพ์ ขนมป้าจี ขนมค่อม ขนมเทียน ขนมดอกกล้าเจียก เป็นต้น</p>
<p>English TT from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>On offer are various local foods and sweetmeats; such as, an old recipe for seasoned fried fish, red flour, Khanom Ko, Khanom Chak, Khanom Kho, pressed banana, and grilled seasoned sticky rice.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>Speciality local food and desserts are offered by the Klong Daen community, such as deep-fried fish with condiments, <u>Pang Daeng (fermented fish in red flour)</u>, glutinous</p>

rice pudding with peanut topping, grilled glutinous rice flour, glutinous rice balls coated with shredded coconut, egg muffin, waffle, coconut shredded in a sweet roll, stuffed custard, coconut shredded in glutinous rice wrap and stuffed glutinous roll.

Figure 39. Translation by using a literal translation.

The local food called ‘แป้งแดง’ (Pang Daeng) was translated by using a literal translation procedure. The CBT translator literally translated the words ‘แป้งแดง’ (Pang Daeng) to ‘red flour’ in the English TT. The word ‘แป้ง’ (Pang) means ‘flour’ and ‘แดง’ (Daeng) is red; consequently, literal translation provides the main meaning and straightforward information but the grammar is adjusted to English grammar. The local speciality ‘แป้งแดง’ (Pang Daeng) from Klong Daen community refers to red fermented fish. The fish are gutted, and their heads and tails are cut off. They are marinated in glutinous flour mixed up with a little bit of red colour and sealed in a jar to ferment for at least five days. A similar example of literal translation can be seen as follows:

Thai ST from Ban Huai Raeng CBT brochure (Appendix 2)

บ้านข้าวห่อกบหมาก โฮมสเตย์ที่คิดค้นกระเป๋าคือข้าวห่อด้วยกบหมาก ภูมิปัญญาของคุณยายตั้งแต่สมัยเด็ก นำมาประยุกต์ด้วย

<p>English TT from Ban Huai Raeng CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Home of <u>Palm Bract Rice Wrappers</u>. At this accommodation you weave hats using atap palm leaves, make palm sweets, and generally assist around the areca palm plantation.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>A homestay called '<u>Ban Khaoho Kapmak</u>' (<u>palm bract rice wrappers</u>) initiated and applied the idea of using palm sheaths to wrap food, which is a local tradition recalled from ancestors.</p>

Figure 40. Translation by using a literal translation.

Another local food called ‘ข้าวห่อกาบหมาก’ (Ban Khaoho Kapmak’) was translated by using literal translation procedure. The CBT translator literally translated the words ‘ข้าวห่อกาบหมาก’ (Ban Khaoho Kapmak’) to ‘Palm Bract Rice Wrappers’ in the English TT. The word ‘ข้าว’ (Khao) means ‘rice’, ‘ห่อ’ (Ho) is ‘wrap’, ‘กาบ’ (Kap) means ‘bract’ and ‘หมาก’ (Mak) is ‘palm’. Consequently, the literal translation in the English TT ‘Palm Bract Rice Wrappers’ provides the main meaning and straightforward information. The local speciality ‘ข้าวห่อกาบหมาก’ (Ban Huai Raeng) from the Ban Huai Raeng community refers to rice and other types of food which are wrapped with betel nut palm bracts or sheaths.

Some previous studies have found translators applying literal translation to translate cultural terms in tourist brochures regarding food, arts, tourist spots and costumes

in the TT to offer brief meaning to tourists (Agorni, 2016; Fuadi, 2016; LO, 2021; Napu and Pakaya, 2021; Li, Wu and Ng, 2022). A literal translation sticks closer to the original text's words, syntax and idea (Munday, 2016, p. 32). A study by Malenkina and Ivanov (2018) found that a translator applied literal translation to translate tourism categories, such as tourist places and accommodation, in tourist texts. The tourist places and accommodation were literally translated from Spanish to English to avoid the change in meaning. The translator used literal translation in order to maintain the original native terms of Spanish tourist places and accommodations used to persuade and promote tourism in Spain. However, Malenkina and Ivanov do not further explain how literal translation can persuade a TT audience. The key problem of literal translation is that it may create a knowledge gap. This can be illustrated briefly by Katan (2016), who suggests that literal translation is inappropriate for tourist texts because of the linguistic and cultural gaps between the SL and TL. Munday (2016) and Hatim and Munday (2019) also hold the view that literal translation can be problematic because it is a translation of an individual word rather than an interpretation from the context. These scholars agree that literal translation may not be suitable when there is a divergence between the linguistics and culture of the source and target languages. This distinction causes literal translation to fail to render the entire meaning of the original words in the target language context. The translation involves sourced culture and should be fully understood to facilitate communication for the target readership (Vinay and Darbelnet, 1995, p. 45; Vermeer, 2008). As a result, literal translation may lack sense and comprehensibility when a translation mainly adheres to the meaning of each word (Vinay and Darbelnet, 1995, p. 45).

Literal translation can be problematic for tourist texts because each word is translated without context (Napu, 2016). However, some studies found that literal translation is beneficial because a close lexical translation can provide brief and short meaning to the ST CSIs for the TT audience (Ajtony, 2015; Fuadi, 2016; Cesiri, 2017). In addition, the advantage of literal translation is that it fully preserves the meaning and structure of the original text when a translator translates a TT back to an ST. In other words, literal translation does not change each word's meaning when translated back to a source text.

In addition to single procedures, the CBT translators combined two or more translation procedures in my study to translate the Thai CSIs. Throughout my research, the term couplets (Newmark, 1988, p. 31) is used to refer to a combination of translation procedures. The next section presents and discusses the findings from the use of couplets.

3.7 Couplets: Combined Translation Procedures

Product-oriented DTS aims to identify the translation procedures and the semantic shift between the Thai ST and English TT. The previous section demonstrates how the translators intervened in the texts using a single translation procedure to undertake the CSIs. However, further analysis showed that the translators combined more than one translation procedure, called couplets, to translate the Thai CSIs. What stands out in the findings is the couplets are 1) generalisation+ addition, 2) borrowing+ generalisation+ addition, 3) borrowing+ addition and 4) borrowing+ generalisation and 5) literal translation+ addition. In the following paragraphs, I present the couplets in my study.

1. Generalisation+Addition

The translators combined two translation procedures, generalisation and addition to render 20 CSIs. The CBT translators combined addition with generalisation because generalisation alone gives a general meaning to the CSI using a superordinate. However, one problem with using a superordinate is its meaning cannot provide detailed information. Therefore, addition by using a noun phrase is used to give more explanation to describe the Thai CSIs. The frequency of the CSIs translated by a couplet: generalisation+ addition is presented in the bar graph as follows:

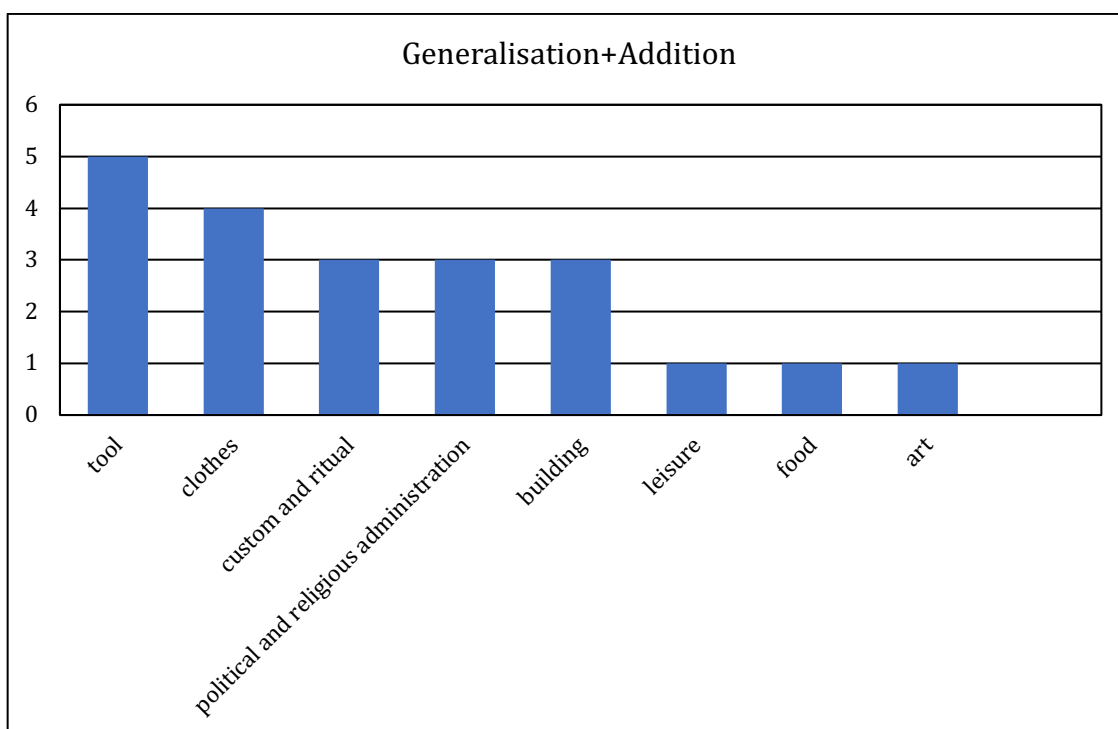


Figure 41. Couplet: Generalisation+ Addition.

The examples of a couplet: generalisation+ addition in my study can be seen as follows:

Thai ST in Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2) เรื่องเล่าจากชาย <u>ผ้าถุง</u>
English TT in Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2) Tale of the <u>mud-stained peasants' skirts</u>
My translation of the Thai ST segment The story of ' <u>Pha Thung</u> ' (a traditional Thai wrapped skirt)

Figure 42. Couplet: Generalisation+Addition.

The CSI ผ้าถุง (Pha Thung) was translated as 'mud-stained peasants' skirts'. The CSI ผ้าถุง (Pha Thung) was translated by using a superordinate 'skirt' which provides similar usage in the English TT. However, a general word cannot provide the specific aspect of this CSI in the context. Subsequently, extra information, 'mud-stained peasants', was added to modify the word 'skirt'. The adjective 'mud-stained' was added to indicate that the cloth was soaked in mud during manufacturing. The word 'peasants' was added to show that the skirts are worn by local females when working in a paddy field. This CSI is implicit in the Thai ST segment. The CSI 'ผ้าถุง' (Pha Thung) is a specific item related to Thai traditional clothes that has no complete translation in English. The couplet: generalisation and addition provide a descriptive and informative explanation of the CSIs. Using a superordinate 'skirt' and additional information 'mud-stained peasants', the CSI's meaning was shifted from being implicit and specific to being more culture-free, explicit and general in the TT.

In Thailand, ‘ผ้าถุง’ (Pha Thung) refers to traditional clothing apparel for females of any age, which varies in style, colour and weaving motifs depending on local preferences. The CSI ‘ผ้าถุง’ (Pha Thung) is not limited to a particular social class in Thailand. Nowadays, ‘ผ้าถุง’ (Pha Thung) is still widely used in daily life in rural villages. In Thailand, a rice farmer is highly praised for working hard to produce rice. When the translator translated the CSI with the noun phrase ‘mud-stained peasants’ skirts’, the noun ‘peasants’ was opted to refer to Thai rice farmers. In English, the noun ‘peasant’ may have particular connotations referring to a particular social class in British culture. The word ‘peasant’ in English refers to a poor person in the past who was not well educated with a low income and a low social status (Cambridge English Dictionary, 2020). In my example, the noun ‘peasants’ cannot give the exact meaning to a Thai rice farmer, but unfortunately, it inserts a pejorative meaning into the text that was not presented in the Thai ST. Another example of using a couplet consisting of generalisation + addition is presented as follows.

Thai ST from Don Kai Di CBT brochure (Appendix 2)

วัดนางสาวมีความน่าสนใจคือโบสถ์มหาอุดโบราณที่มีฐานโค้งเป็นรูปเรือสำเภาก่ออิฐ มีประตูเข้าออกเพียงประตูเดียว ผนังโบสถ์มีจิตรกรรมฝาผนังงดงาม

English TT from Don Kai Di CBT brochure (Appendix 2)

Wat Nang Sao is a place of interest. It is an ancient **ordination hall** in brick and stucco built on a curved base resembling a barge, with only one entrance and exit door.

My English translation of the Thai ST segment

At Nang Sao Buddhist temple, there is a fascinating ancient **Bot Maha Aut** **(ordination hall)**. This ordination hall has a Chinese junk boat shape made of bricks with no windows, only one entrance, and no exit. The mural painting on the ordination hall is magnificent.

Figure 43. Couplet: Generalisation+Addition.

A Buddhist building ‘โบสถ์มหาอุด’ (Bot Maha Aut) was translated by using a couplet, a combination of translation procedures. The CBT translator combined functional equivalence with addition to translating the CSI ‘โบสถ์มหาอุด’ (Bot Maha Aut) to ‘ordination hall’ in the English TT’. The word ‘hall’ can provide a general meaning to give a picture of the function and the design of a building or a large room used for events involving a lot of people (Cambridge English Dictionary, 2020). Although the word ‘hall’ can give general information, this cannot provide a specific meaning to the Buddhist building in this context. As a result, the word ‘ordination’ was added to modify the word ‘hall’ in order to be more specific that this hall is used for Buddhist ordination. This CSI ‘โบสถ์มหาอุด’ (Bot Maha Aut) refers to a Buddhist building without windows with only one door for both entrance and exit. This building is served to host different Buddhist activities, such as novice and monks’ ordination, preaching, or mediation. A similar example is also can be seen as follows:

<p>Thai ST from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>แต่ที่เห็นได้ทั่วไปคือการสานกระบุงข้าวจากไม้ไผ่ที่หาได้ง่ายตามท้องไร่ปลายนา</p>
<p>English TT from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Most common is the weaving of handy rice containers made from bamboo, an easily accessible raw material.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>The most common woven household items are Kratip (sticky rice holders) made of bamboo strips; bamboo is available in paddy fields and farms.</p>

Figure 44. Couplet: Generalisation+Addition.

The words ‘กระบุง’ (Kratip: container for cooked sticky rice) was translated with a hyponym ‘containers’ in the English TT and the words ‘handy rice’ were added in order to describe its feature. The general word ‘containers’ is used to provide a similar purpose of usage to the original Thai ST. The word ‘containers’ is modified with the adjective ‘handy’ and the noun ‘rice’ in order to describe that this container is an object to hold or keep cooked sticky rice so that the rice does not become dry and hard. Another example of a couplet consisting of generalisation + addition is presented as follows:

<p>Thai ST from Ban Bang Phlap CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>ขั้นตอนการทำมะละกอลับชาติ</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. เลือกมะละกอแก่ มีสีส้มแต่เนื้อยังแข็งอยู่ ๒. หั่นแล้วพับเป็นรังแตน
--

<p>English TT from Ban Bang Phlap CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>Steps in making re-born raw papaya</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Select a mature papaya fruit with firm flesh. 2. Slice and fold the papaya strips.
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p>How to make preserved raw papaya.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A mature green papaya with firm orange flesh. 2. Peel the papaya skin and cut it into small, thick rectangular chunks. <u>Then shape them into Rang Taen (cut the papaya chunks into five or six thin strips, but do not tear them apart by leaving an edge on one end. After that, cut the strips into five or six small strips again and do not cut them apart; leave the edge on both ends. Finally, tuck one end of each big strip into the edge of the other end).</u>

Figure 45. Couplet: Generalisation+Addition.

The word ‘รังแตน’ (Rang Taen) was translated with ‘papaya strips’ in the English TT.

The literal meaning of the word ‘รังแตน’ means the wasp nest, ‘รัง’ (Rang) means nest and ‘แตน’ (Taen) is a wasp. In this context, this Thai CSI ‘รังแตน’ (Rung Taen) refers to a folding pattern in Thai art which is shaped like a wasp nest. To create this shape, cut the papaya chunks into five or six thin strips, but do not tear them apart by leaving an edge on one end. After that, cut the strips into five or six small strips again and do not cut them apart; leave the edge on both ends. Finally, tuck one end of each big strip into the edge of the other end

Preserved papaya is one speciality of the Ban Bang Phlap community; green papaya is cut and folded in the shape of a wasp nest before boiling in syrup. The translation of the word ‘รังแตน’ (Rung Taen) in the English TT is ‘the papaya strips’ which provides a short and general meaning to the original Thai CSI.

2. Borrowing+Generalisation+Addition

The translators used the couplet of borrowing+ Generalisation+ addition to translate one CSI at a time. The translators borrowed Thai CSIs by using transliteration in the English TT. However, the transliteration does not provide further meaning to the words. Therefore, the translators combined borrowing with generalisation and addition to provide more information. My study showed that generalisation was applied by using a superordinate, which gives a general meaning in the English TT. A superordinate is a general word whose meaning includes other words. The limitation of generalisation is that it cannot explain the specific features of the Thai CSI. As a solution, addition is used, giving more description to the CSIs to make them more informative and explicit for the TT readership. Based on the comparative textual analysis in my study, the translators applied a couplet: borrowing+ generalisation+ addition to deal with 10 CSIs. The frequency of the CSIs translated by the couplet of borrowing+ generalisation+ addition is presented in the bar graph as follows:

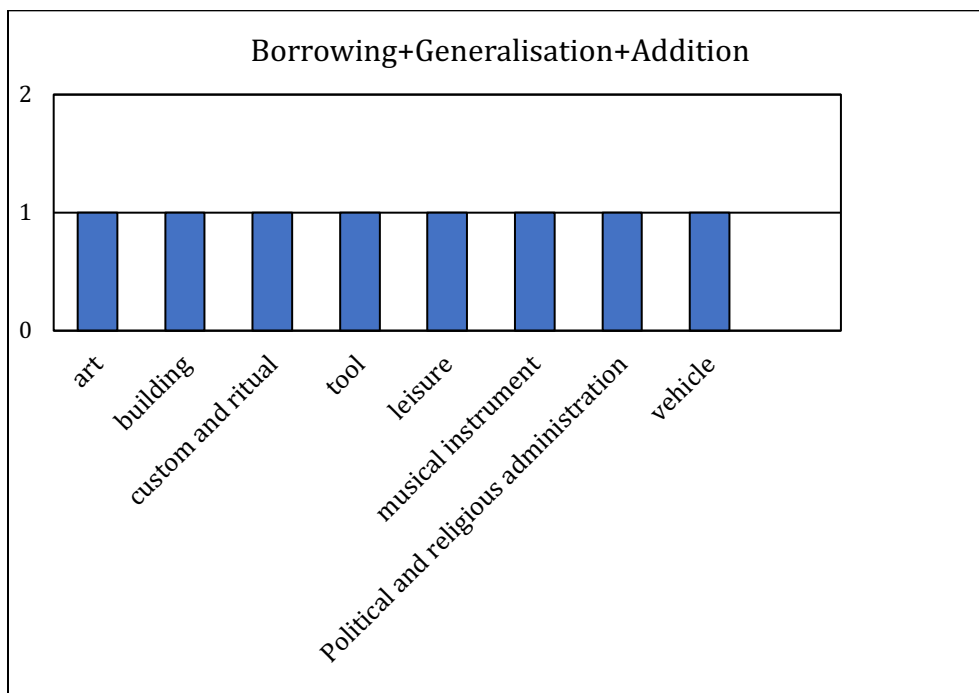


Figure 46. Couplet: Borrowing+Generalisation+Addition.

The CBT translators combined more than two translation procedure to undertake the Thai CSIs. The examples of couplets: borrowing+generalisation+addition are presented as follows:

Thai ST in Don Kai Di CBT brochure (Appendix 2)

...แต่ก็มีการออกแบบลวดลายใหม่เพื่อสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี เช่น ลอยตลาดน้ำและ

การเล่นสงกรานต์ เป็นต้น

English TT in Don Kai Di CBT brochure (Appendix 2)

...but also have new designs relating to culture and traditions, such as floating markets

and Songkran, the traditional Thai New Year celebration.

My translation of the Thai ST segment

...but there is a new design of motifs relating to Thai culture, such as the floating market and **Songkran (the traditional Thai New Year)**.

Figure 47. Couplet: Borrowing+Generalisation+Addition.

The translator translated the CSI ‘สงกรานต์’ (Songkran) by using couplet: borrowing+generalisation+addition. The CSI ‘สงกรานต์’ (Songkran) (Khao Poep) was translated with ‘Songkran, the traditional Thai New Year celebration’. The CSI ‘สงกรานต์’ (Songkran) was first borrowed by using transliteration as ‘Songkran’. The translation of the word ‘Songkran’ helps the English TT readership pronounce this Thai CSI, but it does not assist in understanding its meaning. Subsequently, generalisation was applied by using a superordinate ‘celebration’ to provide a similar meaning in the English TT.

However, the translators clarified this CSI by adding more lexical items, such as ‘traditional Thai New Year’. The phrase ‘traditional Thai New Year’ was added to provide more informative detail. This CSI ‘สงกรานต์’ (Songkran) has implicit meaning in the Thai ST because it does not have information to explain it. Thai New Year is restricted to Thai culture with no exact English translation. By using ‘Songkran, the traditional Thai New Year celebration, the meaning of ‘สงกรานต์’ (Songkran) becomes more explicit and general in the English TT segment. The CSI ‘สงกรานต์’ (Songkran) refers to the Thai New Year from 13th April to 15th April. Thais, especially young Thais, will pour water on each other between the 13th and 15th of April to celebrate the coming new year. On the evening of 14 April, Thai

Buddhists will bring sand from a river to a ‘Wat’, a monastic area or a temple where the monks live. On the 15th of April, in the early morning before 9 o’clock, Thai Buddhists go to the ‘Wat’, the temple, to offer food to monks, listen to sermons and pour water on a Buddha statue. Following this, young people pour water over the elderly and parents’ hands to show respect and gratitude. The elderly then bless the young people with good luck for the new year. A similar example of a couplet can be found in the example borrowing+generalisation +addition as follows:

<p>Thai ST from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>กุฏิพระหลังใหม่</p>
<p>English TT from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>The new <u>Kuti monk residence</u></p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p><u>Kuti (a monk’s chamber)</u> is a private room for each monk where they sleep and meditate.</p>

Figure 48. Couplet: Borrowing+ Generalisation+ Addition.

The Buddhist building ‘กุฏิพระ’ (Kuti Phra) was translated by using a couplet of borrowing+generalisation+addition. The CBT translator combined borrowing, generalisation and addition procedure to translate the CSI ‘กุฏิพระ’ (Kuti Phra) to ‘Kuti monk residence’ in order to provide more description. The Buddhist term ‘กุฏิ’ (Kuti) was

borrowed by using transliteration in Roman characters to ‘Kuti’, which facilitates pronunciation but does not provide the meaning. Then, the CBT translator used generalisation by adding the word ‘residence’ which can provide a general meaning to give a rough idea of usage and a picture of ‘กุฏิ’ (Kuti). Although the word ‘residence’ gives general information, it does not provide a specific meaning to the Buddhist building ‘กุฏิ’ (Kuti) in this context. As a result, the word ‘monk’ was added to modify the word ‘residence’ in order to be more specific and explicit that this place is only reserved for a monk. This CSI ‘กุฏิพระ’ (Kuti Phra) refers to a monk’s chamber which is a small room in a monastery which has no furniture. Another similar example of a couplet: borrowing+generalisation+addition is presented as follows:

<p>Thai ST from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>นอกจากนี้ยังมี<u>โพนฟ้าลัน</u> กลองขนาดใหญ่ทำจากไม้หลุมพอ และ เรือขุดโบราณ ที่ยังคงความสมบูรณ์ สวยงาม เป็นต้น</p>
<p>English TT from Klong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>There is also <u>a large drum named Phon Fa Lan</u>, its body made of Malacca teak, and an ancient dugout boat which remains intact and complete.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p><u>A massive drum called ‘Phon Fa Lan’</u> is made of Malacca teak and there is also a beautiful, ancient dugout boat in perfect condition.</p>

Figure 49. Couplet: Borrowing+ Generalisation+ Addition.

The Thai musical instrument ‘โพนฟ้าลั่น’ (Phon Fa Lan) was translated by using a couplet. The CBT translator combined borrowing, functional equivalence and addition to translate the CSI ‘โพนฟ้าลั่น’ (Phon Fa Lan) to a large drum named Phon Fa Lan’ in order to provide more description. The Thai drum ‘โพนฟ้าลั่น’ (Phon Fa Lan) was borrowed by using transliteration in Roman characters to ‘Phon Fa Lan’. Then, the CBT translator used functional equivalence by adding the word ‘drum’, which provides a general meaning to give a similar usage and a picture of ‘โพนฟ้าลั่น’ (Phon Fa Lan). Although the word ‘drum’ can give general information, this cannot provide a specific meaning to the Thai drum in this context. As a result, the word ‘large’ was added to modify the word ‘drum’ in order to be more specific and explicit that this Thai drum is gigantic. This CSI ‘โพนฟ้าลั่น’ (Phon Fa Lan) refers to a massive drum whose body is made of a tree trunk, and it is called ‘โพนฟ้าลั่น’ (Phon Fa Lan) because it sounds like thunder. A monk normally strikes this drum ‘โพนฟ้าลั่น’ (Phon Fa Lan) in a temple in order to signify a wake-up call, breakfast, praying and meeting.

Previous studies have explored couplets to translate CSIs into tourist brochures (Alizadeh, 2011; Terestyényi, 2011; Agorni, 2012a; Zhang, 2012; Cómite Narváez and Zambrana, 2014; Rezaei and Kuhl, 2014; Fuadi, 2016; Napu, 2016; Cesiri, 2017; Min-Hsiu, 2018; Turzynski-Azimi, 2020). These studies illustrate the combination of two translation procedures, such as borrowing and addition to deal with CSIs of the ST. Couplets help to provide more detailed meaning to CSIs in tourist brochures when CSIs are borrowed in a TT.

3. Borrowing+Addition

My comparative textual analysis shows that the translator employed a couplet of borrowing+addition to translate nine CSIs. The Thai CSIs were borrowed and were given extra description in the English TT segment. The frequency of the CSIs translated by a couplet: borrowing+addition is presented in the bar graph as follows:

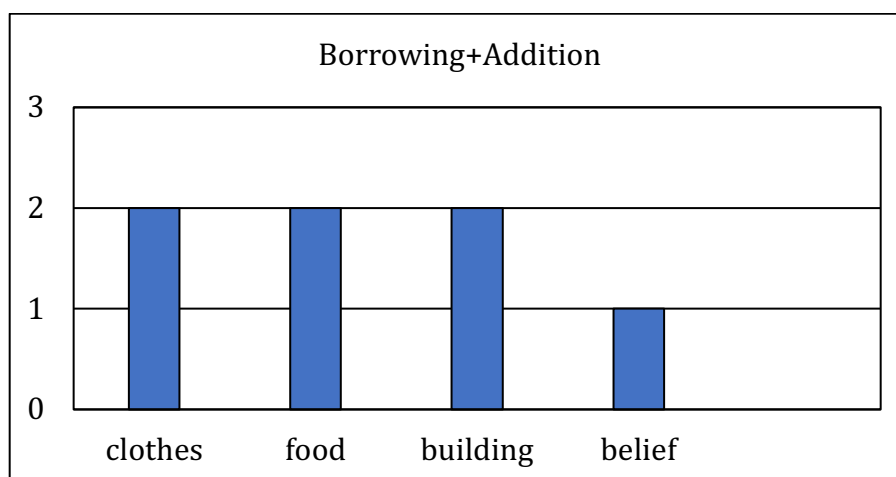


Figure 50. Couplet: Borrowing+Addition.

The CBT translators applied a couplet of borrowing+addition to translate the Thai CSIs. The examples of the couplet: borrowing+addition are presented as follows:

Thai ST in Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)

ข้าวเป็็บ ต้นตำรับของอร่อยที่หารับประทานได้ที่บ้านนาต้นจั่นแห่งเดียวเท่านั้น การทดลองนำเอาข้าวเจ้าที่เป็นข้าวสาร มาโม่ด้วยโม่หินและกรอง ด้วยผ้าขาวบางจนเป็นครีมข้าวสีขาวขุ่น

English TT in Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 2)

Khao Poep is an original delicacy only found at Ban Na Ton Chan. Rice is ground

<p><u>with a stone grinder into wet white flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream.</u></p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p>Ban Na Ton Chan offers the original and delicious <u>Khao Poep (stuffed noodles with pork and vegetables)</u>. A manual stone mill grinds the rice. Then, water is added while grinding in order to produce a thick white texture. Finally, the ground rice water is filtered through a white cloth.</p>

Figure 51. Couplet: Borrowing+Addition.

The translator used couplet of borrowing+addition to translate the CSI ‘ข้าวเหนียว’ (Khao Poep). The CSI ‘ข้าวเหนียว’ (Khao Poep: stuffed noodles with pork and vegetables) was translated as ‘Rice is ground with a stone grinder into wet white flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream’. A local speciality ‘ข้าวเหนียว’ was borrowed by transliteration ‘Khao Poep’ in the English TT. To solve the problem of no equivalence in English, the CBT translators added the extra information ‘Rice is ground with a stone grinder into wet white flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream’ to explain it. Addition provides descriptions to help the English TT audience understand the meaning and the cooking process of ‘ข้าวเหนียว’ (Khao Poep). This CSI is provided detailed information on the Thai ST segment. The English translation is based on the explicit description from the Thai ST segment. The additional lexis ‘Rice is ground with a stone grinder into wet white flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream’ provides general information for the CSI. This general information causes the CSI ‘ข้าว

เป็บ' (Khao Poep) from being specific to being general in the English TT segment. Another similar example of couplet: borrowing+addition can be seen as follows:

<p>Thai ST from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>หน้าห้องนอนเป็นระเบียงโล่งระดับเดียวกันมีหลังคาคลุมเรียกว่า '<u>เซีย</u>' ใช้เป็นทั้งที่รวมวงทานข้าวต้อนรับผู้มาเยือน</p>
<p>English TT from Ban Chiang CBT brochure (Appendix 2)</p> <p><u>In front of the sleeping area is a broad, open but covered veranda called sia</u> which serves as an area for dining and welcoming visitors.</p>
<p>My English translation of the Thai ST segment</p> <p><u>A veranda in front of a bedroom called 'Sia'</u> serves as a dining room and living room to welcome guests.</p>

Figure 52. Couplet: Borrowing+ Addition.

The word 'เซีย' (Sia) was translated by using a couplet of borrowing+addition. The CBT translator combined borrowing with addition procedure to translate the CSI 'เซีย' (Sia) to 'In front of the sleeping area is a broad, open but covered veranda called sia' in order to provide a more specific description. The architecture of the Thai house 'เซีย' (Sia) was borrowed by using transliteration in Roman characters to 'Sia' which facilitates pronunciation but does not provide the meaning. Then the CBT translator used addition procedure by adding more words to unpack its features and provide a more general

description. The CSI ‘เสี้ย’ (Sia) refers to the front area of a Thai Phun-style house in Ban Chiang village. This area is situated in front of a bedroom where people can eat, relax and host guests.

Previous studies have demonstrated that translators applied couplets of borrowing+addition to translate CSIs in tourist brochures with brief descriptions rather than using footnotes or glossaries. (Petruionè, 2012; Öztemel and Kurt, 2017). The lengthy additional information from footnotes or glossaries can reduce the persuasive function of tourist texts. Moreover, footnotes or glossaries of CSIs are not recommended because detailed information is not suitable for tourist brochures which normally have space limitations (Terestyényi, 2011; Agorni, 2012a, 2016; Turzynski-Azimi, 2020). Therefore, translators solve the problem by borrowing CSIs from an ST with additional explanations to clarify the meaning for a TT audience (Dickins, Hervey and Higgins, 2017, pp. 39–41).

4. Borrowing+ Generalisation

My comparative textual analysis shows that the translator employed a couplet of borrowing+generalisation to translate one CSI. There is only CSI was translated with couplet of borrowing+generalisation. The example of the couplet: borrowing+generalisation is presented as follows:

<p>ST in Khlong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>ภายในวัดมี องค์พระทอง ที่มีเนื้อทองคำงาม <u>หอฉัน</u> อายุ ๑๐๐ กว่าปี</p>
<p>English TT in Khlong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>In the temple, there is a fine gold Buddha and an old <u>Ho Chan, dining hall</u> aged more than 100 years.</p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p>The temple has a beautiful gold Buddha statue in <u>Ho Chan (dining hall) that is</u> over 100 years old.</p>

Figure 53. Couplet: Borrowing+ Generalisation.

The CSI ‘หอฉัน’ was translated with ‘Ho Chan’ (Dining Hall) in the English TT.

The CSI ‘หอฉัน’ (Ho Chan) was translated by using couplet: borrowing+generalisation. The translator borrowed the Thai CSI by transliteration ‘Ho Chan’ in the English TT. However, the transliteration does not provide meaning to the CSI. The translator, therefore, combines borrowing with generalisation by using a superordinate ‘dining hall’, which gives a general meaning. The CSI ‘หอฉัน’ ‘Ho Chan’ is the place where Buddhist monks have their meals twice a day, in the early morning and the late morning. Some temples also use ‘Ho Chan’ (Dining Hall) as a chanting hall in the morning and the evening. The CSI ‘หอฉัน’ (Ho Chan) is implicit in the Thai ST segment because it does not have additional information to describe it. Although a superordinate ‘dining hall’ can give a general meaning, it cannot offer an exact

meaning to this Thai CSI. Therefore, the semantics of the CSI shifted from being implicit and specific to being explicit and general in the English TT.

5. Literal Translation+ Addition

My comparative textual analysis shows the couplet of literal translation+addition used to translate one CSI. The example of the couplet: literal translation+ addition is presented as follows:

<p>Thai ST in Ban Bang Phlap CBT brochure (Appendix 2)</p> <p>ปัจจุบันมีการพัฒนาโดยนำผักผลไม้ที่ขึ้นริมรั้วบ้าน เช่น มะระขี้นก พริก มะนาว ผลส้มโออ่อน มะละกอ แตงกวา มาแช่อิ่มเพื่อให้มีรสชาติหวาน รับประทานง่าย จึงเป็นที่มา ของชื่อ <u>“ผลไม้กลับชาติ”</u> นั่นเอง ต่อมาได้มีการจัดตั้ง “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลไม้กลับชาติ” ขึ้นเพื่อเผยแพร่การทำผักผลไม้แช่อิ่มและเป็น การอนุรักษ์องค์ความรู้นี้ให้อยู่คู่ ชุมชนต่อไป</p>
<p>English TT in Khlong Daen CBT brochure (Appendix 2)</p> <p><u>This process and preservation of vegetables and fruits</u> has given rise to the term re-born fruits, and the formation of the Community Enterprise of Re-born Fruits Group to develop the preservation of vegetables and fruits and conserve a body of knowledge within the community.</p>
<p>My translation of the Thai ST segment</p> <p>Fruit and vegetables naturally grow along housing fences, such as a bitter gourd, chilli, lime, pomelo, papaya, and cucumber, have been preserved in order to have a sweet flavour. This preservation is the so-called <u>‘Phon Lamai Krap Chart’ (fruit and vegetable preservation)</u>. The Community Enterprise of Re-born Fruits Group was</p>

organised in order to share fruit and vegetable preservation. Sharing this preservation will help to maintain the community's local wisdom.

Figure 54. Couplet: Literal Translation+ Addition.

The CSI ‘ผลไม้กลับชาติ’ (Phon Lamai Krap Chart: fruit and vegetable preservation) was literally translated with extra information. The translator used the couplet of literal translation+addition to translate the Thai CSI. First, the CSI ‘ผลไม้กลับชาติ’ (Phon Lamai Krap Chart) was literally translated to ‘re-born fruits’. The word ‘กลับชาติ’ (Kap Chart) is reborn, and the word ‘ผลไม้’ is fruit. Literal translation cannot provide detailed information; as a result, lengthy additional lexis, ‘process and preservation of vegetables and fruit’, was added to describe it. Using couplet of literal translation+addition causes the meaning of the CSI to shift from being implicit and specific to general and explicit.

The term ‘re-born’ or reincarnation in the Thai ST is a Buddhist term which means reincarnation or rebirth from a process in the ‘Wheel of life’. The word reincarnation or rebirth is the belief that people are reborn in the so-called next life elsewhere, either as human or animal, based on merit-making during this present life (Rāhula, 1972, pp. 33–34; Cambridge English Dictionary, 2020). The Thai ST uses the metaphor ‘กลับชาติ’ (Kap Chart: reincarnation, rebirth) to describe the process of fruit and vegetable preservation in the CBT village.

In conclusion, the CBT translators applied five types of couplets in my study: 1) generalisation+addition, 2) borrowing+generalisation+addition, 3) borrowing+addition, 4)

borrowing+generalisation and 5) literal translation+addition. According to the literature review in this chapter, several reports have shown that translators combined translation procedures to provide close meaning to original words from an ST. However, there are certain drawbacks associated with the use of couplets. One major limitation is that couplets cause the TT to be much longer than the ST and more descriptive. A lengthy description may not be suitable for translating tourist brochures because it can reduce the text function from being persuasive to informative. In addition, there are practicalities of space limitations to consider. Furthermore, exoticism is lost by using a general description. If CSIs are translated using a general description, this can also reduce persuasion of the English TT audience because they do not see anything foreign and exotic. However, the advantage of using couplets is that a long description can provide close meaning to the original CSIs from the ST.

Conclusion

In summary, this product-oriented chapter presents my comparative textual analysis findings. The Thai ST and English TT segments containing culture-specific items (CSIs) were selected to conduct a comparative textual analysis. The comparative textual analysis aims to 1) investigate the translation procedures the translators undertake to translate the Thai CSIs and 2) examine the semantic shift caused by these translation procedures. There are 142 CSIs related to Thai culture, categorised into 13 types. The custom and ritual have the highest frequency, followed by food, political and religious administration, tools, art, clothes, building, belief, leisure, work, vehicles, musical instruments and gesture. My comparative textual analysis indicates that the translators applied two approaches to translating the CSIs.

The first approach is when the translators used a single translation procedure to undertake 104 CSIs and the second approach is to employ couplets to translate 38 CSIs. The findings show that single translation procedures, such as omission, rewriting, borrowing, generalisation, addition and literal translation often cannot provide enough meaning to clarify the CSIs. Therefore, couplets, a combination of these procedures, were used to clarify and provide more information to the Thai CSIs for the English TT audience.

The CSIs are restricted to Thai culture and have no exact translation in the English TT. The meaning of the CSIs in the Thai ST remains specific and implicit before the translation. The CSIs were not explained with a detailed description of information because Thai readers are familiar with their own culture. In contrast to Thai readers, the international readership desire information about Thai culture. As a result, the CSIs were translated with descriptions and detailed information; thus, their meaning shifted from specific and implicit to general and explicit in the English TT. However, the translation procedures, such as omission and borrowing by using transliteration without extra explanation, do not cause a semantic shift in the English TT. The translation provides a general meaning to the CSIs, and as a result, this general meaning reduces the specificity and exoticism of Thai culture in the English TT. General meaning and detailed information can reduce persuasion. Furthermore, additional detail can result in the TT being much longer than the ST, which is often not practical for tourist brochures.

The textual comparative analysis between the Thai STs and the English TTs is my product-oriented focus. The analysis of translation can reveal the translation procedures undertaken by the CBT translators. However, my analysis of the text cannot provide reasons to explain why the CBT translators applied these translation procedures. It is interesting to

investigate which factors may have influenced the translators to opt for particular translation procedures to undertake the CSIs. Although previous translation scholars and research in translation explain the reasons why the translators use each translation procedure, these reasons may not be relevant to my findings. Very little research has been conducted with interviews with key informants directly involved with the translation process. Consequently, I am hypothesising potential reasons for the changes of CSIs in English due to lack of equivalence. There is a change from Thai to English readership. The reasons for the changes were given by the project producer. Rather than speculate, I conducted a function-oriented DTS, which investigates a translation workflow, and a process-oriented DTS, which is a study of the decision-making of a translator or other agent involved in the translation workflow. In the next chapter, process-oriented DTS, I present the interview findings with the project producer of the outsourced company in order to investigate the reasons and factors that influenced the CBT translators' decision-making.

Chapter 4

Process-Oriented DTS

Interview Findings: Decision-Making

The previous chapter on product-oriented DTS presented my comparative textual analysis, which revealed 142 CSIs in the Thai ST related to 1. custom and ritual, 2. food, 3. political and religious administration, 4. tools, 5. art, 6. clothes, 7. building, 8. belief, 9. leisure, 10. work, 11. vehicle 12. musical instruments, and 13. gesture. These CSIs represent Thai culture more widely for domestic and international tourists for a niche market, specifically tourists interested in cultural tourism. The comparative textual analysis revealed that translators mostly employed one translation procedure at a time to translate the CSIs: 1. omission, 2. rewriting, 3. borrowing, 4. generalisation, 5. addition and 6. literal translation. However, the CBT translators also used couplets or a combination of translation procedures to undertake the CSIs in the English TT: 1. generalisation+addition, 2. borrowing+generalisation+addition, 3. borrowing+addition, 4. borrowing+generalisation and 5. literal translation+addition. Key findings to emerge from the comparative textual analysis of the Thai ST-English TT segments are that the translation procedures cause a semantic shift of the CSIs from being specific and implicit in the ST to general and explicit in the English TT. Most CSIs in the Thai ST do not have explicit information, whereas the translation of CSIs provides extra information for the English TT readers. The exception here is for omission and borrowing by transliteration. The CSIs were transliterated without additional information. Another important finding was that translation procedures made Thai culture's authenticity

disappear in the English TT, except for borrowing. Borrowing by using the term or words from the original text is the only procedure that can introduce the local colour or exoticism of a source text in a target text (Inggs, 2003; Munday, 2016, p. 131; Baker, 2018, p. 80; Zahrawi, 2018; Nejad and Khorian, 2019).

My comparative textual analysis shows ten translation procedures and the semantic shift caused by these procedures. However, a comparative textual analysis alone cannot provide reasons to explain which factors influenced the CBT translators in selecting particular translation procedures. Although previous studies in Chapter 1: Literature Review give speculative explanations for why translators used translation procedures, these explanations may not be applicable to my study. Each translation has its context and purpose. Moreover, there are many variables to consider. Therefore, I want to go beyond speculation about the CBT translators' decision-making. Subsequently, the investigation of process-oriented DTS will provide the answer to research question 3 as follows:

3. Why do the CBT translators use particular translation procedures to undertake the Thai CSIs in English?

Process-oriented DTS is my investigation of the translators' decision-making. This chapter will present the project producer's interview answers which explain why the CBT translators selected and used particular translation procedures to translate the Thai CSIs. To reiterate, I could not conduct interviews with the CBT translators. However, the project producer is a key informant who directly worked with the translators and was directly involved in the translation workflow. Therefore, my interview with the project

producer provides some insight into the reasons for using omission, rewriting, borrowing, generalisation, addition and literal translation. This chapter will present the project producer's interview answers. The interview questions were based on the findings of my comparative textual analysis of ST-TT segments containing CSIs. My interview questions were about the translation procedure of the CSIs (Appendices 4-10). The interview questions are based on every CBT brochure in my corpus. The project producer explained why and how the CBT translators translated the CSIs. The interview answers related to each translation procedure are from the most frequent to the least frequent. Omission was the most frequent procedure used in all seven CBT brochures. The translators omitted 30 CSIs connected to custom and ritual followed by political and religious administration, belief, leisure, food, tools, musical instruments, vehicle and building, respectively. The next section of my study moves on to discuss the reasons why the CBT translators opted for procedures: 1. omission, 2. rewriting, 3. borrowing, 4. generalisation, 5. addition and 6. literal translation. I present my findings along with some discussion from relevant literature as follows:

4.1 Omission

The project producer gave four main reasons why the CBT translators omitted the CSIs in the English TT: limited space, advertising, repetition and the supernatural. The project producer reported how Thai ST CSIs were omitted due to the space limitation of the CBT brochures. The interview question and the project producer's interview answer are as follows.

Interview question 28. Why was some content from the original Thai CBT brochures omitted in the English translation? (Appendix 11: general question)

(Appendix 13: Transcripts)

Project producer: The translators applied omission because the content presented in the English brochures must be concise to fit in minimal space. If anything in the Thai ST is not the 'main thing' or does not have an impact on the overview of the content, we will omit it in the English translation. This is fine as long as omission does not cause a problem for the overall content. We used deletion because the length affects the artwork's space. We type the translation in A4 size, and these texts are transferred in the artwork format, which is less than A4. As a result, the texts that exceed the provided space will be removed during bleeding in art. They were cut if the text lengths did not fit in the provided space. For example, some texts will be cut if the English translation exceeds the limited space. The omission is really problematic and challenging. The problem is how I can present the whole text's information content when some parts are omitted.

Figure 55. The limited space in the CBT brochures.

The interview answer shows that omission is closely related to the design and layout considerations of the CBT brochures. The artwork is a part of the workflow, including graphic design, fonts, illustrations, photographs and texts. This artwork plays a significant role in deciding what to omit. When the texts exceed the provided space, the bleed will go beyond the edge; as a result, the extra length must be omitted. As the project producer

reported, deciding what to omit is challenging. Although some translation scholars argue that omission causes a breakdown in communication between an ST and a TT (Alves, 1997; Baker, 2018, pp. 43, 45), the project producer stated that omission made the text concise. Moreover, omission does not affect the main content of the CBT brochures. The project producer wants to focus on the 'main thing' or, in this context, promote CBT products and tourist activities, which are the key selling point of CBT. It is understood that omission must not affect the main content of the CBT brochures, such as the promoted products or the essential elements of the narrative surrounding the CBT villages.

The second reason behind the decision to omit CSIs is based on advertising. The translation of CBT brochures is an advertisement. Although it is subtly disguised as storytelling, its function is to promote sales for CBT in Thailand. Therefore, some CSIs that are not considered part of the advertised content of the CBT were omitted. The interview question and the project producer's answer regarding the second reason for omission are presented as follows:

Interview question 5. Why were local rituals and traditional leisure (page 4), such as Pep Khok and Ngu Kin Hang (page 4, running and catching game), omitted in the English target text? (Appendix 4: Ban Na Ton Chan)

(Appendix 13: Transcripts)

Project producer: We do not apply omission with every work but only for this CBT project. This work is not a documentary text or a documentary on a TV programme that talks about Thai folk leisure in detail. This work is for advertising based on content marketing. This work does not provide an explanation of Thai folk leisure in detail. We are talking about the CBT community. If we delve into presenting Thai culture in detail, it seems that we divert the focus point. We do not want to delve into folk leisure; otherwise, the work's focal point and objective weaken. Thus, we want to focus on presenting an overview of the CBT community. When you come here, what can you do, who are the locals, what they have, what tourist activities you can do or what their specialities are. Therefore, some words related to Thai culture were omitted. If we explain them all, we have to dig into very deep detail. Oh! It diverts the focal point. If this work is a documentary text, the words 'Boon Kwan Kao' (rice harvest ritual) or 'Pep kok' (running and chasing game) will be thoroughly explained, what they are and when they start.

Figure 56. Translation of advertisement.

The interview answer suggests that some Thai CSIs in the English TT were omitted because of content marketing. Content marketing is a marketing strategy in which the content will be used to persuade an intended audience through storytelling (Barry, 2015, pp. 266–267). A marketer uses storytelling and narratives as a marketing tool to share a unique story that can trigger tourists' responses to a memorable experience (Mei, Hågensen and Kristiansen, 2020). The project producer reported that the translation of the brochures

is based on content marketing when the CBT brochures focus on presenting the CBT tourist activities and products. These aspects are the promoted content. Further, the project producer distinguished between advertising text and general information. Consequently, extra information for a rice harvest ritual, 'Boon Kwan Kao' or a local running and chasing game 'Pep Kok' is unnecessary because they are not selected as crucial features in the content marketing of the CBT villages. The CBT brochures were not therefore designed to provide great descriptive detail about Thai culture. My interview findings coincide with previous studies, which found that translators used omission to delete irrelevant detail in order to prevent overly descriptive texts in tourist brochures (Molina and Hurtado Albir, 2002; Cesiri, 2017; Wang, 2017; Min-Hsiu, 2018). Overly descriptive texts can reduce textual persuasion. In my study, the irrelevant information can divert the CBT brochures' focus from being persuasive to informative. According to the interview answer, translating advertisements based on content marketing for CBT needs to be persuasive and concise. Omission in this study does not reduce the main selling points as the omitted CSIs are not the main focus of the CBT brochures. Moving on to the third reason, the CBT translators used omission to avoid repetition. I will now present the interview question and the project producer's answer.

Interview question 4. Why were the words 'Wi Thi Phud' (Buddhist lifestyle) and 'Wi Thi Thai' (Thai lifestyle) omitted in the English target text? (Appendix 10: Klong Daen)

(Appendix 13: Transcripts)

Project producer: The same words that appear many times in the Thai ST were omitted in the English TT. These words appear at the beginning of the brochure, and then they appear again on the same page. If we have translated and mentioned these words already, we do not mention them again. For example, the omission of ‘ชุมชนวิถีพุทธ’ (Chumchon wit hi put: Buddhist community) in the Khlong Daen brochure, I think it was translated and mentioned earlier as ‘Community of Buddhist Faith’ in the brochure. As a result, it was omitted in the next paragraph on the same page. If some words are translated and presented, then there is no need to repeat them on the same page.

Figure 57. Omission to avoid repetition.

The project producer provides an example of omission regarding the ‘Community of Buddhist Faith’. These words were omitted in the English TT to avoid repetition. Omission is applied to keep the text concise (Bassnett, 2002; Munday, 2009a; Hatim and Munday, 2019, p. 34). Moreover, translators often employ omission in translation because redundant information is unnecessary for TT readers (Hervey and Higgins, 2002). The critical point seems to be related to conciseness. However, omission of repetition must not cause a communication breakdown in a TT (Alves, 1997; Muñoz, 2012; Wang, 2017). Therefore, omission is acceptable for translation as long as a translator omits something that a TT readership can infer from the previous context (Baker, 2018, p. 111).

In addition to omitting redundancy, in my study, translators often omitted the Thai CSIs, which present supernatural power. Intriguingly, this aspect of Thai culture is not

viewed as content for marketing to an international audience, yet, it is for the Thai domestic audience, suggesting that not all aspects of Thai culture are seen as appealing to foreigners. This is viewed as a difference in belief between the Thai domestic and international audiences. A the project producer explained it in the following interview question and answer:

Interview question 3. Why was the word 'Sai Ya Sart' (page 5, black magic) omitted from the English target text? (Appendix 9: Ko Klang)

(Appendix 13: Transcripts)

Project producer: Some words related to belief, ritual and ceremony, such as 'Sirimongkon' (glory and auspicious), 'Saiyasard' (black magic) and 'Lerkyarm' (good and lucky time), were removed from the English translation. These words were omitted because they present supernatural powers from Thai culture. When the words represent supernatural powers, we do not translate them. These words are not introduced in the English translation. This is because the foreigners do not have the same beliefs as Thai people. If we want to add them in the English translation, there must be a warning text in parentheses that requires a critical reading from the audience. We will omit anything related to this belief in supernatural powers in the English translation.

Figure 58. Omission of supernatural powers.

The word 'Sirimongkon' (glory and auspicious) was omitted in the English TT. This word refers to accepting and trusting objects and actions that afford good luck or good fortune. In addition, the translator omitted the word 'Saiyasard' (supernatural power) which signifies a belief in evil spirits which can either influence life negatively or positively. The last example is the word 'Lerk Yarm' (good date and lucky time) which refers to choosing a date and time for a life event such as a house blessing or wedding based on astrology. As the supernatural power is not the main focus of the content, these CSI were omitted for the international readership. In addition, the project producer stated that if the supernatural CSIs were introduced in the English TT, there would be a warning message in the brochure which required critical reading from the audience. Therefore, it might be that these CSIs were omitted because the international audience may have different beliefs from the Thai people.

In summary, a main difference from the literature is that omission in my study is used to avoid presenting a belief in supernatural powers. However, omission can be problematic because of meaning loss, leading to ambiguity in the TT (Katan (2004, pp. 133-136). While it is apparent that omission in the CBT brochures causes the deletion of the authenticity of Thai culture, the project producer stated that the omitted CSIs were not the main promoted content, even though they relate to Thai culture. Therefore, the project producer considers that omission of these CSIs does not affect the overall meaning of the texts. Instead, the primary focus is the promoted content, the selling points of CBT which are handicrafts, foods and tourist activities.

4.2 Rewriting

At this point, I now discuss the procedure of rewriting the Thai CSIs in the English TT. My interview findings suggest that the translators used rewriting because 1) the translation depends on marketing content, 2) rewriting of the Thai ST due to space limitation, 3) rewriting to refrain from presenting killing animals and 4) rewriting of seasonal specialities in the CBT villages. The first reason for rewriting is because of content marketing. The interview question and answer from the project producer can be seen as follows:

Interview question 3. How did the TAT inform the translators about the aims and objectives of the CBT brochures' translation? (Appendix 11: general question)

(Appendix 14: Transcripts)

Project producer: The translation for the TAT is unlike a general translation because it is content marketing. Its objective is to translate into content marketing that aims to attract audiences. The CBT content must be concise and entertaining because it focuses on marketing. The translators did not transfer all Thai STs to English translation. The translators have to rewrite some original Thai texts in English. Rewriting the Thai source text does not make the English read like a translation. While reading the Thai STs, we must understand what needs to be chosen to communicate with the English readers. Then we rewrite and tell the story to the English TT audience. The Thai text is for Thai readers, whereas the English translation is for foreigners.

Figure 59. Rewriting for content marketing.

The translators used rewriting because this translation is built around content marketing. The need is for conciseness and a text that is promotional in nature. This interview answer reported that the producer's viewpoint is to stay close to the concept of content marketing to attract foreign tourists to visit the CBT communities. Content marketing applies storytelling to draw the attention of the readers. The project producer's answer showed that rewriting helped English TT sound natural.

The second reason for rewriting is due to space limitations. The interview questions and answer are presented as follows:

Interview question 3. Why were local vegetables (page 13) such as Colubrina Asiatica, Ivory Gourd and star gooseberry rewritten with 'various local vegetables? (Appendix 4: Ban Na Ton Chan)

(Appendix 14: Transcripts)

Project producer: Rewriting some words together can save the brochure space and shorten the translation than the Thai source text. However, rewriting needs to present the same main idea based on the original Thai source text. Rewriting in the English translation is short and concise because the brochure has limited space. When the English translation exceeds the edge of the page during bleeding, I have to rewrite the English TT to make it fit into the space. For example, the ingredients of a speciality in Ban Na Ton Chan village, such as 'ผักตำลึง' (Ivy gourd), 'ผักกั้นตง' (Colubrina Asiatica)

and ‘ผักหวานบ้าน’ (*Melientha sauis*) were translated together with one meaning as ‘various local vegetables’. We do not want to translate these vegetables one by one; otherwise, we need to explain what they are and how they look. Although these three types of vegetables were rewritten with one meaning as ‘various local vegetables’, the meaning is still based on the Thai source text because they are local vegetables. We rewrote some words together because we were concerned about the space of the CBT brochures.

Figure 60. Rewriting due to limited space in the CBT brochures.

According to the interview answer of the project producer, the translators opted for rewriting some words together with one general meaning due to space limitations in the CBT brochures. The TAT runs advertisement in tourist brochures to promote the CBT in Thailand. The constraints of advertising content and space do not allow the CBT translators to introduce every Thai CSIs in the English TTs. Some previous research show that long text is always problematic for tourist brochures constrained by content and design (Agorni, 2012a; Zhang, 2012; Cesiri, 2016; Turzynski-Azimi, 2020). By using rewriting, translators can avoid extra descriptions and explanations.

The third reason for rewriting is to conceal words related to killing animals. The interview questions and answer, for this reason, are displayed as follows:

Interview question 6. Why was the local activity ‘Taeng Kung’ (page 8, spear prawns) translated as ‘collecting shrimp’? (Appendix 8: Ban Huai Raeng)

(Appendix 14: Transcripts)

Project producer: The translators translate local work such as ‘แทงกุ้ง’ (Taeng Kung: spear shrimp with a harpoon) to ‘collecting shrimps’ and ‘สักหอย’ (Sak Hoi: spear clams with a stick) to ‘collecting clams’. This is because we will avoid all words that signify killing and aggression in the CBT brochures. We avoid using violent words when they relate to animal killing. Although Thai people understand that killing animals is a local way of life of people in the CBT villages, we do not present this in the English translation. These words may be sensitive to foreign readers. Regarding living things, we opt for non-harmful and non-aggressive vocabulary. This translation is for the Tourism Authority of Thailand (TAT), and we do not want the TAT to be criticised for exhibiting aggressive messages. We know what to avoid from work experience with the TAT and the TAT’s style. I studied journalism and writing for journalism. I learned word choice techniques by rewording to deviate from negative words but still contain a similar meaning to the original message.

Figure 61. Rewriting to avoid presenting animal killing.

The interview answer shows the translators’ awareness of cultural sensitivity. They avoid introducing words that signify killing animals, even though it is a way of life for the CBT communities. The CSIs **แทงกุ้ง** (Taeng Kung: spear shrimp with a harpoon) and **สักหอย** (Sak Hoi: spear clams with a stick) were presented in the Thai ST to a domestic audience. Thai people perceive the CSIs **แทงกุ้ง** (Taeng Kung: spear shrimp with a harpoon) and **สักหอย**

(Sak Hoi: spear clams with a stick) as typical activities in Thailand, especially in rural villages. The Thai ST is intended for a domestic audience. An international readership from a different social and cultural context may perceive ‘spear shrimp with a harpoon’ and ‘spear clams with a stick’ as violent acts toward animals. A ST and TT audiences may have different cultural concepts and perceive the world differently (Kelly, 1997; Kristensen, 2002). Subsequently, the CSI แทงกุ้ง (Taeng Kung: spear shrimp with a harpoon) was rewritten as ‘collecting shrimps’, and the CSI สักหอย (Sak Hoi: spear clams with a stick) was rewritten as ‘collecting clams’. The rationale here is that the CBT translators want to avoid any potential unpleasant connotations in the English text. In this case, the mediation aims to construct an image. Hatim and Munday (2019) point out that rewriting can be used to construct an image created for a particular purpose constructed by an organisation, a commissioner or an author. The image is not naïve; it is well-designed to represent a picture and idea of someone or something (Hatim and Munday, 2019). The image of the TAT is clearly a concern, and the CBT translators wish to avoid any negative image of the TAT in a competitive global market. This illustrates that the marketing content chosen for Thai domestic tourists differs sharply from the content selected for international tourist.

Moving on now to consider the fourth reason for rewriting. The CBT translators opted for rewriting local dishes with other types of food.

Interview question 9. Why were the local dishes (page 13) rewritten with different foods? This can be seen in the dish ‘Hoi Wan Tom Ta Khrai’ (spotted Babylon sea snails in

lemongrass soup), which was translated as ‘chicken and saffron rice’, ‘Kang Ka Ti Hoi Jup Jang’ (sea snail curry) was translated as ‘steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf’, and ‘Hoi Rak Tom Ka Thi’ (Lingula sea snail in coconut milk soup) was translated as ‘spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish’ (Appendix 9: Ko Klang).

(Appendix 14: Transcripts)

Project producer: These seasonal foods from the CBT villages were rewritten with everyday food. For example, the sea snails were rewritten with chicken. This is not because the sea snails look unappealing to foreigners. When they are cooked, the tourists cannot recognise them. These local dishes have sea snails as the main ingredient. These sea snails are not available out of season. Therefore, they were rewritten with ‘chicken’ in the English TT because chicken is available. The translators cannot guarantee the availability of seasonal foods in the CBT village when tourists visit the village. Therefore, the translators opted for the food the tourists could have all year round. This is the way to protect the translators and the CBT community. Thai tourists and foreign tourists are different. Thai tourists understand that these sea snails are seasonal, and they are not available all year round. In contrast, foreign tourists might not know this. If they visit the village and miss these local dishes, they might think the CBT brochure provides false information.

Figure 62. Rewriting specialities with everyday food.

The project producer has a clear conception of the difference between Thai tourists and foreign tourists. Thai tourists know that these types of sea snails are seasonal

dishes, and if they happen upon the village out of season, they will know not to ask for them. The English text replaces the seashells with chicken, a year-round available dish. The CBT translators are concerned with the image of the TAT, the reputation for honesty and avoiding false information. None of the previous studies in my literature review discussed rewriting because of seasonal food availability.

Having discussed rewriting, I present findings in the next paragraph to show why the CBT translators applied 'borrowing' procedure.

4.3 Borrowing

The interview findings from the project producer's answers brought forth three main reasons for employing borrowing: 1) the Thai CSIs have no exact equivalence in English, 2) the proper names are promoted places and products for the CBT and 3) transliteration can avoid miscommunication between foreigners and local Thais. In the following paragraph, I will present the interview answer, which demonstrates the first reason to use borrowing due to a lack of exact equivalence in the English TT.

Interview question 3. Why were the administrative units (page 14) 'Amphoe' and 'Mu' transliterated as 'Amphoe and Mu' without an explanation in the English target text?

(Appendix 7: Ban Bang Phlap)

(Appendix 15: Transcripts)

Project producer: Most administrative words of Thai politics were borrowed with transliteration in the English characters. Some political terms were borrowed because the editor, a native speaker of English, ascertains these Thai words do not have the exact equivalence in English. These Thai political terms, such as the words 'Khwaeng' (a district in Bangkok) and 'Khet' (a sub-district in Bangkok), 'Amphoe' (a district out of Bangkok) and 'Tambon' (sub-district out of Bangkok) represent typical Thai politics. These words do not have an exact equivalence in English. These terms were borrowed in the English translation by using transliteration without description.

Figure 63. Borrowing due to lack of exact equivalence to the English translation.

As the answer suggests, some borrowed words have no equivalence in the English TT. Borrowing is a common procedure in translations where equivalence is lacking (Vinay and Darbelnet, 1995, pp. 31–32, 340; Baker, 2018; Hervey and Higgins, 2002, pp. 5, 35–36). However, transliteration without description, the administrative words 'Khwaeng' (a district in Bangkok) and 'Khet' (a sub-district in Bangkok), 'Amphoe' (a district out of Bangkok) and 'Tambon' (a sub-district out of Bangkok) have no meaning to an international audience. They may be able to pronounce 'Tambon', but the meaning remains elusive as it is restricted to Thai culture.

In addition to this example of borrowing administrative terms through transliteration, the producer provided additional reasons to explain borrowing by pointing out that some proper nouns are promoted places and products and, as such, are often accompanied by an additional description. In the following interview answer, the producer

discusses the second reason for borrowing. The interview question and answer for borrowing because of promoted products and places are illustrated as follows:

Interview question 11. Why was the word 'Khit' (page 10, weaving technique) transliterated as 'Khit'? (Appendix 4: Ban Na Ton Chan)

(Appendix 15: Transcripts)

Project producer: The names of places and products were borrowed because they are proper nouns. It is a proper name for a place and a product. For example, the word **ขี้ด** (Khit: weaving pattern) is a proper name referring to a motif on a Thai skirt. We want the English TT readers to know its name and call it by its name because it is a promoted product. However, we added extra information in the brochure to explain what 'Khit' is. The word 'Khit' refers to various weaving motifs. We employed 'Khit' and added extra information because it is the main content and a significant feature.

Figure 64. Borrowing proper nouns of promoted products.

The main content reported by the project producer refers to promoting the CBT products and places. The word 'Khit' is promoted content, and the CBT translators want an international readership to know it and to be able to pronounce it. Borrowing terms from a ST displays a local colour and authenticity into a tourist text, authenticity and exoticism are a key component in marketing tourism (Newmark, 1988, pp. 81–82; Vinay and Darbelnet, 1995). As MacCannell (1973, 1999) and Dann (1996, 2000) proposed, authenticity as a selling point is ubiquitous in tourism. It represents the exoticism of the otherness. Although

borrowing is used due to non-equivalence in the TT, it is also used to persuade TT readers to buy tourist products (Terestyényi, 2011; Chiwanga, 2014; Turzynski-Azimi, 2020). It is worth speculating why this motif, *Khit*, is considered important content in the English text. One reason might be that the TAT here is marketing for a niche market. Therefore, a seemingly small detail, a type of motif, is chosen for extra description. As Armstrong, 2005, pp. 143–146; Girčienė, 2017) suggest, borrowing is employed in niche market food and fashion to be persuasive for a small market. The CBT is specifically aimed at tourists who are interested in cultural tourism. As discussed above, the translators borrowed Thai words in the English TT because these CSIs are promoted content for the CBT.

I will now discuss the third reason, which aims to avoid confusion between locals and tourists.

Follow-up Interview question: Why did the translators not translate the names of CBT villages, tourist spots and CBT products into English? (Appendix 11: general question)

(Appendix 15: Transcripts)

Project producer: Another reason that the Tourism Authority of Thailand (TAT) prescribed using transliteration of proper names of places was to avoid confusion between local people and tourists. For example, local people do not know this English name if we translate the CBT village 'Wat Ban Na To Chan' to 'Temple of Millettia Brandisiana Villages'. The translation can confuse locals if the tourists ask, 'Where is the Temple of Millettia Brandisiana Villages?' instead of 'Where is Wat Ban Na Ton Chan?'. On the contrary, if the foreigners ask, 'Where is Wat Ban Na Ton Chan?', the

local people will immediately recognise the Thai words 'Wat Ban Na Ton Chan' and can indicate the direction. Therefore, we do not translate the proper names to avoid confusion between locals and tourists.

Figure 65. Borrowing by using transliteration to avoid confusion between locals and foreigners.

The project producer reported that borrowing was applied to facilitate communication between tourists and locals. However, the CBT translators did not translate the proper names. Communication is essential when local people and foreigners exchange information regarding the name of tourist places and products. As the interview answer indicates, borrowing a proper name by using transliteration in the English TT facilitates communication between local people and foreigners. When tourists enunciate transliteration, villagers can recognise the pronunciation of these proper names. However, local people have limited English language and will not understand an English translation. For example, if Ban Na Ton Chan is translated in the English TT as 'The village of Millettia Brandisiana field', local people will not understand it. Previous studies in my literature review have not dealt with translating the proper names of CSIs which may cause confusion between locals and tourists.

In my study, borrowing by transliteration serves more than one purpose. Borrowing is used to 1) undertake the Thai CSIs, which have no exact equivalence in English, 2) promote the CBT places and products and 3) avoid miscommunication between foreigners and local Thais. Together, these results provide important insight into why the translators used borrowing to translate the CSIs. One significant finding is that borrowing

can introduce the source culture's authenticity and exoticism to the TT. Authenticity and exoticism attract an audience to experience the otherness. In tourist translation, a translator applies borrowing to introduce a culture of the other to persuade the intended readership to visit a holiday destination area (Fijo León and Fuentes Luque, 2013; Malenkina and Ivanov, 2018). Exoticism and authenticity in tourist brochures are marketing tools which invoke the vision of another world (Cooper, 1994). If a translator translates CSIs using general words, exoticism and authenticity disappear. In the next section, I present the interview answer to explain why generalisation was employed.

4.4 Generalisation

The findings show that the translators' preferred method of generalisation is using superordinate or hypernym to translate the Thai CSIs into the English TT. This is because a superordinate or a hypernym gives a general meaning which encompasses the meaning of the original Thai words. The project producer offered the following explanation in response to the Interview question.

Follow-up Interview question: Why did the translators translate some words that do not have a one-on-one translation in English, such as 'Ubosot' to an ordination hall, 'Ho chan' to a dining hall, 'Phathung' to skirt or 'Ngop' to a hat? (Appendix 8: Ban Huai Raeng)

(Appendix 16: Transcripts)

Project producer: The word ‘อุโบสถ’ (Ubosot) in the Ban Huai Raeng CBT brochure was translated to ordination hall, and ‘หอฉัน’ (Ho Chan) in Khlong Daen CBT brochure was translated to the dining hall. We use these words because they are general and standard words, although ‘หอฉัน’ (Ho Chan) is a multifunctional hall. Likewise, the word ผ้าถุง (Pha Thung: tube skirt) in the Ban Na Ton Chan CBT brochure was translated as a skirt because it is easy to understand and it is worn like a skirt. The way to wear it is like a skirt. Regarding the word งาม (Ngop: woven palm leaves brim hat), it was translated as a hat in the Ban Huai Raeng brochure because we look at the usage. Ngop is worn on a head, and the word ‘hat’ is a general word which can display it. Likewise, ‘กระด้ง’ (Kradong) is similar to a basket used to carry things.

Figure 66. Generalisation for the same purpose of usage.

Thai CSIs have specific meanings because they are attached to Thai culture, whereas a superordinate provides a general meaning. For example, the Thai CSI ผ้าถุง (Pha Thung) was translated with a superordinate ‘skirt’. Although a skirt and a ‘Pha Thung’ are worn at the waist, the word ‘skirt’ in English does not render the entire concept of this CSI. Thai females wear ผ้าถุง (Pha Thung) for almost every occasion, such as work and leisure, and even for showering and sleeping. By using the word ‘skirt’, this superordinate provides general comprehension. generalisation never gives complete meaning to CSIs due to

linguistic, social context and cultural differences (Newmark, 1988, p. 84; Baker, 2018). Another example from the interview answer demonstrates that ‘จอบ’ (Ngop), which refers to a woven palm leaves brim hat in the Ban Huai Raeng brochure, was translated as a ‘hat’ in the English TT. Farmers wear ‘จอบ’ (Ngop) when they work on a farm or a rice field. Even though these general words, skirt and hat, do not transfer the exact meaning of these Thai CSI, they contain a general meaning for the English TT readership.

Using a superordinate, a translator applies generalisation to undertake the CSIs (Baker 2018). Previous studies on the translation of tourist texts reveal that when translators translate CSIs with a general meaning, they become culture-free in the target language (Newmark, 1988, pp. 39–43; Magablih, Abulhaiha and Saleh, 2010; Rezaei and Kuhi, 2014; De Marco, 2015; Fuadi, 2016). A cultural-free word in these studies provides a general meaning to CSIs and reduces the local colour of a source culture. These studies also suggest combining a superordinate with added lexical items to clarify the meaning of source text CSIs. In my study, the general meaning of superordinate, such as hat and skirt, makes the specific features of the Thai CSIs disappear in the English TT.

4.5 Addition

My study's translation procedure of ‘addition’ refers to inserting extra lexical elements in the English TT which extrapolates on the original Thai CSI through explanation and description. The translators provided extra lexical addition to clarify the meaning of the CSIs in the English TT, whereas these CSIs remain implicit in the Thai ST. From my interview data, the translators applied addition because of 1) specific information signifying uniqueness, 2)

promoted products and 3) non-Thai readership. Here is the interview question and the project producer responding to the first of these points, specific information to denote a sense of the unique and special.

Interview question 8. Why was the word 'Ruea Hua Thong' (page 4, boat with a high prow) translated as 'a traditional Andaman long-tail boat'? (Appendix 9: Ko Klang)

(Appendix 17: Transcripts)

Project producer: Ruea Hua Thong's boat was translated as a traditional Andaman long-tail boat. This is because we want to inform the English audience that this kind of boat is only available around the Andaman seacoast. According to geography, this type of boat is not found around the Gulf of Thailand seacoast. It is only available in the Andaman seacoast. We strongly recommend using the word 'Andaman' to clarify the boat because it is only specific to the Andaman seacoast. The other part of the boat, the long tail, controls the helm. This part was translated as a 'long tail'. The word 'traditional' was added in order to inform the English readership that the boat is unique to the Andaman seacoast. We want to give more specific information about this local boat. The importance of the translation of 'Ruea Hua Thong' to 'a traditional Andaman long-tail boat' is to explain precisely that it is from the Andaman seacoast.

Figure 67. Specific information signifying the uniqueness.

The translators translated some Thai CSIs by adding more specific information to explain their unique features. This information was added to detail a specific feature of the

boat, the long tail, and its original location, the Andaman Sea community. The word 'traditional' was added to suggest that this boat is passed on from generation to generation. By adding extra information, the boat becomes unique to the geographical region. The project producer stressed that the boat's locational uniqueness is its feature. In addition, the Thai CSI 'Ruea Hua Thong' (a high prow boat) was translated as 'a traditional Andaman long-tail boat' in the English TT. Thai CSIs like 'Ruea Hua Thong' lack complete equivalence in English; consequently, the translators added lexical elements to clarify them.

Translation scholars suggest that addition can partly solve the problem of non-equivalence between an ST and a TT by adding descriptive lexical items (Newmark, 1988; Nida, 1964 cited in Pym, 2010, pp. 52–54; Baker, 2018, pp. 38–40; Snell-Hornby, 2006, p. 10; Baker and Saldanha, 2009, p. 4). Addition provides a close meaning to a TT's original elements, which helps a TT audience avoid misinterpretation (Munday, 2009a, p. 201, 2016, pp. 43, 92). Addition by using lexical features makes an ST more explicit and descriptive (Munday, 2009a, p. 214, 2016, p. 43; Baker, 2018, pp. 38–40). Explicit and descriptive information by using addition can clarify the meaning of an ST (Snell-Hornby, 2006, p. 10).

The second reason given for why the CBT translators used addition is to promote the products and tourist activities in the CBT villages. Let me turn now to the project producer's answer on this.

Interview question 16. How did the translator translate the word 'Khao Poep' (page 13, stuffed noodle sheet) (Appendix 4: Ban Na Ton Chan)

(Appendix 17: Transcripts)

Project producer: The food requires further explanation because it is a signature product. When food is important content, we must give more space to explain more about it. It is one of the main topics of a story, so we must promote it. The product that we promote needs more description. For example, a local signature ข้าวเป็ญ (Khao Poep: stuffed noodle sheet) which is one of the important contents in the CBT brochure; we must provide more information. The point is we introduce this local food as the story's main character. We must explain what Khao Poep' is. This is a promoted product, not a peripheral detail in the brochure. If we present a local food ข้าวเป็ญ (Khao Poep: stuffed sheet noodles) without any description, it seems that it is not an important product at all. When we promote the 'Khao Poep' of Ban Na Ton Chan village, we encourage the tourists to try 'Khao Poep', and we need to explain more about what it is. More information and a longer description show this food is very important. On the contrary, they are not explained if they represent a peripheral detail. The food without any detailed information is not important content. We want the audience to recognise its importance by adding more information. The length of the information depends on the content of the products. If they are promoted content, we will present them with more explanation.

Figure 68. Additional lexis for promoted products.

The interview answer shows that a promoted local dish ข้าวเป็ญ (Khao Poep: stuffed sheet noodles) has a detailed description in the English TT. The project producer

states that the length of addition correlates with the promotion of the product. On the other hand, when the CSIs are not promoted for CBT, they do not have extra detail. Regarding the length of addition, this aspect of addition has been controversial amongst translation scholars. The length of the addition depends on the text type. A long-winded and ponderous addition is not suitable for advertisements, tourist brochures and subtitles, which have limited space to present long texts (Venuti, 2000, p. 290; Baker, 2018). The suitable length of additional information for CSIs in tourist brochures varies depending on the context (Terestyényi, 2011; Ajtony, 2015; Cesiri, 2016, 2017; Turzynski-Azimi, 2020). Previous studies point out that the length of additional information depends on different purposes and varies from case to case. Although differences of opinion still exist, there appears to be some agreement that addition is applicable for a TT audience who may lack knowledge of a source culture. Previous studies have not discussed how the length of addition correlates to promotion in tourist brochures. In my study, by adding extra descriptions, the CBT translators raised awareness of promoted products and tourist activities.

The third reason to use addition is to provide descriptive and informative explication for a non-Thai audience. The interview question and answer for the third reason are provided as follows:

Interview question 9. Why was the folding technique 'Rang Taen' translated as 'the papaya strips'? (Appendix 7: Ban Bang Phlap)

(Appendix 17: Transcripts)

Project producer: We added more information to some Thai words because the English readers are not Thai. For example, the word รังแตน (Rang Taen: weaving a wasp nest shape) in the Ban Bang Phlap CBT brochure does not have any information about it. This Thai word can be literally translated as a ‘wasp nest’, which refers to a folding technique. We know that our Thai audience understands what it is. Therefore, explaining this word in the Thai source text is unnecessary. Whereas the English audience may not know what it is. In the English translation, the word รังแตน (Rang Taen) was translated with the ‘papaya strips’, which is associated with pictures of a villager weaving papaya strips. For the Thai audience, we use the Thai word รังแตน (Rang Taen) without any description. On the contrary, we cannot introduce this word without description in English translation because the readers are non-Thai. We understand what it is, but they do not.

Figure 69. Addition for a non-Thai audience.

The project producer's answer describes that the translators used addition because the Thai CSIs were implicit in the Thai ST. The project producer indicated that the extra lexical elements of Thai CSIs in the English TT are for a non-Thai readership. The interview answer reported that Thai people understand the art of weaving patterns in the Ban Bang Phlap CBT brochure called ‘รังแตน’ (Rang Taen: weaving a wasp nest shape). In the Thai ST, the meaning of ‘Rang Taen’ is implicit, whereas it becomes explicit in the English text by translating with ‘papaya strips’. The interview answer shows that the translators

assumed that the foreigners were unfamiliar with Thai culture. In this context, the translators acted as cultural mediators who bridged the knowledge gap between Thai readers and foreigners. Consequently, as the project producer stated, the translation of ‘รังแตง’ (Rang Taen) as ‘papaya strips’ gives explicit meaning in the English TT. Addition may solve the problem of non-equivalence between Thai English by adding explicit descriptive information to translate the CSIs. This kind of addition is general information which removes ambiguity from the ST message (Newmark, 1988, pp. 90, 182; Baker, 2018, pp. 10–40). The additional description provides general information in a TT but is not an exact equivalence of ST items (Pym, 2010, pp. 14, 52). General information about CSIs in tourist brochures can facilitate a proportion of meaning but is not a whole precise meaning of the original words (Agorni, 2012a, 2016; Malenkina and Ivanov, 2018; Min-Hsiu, 2018; Turzynski-Azimi, 2020).

In the following paragraphs, I demonstrate the interview answer, which explains why the translators employed literal translation to undertake CSIs.

4.6 Literal Translation

A literal translation is word-for-word translation when a translator sticks very closely to the lexical meaning of the ST (Munday, 2016, p. 54). A literal translation is not an interpretation of words within a context. The CBT translators used literal translation the least in my study. However, the project producer stated that the translators used literal translation to provide a brief meaning to the Thai CSIs. The interview question and the answer regarding the literal translation of a Thai CSI are illustrated as follows:

Interview question 4. Why were the words ‘Phon La Mai Khlap Chart’ (page 11) literally translated as ‘reborn fruits’? (Appendix 7: Ban Bang Phlap)

(Appendix 18: Transcripts)

Project producer: The translators literally translated some Thai words. The translation of the word ‘reborn fruit’ ‘ผลไม้กลับชาติ’ (Phon La Mai (fruit) Kap Chart (rebirth)) is really challenging. Local people adapted the Buddhist term ‘กลับชาติ’ (Kap Chart: rebirth) as a wordplay ‘reborn fruit’. Wordplay is part of content marketing, and content marketing is the heart of the CBT brochure project. The brochure content needs to be entertaining. Local people have the creativity to make this Thai word interesting and unique. It is quite challenging for us how to translate these words. These words can confuse some Thai audiences. Then we have to ask ourselves, ‘what is a ‘reborn fruit?’ and ‘can fruit be reborn?’. The Ban Bang Phlap CBT brochure instructs how the fruit has been processed from bitter to sweet. Being reborn is a belief in Buddhism, so we used the Buddhist term ‘reborn’ for the product. Consequently, we opted for the literal translation in English as ‘a reborn fruit’ because it is short. However, we also explained in detail in the Thai source text about this fruit preservation technique. This is as same as the literal translation of ‘ordination of Cruz trees’. If we do not use a literal translation, the translation in the English TT will be quite long due to the lengthy description.

Figure 70. Literal translation to provide short lexical meaning.

The interview answer suggests that literal translation was applied to translate the Thai CSIs into the English TTs because it can give a short translation of lexical meaning. The project producer said that the Thai CSI ‘ผลไม้กลับชาติ’ (Phon La Mai Kap Chart) was considered as a wordplay. The Buddhist term ‘กลับชาติ’ (Kap Chart: reincarnation) was adapted to describe the promoted homemade fruit conservation from the Ban Bang Phlap Community. In Ban Bang Phlap village, the CSI ‘ผลไม้กลับชาติ’ (Phon La Mai Kap Chart) refers to the preservation process that transforms bitter vegetables and sour fruit into sweetness. The literal translation of the CSI ‘ผลไม้กลับชาติ’ (Phon La Mai Kap Chart) is ‘reborn fruit’. Consequently, the literal translation ‘reborn fruit’ gives brief meaning to the Thai CSI. The literal translation of reborn fruit can add a kind of literary feel to the brochure. This is unusual collocation and sound poetic.

The literal translation in tourist texts has been employed to translate food, art and tourist areas in order to provide a basic meaning of each word separately (Durán Muñoz, 2012; Cómitre Narváez and Zambrana, 2014; Cesiri, 2017; Chunlei, 2019; Turzynski-Azimi, 2020). However, these studies state that literal translation can be problematic when a TT audience does not perceive the original word's meaning as the same as an ST readership. An example can be seen in Sulaiman and Wilson (2019), in which the word ‘paradise’ from an English tourist brochure was literally translated into Malay as ‘syurga’. This literal translation of the word paradise caused a cultural clash between the Anglophone audience and the Muslim readership as paradise in the ST connotes a paradise on earth and in the celestial realm. In contrast, Malay Muslims perceive paradise only as a place for life after death. Therefore, there is a risk involved when translating literally.

Conclusion

Process-oriented DTS presents an investigation into the translators' decision-making on translation procedures: omission, rewriting, borrowing, generalisation, addition and literal translation. This chapter provides plausible answers to explain why the CBT translators used these translation procedures found in my comparative textual analysis. My study results corroborate the findings of a great deal of previous work in tourist translation. Consistent with the literature, my study found that the CBT translators applied omission because of limited space of tourist brochures and avoiding repetition and irrelevant content for a TT readership. This study supports evidence from previous research that borrowing was used due to a lack of equivalence between a source language and a target language (Vinay and Darbelnet, 1995, pp. 31–32, 340; Baker, 2018; Hervey and Higgins, 2002, pp. 5, 35–36). In addition, generalisation was used to translate CSIs with general meaning. My findings support the work of previous studies (Durán Muñoz, 2012; Cómitre Narváez and Zambrana, 2014; Cesiri, 2017; Chunlei, 2019; Sulaiman and Wilson, 2019; Turzynski-Azimi, 2020) that addition was employed to provide extra information for a TT reader and translators employed literal translation to provide short lexical meaning of each word.

The outcomes of this chapter demystify some findings that previous studies have not reported in the translation of tourist brochures, such as CBT translators omitting CSIs because they are related to supernatural power. In addition, rewriting was used to conceal killing animals for an international audience. In addition, the translators employ rewriting to avoid the problem of seasonal food availability. Another significant aspect of my finding, missing from previous studies, is that the amount of additional lexis added to the CSIs correlates with the promotion of CBT products and tourist activities. Another finding to

emerge from this chapter is a content marketing strategy. In my study, the English TT is an advertising translation whose function is to persuade an international audience to visit Thai CBT villages. The decision-making to choose the translation procedures is therefore based on content marketing.

The next chapter will present the interview findings, which reveal the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the CBT translators. I conducted interviews with the Tourism Authority of Thailand (TAT) and the same project producer of the outsourced company to investigate how the TAT, the outsourced company and the translators work together on the CBT workflow. The next chapter discusses function-oriented DTS, a study of the context of CBT translating workflow.

Chapter 5

Function-Oriented DTS

Interview Findings: CBT Translation Workflow

The previous chapter presented the interview with the project producer of the outsourced company with regard to the CBT translators' decision-making to use translation procedures to undertake 142 CSIs. The CBT brochures demonstrate Thai culture more widely for domestic and international tourists. These CBT brochures were aimed to promote a niche market, specifically tourists interested in cultural tourism. The findings show that the translators' decision-making mainly depends on the TAT's marketing strategy called 'content marketing'. Content marketing is a marketing strategy in which content is used to persuade an intended audience through storytelling (Barry, 2015, pp. 266–267). Storytelling makes the content more interesting and appealing to readers. Storytelling is a marketing tool that the TAT uses to share the history of a CBT village and its products with domestic and international audiences. The translators acknowledged that Thai and international audiences differ in culture and interest. Subsequently, the English TT was translated for an international audience by omitting some CSIs relating to supernatural power. In addition, they omitted CSIs that were not the main content and products of the CBT villages. Another aspect of my findings was the suitable length of additional lexical items attached to the CSIs in the English TT correlated with a selling point of the CBT products. In other words, the more they were promoted in the CBT brochures, the longer the descriptions.

Although the previous chapter provided possible explanations for why the CBT translators applied omission, rewriting, borrowing, generalisation, addition and literal translation, it does not give enough information about how the TAT, the outsourced company and the CBT translators worked together on the CBT translation workflow. Therefore, I gathered empirical data through interviews with the Tourism Authority of Thailand (TAT) and the project producer of the outsourced company directly involved with the CBT brochure project. This function-oriented DTS chapter will present my interview analysis that describes and explains the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the CBT translators. This current chapter, therefore, presents the interview findings that aim to provide answers to research question four as follows:

4. What is the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the translators?

This chapter is structured as follows. Firstly, key informant information is presented in the general workflow organisation. The TAT chose the outsourced company to produce the CBT brochures. The objective of the CBT project is to promote the CBT villages located in different parts of Thailand for domestic and international markets. The TAT outsourced a company that composed the original Thai ST, translated it into English and published the CBT brochures. The TAT and the project producer of the outsourced company are key informants for the investigation of function-oriented DTS.

In my study, function-oriented DTS examines the broader context of the translation. Therefore, the interview with the TAT official and the project producer can shed

light on the translating workflow of the CBT project. In this chapter, the interview answers from the TAT and the project producer will be presented together concerning the same themes to see whether their answers regarding the CBT workflow are relevant or different. In my study, the CBT workflow refers to the initial conception of the brochures and subsequent work proceeded from translation to publication and the decisions made during this process. The interview answers from the TAT and the project producer were analysed and compared to examine whether their answers were convergent or divergent. The interview findings revealed that their answers about the CBT workflow were convergent because the TAT official and the project producer reported similar answers regarding the same themes. The interview findings, which have themes related to each workflow stage, will be presented. The Thai transcripts are shown in Appendices 19-27, while their translation in English will be presented in this chapter. I present the interview answers regarding outsourcing a company in the following paragraph.

5.1 Outsourcing a Company

The TAT, as a Thai governmental organisation, initiated the CBT project. Interestingly, the TAT does not recruit translators but outsourced a company to produce, translate and publish the CBT brochures. Therefore, the translation of the interview answers concerning the initial workflow of the CBT project will be presented in a box as follows:

Interview question: 25. How did the TAT work with the translators to help them understand the aims and objectives of the CBT project? (Appendix 3)

(Appendix 19: Transcripts)

TAT: The TAT did not employ translators to produce the CBT brochures. The TAT outsourced a private company whose previous work is relevant to this project. The workflow for the CBT project is as follows: first, we invited the outsourced company to join a meeting for mutual understanding on the objectives of publishing the CBT brochures, including the brochure design. Then, when the outsourced company signed the employment contract with the TAT, they had to complete all work processes and hand in ten CBT brochures on the due date. The work process of the CBT project is fieldwork in the CBT villages, writing the Thai ST, translating it into English TT, formatting, editing and printing.

Figure 71. The TAT outsourced a private company to produce the CBT brochures.

This interview answer shows that the TAT does not contact the translators to work on the CBT project. Instead, the TAT outsourced a private company to work on the CBT project. The TAT formally met with the outsourced company to explain the work process. In this stage, the interview answer shows that the TAT commissioned and appointed a company to complete all work on the CBT brochures. In conjunction with this, the verbal interview with the project producer demonstrates that the TAT did not employ translators to work on the CBT project. I am turning now to the interview answer of the project producer, which shows a similar answer to the TAT regarding outsourcing.

3. How did the TAT inform the translators about the aims and objectives to translate the CBT brochures? (Appendix 11)

(Appendix 19: Transcripts)

Project producer: I want to mention that the TAT did not directly commission the translators for this CBT project. The TAT outsourced my company to deal with the whole CBT project. The translators are one component of the company contributing to the entire CBT project. The TAT appointed the company to work on this project, not the translators. I recruited translators for this CBT project.

Figure 72. The TAT outsourced a private company to produce the CBT brochures.

According to the interview answer, the project producer acknowledged that the TAT needed the company to complete all of the work processes of the CBT brochures. Therefore, the translators are not a priority choice for the TAT. The project producer stressed that the TAT was not involved in the company's recruitment process. The project producer recruited translators to translate the brochures from Thai to English. The interview answer demonstrates that the outsourced company's project producer is the only person the TAT consulted during the initial process of the CBT workflow.

Translation workflow investigates the broader translation context and can be divided into academic and professional contexts. Workflow in an educational context was investigated in undergraduate and postgraduate courses in European countries and examined the role of the translator and project manager (Konttinen, Veivo and Salo, 2020; Plaza-Lara, 2022). A Finnish undergraduate course investigated whether the student's performance as translators was relevant to European international standards of translation services. This study revealed that students reported that they adopted various roles such as translator, administrator and project manager (Konttinen, Veivo and Salo, 2020). In addition,

in an educational context, the analysis of 67 postgraduate courses from the website of the European Commission in translation revealed that the first expectation of a project manager is the ability to administrate a project budget, followed by the ability to use computer-assisted translation tools. These studies in educational contexts simulate real-world contexts in order to prepare students to enter the translation industry rather than investigate the relationship of each agent during the translation process (Plaza-Lara, 2022).

Turning now to the research on workflow in a professional context, there are relatively few studies on the workflow within translation companies. However, Olohan and Davitti (2017); Sulaiman and Wilson (2019) and Muñoz Gómez (2020) investigated the workflow within translation companies in the UK, Australia and Ireland, respectively. These studies all show that translators never had direct contact with customers, as the project manager acted as an intermediary. The project managers emailed translators to commission them to work based on customers' requirements (Olohan and Davitti, 2017; Sulaiman and Wilson, 2019; Muñoz Gómez, 2020). In these studies, although the project manager and company staff had a good command of English, they did not translate because they were not qualified to be a translator (Olohan and Davitti, 2017; Muñoz Gómez, 2020). In addition, within the workflow, Sulaiman and Wilson (2019) showed that feedback from target text readers and a commissioner revealed that the translation did not take into account cultural differences between the Australian source text reader and Malaysian target text readers. This case demonstrates that the Australian commissioners did not provide explicit advice regarding cultural sensitivity. However, these previous studies have not investigated the interrelationship of each agent to shed light on which factors influence translators' decision-making during a translation workflow.

In summary, the interview answers of the TAT and the project producer revealed the same answers about the outsourcing process and the CBT translators. The TAT did not commission the CBT translators to work on the CBT brochures because the TAT looked for a company that could work for on the entire CBT project. Subsequently, the role of the translators was missing from this early stage of the CBT workflow. As the outsourced company plays such a crucial role in the project, I wanted to know what criteria the TAT adopted to choose this company. As can be seen below in the TAT's written answer to this question, the TAT's decision was based on the ability of the company to take on the whole project from start to finish and assume responsibility, not just for the text, but for the imagery, design, and publication of the brochures. In addition, previous positive experience working with the company played a significant role in the TAT's decision. The following paragraphs will present the interview findings regarding the company's qualifications.

5.2 Company's Qualifications

Follow-up interview question: What qualifications does the TAT require from the outsourced company to produce the CBT brochures? (Appendix 3)

(Appendix 20: Transcripts)

TAT: The TAT chose the company qualified to work on content marketing, including publishing experience, the ability to write original Thai source texts, and knowledge of translating into English. The TAT has worked with the company for six or seven years, and the company is good at community tourism. When we asked the company to adjust

or modify work, the company did it for us and was willing to do that. The company is disciplined, honest and punctual.

Figure 73. The company's qualifications for the TAT.

According to the interview answer, the TAT stated that the company was appointed because of their work experience relevant to content marketing and community tourism. The TAT has worked with this company for a long time and has a good impression of the project producer's characteristics. In addition, an interpersonal factor is involved: the TAT was impressed by the company's good quality of work and the project producer's willingness to work with the TAT on amendments or brochure suggestions. In agreement with this, the project producer also stated that previous experience was essential. However, it was also noted that the TAT viewed the company as an intermediary between the TAT and the communities being promoted. The project producer's answer in the following paragraph illustrates a similar answer to the TAT regarding the company's qualifications.

Follow-up interview question: What qualifications did the TAT require from your company? (Appendix 11)

(Appendix 20: Transcripts)

Project producer: The company had worked on a community project before. Our first community-based project was agro-tourism, promoting cultural tourism in the Mekong community. For the community-based tourism project, the TAT looked for a company specialising in community tourism. The TAT has seen our previous tourist brochures

before. We were selected because the TAT found that we could definitely access the community. The accessibility that I mean is we can gain trust from the community by not taking advantage of them or taking them for granted. We gain trust by making them feel comfortable. We do not take our city dweller persona to the community villages. We show honour and respect for how they are, live, and dress. As a result, they were open-minded and told us their ancestor stories. They told us everything; we had exact and interesting information that could not be found in a Google search. Consequently, we wrote new information from scratch.

Figure 74. The company's qualifications for the TAT.

From the interview answer, the company worked on an agro-tourism community along the Maekhong River, which runs through the north and the northeast of Thailand. Agro-tourism in Thailand is the integration of tourism agriculture. Tourists can stay in accommodation on working farms and have an opportunity to learn cultivation techniques. Tourists can visit coffee farms, organic fruit orchards or paddy fields in the agro-tourism community. The interview answer shows that the TAT appointed the company because of their relevant work experience. In other words, the company has gained the trust of the TAT. A key point worth commenting on here is that the outsourced company gathered original information from the villagers in order to compose a narrative to promote the CBT villages. In order to gain the CBT villagers' trust, the outsourced company showed respect for the local people and their culture. The in-depth information from the villagers about their histories and tradition were used to compose the Thai STs, and then they were translated into English for an international audience.

The next theme is the marketing strategy that the TAT applied to advertise CBT in Thailand. The TAT's interview answer related to this theme is presented as follows:

5.3 Content Marketing

Interview question 5. Why does the TAT have a strategic plan to promote the CBT?

(Appendix 3)

(Appendix 21: Transcripts)

TAT: Thailand launched a 20-year strategic plan for tourism; the TAT plans to promote creative and cultural tourism between 2018-2022. Subsequently, the TAT promotes community-based tourism (CBT). The TAT is a governmental organisation which puts out public relations and marketing to promote tourism in Thailand. However, the TAT may not be able to physically develop the CBT villages that much. As a result, the TAT uses content marketing to promote the CBT villages. The TAT applies content marketing by using content to tell a story. It is a marketing tool to promote CBT (a niche market) to meet the requirements of the intended tourists. The CBT villages are carefully selected. The first step is to choose communities that meet the TAT's criteria concerning people in the village, scenery, sanitary conditions, facilities, safety, transportation and tourist activities. Then, they are categorised and themed. Finally, the content for marketing will be written in Thai for these CBT villages to persuade Thai domestic tourists. The TAT conducted research on domestic tourists' behaviours before writing content.

Figure 75. A marketing strategy to promote the CBT in Thailand.

The interview answer displays that the TAT uses a content marketing strategy to promote CBT. The TAT uses the content to create storytelling as an advertising tool. The key content of each village is selected, categorised and themed by the TAT. The CBT stories were initially written in Thai for a Thai audience to persuade them to visit the CBT villages. Therefore, the content was originally selected to appeal to domestic tourism. The TAT informed the company about this information before starting the workflow. In the next paragraph, I will present the interview answer of the project producer regarding content marketing:

Follow-up interview question: 3. How did the TAT inform the company about the aims and objectives when translating the CBT brochures? (Appendix 11)

(Appendix 21: Transcripts)

Project producer: The TAT instructed us to tell the story for the CBT project because it is content marketing. The TAT wanted us to tell the story of the CBT villages. The TAT wanted us to narrate the story from the beginning because readers should know the background of the CBT villages. We want to tell the audience that some CBT villages faced difficulty before gaining success so that the visitors see the value of the CBT villages. It is not just a visit. Tourists can access the village's soul, culture, and history. Once we know the story of the CBT villages, it depends on how we will present it. The CBT village narratives have a successful ending with pride, which creates story value, not ending with sadness. It is a pride story. Not all of these CBT brochures have an emotional and dramatic plot, such as Ban Chiang Village.

Figure 76. A marketing strategy to promote the CBT in Thailand.

The interview answer reveals that the project producer acknowledged the TAT's aim, objective and marketing strategy. The CBT content is a marketing tool for the TAT. The project producer indicates that the content of the CBT villages and products was transferred through a story. The story tells the audience about the history of the CBT villages, local wisdom and local people. The CBT story relates the life of difficulties faced and overcome. The narratives connect the intended audience with the CBT villages. Some of the stories of the CBT villages are emotional. The project producer reported that the stories have a plot corresponding sequence, from zero to hero. However, not all CBT brochures have a dramatic story.

Storytelling can be a discrete form of advertising. The aim is to blur the fact that the audience is reading an advertisement aimed at persuading them to purchase tourism products. Storytelling resonates with an audience's feelings and emotions (Mei, Hågensen and Kristiansen, 2020). Storytelling is a marketing strategy called native advertising (Mareck, 2014; An, Kerr and Jin, 2019). Native advertising is designed to make an audience unaware of the difference between the content created by the editorial staff and the content supplied by the brand advertiser (Mareck, 2014). Native ads provide an alternative to some consumers' dislike of explicit advertisements (An, Kerr and Jin, 2019). In response, the native ad applies narration or storytelling to avoid the apparent sale. However, the ultimate goal of storytelling is to persuade readers to become consumers. Storytelling creates an illusion and appeals to the consumers' ego as readers gain knowledge from the narration (Pulizzi, 2014; Wall and Spinuzzi, 2018). It appeals to the ego and shields consumers from the hard sell (Wall and Spinuzzi, 2018). In addition, Frias, Silva and Seabra (2020) point out that storytelling can be seen as a communication method that relates a sequence of events

in the past but is told in the present. Bassano *et al.* (2019) suggest that the story starts with a place and people and then the autobiography analysis by the storyteller, who also defines a plot and creates a story for the intended audience. The plot is composed of a beginning, middle and end and always contains a turning point or climax, which evokes emotion in the readers (Mei, Hågensen and Kristiansen, 2020). Storytelling gives the readers information about a real place with real people and genuine products.

Authenticity adds value to the experience in tourism and aims to persuade tourists to visit the promoted site (Kolar and Zabkar, 2010; Frias, Silva and Seabra, 2020). Bassano *et al.* (2019) state that story narration about the promoted place and product in tourism is to augment reality. The reality of people and place is shared to create a valuable experience amongst local partners and the intended audience. Similarly, Mei, Hågensen and Kristiansen (2020) explain that storytelling is a technique in the tourism industry that focuses on experience-based activities. The value of storytelling is a primary tool for communication to persuade an audience, and it encourages readers to explore the value of a place and product (Bassano *et al.*, 2019; Mei, Hågensen and Kristiansen, 2020). Furthermore, a valuable experience makes the product memorable in long-term memory. Consequently, both tourists and hosts mutually create a valuable experience.

The comparison of the interview answers regarding marketing strategy shows evidence that the answers of the TAT and the outsourced company are in agreement regarding marketing strategy. The TAT instructed the company to use content marketing to create narratives to promote the CBT brochures. The project producer created storytelling based on the locals' information. The interview findings show that the translators were missing from the discussion of marketing strategy with the TAT at this stage of the CBT

workflow. Although the TAT appointed the company to work on the CBT project independently, the TAT facilitated the company's field trips to the CBT villages to gather information and pictures for the brochures. TAT staff from a local or head office accompanied the outsourced company on field trips to ten CBT villages in different parts of Thailand. In addition, the TAT facilitated the company by introducing the company to the village gatekeeper, the head of the village. The interview answer of the TAT regarding fieldwork is presented as follows:

5.4 Fieldwork to the CBT Villages

Interview question: 36. How did the TAT assist the translators in accessing the information of these seven CBT villages before translating in order to help them understand the features of these CBT villages? (Appendix 3)

(Appendix 22: Transcripts)

TAT: The TAT assigned the company to make a field trip to the CBT villages because the company needed to collect information, take photos, discuss with the villagers and ask for their permission on everything related to them and the villages. The TAT has limited time and staff to produce the CBT brochures because this CBT project takes time. Consequently, the TAT outsourced the company to facilitate the work process within time constraints. The TAT will inform the CBT gatekeepers earlier before the company's fieldwork. The TAT wants the company and the villagers to know each other. The TAT staff from the headquarter or the staff from a local office of the TAT will

always assist the company to the CBT villages for a field trip. This was the first time when the TAT officially introduced the company to the villagers and asked their permission to ask for information and take photos for the public relations of the CBT village.

Figure 77. A field trip to the CBT villages.

The interview answer shows that the first step of the CBT workflow is participating in fieldwork in the CBT villages. The TAT facilitated the outsourced company's access to the CBT villages to obtain information by introducing the company to the CBT gatekeepers. The TAT reported that the purpose of the fieldwork was to collect information, take photos, and discuss the CBT project with the villagers. Therefore, the TAT accompanied and introduced the outsourced company to the CBT gatekeeper before engaging with the locals. This fieldwork theme presented in the TAT's interview answer is in accordance with the answer of the project producer. The project producer's interview answer regarding the fieldwork is illustrated as follows:

Interview question: 11. Where did the translators get detailed information about local culture and CBT products, such as mud-stained cloth, Ban Chiang pottery or Bencharong ware? (Appendix 11)

(Appendix 22: Transcripts)

Project producer: Everybody who worked on this project needed to do the fieldwork in ten CBT villages, including a Thai text writer and the translators. This field trip is necessary. Although the company has a large staff, everybody has to do the fieldwork in the CBT villages, including the translators. However, if the translators have a tight schedule and are very busy with another project, they can skip the fieldwork. Ultimately, we will have good quality work and more information from seeing the real things. The field trip is quite pricey, but it is it when we have accurate information for the CBT brochures. The correct information helps us to work faster and saves us time working on correcting mistakes from inaccurate information. We did not have much time because we needed to complete everything within three months for the CBT project, including fieldwork, writing the Thai ST, English translation, artwork and publishing.

Figure 78. A field trip to the CBT villages.

The interview answer indicates that fieldwork in the CBT villages is required for the company staff, although the translators may not take part in fieldwork. The project producer believes the field trip to the CBT villages allows the team to produce good quality work because they can gather real stories and photos from first-hand experience. The project producer reported that being in contact with authentic CBT products and local people's lifestyles was beneficial. The interview answer shows that the company staff can receive accurate information about each CBT village. The project producer affirms that accurate data saves them time on corrections. The project producer's concern is completing accurate and

quality work within time restrictions. The results obtained from this interview answer was that the first step of the CBT workflow was when the TAT and the company conducted fieldwork. It can be interpreted that after the CBT fieldwork, the outsourced company commenced writing the original Thai texts of the CBT brochures.

In summary, the interview answers of the TAT and the project producer reveal convergent answers about the fieldwork in the CBT villages. The fieldwork allows the TAT and staff to see real things in the CBT villages that they will then use to advertise the CBT. The real thing in this context refers to local people and their culture. In the tourism context, the real thing is so-called authenticity, which is adopted as a marketing strategy to promote tourism (Dann, 2000; MacCannell, 2001). Authenticity can persuade tourists to experience something real, new and different from their daily routine. Therefore, authenticity in tourism offers an exotic experience to tourists.

A key selling point of the TAT is the idea of authenticity. The real people, culture and products in CBT villages are the selling point. Therefore, it is important for the TAT to present the reality of the CBT villages. Overall, the fieldwork is an important step in the CBT workflow. Consequently, the workflow of fieldwork allows the TAT, the project producer and perhaps the translators to work together for the first time.

In the following sections, I will present the interview answers of the TAT and the outsourced company regarding the translators' qualifications. Their interview answers are given as follows:

5.5 Translators' Qualification

Interview question: 31. What qualifications does the TAT require from the CBT translators?

(Appendix 3)

(Appendix 23: Transcripts)

TAT: The TAT focuses on previous work experiences; we are looking for a company that meets our requirement to create a story from content, including writing Thai text, English translation and publishing. The TAT commissioned and assigned the company to recruit the translators. The TAT does not require any specific qualifications from the translators. However, the translators for this project must have expertise in language for tourism.

Figure 79. A requirement of translators' qualifications.

According to the interview answer, the TAT affirmed that they primarily focused on the company's qualifications rather than the translators. The TAT reported no specific educational degree requirement from the translators. However, the primary concern for the TAT is relevant work experience and the ability to produce content marketing discourse to promote sales. The TAT stated that a good command of English for tourism was essential for this work. The TAT's interview answer does not explain the definition of 'English for tourism'. However, it can be interpreted that English for tourism in this context is related to content marketing in which the language has a persuasive function.

The project producer recruited the translators for this CBT project. The following paragraph will present the interview answers to reveal what qualifications the project

producer required of translators. According to the project producer's interview data, three translators worked on the CBT projects. They are freelance professional translators whose previous translation experience is related to the translation of ecotourism, community tourism and cultural tourism in Thailand. In addition, they worked on national projects to promote tourism in sub-district areas in Thailand. Consequently, their perceived expertise was beneficial to the CBT project. The interview answer of the project producer relating to the translators' qualifications is displayed as follows:

Interview question: 1. What qualification does the TAT require from the translators to translate the CBT brochures? (Appendix 11)

(Appendix 23: Transcripts)

Project producer: Our job is to select the translators who meet the TAT's requirements. The translators must have honesty, which is the first quality. The translators must be honest with their job and the community. In addition, they must have creative writing techniques because the work is not a literal translation. They must be creative, diligent, and attentive. This qualification is more than enough. Our translators do not have degrees in translation, but they have degrees in economics and science. I do not focus on a specific degree because I look at their previous translation or interest. We do not require a degree in translation at all. However, they must have a good command of English. I can tell which translation is good because I have seen so many. The translation can display the translators' behaviour and exactly how much they pay

attention to their work. I selected experienced translators to work on this CBT project. I do not recruit apprentice translators because I have limited time to teach them. These freelance translators are professionals who usually translate cultural work and have more knowledge about Thai culture and touristic content than I do. They know the TAT's requirements. I recruited professional translators because I can rely on them. I have no worries because they are knowledgeable about translation topics. They do not need to prepare much; they know by heart and are very skilful.

Figure 80. A requirement of translators' qualifications.

This interview answer shows that the project producer realises that the TAT needs translators with a good command of English for tourism. The project producer recruited translators who did not have a degree in translation. The interview answer indicated that novice translators were not hired for this CBT translation due to the limited time of the project. The project producer reported that translators should be honest, creative, diligent, and attentive. According to the project producer, these qualifications were seen as more important than a degree in translation.

When comparing the interview answers of the TAT and the project producer, their answers show similarities in the theme of the translators' qualifications.

The project producer was considered an intermediary between the TAT and the translators because the project producer directly contacted the TAT and the translators. The following paragraph is the project producer's interview answer concerning the translation assignment to each translator.

5.6 CBT Brochure Translation

Follow-up interview question: How did you choose the CBT topic for each translator?

(Appendix 11)

(Appendix 24: Transcripts)

Project producer: I assigned the CBT brochures for each translator through a phone call. Each CBT brochure does not have the same focus and content. For example, if the content is about nature, I assign this content to translator A. On the other hand, if the content is related to cultural translation, I will give it to translator B. If the content is general, I give it to translator C. My decision is mainly based on their expertise, style, personal preference, and previous translation. However, they can translate any content, but I am a bit more selective. I know each translator's expertise and preference quite well. When they work with the topic they like, they are happy with the job and get the work done quickly. This is because they are familiar with the vocabulary in their translation area and do not need to research the terminology. In addition, they have prior knowledge about the job. I think I put the right person for the right job.

Figure 81. The assignment of the CBT translation for the translators.

According to the interview answer, the project producer made a phone call to contact each translator to assign translation work. The assignment was based on the translators' interest and expertise with previous translations for tourism. The project producer wanted the translators to work in their area of interest and knowledge. Based on the interview answer, the project producer worked with them before. As a result, the project

producer knew the translators' area of interest from their previous translation work. The interview answers of the TAT and the project producer indicate the vital role of the project producer in the translator recruitment and translation assignment.

Although the TAT neither recruited the translators nor assigned them the translation, the interview answer of the TAT reveals that the TAT provided some translation advice to the project producer before commencing with the translation. The interview answer of the TAT regarding the advice before the translation process is displayed as follows:

5.7 Translation Advice

Interview question: 34. How did the TAT instruct the translators before translating the CBT brochures? (Appendix 3)

(Appendix 25: Transcripts)

TAT: The TAT informed the outsourced company to avoid some information which affects the CBT village's image. For example, local people eat undercooked meat or men who are shirtless. The TAT avoid using Thai jokes in the CBT brochures because it may be difficult for foreigners to understand their meaning in English. The TAT wants the texts to describe the pictures and be persuasive to arouse the audience. There must not be impolite language, and the proper names of the tourist places are transliterated but not translated. When foreigners use transliteration, it is understood by local people. For example, if we translate 'Ban Na Ton Chan' in English as 'Milletia Brandisiana Kurz

Village', local people do not understand English. On the other hand, the transliteration 'Ban Na Ton Chan' is immediately understood and not confusing for local people.

Figure 82. The TAT's advice before translation.

The TAT official reported that the TAT did not give the company any specific advice on translation procedures, such as omission, rewriting or addition. Nonetheless, the interview answer shows that the TAT suggested that the project producer refrain from presenting information that can negatively affect the perceived image of the CBT villages, such as using jokes and impolite language. The texts must be persuasive to the audience. In addition, the TAT reported that transliteration of tourist places and the proper name of the CBT products was required to avoid confusion between villagers and tourists. According to the TAT's interview answer, the TAT prescribed this requirement to the project producer before the translation. The project producer acknowledged the TAT's advice and passed this information to the translators. The interview answer of the project producer concerning advice for the translators is as follows:

Follow-up interview question: What advice did you give to the translators while translating? (Appendix 11)

(Appendix 25: Transcripts)

Project producer: I first told the translators not to opt for literal translation. They can rewrite the original Thai text in English but rewriting in English must be based on the original Thai text. The Thai text can be adjusted, omitted or rewritten because it is a

translation of content marketing. Secondly, the English translation must be concise due to space limitations. Furthermore, the other requirement from the TAT, such as the transliteration of the proper names in English, must be based on the Royal Society of Thailand, and negative, aggressive words and innuendos must be avoided. I do not give them much advice. I just assigned the job and asked them to submit it on time. I told them it was an urgent job and asked them to finish as quickly as possible. They translated one CBT village brochure within five days maximum. They just need to know what the translation project is about, the length of the translation and the due date.

Figure 83. The project producer's advice before translation.

The interview answer expressed that the project producer gave information to the translators about the CBT project, the length and the due date. The project producer suggested the translators avoid literal translation. A literal translation is a word-for-word translation that sticks very closely to the lexical meaning of the ST. The project producer emphasised that the entire Thai ST was not to be literally transferred to the English TT, but it could be adjusted, omitted and rewritten. The interview answer indicates that the TAT's content marketing is key to translation. Furthermore, the interview evidence reveals that the project producer advised the translators to translate the proper names of tourist places and products into Roman characters in the English TT by following the Royal Society of Thailand guidelines. The translators were also advised to refrain from presenting negative and aggressive language, including innuendos. When comparing the interview answers between the TAT and the project producer, their answers are convergent concerning the advice before the workflow of the translation process.

A conclusion drawn at this workflow stage is that the TAT has a strong relationship with the project producer but not with the translators. However, the TAT indirectly influences the translators because of the project producer. The project producer was an intermediary between the TAT and the translators who directly contacted and assigned work to the translators based on the TAT's prescription. Subsequently, this stage of the CBT brochure workflow show the interrelationship between the TAT, the project producer and the translators. Based on my interview data, when the project producer contacted the translators and assigned them the translation, the TAT and the project producer did not disrupt the translators while translating. In addition, the interview data revealed that the TAT asked the project producer to contact the TAT for any problems or questions. When the translators finished the English translations, they returned them to the project producer. When the translators submitted the translation at this workflow stage, the project producer had finished working with the translators. Based on the interview data, the project producer proofread and edited the English translation with a British English native speaker. This editor works for the outsourced company that the TAT commissioned to work on the CBT project. The interview answer of the project producer regarding proofreading and editing of the CBT brochures is demonstrated as follows:

5.8 Proofreading and Editing

Interview question: 22. What is the mother language of the editor who proofreads the English translation of the CBT brochures? (Appendix 11)

(Appendix 26: Transcripts)

Project producer: I verified the translation by cross-checking with my company's editor to see whether our understanding of the meaning in the English translation is similar. Our editor is a native speaker of British English from the UK who has been in Thailand for a long time but does not entirely understand Thai culture. The editor sometimes did not understand the meaning of the English translation; consequently, the editor provided a new translation instead. In addition, the editor proofreads and edits English grammar, idioms and expressions, including changing word choices based on the editor's English style.

Figure 84. The company's proofreading and editing after the translation.

The interview answer reported that the company's editor, a British English native speaker, does not entirely understand Thai culture. The interview answer indicates that the project producer cross-checked the translation with the editor. They corrected and changed grammar, idioms, expressions and word choices. The project producer expressed that the editor offered a new translation when the English translation was obscure.

According to the interview data, the project producer informed that the translators were not involved in the proofreading and editing. When the project producer finished proofreading and editing, the pre-printing format of the CBT brochures was submitted to the TAT for final proofreading and editing. The interview answer of the TAT concerning proofreading and editing is presented as follows:

Interview question: 46. What is the TAT's proofreading and editing process for these CBT brochures? (Appendix 3)

(Appendix 26: Transcripts)

TAT: Although the TAT commissioned the company to produce and publish the CBT brochures, the TAT did not completely leave the company to work alone. The TAT provided suggestions once to the company (whose job was also the translation) when the company handed in the pre-printing brochures. The TAT gave feedback and comments on word choices, understanding of communication for the international readership, and the appropriate and complete contents, including accurate information. The English translation was proofread and edited to correct grammar, style and translation which did not make sense. The TAT employed an Australian native English speaker to proofread and edit the translation for the final process. This Australian editor has been in Thailand for a long time and understands the Thai language. The TAT gave the editor both the original Thai texts and the English translation. The editor can look at the Thai texts and compare them with the English translation. In addition, the TAT also has Thai staff from a division of Foreign Languages who proofread the English translation. The TAT has several ways of proofreading. TAT's proofreading is the final process of the CBT brochures.

Figure 85. The TAT's proofreading and editing of the pre-printing CBT brochures.

The interview answer shows the TAT gave feedback and comments once on both Thai and English translations. The TAT official reported that the TAT commissioned an

Australian native speaker of English to proofread and edit the pre-printing brochures. The feedback was focused on word choices, grammar, style and explicit and accurate information. The TAT said that the feedback from the Australian editor for the English TT focused on the word choice for content marketing. The TAT emphasised that the original Thai ST was written for a Thai audience, whereas the English translation was for foreigners.

From the interview answers of the TAT and the project producer, it can be seen that the project producer has a significant role and relationship with the TAT during proofreading and editing. The translators are absent from the proofreading and editing stage. Finally, the final process of the CBT workflow is to submit the correct, annotated and complete CBT brochures to the TAT. According to the interview data, when the TAT received the complete CBT brochures, they distributed them to the oversea offices. The interview answer of the project producer concerning feedback and comments from the TAT is displayed as follows:

5.9 Feedback on the CBT Brochures

Follow-up interview question: What kind of feedback did the TAT give on the CBT brochures? (Appendix 11)

(Appendix 27: Transcripts)

Project producer: The TAT proofread the Thai ST and the English translations. The final proofreading is from the TAT. When the TAT returned the pre-printing CBT brochures with feedback and comments to the company, the TAT did not provide comments on

translation meaning. However, they gave feedback on punctuation, articles and writing style. They did not give feedback on the contents and translation idioms nor mentioned that our translation was wrong.

Figure 86. The TAT's feedback and comments on the translation of the CBT brochures.

The interview answer shows that the TAT proofread and edited the translation only once before the brochures were published. The TAT did not give any particular comment on the English translation meaning but focused on changes to the articles, punctuation and writing style. The interview answer reported that the TAT did not mention that the English translation was wrong compared to the Thai ST. By comparing the TAT and the project producer's answers, a conclusion can be drawn that the TAT has a strong relationship with the project producer during the proofreading and editing process. The TAT contacted and directly worked with the project producer, whereas the translators were not involved in the final proofreading and editing process. When the project producer finished working on the TAT's feedback and comments, the complete CBT brochures in PDF format were submitted to the TAT. When the outsourced company submitted ten CBT brochures in PDF format, this workflow stage marked the completion of the CBT project.

Conclusion

In summary, this function-oriented DTS chapter presents the context surrounding the translating workflow of the TAT and the outsourced company. The overview of the CBT workflow reveals a significant interrelationship between the TAT, the project producer and the translators. The triangulation of the interview answers between the TAT and the project producer aimed to explore the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the translators. As a result, the interview answers of the TAT were compared and cross-checked with the interview answers of the project producer concerning similar themes to investigate the relationship between them. The interview findings provide empirical evidence to answer research question 3: the interrelationship between the TAT, the project producer, the translators and the translated texts. The key findings in my study show that the outsourced company's work depends on the TAT's scope and requirements. The workflow of the CBT project illustrates that the TAT commissioned and assigned the project producer. Following this, the project producer passed on the TAT requirements to the translators, who translated the CBT brochures by following the TAT and the project producer's requirements. During the CBT project workflow, the outsourced company's project producer is the most important person because they act as an intermediary between the TAT and the translators. The TAT never made direct contact with the translators. One of the issues that emerges from these findings is although the CBT translators translated the brochures, the project producer influenced their decision-making. The translators took advice from the project producer for the CBT translation rather than giving advice to the project producer. The translators were not involved with the entire workflow and never had

direct contact with the TAT. Before translation, they were prescribed and assigned by the project producer, who operated the workflow from the beginning until the end. Another finding that stands out from my study is the TAT and the project producer did not require a degree in translation from the translators. The TAT and the project producer agreed that a good command of English for tourism and previous experience related to tourist translation was a primary requirement. Moreover, the project producer recruited professional translators who were honest with their translation. For example, the project producer did not want the translators to over advertise the CBT products by adding lexical items such as 'extremely delicious' to a local dish when this phrase 'extremely delicious' is not written in the Thai ST.

In the next chapter, I will present concluding remarks on the findings from product-oriented DTS, process-oriented DTS and function-oriented DTS. The next chapter will also display my study's limitations and implications. Finally, I demonstrate how the findings can be extrapolated to future research. In addition, my findings will benefit stakeholders in the tourism industry, including professional translators, commissioners, tour operators and policymakers in tourism operations.

Chapter 6

Concluding Remarks

In this final chapter, I conclude my thesis by recapping the study's general background, giving a brief overview of my methodology and then summary of main findings regarding the three foci of DTS: product, process and function. Following this, I discuss the predominant role of the project producer in the workflow, the quality aspects of the translations and the reception of the translation on the market. I conclude my reflection on limitations, the generalisability of my study, the wider impact on tourist tourism and Translation Studies. Finally, the recommendations for further research are presented. Community-based tourism (CBT) posed challenges for the translators who worked on CBT brochures due to the abundance of culture-specific items (CSIs). My study aims to investigate the translation procedures undertaken by translators when rendering Thai CSIs in seven CBT brochures into English. The CBT villages in the brochures were Ban Na Ton Chan, Ban Chiang, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ko Klang and Khlong Daen. The TAT promotes Thai culture more widely via the CBT for domestic and international tourists, specifically tourists interested in cultural tourism. These CBT villages have the uniqueness of their cultures and their local products on display. The CBT is a niche market for tourism in Thailand because it targets tourists who want to experience Thai culture in local villages. Each CBT brochure in my study promotes cultural tourism through historical and archaeological themes, world heritage sites, green communities, or ecotourism in various regions of Thailand. Thai CSIs in the CBT brochures attempt to present the authenticity of Thai people and culture. Promotional tourist text persuades readers by using local

authenticity. Authenticity connects to the sense that a tourist wishes to experience the uniqueness which belongs to others, such as locals' lifestyle, food and other cultural products from a holiday destination (Dann, 1996, 2000, 2001). Therefore, authenticity creates exotic experiences for tourists, which attracts them to travel to another country to see and enjoy different things that contrast with their home country (Cohen, 2007).

Culture-specific items (CSIs) in tourist brochures are authentic and exotic because they represent the culture of other people, which is unique and genuine. Several scholars prescribe that a translator needs to intervene in the translation of CSIs by acting as a cultural mediator (Aixelá, 1996; Katan, 2013; Munday, 2016; Baker, 2018) while ensuring that essential elements of so-called 'source' culture are not lost (Chang, 2015; Mossop, 2017; House, 2008 cited in Katan 2018, p. 23). When translators translate CSIs with no equivalent to the target culture, the CSIs' meaning shifts during translation. Catford (1965) introduced the term 'shift', which refers to the linguistic change caused by the translation, such as class shifts, which refers to the change from a noun to a verb or adjective to another part of speech (Munday, 2016, pp. 96–97). In my study, the CSIs from the CBT tourist brochures relating to Thai culture have no exact equivalent to the English translation. Subsequently, I use the term 'semantic shift' in my study to refer to the Thai CSIs' meaning change during translation, specifically, from being specific and implicit in the Thai ST to being explicit and general in the English TT.

Moreover, my study explores the workflow of CBT brochure conception, construction and finalisation for publication, and the interconnection between the key informants involved in this workflow. The Tourism Authority of Thailand (TAT) outsourced a private company to produce Thai texts, translate them into English and publish the CBT

brochures to promote CBT in Thailand and the global market. Through the CBT workflow, I investigated the work process which governed the translators and translation. To accomplish my study, the primary data were comprised of 1) a comparative analysis of the Thai ST-English TT segments, looking specifically at the translation of Thai CSIs at the word level, and 2) interviews with the official of the Tourism Authority of Thailand (TAT) and the project producer of the outsourced company. Using these data, I have attempted to answer to the following four research questions:

1. What are the translation procedures at the word level undertaken by the translators of the CBT brochures when translating Thai CSIs into English?
2. What semantic shifts are evident between the Thai STs and the English TTs?
3. Why do the CBT translators use specific translation procedures to undertake the Thai CSIs in English?
4. What is the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the CBT translators?

In my study, I adopt a Descriptive Translation Studies (DTS) framework to discover the answers to my research questions. DTS is a branch of pure research developed by Holmes (1972) and Toury (1995). The DTS framework in my study combines three research foci: product-oriented DTS, function-oriented DTS and process-oriented DTS. A translation is considered as a 'product'; therefore, a 'product-oriented' focus is an investigation of the translated text. I conducted a comparative textual analysis by mapping the Thai ST segments containing CSIs with their respective English TT segments. This enabled me to yield a series of ST-TT CSI segments. These became the subject of my comparative textual analysis in order to identify which translation procedures the

translators had undertaken. The analysis of ST-TT CSI segments provided the main findings to show translation procedures. In the next paragraph, I present a summary of the main findings.

Summary of Main findings: Product, Process and Function

My corpus is composed of seven CBT brochures and 142 CSIs were extracted from the Thai STs. The CSIs related to Thai culture were classified into 13 types. The findings of my study show that 22 CSIs are custom and ritual, followed by food with 20, political and religious administration with 19, tools with 16, arts with 14, clothes with 12, building with 11, belief with 7, leisure with 7, work with 6, vehicle with 4, musical instruments with 3 and gesture with 1, respectively. The translation procedures that the CBT translators applied to translate the CSIs are presented in the table as follows:

Translation Procedures	Number of CSIs
Omission	30
Rewriting	27
Generalisation+Addition	21
Borrowing	17
Generalisation	15
Addition	12
Borrowing+Generalisation+Addition	8
Borrowing+Addition	7
Literal Translation	3
Borrowing+Generalisation	1
Literal Translation+Addition	1
Total	142

Figure 87. Table of translation procedures applied by the CBT translators.

According to the table, the translators also combined translation procedures (couplets) to translate the CSIs. The analysis of translation procedures undertaken in my study has extended the knowledge of semantic shifts occurred during translation. The CSIs in the Thai STs are specific and implicit, but when they were translated into English, they were made general and explicit. The meaning of the CSIs remains specific and implicit in Thai STs because they are bonded to Thai culture. The Thai STs are for Thai readers; as a result, in the Thai STs most CSIs are presented without further information. On the other hand, when the translators translated the CSIs into English, the meaning of the CSIs was made more general and explicit by using a superordinate description.

Consistent with the literature, my study found that translators reported using omission due to space constraints of the CBT brochures. In addition, borrowing was used because of a lack of equivalence in the English TT. Generalisation was applied to provide a general meaning and addition procedure gives more information. Literal translation provides a word-for-word meaning to the CSIs rather than the meaning within the context. My findings also accord with previous research in tourist translation which showed that only borrowing promoted authenticity and exoticism in a target culture. Reference from previous

However, my study contributes to knowledge of CSI translation in tourist brochures by providing some significant findings that differ from previous research. In my study, omission was employed to avoid words that signify Thai animism and supernatural power. These beliefs are common among some Thai people and an international readership may not have the same beliefs. In addition, the CBT translators employed rewriting to tone down words related to animal killing. Rewriting was also used to translate seasonal specialities. Moreover, my findings show that borrowing proper names aims to avoid

confusion between foreigners and local Thais. Finally, the length of additional lexis depends on the selling point of the CBT products and activities.

I found that these CBT brochures were first produced to target a domestic tourism market and later to an international market. Looking at the CSIs in the Thai texts, these were chosen because they appealed to the Thai domestic tourism market. In other words, these culture-specific items are presented as content marketing selling points to a Thai audience, meaning the brochures sell Thai culture to Thais. Mostly, the CSIs in the Thai texts are not 'exotic' to Thais, as most would be familiar with them. However, not all the CSIs in the Thai STs are generally known to Thais. Some CSIs are considered to be unique, geographical indications. As a Thai person, when I read the CBT brochures, there were some CSIs that I did not recognise. For example, the architecture of the Thai Phuan house, a minority tribe in Ban Chiang community and a specific boat with a high prow in Ko Klang community.

However, the comparative textual analysis findings cannot answer why the CBT translators used particular procedures to translate the Thai ST CSIs. Consequently, I conducted the process-oriented DTS, which involved interviews with the project producer of the outsourced company. The results of the process-oriented DTS uncovered reasons for the choice of procedures made by CBT translators. I was not able to interview three CBT translators. Even though the project producer did not translate these CBT brochures, the project producer is a key informant who can provide insight into the decision-making. The interview with the project producer was an oral interview comprised of a semi-structured, online audio interview, as per the interviewee's preference. The interview questions for the project producer were composed of 87 questions about the translators' procedural choices.

These 87 questions were based on the results of a comparative textual analysis of the ST-TT CSI segments from seven CBT brochures. In other words, these 87 questions enabled me to yield a more detailed description of the translation procedures undertaken by the CBT translators. Therefore, according to the project producer, my findings reported that the translators' decision-making was primarily concerned with the TAT's aim, objective and marketing strategy.

The interviews with the project producer of the outsourced company were to learn about possible reasons to explain the translators' decision-making concerning the translation procedures found in my comparative textual analysis. When I triangulated the interview findings with my comparative textual analysis findings, I found a significant correlation between the project producer's explanation and the translation procedures. In other words, the CBT translators opted for omission, rewriting and addition, as advised by the project producer.

I thought the omission of certain Thai CSIs related to superstition and belief and rewriting to avoid presenting the killing of animals was intriguing. It is interesting because they are in the original Thai texts, so it is assumed they are there to market to Thai tourists. However, content marketing for the international audience has a different focus. Consequently, these CSIs were omitted and rewritten. The reasons given concern the image of the TAT in the global tourism market. In my findings, the TAT and the project producer perceive that some CSIs might lead to a negative image. This is interesting because it is a concrete example of how assumed cultural difference affects the worldviews of audiences who do not share the same cultural background. Also connected with the TAT image is the careful substitution of certain food dishes which might not be available at certain times of

the year. This sensitivity to image stands out in my findings, and how the TAT are perceived in the global tourism arena directly impacted translation procedure choice. Next paragraph presents my main research findings of function-oriented DTS.

Function-oriented DTS investigates the context of the CBT workflow in order to establish the interrelationship between the TAT, the outsourced company and the translators. The workflow in my study refers to the CBT work process from the beginning until the end, including work operations between the TAT, the outsourced company and the translators. Subsequently, the investigation of this interrelationship can provide relevant answers to research question about the interrelationship between the TAT, the project producer and the translators. My interview findings shown that the TAT initiated the CBT brochure project as part of a marketing campaign to promote CBT in Thailand and the global market. The TAT commissioned and outsourced a private company to work on the CBT project. The outsourced company followed the TAT's requirements regarding their aims, objectives and marketing strategy. At the initial stage of the CBT workflow, the TAT informed the project producer of the outsourced company about the aims, objectives, CBT content, content marketing and scope of the CBT project. Content marketing incorporates a method of storytelling. A narrative is introduced which aims to promote the CBT villages and the local products. Although this function-oriented DTS focuses on translation workflow, the findings may well have a bearing on the success of the CBT. The TAT official reported that the success of the CBT can be measured from the number of Thai and international tourists visiting the CBT villages from 2015 to 2019, particularly in ten CBT villages. According to the information from the TAT's local office in Paris, the CBT brochures in parallel texts in English-French were promoted on the TAT's website in Paris. The CBT was successful in

France; specifically, the CBT villages located near the sea in the south of Thailand were very popular. The TAT office in Paris organised a trip for French tourists to the CBT villages. The TAT in Bangkok mentioned during a follow-up interview via a social media application called 'LINE' that the indicator of success was the number of Thai and international tourists who visited the CBT villages every year. However, the TAT official in Bangkok did not provide me with detailed information regarding income and exact number of visitors. The TAT local office in Paris reported that some French tourists who visited Ko Klang and Klong Daen CBT villages were curious and even asked why a person demonstrating cloth painting was not the same person as seen in the CBT brochure. The TAT explained to French tourists that some local people in the CBT brochures had passed away, such as Grandpa Wong in the Ban Na Ton Chan CBT village, or some of them in the CBT brochures were too old to work. Consequently, their daughters, sons or relatives continue working on these tourist activities.

The interview answers of the TAT official were cross-checked with the interview answers of the project producer in order to compare similarities and differences regarding the CBT workflow. The triangulation of the interview answers revealed a significant interrelationship between them at the initial stage of the CBT workflow. The following paragraph moves on to show the evidence of the significant interrelationship between the TAT and the outsourced company.

1) The initial stage of the CBT workflow

According to my interview findings with the TAT and the project producer of the outsourced company on the topic of interrelationship, their answers reported the following relative points. First, it was revealed that the TAT outsourced and appointed the company because of its work experience relevant to content marketing and community-based

tourism. The outsourced company had previously completed work on agro-tourism in Thailand. The TAT official and the project producer both agreed on the CBT brochures' aim, objective and marketing strategy. The TAT instructed the company to use content marketing to create storytelling to promote the CBT brochures as part of persuasion tactics to sell CBT in Thailand. The TAT and the outsourced company reported conducting the fieldwork in ten CBT villages. However, the TAT only accompanied the outsourced company to the CBT villages in order to introduce them to the heads of the villages. The outsourced company interviewed the villagers and took photos of local people and objects. After the initial introduction to the gatekeepers, TAT was not involved in photo selection and writing the original Thai texts. Instead, the project producer and a text writer from the same company wrote the original Thai texts based on the information gathered from the field trips to CBT locations. This indicates that the TAT trusted the outsourced company to be able to complete the work. When the Thai STs were completed, the translation into English commenced targeting an international audience. It is clear that the CBT translators were not involved at the beginning of the workflow.

2) During the CBT translation

My findings indicated that the TAT and the outsourced company had no requirement for a specific educational degree from translators, but a good command of English for tourism content was required. It is worth noting that the outsourced company hired the translators, and the TAT was not involved in this process. The interview findings showed that the TAT and the outsourced company agreed on specific language register requirements and transliteration requirements. The language register of the CBT brochures must be polite and persuasive. Jokes and impolite words were not introduced in the CBT

brochures. In addition, the transliteration of proper names in the English TTs must follow the transliteration principles prescribed by the Royal Society of Thailand. The TAT asked the outsourced company to transliterate the names of the CBT villages and the products to provide the same reference for villagers and international audiences. The interview findings demonstrated that the project producer acknowledged the TAT's requirement and passed on this information to the CBT translators.

The triangulation of the interview answers showed that the TAT did not contact and directly work with the translators. The TAT was missing during the translation workflow. To meet the requirements of the TAT, the project producer carefully informed the translators about the language register, content marketing and translation procedures. The project producer advised the translators to use polite and persuasive language based on the marketing content. The project producer assigned the translation to each translator based on their interest and expertise and informed them about the due date of the translation. Importantly, the project producer advised the translators to avoid literal translation but opt for omission, rewriting and addition instead because of the content marketing. Although the translators were not in direct contact with the TAT while translating, they were influenced by the TAT via the project producer. I, therefore, considered that the project producer was an intermediary between the TAT and the CBT translators.

3) The final stage of the CBT workflow

The interview findings have shown that the TAT and the outsourced company provided the same answers about the proofreading and editing process. According to the project producer, the translators were not involved in the proofreading and editing. After the translation of the CBT brochures, the translators finished their work. The project

producer proofread and edited the Thai STs. The project producer and a native speaker of British English from the same company proofread and edited the English TT. This British editor commented on idioms and expressions, including changing word choices based on the British English style. During the proofreading and editing process, the project producer applied 'omission' and 'rewriting' in order to make the English TTs shorter and fit in with the provided space in the CBT brochures.

In general, therefore, it seems that the triangulation of the interview answers shows that the TAT gave feedback and comments once on both Thai STs and the English TTs during the proofreading and editing process in the pre-printing stage of the CBT brochures. The TAT had an editor who was an Australian native speaker of English. This Australian editor gave comments on English grammar and writing style. When the project producer received feedback and comments from the TAT, the project producer made changes and corrected mistakes. Then, the project producer submitted the complete Thai-English CBT brochures in PDF format to the TAT. When the TAT received the complete CBT brochures, the TAT distributed the CBT brochures to the overseas offices. This process marks the end of the CBT workflow. This proofreading and editing process shows a significant interrelationship between the TAT and the project producer, whereas the translators were not engaged in this final stage. The interrelationship between the TAT, the outsourced company, and the translators is illustrated in the following diagram.

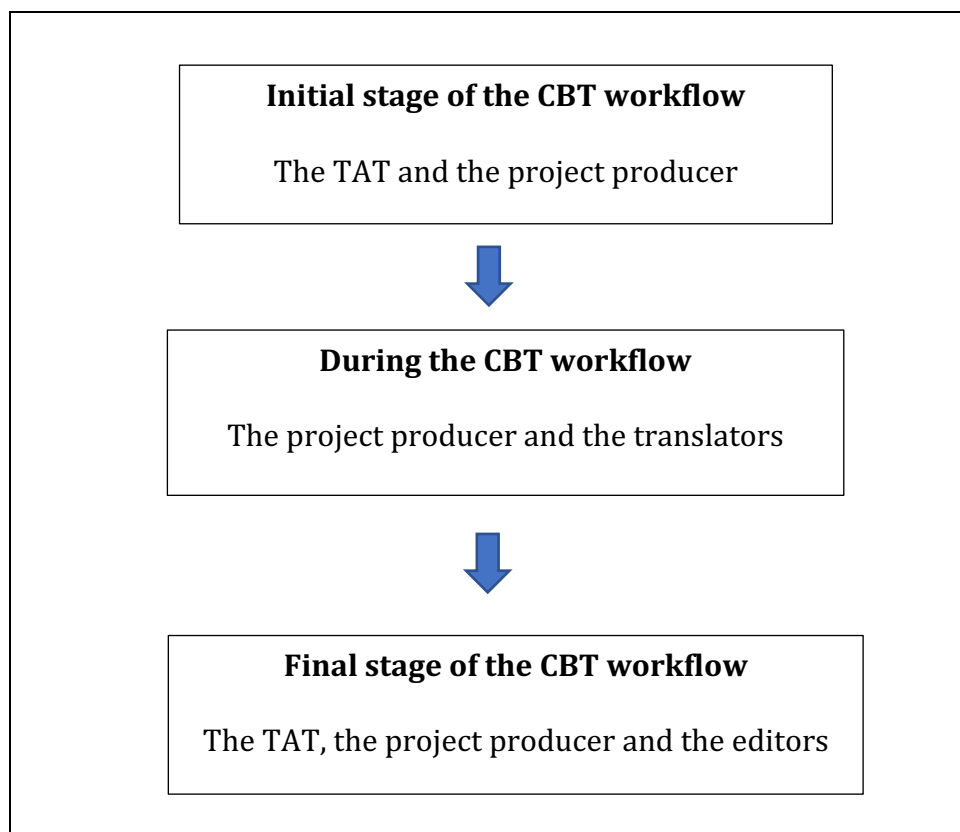


Figure 88. The triangulation of findings.

The triangulation of findings indicated that the TAT and the outsourced company planned and worked together throughout the CBT project. Although the TAT did not work directly with the translators, they were influenced by the TAT's requirements via the project producer. This study found that the project producer was an intermediary between the TAT and the translators. In other words, the TAT influences the project producer of the outsourced company, whereas the project producer influences the translators, and finally, the translators influence the translated text.

Although, the empirical findings in my study provide an understanding of the interrelationship between the TAT, the project producer and the translators, the translators

in my study were only one mechanism in the overall workflow. Rather than say that the translators mediated Thai culture, it would be more accurate to say that they were instructed what to mediate, as evidenced by the prominent role played by the project producer. Moreover, the translators only mediated certain CSIs which promote sales.

It is worth noting that my study reveals the significance of the role played by the project producer. There are both positive and negative ramifications of this extended role. The project producer was a key figure involved in every workflow process in order to oversee the project and intervene in any issues raised during the workflow. However, a negative ramification of the extended role of the project producer is that the project producer vastly overshadows the translators' contribution. The project producer is an intermediary between the TAT and the translators. Consequently, the CBT translators never communicated directly to the TAT to provide advice to help the TAT make a translation decision. Although the CBT translators worked on the CBT project, they were not involved in the whole workflow. The ramification of this extended role of the PP is that the CBT translators were overshadowed. As a result, they had limited decision-making opportunities. The CBT translators did not have a chance to provide any advice on translation procedures because the project producer provided all advice to the TAT and the translators. The project producer was involved with the workflow from the beginning until the end. Consequently, the project producer was responsible for all the decision-making and influenced the translators' decision-making in choosing translation procedures to translate the CBT brochures. Drawing on this, the translators did not just mediate culture their role was prescribed by the TAT and the project producer.

The following paragraphs will highlight the project producer's role and discuss some of the ramifications of the project producer's extended role on the workflow and translators. The workflow investigation in my study has shown that the roles of the project producer shifted during each stage of the process. During pre-translation, translating and post-translation, the project producer assumed different roles.

Pre-translation

The TAT outsourced a private company to produce the CBT brochures, and the project producer is the owner of the company who signed a contract to produce ten CBT brochures to promote ten villages located in the North, Northern-East, East and Southern parts of Thailand. The PP was given three months to finish the project. Before translation, the project producer recruited a copywriter assistant to produce the Thai ST. During field trips to the CBT villages, the project producer (PP) acted as a broker between the TAT's local office in each province where the CBT village is located. The TAT local office accompanied the PP to the villages in order to introduce them to the gatekeeper of the village. A gatekeeper is normally the head of a village. The company gained the gatekeeper's permission to photograph the CBT villages, villagers, products, and tourism activities and interview local people. Once this information was gathered, the PP and assistant acted as a copywriter for the Thai ST. During this stage, decisions were made about the themes covered in each brochure, such as pottery, cloth dying and other topics. During this process, the project producer also played the roles as proof-reader and editor of Thai STs. When the Thai STs were ready, they were sent to be translated into English for international audiences. The project producer was a broker between the TAT and the translators because the project producer passed on the TAT's requirements to the translators to translate the CBT

brochures. A positive ramification of this extended role is that the project producer can oversee the work process. On the other hand, a negative ramification of this extended role is that the CBT translators did not have a chance to meet the TAT in order to discuss and advise the selection of translation procedures.

Translation

During this stage, the project producer shifted the role to be a facilitator for translators if they needed any help or had any inquiries about translation. When the translators finished their translation, their work was complete, and they were not involved with any further subsequent workflow process. A positive ramification is that the project producer can provide the translators with a clear goal of translating the CBT project. A negative ramification is that the translators did not have a chance to communicate with each other to discuss possible translation procedures to translate the CBT brochures. As a result of this, there were some inconsistencies in the use of terminology.

Post-Translation

The project producer prepared to proofread and edit the English TTs during this process. The project producer played the roles of a proof-reader and editor and coordinated with a native speaker of British English who proofread and edited the English TTs. When the Thai STs and the English TTs were ready to publish, the project producer shifted the role to a quality control inspector for the bleeding process. During the bleeding process, in order to produce a print proof of the Thai English CBT brochures in parallel form, the project producer played the role of the final translator by applying omission and rewriting procedures to shorten the English translation so that the texts did not exceed the edge of the brochure format. When the project producer sent the print proof of CBT brochures and

received the comments and feedback from the TAT, the Producer played the editor role again. Once the complete CBT brochures and parallel text in Thai-English were published in a PDF format, the project producer submitted them to the TAT, marking the end of the project producer's role.

A positive ramification is the project producer can handle the problem of the extended texts of the English translation that do not fit in the space provided by using rewriting and omission procedures. In this way, the project producer also overshadows the translators' expertise because the translators should know about the problem of translation happening during this stage and they can provide help to solve this problem. The CBT translators were not involved in the artwork bleeding process; therefore, they did not realise that the project producer shortened, omitted, and rewrote their translation. The project producer applied these adjustments so that the English translation fitted in the provided space in the CBT brochures. I think the translators should be involved with the artwork bleeding process because then they can consider the space limitation in the tourist brochures.

Translation Quality of the CBT Brochures

Even though the focus of my study is not translation assessment, I will briefly discuss the issue of translation quality. Although there is no agreement on the best or worst translation procedure, translators will be judged as poor translators based on translation quality. Unfortunately, translators cannot escape the pejorative view (Chesterman, 2017a, p. 258). Translation quality assessment is challenging to measure due to different text types, cultural differences and the context in which the translation is used (Chesterman, 2017a, p. 256). My

study highlights that the CBT brochures and parallel texts in Thai-English were not used in promotion campaigns in the UK to promote CBT in Thailand. The lack of usage was not due to quality issues of the CBT brochures but due to British tourist behaviour. Talking to the TAT local office in London via phone, the TAT official said they did not select these ten CBT brochures to promote in the UK because, based on marketing research, CBT was not a target area for British tourists. The TAT in London commented that most British tourists prefer a summer holiday on a beach. This is why a beach city package tour to Thailand is top-rated among British tourists. The TAT in Bangkok indicated that the CBT in my study were promoted on the TAT's website: <https://tourismproduct.tourismthailand.org/en> between 2014 and 2022. In addition, the TAT in Bangkok reported that they distributed the physical CBT brochures to the CBT villages via the nearby TAT local office.

The overall quality of these CBT brochures is quite good. However, some errors and mistakes are evident in the text. For example, (Appendix 2), there are spelling errors in 'dicoverry' that should be 'discovery' and unidiomatic usages (helping and sharing with one another). The correct words and sentences should be 'helping and sharing something with one another'. This sentence needs to add something that they shared to make this sentence correct or 'Helping each other and sharing with each other'. In addition, I found mistakes in using small letters with proper nouns. This example can be seen in the Ban Huai Raeng CBT brochure as follows:

<p>Thai ST from Ban Huai Raeng CBT brochure (Appendix 6)</p> <p>บ้านข้าวห่อกาบหมาก โสมสเตย์ที่คิดค้นกระเป๋าค้าวด้วยกาบหมาก ภูมิปัญญาของคุณยายตั้งแต่สมัยเด็ก นำมาประยุกต์ด้วย</p>
<p>English TT from Ban Huai Raeng CBT brochure (Appendix 6)</p> <p>Home of Palm Bract Rice Wrappers. At this accommodation you weave hats using atap palm leaves, make palm sweets, and generally assist around the areca palm plantation.</p>

Figure 89. The issues of quality translation of the CBT e-brochures.

The proper nouns in this example were written with small letters. They should be written using the capital letters 'Attap' and 'Areca'. The proper noun 'atap' in the English TT should be spelt with a double 't' in the middle like 'Attap'.

Another example of the issues of quality is that the English TTs have some mistakes with punctuation, as can be seen in the example as follows:

<p>Thai ST from Ban Na Ton Chan CBT brochure (Appendix 4)</p> <p>ฤดูเก็บเกี่ยวลองกอง มังคุด ทุเรียน จะสาน “<u>เข่งผิว</u>” ซึ่งใช้ผิวเปลือกนอกของปล้องไผ่เพราะมีความทนทานกว่าไผ่ใส่ของหนัก ส่วนฤดูเก็บเกี่ยวกะหล่ำปลี ละครุด จะสาน “เข่งลาย” ที่ใช้ทั้งผิวและเนื้อในของปล้องไผ่ สำหรับบรรจุของที่มีน้ำหนักเบา</p>
<p>English TT from Ban NA Ton Chan CBT brochure (Appendix 4)</p> <p><u>Outer bamboo skin</u> is used because of its durability for heavy fruits; such as, mangosteen and durian, while mixed skin and pulp baskets are woven for the harvest of vegetables, like cabbages, and more delicate fruits; such as, sapodilla.</p>

Figure 90. The issues of quality translation of the CBT e-brochures.

The English TT uses semicolons (;) before the word 'such as' instead of a comma. This is a mistake in using punctuation in the English TT. The mistake in using semicolons (;) can be seen in all seven CBT brochures. In addition, there are some inconsistencies in terminology. For example, the word 'วัด' (Wat: Buddhist temple) is not translated consistently. The term 'วัด' (Wat) was borrowed in English by using transliteration as 'Wat' in Ban Na Ton Chan CBT brochure on page 15, but this word 'วัด' (Wat) was translated as 'temple' in Klong Daen CBT brochure on page 7. Likewise, the CSIs regarding Thai administration 'อำเภอ' (Amphoe) and 'ตำบล' (Tambon) were both borrowed by transliteration and translated. The word 'อำเภอ' (Amphoe) was borrowed in English by using transliteration as 'Amphoe' in the Ban Bang Phlap CBT brochure on page 5, whereas the word 'อำเภอ' (Amphoe) was translated as 'District' in Ban Chiang CBT brochure on page 23. The term 'ตำบล' (Tambon) was borrowed by using transliteration as 'Tambon' in the Ban Chiang CBT brochure on page 7, in the Ban Bang Phlap CBT brochure on page 15, in the Don Kai Di CBT brochure on page 15 and Ban Na Ton Chan on page 15. At the same time, the word 'ตำบล' (Tambon) was translated in English as 'sub-district' in the Klong Daen CBT brochure on page 19. Another example of a small mistake in the TTs can be seen in the Klong Daen CBT brochure, page 23. The sentence 'In the temple, there is a fine gold Buddha and an old Ho Chan, dining hall aged more than 100 years' is marked and the better version of this sentence should be 'The temple has a fine gold Buddha and an old Ho Chan dining hall more than 100 years old'.

Limitations

Several issues arose when collecting the interview data from the TAT and the translators. One potential problem is that the TAT is a big governmental organisation, and numerous departments were involved with this CBT project. The TAT official assigned to answer the interview questions was responsible for publishing the CBT brochures. Although this official is a key person, this person does not know in detail about CBT policy and planning, including CBT promotion after 2022. This official collected data from other colleagues and meeting reports to be informative when answering questions. However, some answers were relatively short and did not have enough information for the research questions. Future studies which require data from large bureaucratic governmental organisations would benefit from more pre-interview research. In other words, more research is required into the structure of the organisation in order to identify potential key informants and inequality in power.

Further, the fact that I am Thai and the key informants are Thai greatly facilitated my data gathering. However, my social position within Thai culture-imposed limitations on my study. Related to this is what I can call a cultural limitation. The TAT are a Thai governmental organisation, and there is an inevitable hierarchal reality I had to deal with. For example, it was not possible for me to directly contact and ask for the CBT brochures without an official letter from the Office of Educational Affairs, the Royal Thai Embassy in London. Moreover, I could not second guess or push for further information in certain circumstances when assigning key informants for the interview. For example, in the case of the TAT officer I interviewed, after establishing contact with this key informant, it would not

have been possible for me to decide that this key informant was not suitable and unable to answer important questions.

Another example of a cultural limitation is that after finding out that the PP project producer could not provide me with contact details of the translators who worked on the project, it would have been inappropriate for me to attempt to find contact details of the translator independently of the project producer. Further, the key informants rarely provided details of problems in translation workflow, such as internal administration and field trips to the CBT villages. Therefore, in a sense, I was only given a positive view of the workflow. What did not work or what was a problematic issue within the workflow was not provided. This information might have been useful to me when writing this study. Furthermore, another limitation of my study is that I could not conduct interviews with the three principal CBT Thai translators. My study is limited by the absence of interviews with three translators who translated the CBT brochures in 2014. Having input into their work process and their procedure decision-making would have been invaluable. Although the project producer was a key person and, in a position, to provide relevant answers to most interview questions, there are some questions that the project producer may not know, for example, what influenced the translators' decision-making or any problems that the translators faced during translation. There may be factors or reasons that influenced the translators' decision-making other than the ones I have presented in my study. Subsequently, I cannot completely triangulate the interview answers of the project producer with the CBT translators concerning the reasons for using the translation procedures. Consequently, it was impossible to triangulate the interview evidence between the project producer and the translators to investigate whether their answers were convergent or

divergent. Finally, my study does not investigate CSIs' meaning and the pictures used to describe them in the CBT brochures. The brochures are multimodal texts with images and text juxtaposed. The photos in the CBT brochures represent the CSIs and reflect the physical and specific features of the Thai CSIs. Investigating the relationship between texts and pictures in the CBT brochures can facilitate better conceiving of how pictures influence the translator's interpretation of the CSIs.

Impact on Tourist Translation and Translation Studies

While it is essential to acknowledge the limitations of the study, my findings have several practical implications which have a broader impact on the tourism industry on both domestic and global levels regarding cultural and sustainable tourism. Previous evidence of the interrelationship between agents involved in translating and translation workflow in the tourism industry has been mainly anecdotal. The empirical findings in my study provide a new understanding of translation workflow for tourism, shifting my thesis away from a theoretical study alone. The tourism industry worldwide invests in translation to advertise and promote tourism. Professionals in translation and scholars in Translation Studies may benefit from the findings of my studies. Professional translators can apply my results to help translate tourist texts and advise commissioners on how to translate promotional texts for tourism.

The generalisability of my research findings is subject to discussion. Generalisation in Translation Studies can refer to research that can be extrapolated to cover more than a single case relevant to its field. Generalities look for similarities in a particular area of study and regularities shared between particular groups or research cases

(Chesterman, 2017a, p. 253). Generalisability relates to how much a specific, limited case study can be used to make broad inferences. In other words, how likely will my results and findings be found and be applicable in similar contexts of tourist translation and Translation Studies in general? My study has a specific context and content, specifically community-based tourism in Thailand. One set of my data is from interviews with the TAT and the project producer with their subjective views of experience. Overall, my study investigated texts and the wider context surrounding the translation workflow of the CBT project. It is, therefore, essential to acknowledge that my study may not be generalisable beyond this limited context of CBT niche market tourism in Thailand.

Impact on Tourist Translation

My investigation of the translation workflow has raised essential questions about whether this CBT project reduces generalisability in tourism translation. The area of my study is translation for community-based tourism (CBT). As a result, it was not possible to conclude that translation procedures found in my study are commonly applied to tourist translation. Furthermore, it is unfortunate to assume that a project manager always overshadows a translator's role. The CBT project in my study represents a specific workflow commissioned by the Tourism Authority of Thailand which reduces its generalisability for tourism translation in the following ways. First of all, specifically, although extensive research has been conducted on tourism translation, no study has reported a field trip to visit promoted tourist areas. This was a particular feature within my studies' CBT workflow. Interview data from the TAT and the project manager revealed that the company and a local TAT officer in the area where the CBT village is located conducted a field trip to the CBT villages to

interview local people engaged with CBT tourism and take photos of villagers, products and scenery. The interview with villagers gave the company a story they could subsequently use to write the original Thai texts. The storytelling of the original Thai texts was written based on TAT's content marketing strategy to attract Thai audiences. When the Thai source texts were ready, they were translated into English for international readers. In addition, the non-degree, non-native speaker status of the CBT translators can also reduce generalisability for tourism translation. Non-native translators may be problematic due to restrictions on communication with target audiences. When translators translate out of their mother tongue, there might be mistakes in idiomatic usage, punctuation, grammar, and word choice. The translation in tourist brochures is sometimes unnatural in a target language for native speakers, but this possible unnatural language is less noticeable for non-native speakers (Chesterman, 2017a, p. 258).

However, according to the project producer of the brochures, the English texts were proofread and edited by two native speakers of British English who have been in Thailand for ten years. The TAT and the project producer agreed to employ Thai translators without degrees in Translation Studies for the CBT project but who had experience in using English for tourism. In Thailand, at the moment degree and certificate in translation is not mandatory in some areas, such as tourism, marketing, hospitality and literary. The project producer reported that the ST was written in Thai and that it was better to commission Thai translators to translate from Thai into English because of familiarity with Thai culture. The project producer also suggested that the Thai translators were qualified for this CBT project because of their relevant translation experience in cultural tourism for important national projects. The project producer also commented that the translators were familiar with the

CBT cultural content and possessed knowledge of relevant terms and terminology, which facilitated them to work under time constraints.

Although Thai CBT translators made mistakes in idiomatic usage, punctuation, grammar, and word choice in the English TTs, the project producer thought these translators were qualified for this CBT project because of their relevant experience and good command of English for tourism. This case scenario of the CBT project regarding non-degree in translation can reduce generalisation in the translation industry. In the next paragraph, I present how my findings reflect on wider impacts on Translation Studies in general.

Impacts on Translation Studies

However, my study explains and accounts for the interrelationship between agents involved in the translation process. The findings from my study make several contributions to the current literature, specifically uncovering the translation workflow in the real world.

Although my study is context-specific based on content marketing, my research method and tools can be applied to any text type in Translation Studies. My questionnaires can be adapted to elicit information from a commissioner, a project manager and a translator to establish their relationship. Moreover, my classification of the CSIs based on scholars can be used to analyse cultural references. The evidence from my study suggests that the empirical findings help to oversee and realise the complex interrelationship between each agent during translation workflow. The findings of the interrelationship between the commissioner, project manager and translator might assist in understanding each agent's role during a workflow. Building on previous literature in the field, my study offers further insight into Translation Studies in general.

By employing triangulation of evidence between texts and interviews, I have increased the trustworthiness of my research. Cross-disciplinary methods in my study, combining Translation Studies with sociology and linguistics, increase the trustworthiness of the research. I integrated evidence from the original Thai brochure texts and English target texts with interviews with key informants within the Tourism Authority of Thailand (TAT) and the project producer of a private company commissioned by the TAT to undertake the translation. I investigated the translation procedures used by the CBT translators when they translated CSIs. In addition, my interviews uncovered previously unknown features of community-based translation projects and the subsequent translation process workflow. The interview questions allow me to examine the wider context in which translators work within a project workflow.

By employing triangulation, data findings of comparative textual analysis and interviews help to establish the interrelationship between translated text and agent involved in translation. Findings from triangulation have wider impact by providing a deeper insight into the workflow of translational phenomenon. The empirical evidence of my thesis contributes to existing knowledge of translators' decision-making by showing that the translators' decision-making depends on various factors. The empirical findings in this study also provide a new understanding of a project manager's role, in my study called 'a project producer', who takes complete control of the entire translation workflow. The data from various sources are used to cross-check information to avoid bias and can provide an in-depth understanding of a study. The analysis of translated texts alone cannot shed light on factors that influence a translator's decision-making. Applying cross-disciplinary methods to Translation Studies allows researchers to investigate a broader context, such as agents

involved in translation, complicated workflow in detail, and complex interrelationships between agents during translation workflow.

Recommendations for Further Research

As such, my findings and results can contribute to knowledge for future research in Translation Studies. In my study, the findings of the CBT workflow represent a unique process of a CBT project in Thailand operated by the TAT. Therefore, a further study focusing on the dynamic between a project manager and a translator is suggested. In addition, studies regarding translators, project managers and commissioners would be worthwhile. A further study could assess the impact of a project manager on a translator. In addition, my study lays the groundwork for future research to identify the factors that influence translation workflow and decision-making. Furthermore, the research method in my study can be applied to any type of translation and language pair. A further study could compare translations between a native speaker of English and a non-native speaker of English in order to investigate the naturalness of the English CBT target text. In addition, a comparison could be made between tourist-translated text and non-translated text with the same content and context in order to investigate the divergence and convergence regarding naturalness, word choice and syntactic structure. A comparison of this kind may shed light on the distinction between native and non-native translators (Chesterman, 2017, p. 266). In addition, translation scholars may derive benefit from my findings. They can use the results to explain a translation phenomenon which demonstrates the interrelationship between the agents involved, such as a commissioner, an outsourced company, translators, decision-making and a translated text. In addition, they can expand my study to carry out future research,

especially within the growing field of translation for the tourism industry, specifically regarding creative and cultural tourism.

Appendixes

Appendix 1

Ethical Clearance

The research ethics was applied in my study before starting until the end of the research process and public presentation. My study engaged with human participation, and the ethical review process occurred before any empirical work started. I had to gain permission to interview the staff from Tourism Authority of Thailand (the TAT) and the project producer of a company that the TAT outsourced to produce the community-based tourism brochures (CBT). I completed the application form to obtain ethical clearance from the Department of English and Comparative Literature, Goldsmiths, University of London. My research ethics approval application was approved in March 2020, and I conducted interviews with the TAT official in November 2020 and in January 2021 and the project producer of the outsourced company in December 2020. The TAT official and the project producer were not at any risk.

Participation in the study was voluntary; my research participants were asked to read and sign a consent form before the interviews. Participation was not mandatory. Participants had the option of opting out at any time without reason, and there was no punishment or threat. The participant's personal information is anonymous and in my thesis. Moreover, the data were used and referenced anonymously. All notes, emails, audio recordings, transcripts and consent forms are anonymised and stored in secure online storage in line with Goldsmiths' regulations to secure data. The notes, emails, audio

recordings, transcriptions and consent forms will not be made publicly available and will be destroyed after an appropriate time in line with Goldsmiths' regulations.

Appendix 2

The Community-Based Tourism E-Brochures

10 Thai-English CBT brochures and 7 English-French Brochures



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน

ชุมชนบ้านนาตันจัน จังหวัดสุโขทัย

Visit Community and Friends

Ban Na Ton Chan Community, Sukhothai

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org





วิถีชีวิตพอเพียง

ไต่ร่มเงาต้นจัน

ขนบธรรมเนียมอันเหนียวแน่น

ภูมิปัญญาจากโคลนสู่ฟ้า

ถักทอเป็นความรักความสามัคคี

Ban Na Ton Chan

A community strongly bonded to folk wisdom and a sufficiency lifestyle in the shade of majestic chan trees.

Ban Na Ton Chan Community, Sukhothai



เมืองเล็กๆ ของนักสร้างสรรค์จากภูมิปัญญา

เมื่อ ๒๐๐ ปีก่อน สี่ครอบครัวจากแคว้นโยนก เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ได้เดินทางข้ามเขาสูงแล้วลูกเล่าเพื่อหาดินแดนแห่งใหม่ และในเวลาเดียวกัน มีอีกสามครอบครัวจากเมืองลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้เดินทางมาพบกับดินแดนที่มีภูเขากลางหมู่บ้าน และผืนดินเต็มไปด้วยต้นจันทน์มากมาย เมื่อทั้งเจ็ดครอบครัวนี้แลเห็นต้นจันทน์เป็นต้นไม้ที่มีความพิเศษ ผลิดอกออกผลก่อนต้นไม้ชนิดอื่นๆ พวกเขาจึงตัดสินใจใช้ชีวิตและตั้งถิ่นฐานที่นี่ และเรียกดินแดนแห่งนี้ว่า “บ้านนาต้นจันทน์”

ปัจจุบันบ้านนาต้นจันทน์เติบโตแตกขยายเป็น ๓๗๐ หลังคาเรือน วิถีของชาวบ้านพึ่งพาอาศัยกันอย่างเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แบ่งปันกันคุดพี่น้อง ใช้ชีวิตพอเพียง เข้าตู่รู้ตื่นตักบาตร จากนั้นไปสวนไปไร่ เก็บพืชผักผลไม้มาเพื่อใช้หุงหาเป็นอาหารในครัวเรือน ถ้าเหลือจึงนำไปขาย ส่วนผ้าถุง ผ้าถุงที่สวมใส่ก็ทอใช้กันเองในชีวิตประจำวัน มีขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นของตนเอง มีการละเล่นต่างๆ อาหารประจำถิ่น และมีความเชื่อต่างๆเฉพาะตน เช่น การอัญเชิญดวงวิญญาณเจ้าพ่อพญาแก้วมาปกป้องรักษาคนภายในชุมชน การกินข้าวเป็็บ การละเล่นเป็็บโยก (ลักษณะคล้ายการละเล่นงูกินหาง) เป็นต้น

และที่สำคัญคือ ที่นี่...เป็นจุดกำเนิดของผ้าหมักโคลน ภูมิปัญญาสร้างสรรค์ที่กลายเป็นเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงคนในชุมชนแทบทุกหลังคาเรือน และจุดกำเนิดนี้เอง ทำให้บ้านนาต้นจันทน์เป็นที่ยอมรับว่าไม่ใช่แค่ผืนดินแดนเพื่อพักพิงอาศัย แต่เป็นถิ่นกำเนิดภูมิปัญญาไทยอันล้ำค่าแห่งบรรพชน



A small town of wise innovators

Two centuries ago, four families from Yonok in Chiang Saen, Chiang Rai province, crossed the mountains in search of a new place to settle. At the same time, three families from Laplae in Uttaradit province also started their search for a fresh place to live. Both groups arrived at the same area covered by deciduous trees dominated by a hill. The new settlers were captivated by the flowering trees, Ton Chan or Kraphi Chan (*Millettia brandisiana* Kurz), flourishing in the wild, and they decided to make this place their new home, calling it *Ban Na Ton Chan* after the trees.

From this humble beginning, the Ban Na Ton Chan Community has grown to include 370 households. Residents live amicably as an extended family, helping and sharing with one another and leading a true sufficiency lifestyle. They get up early in the morning to offer food to the monks before going to their farms to pick fruit and vegetables for their own consumption, with any excess being sold at the market.

The locals weave their own fabric, make their own clothes, and have a unique traditional lifestyle involving foods and beliefs. Ban Na Ton Chan is the birthplace of and well-known for mud-soaked textile. Originating from ancient wisdom but at the same time appropriate for modern life, the textile has become a major product that supports almost the entire community.





เรื่องเล่า จากชายพำกุง

คุณยายเล่าให้ฟังว่า คนสมัยก่อน ยามไปไร่ไปนา จะนุ่งผ้าถุงและเดินระเร่ไปกับโคลนในท้องนา เมื่อกลับถึงบ้านและซักตากไว้ ปรากฏว่าชายผ้ามีความนุ่มนวลเป็นพิเศษและมีสีที่มลง เป็นสีที่แปลกตาชวนมอง จึงได้ทดลองเอาผ้าทั้งผืนมาหมักโคลนไว้และพบว่าโคลนนี้เองที่ทำให้ผ้านุ่ม จึงเป็นที่มาของ “ผ้าหมักโคลน”

เกร็ดความรู้

จากข้อมูลเชิงวิชาการ สาเหตุที่ผ้านุ่มเพราะแร่ธาตุที่อยู่ในตัวโคลนคือธาตุเหล็ก ค่าความเป็นกรดเป็นด่างของธาตุเหล็กจะเข้าไปแทรกซึมและทำให้เส้นใยของผ้าขยายตัว จึงเกิดเป็นความนุ่ม อีกทั้งยังช่วยให้สีย้อมติดทนไม่เกิดการตกสี เมื่อนำมาสวมใส่จะให้ความรู้สึกอุ่นภายในเวลาหนาวและเย็นสบายในฤดูร้อน

Tale of the mud-stained peasants' skirts

An old lady told us that the women of the community always went out to work in the rice fields in their long skirts, the bottoms of which became soaked in mud. When they returned home, they washed their skirts and put them up to dry. To their surprise, the mud-stained parts became soft to the touch and acquired subdued coloured tones that the women found attractive. After this discovery, entire pieces of cloth were soaked in mud, leading to the production of the famous mud-soaked textile.

Interesting info

A plausible explanation of the qualities of the mud-soaked textile is that the iron content in the mud penetrates the cloth, extending the fibres and thus softening the texture, making it suitable to wear on hot and cold days. The cloth also readily accepts dyes.

พ.ศ. ๒๕๓๒

มีการรวมกลุ่มทอผ้าขึ้น ๒๑ คนแรก ทหารายได้เป็นกองทุนจากทำไร่ข้าวโพด และในปี พ.ศ. ๒๕๓๗ สมาชิกเพิ่มเป็น ๕๐ คน มีหน่วยงานต่างๆ เข้ามาให้การสนับสนุน

1988

Twenty-one weavers formed a group to raise funds for their corn plantations and in 1994, membership increased to 50, with support pouring in from various organisations.

พ.ศ. ๒๕๔๗

เริ่มต้นการผลิต “ผ้าหมักโคลน” แบบจริงจัง และพัฒนาต่อมาเป็นการท่องเที่ยววิถีชุมชนที่บ้านนาตันจัน

2004

The formal production of mud-soaked textile started and was developed into Community-based Tourism at Ban Na Ton Chan.

พ.ศ. ๒๕๕๐

พัฒนาและแปรรูปผ้าหมักโคลนในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่พร้อมใช้งาน ให้ร่วมสมัย เข้ากับชีวิตประจำวันในปัจจุบัน จนมีการส่งออกไปยังประเทศอิตาลีและสหรัฐอเมริกา

2007

The mud-soaked textile was further developed and made into modern finished products suitable for today's lifestyle.

พ.ศ. ๒๕๕๕

ได้รับรางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS 2012 ประเภท Heritage and Culture ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย โดยสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

2012

The community won the Pacific Asia Travel Association (PATA) Gold Awards 2012 in the Heritage and Culture category.

พ.ศ. ๒๕๕๖

ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม ประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ปี ๒๕๕๖ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2013

The community won the Award of Outstanding Performance at the Thailand Tourism Awards 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).

ชุมชนชีวิต ผ้าหมักโคลน

กว่าจะเป็นผ้าหมักโคลนอย่างที่เห็นทุกวันนี้ สิ่งที่ขาดไม่ได้ คือ ความเข้มแข็งของผู้คนในชุมชนบ้านนาตันจัน ที่รวมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียว เริ่มตั้งแต่...

How the mud-soaked textile came to life

Production of the mud-soaked textile, as it is seen today, has undergone a long journey that has depended on the strength of the united Ban Na Ton Chan Community. This journey is as follows:



ก่อน

หมักโคลน

ผ้าสีสดและมีเนื้อแข็ง
Before soaking in mud,
the cloth is brightly
coloured and coarse
to the touch.

หลัง

หมักโคลน

กว่าจะได้ ผ้าหมักโคลน พับงาม
To obtain a fine piece of mud-soaked textile

ผ้าเนื้อนุ่ม สีไม่สดมาก
เหมาะแก่การสวมใส่
After soaking in mud,
the cloth is not so bright and
is soft to the touch, suitable
in the manufacture of
garments.



ย้อมสีฝ้าย
Dyeing the cotton yarns

ขั้นตอนการทำผ้าหมักโคลน

1. ย้อมสีฝ้าย และนำไปปั่นกับโคลน
2. นำไปทอด้วยกี่ให้เป็นผ้าผืน
3. เมื่อได้เป็นผ้าผืนแล้ว นำไปหมักโคลน ๑ คืน โดยดินจากแต่ละสถานที่จะให้สีต่างกัน อาจเป็นดินจากบึงหนองน้ำ หรือท้องร่องในท้องล้น
4. ซักน้ำให้สะอาดจนน้ำใส
5. ย้อมทับด้วยสีที่ต้องการ (สีจากธรรมชาติ)
6. ซักน้ำให้สะอาด
7. ตากแดดรำไร
8. เอามารีดให้เรียบ
9. ตัดเย็บเพื่อพร้อมสวมใส่

Steps in making the mud-soaked textile

1. Dyeing the cotton yarns and spinning them in mud.
2. Weaving the yarns into cloth on the loom.
3. Soaking the woven cloth in mud overnight. The mud is taken from different places; such as, marshes, ponds, and ditches, to provide a variety of tones.
4. Washing the cloth.
5. Dyeing the cloth with natural dyes to produce the required tones.
6. Washing the cloth after dyeing.
7. Drying the cloth in the shade.
8. Ironing the cloth.
9. Making the finished products.



หมักโคลน
Mud-soaked



ย้อมทับด้วยสีที่ต้องการ
Dyeing the cloth with natural dyes

สีสับ จากธรรมชาติ

Pigments from nature

สีสับต่างๆ ที่เราเห็นบนผ้าหมักโคลน ล้วนแล้วแต่มาจากธรรมชาติที่หาได้ง่าย..ใกล้บ้าน
Various tones seen on the mud-soaked textile come from natural, easily-accessible materials:

 ใบมะม่วง สีเขียวแก่ Mango leaf Deep green	 ใบจัน สีเขียวอ่อน Chan leaf Light green	 ใบสะเดา สีโอลด์โรส Neem tree leaf Old rose
 ใบหูกวาง สีเขียวครีม Tropical almond leaf Yellowish green	 แก่นขนุน เหลือง Jackfruit tree core Yellow	 เปลือกมังคุด สีม่วง Mangosteen rind Purple
 เปลือกสะเดา สีกะปิ Neem tree bark Pale chocolate	 ลูกมะเกลือ สีดำ Ebony tree fruit Black	 ไม้เพกา สีเหลืองใบไม้ Damocles tree wood Greenish yellow
 ไม้ฝาง แดงอมฟาด Sappanwood Reddish		

ลายขิด บ้านนาตันจัน

ลายขิดคือ การยักดอกแล้วสอดด้ายทีละเส้น ที่บ้านนาตันจันมีลายขิดกว่า ๕๐ ลาย ยกตัวอย่างเช่น

Khit pattern of Ban Na Ton Chan

Khit pattern is a woven pattern with specific dyed yarns. At Ban Na Ton Chan, there are over 50 khit patterns; for example,

 ลายดอกพิกุล Bullet wood flower	 ลายดาวกระจาย Scattering stars	 ลายดอกบัวใหญ่ Great lotus flower
 ลายสารภีพริกไทย Mammea flower mixed with peppercorn	 ลายสารภีเม็ดมะกล่ำ Mammea flower mixed with crab's eye vine seed	 ลายดอกผักแว่น Peppercorn flower
	 ลายดอกแก้ว Orange jasmine flower	

เข่งไม้ไฟ

ไว้ใส่ผักผลไม้

นอกจากทอผ้าไว้สวมใส่เอง ชาวบ้านยังมีอาชีพทำสวนทำไร่ และด้วยอาชีพนี้ ทำให้เกิดภูมิปัญญาการสาน “เข่ง” จากไม้ไผ่ ภาชนะที่ใช้ใส่ผลผลิต แต่การสานเข่งของที่นี่มีความพิเศษคือ จะสานตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวของผลผลิต เช่นฤดูเก็บเกี่ยวลองกอง มังคุดทุเรียน จะสาน “เข่งผิว” ซึ่งใช้ผิวเปลือกนอกของปล้องไผ่ เพราะมีความทนทานกว่าไผ่ใสของหนัก ส่วนฤดูเก็บเกี่ยวกะหล่ำปลี ละมุด จะสาน “เข่งลาย” ที่ใช้ทั้งผิวและเนื้อในของปล้องไผ่ สำหรับบรรจุของที่มีน้ำหนักเบา การสานเข่งผิวนั้นจะมีเคล็ดลับคือนำไผ่ย่างไฟอ่อนๆ ให้เกิดควัน วิธีนี้ทำให้ไผ่ทนผอมและสามารถเก็บไว้ใช้งานได้ ๒ ถึง ๓ ปี เข่งทั้งสองชนิดนี้ชาวบ้านเรียกกันว่า “เข่งลายสองพี่น้อง”

Bamboo container for fruits and vegetables

Apart from weaving cloth for their own use, villagers who are farmers have also developed wisdom and skills in weaving *Kheng*, a round, open, bamboo work basket to carry their produce. The woven container, however, differs according to the seasons and the produce to be harvested. Outer bamboo skin is used because of its durability for heavy fruits; such as, mangosteen and durian, while mixed skin and pulp baskets are woven for the harvest of vegetables, like cabbages, and more delicate fruits; such as, sapodilla.



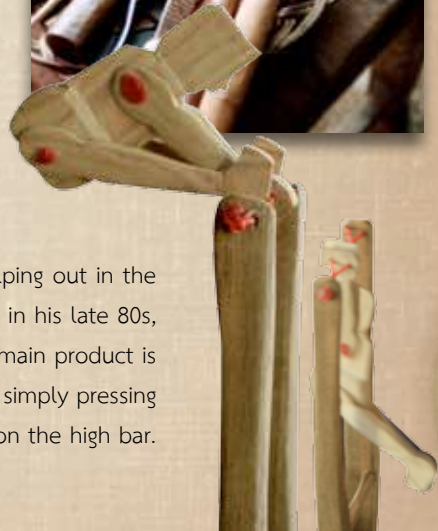


ภูมิปัญญาคุณตาองษ์กับงานตุ๊กตาบาร์โหน

คุณตาองษ์ เส้าปั้น วัยแปดสิบปลายๆ เป็นหนึ่งในชุมชนที่ไชยามว่างให้เป็นประโยชน์ คุณตาเล่าว่าสมัยเป็นเด็กนักเรียน คุณตาชื่นชอบการโหนบาร์นอกเหนือจากไปไร่ไปนา คุณตามีฝีมือในงานไม้ ทั้งแกะไม้เป็นรูปสัตว์ต่างๆ และยังสามารถประดิษฐ์เครื่องดนตรีไทยเช่น ซออู้ ซอด้วง ได้ด้วย แต่ที่โดดเด่นและเป็นທີ່ประทับใจใครหลายคนคือ ‘ตุ๊กตาบาร์โหน’ ของเล่นไม้ที่คุณตาคิดค้นและประดิษฐ์ด้วยตนเอง วิธีการเล่นคือ บีบปลายด้านล่างของไม้ ตุ๊กตาก็จะโหนแกว่งราวกับคนกำลังโหนบาร์ในท่าทางต่างๆ จากความทรงจำในวัยเด็กนี้ ทำให้ตุ๊กตาบาร์โหนของคุณตาเป็นที่นิยมและชื่นชอบแก่ผู้มาเยือนมากมาย ใครไปใครมา ก็ต้องซื้อเก็บไว้เป็นที่ระลึก ภูมิปัญญาของคุณตาองษ์เป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของชาวบ้านนาตันจันทุกคน

Grandpa Wong's balancing doll on a high bar

Grandpa Wong Saopan tells the story that, as a child, apart from helping out in the rice fields and plantations, he was fond of balancing on a high bar. Now, in his late 80s, he uses his woodworking skills to produce carved animals. However, his main product is the balancing doll on a high bar. Complete with a simple mechanism, by simply pressing the bottom of the handle, the doll rotates and balances like a gymnast on the high bar. His products are the pride of every resident of Ban Na Ton Chan.



ไม่ได้กิน ‘ข้าวเป็็บ’ เหมือนมาไม่ถึงบ้านนาตันจัน

ข้าวเป็็บ ต้นตำรับของอร่อยที่หารับประทานได้ที่บ้านนาตันจันแห่งเดียวเท่านั้น เมื่อสามสิบกว่าปีก่อนเส้นก๋วยเตี๋ยวเป็นของหายากราคาแพง กว่าจะหาซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวได้ ชาวบ้านต้องขายถั่วขายงาและเดินทางเข้าเมืองไปซื้อ ด้วยความยากลำบากนี้ คุณยายเครื่อง วงศ์สารสิน จึงคิดค้นสูตรที่จะมาใช้แทนเส้นก๋วยเตี๋ยว คือการทดลองนำเอาข้าวเจ้าที่เป็นข้าวสาร มาโม่ด้วยโม่หินและกรองด้วยผ้าขาวบางจนเป็นครีมข้าวสีขาวขุ่น นำมาหนึ่งเป็นแผ่นบางๆ บนผ้าขาวบางด้วยเตาฟืน คล้ายข้าวเกรียบปากหม้อ จากนั้นใส่ผักก้นตุง ผักตำลึง ผักหวานบ้าน แล้วพับแผ่นแบ่งห่อเข้า แล้วนึ่งต่อก่อนจะตักใส่ชามแล้วราดน้ำซุปลกระดุกหมูร้อนๆ โปะไข่ดาวหนึ่งเรียกได้ว่าอร่อยแทนที่เส้นก๋วยเตี๋ยวได้จริงๆ



ข้าวเป็็บ
Khao Poep

Don't miss Khao Poep at Ban Na Ton Chan

Khao Poep is an original delicacy only found at Ban Na Ton Chan. Rice is ground with a stone grinder into wet white flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream. The mixture is cooked into flat cakes over a boiling pot topped with a white cloth on a traditional stove. Various local vegetables are piled on and wrapped in the rice cakes and further steamed before being put into a bowl, daubed with hot pork soup, and finally topped with a steamed egg.



อาหารประจำถิ่นที่น่าลิ้มลองอีกอย่างคือ ‘ก๋วยเตี๋ยวแบน’ ที่ใช้ครีมข้าวสีขาวขุ่นเช่นเดียวกับข้าวเป็็บ แต่นำไปเกลี่ยเป็นวงกลมและตากแห้ง จากนั้นนำมาหั่นเป็นเส้นแล้วนำไปนึ่งกับผัก จากนั้นคือใส่ซาม ใส่หมูแดง กระเทียมเจียว แคบหมู พร้อมมะนาวฝานวางเคียงชดน้ำต้มกระดุกหมูร้อนๆ คล่องคออย่าบอกใคร



ก๋วยเตี๋ยวแบน
Kuaytiao Bae

Another local delicacy is Kuaytiao Bae – spread noodle based on a thick white rice cream like Khao Poep. The mixture is spread in circles to dry and cut into strips. It is steamed along with prepared vegetables before serving in a bowl with braised pork, fried garlic, and crispy pork skin, complemented by a slice of lime, and eaten with hot pork soup.

การเดินทาง

Travel Information

จากที่ว่าการอำเภอศรีสัชชนาลัย ตามทางหลวงหมายเลข ๑๐๒ (สาย อุตรดิตถ์-ศรีสัชชนาลัย) ไปทางทิศตะวันออก (ไปอุตรดิตถ์) ระยะทาง ๙ กิโลเมตร จากนั้นแยกเข้าตำบลบ้านตึก ถนนสาย แม่ตะเพียนทอง-ห้วยตม ระยะทาง ๑๑ กิโลเมตร จะถึงบ้านนาตันจัน

From Si Satchanalai District Office, follow Highway No. 102 (Si Satchanalai-Uttaradit) eastward towards Uttaradit for a distance of 9 kilometres. Then take the turn into Tambon Ban Tuek on the Mae Taphian Thong-Huai Tom Road and travel 11 kilometres to Ban Na Ton Chan.

GPS N17° 37.257' E099° 49.560'

แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

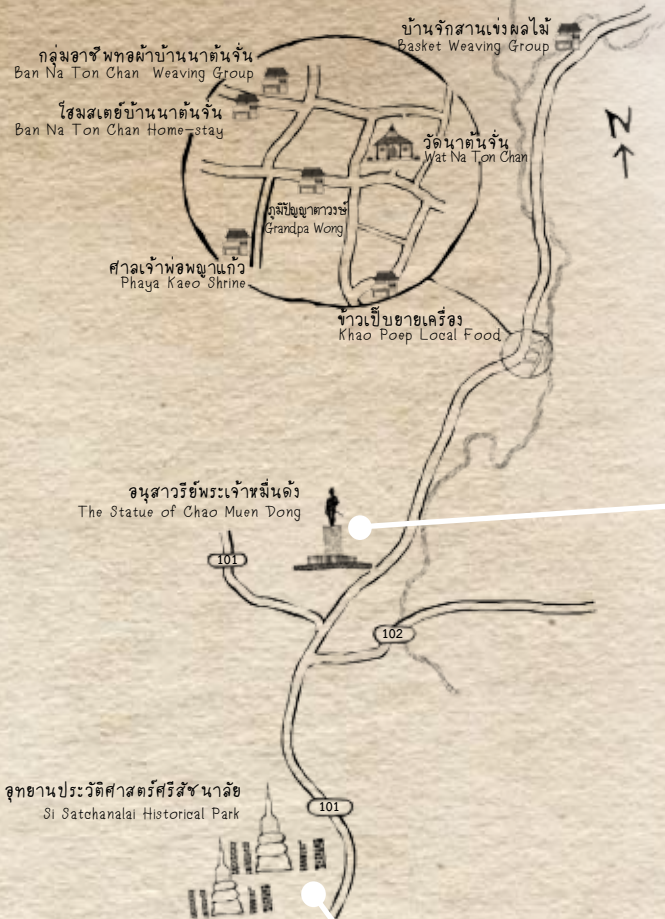
Nearby Attractions

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชนาลัย

อุทยานประวัติศาสตร์ของประเทศไทยมีโบราณสถานทั้งหมด ๒๑๕ แห่ง สำรวจค้นพบแล้ว ๒๐๔ แห่ง เมื่อวันที่ ๑๒ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๓๔ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชนาลัย ได้รับเกียรติให้ลงทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก ภายใต้ชื่อว่า “เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร”



GPS N17° 25.544' E099° 47.341'



Si Satchanalai Historical Park

This park has preserved its landscape as a historic town, containing 215 archaeological sites, 204 of which have been surveyed and restored, including the cemetery of Wat Chom Chuen and ancient Sangkhalok kilns. On 12 December, 1991, Si Satchanalai Historical Park was registered by UNESCO under the name of *Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns*.



GPS N17° 35.668' E099° 48.388'

อนุสาวรีย์พระเจ้าหมีนัง

เจ้าหมีนังนคร ผู้สร้างเมืองดังซึ่งมีความเก่งกล้าทางด้านการสู้รบเชี่ยวชาญในการจับช้างและใช้ช้างศึก ภายหลังต้องโทษประหารเพื่อแสดงความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อพระเจ้าติโลกราช เพื่อเป็นการยกย่องเชิดชูเกียรติ ชาวบ้านจึงได้จัดพิธีบวงสรวงเจ้าหมีนังในวันที่ ๑๘ และ ๑๙ เมษายนของทุกปี มีความเชื่อกันว่าหากใครมาขอพรให้ประสบความสำเร็จหรือชัยชนะ จะได้สมตามความปรารถนา

The Statue of Chao Muen Dong

Chao Muen Dong was the founder of the town of Dong, renowned for his prowess in battle and expertise in controlling war elephants. He was executed in 1479 as a display of his honesty and loyalty to King Tilokarat of Chiang Rai. People pay tribute to him on 18 and 19 April every year.

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

Facilities

Home-stay, food, and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านนาตันจัน

Contact the Ban Na Ton Chan Community

โทร. (Tel.) +668 9885 1639, +668 8495 7738

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุโขทัย

Tourism Authority of Thailand, Sukhothai Office

โทร. (Tel.) +66 5561 6228-9

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน

Emergency Lines

• ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police

โทร. (Tel.) 1155

• ตำรวจทางหลวง Highway Police

โทร. (Tel.) 1193

• สถานีตำรวจภูธรจังหวัดสุโขทัย

Sukhothai Provincial Police Station

โทร. (Tel.) +66 5561 3112

• โรงพยาบาลศรีสัชชนาลัย (ตำบลหาดเสี้ยว)

Si Satchanalai Hospital (Tambon Hat Siao)

โทร. (Tel.) +66 5567 2977



ชาวไทพวนผู้สืบสานภูมิปัญญาและมรดกโลก...

ด้วยหัวใจและศรัทธา

ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

The Tai Phuan people achieved folk wisdom
and World Heritage status with love and faith

Ban Chiang Community, Udon Thani



ชาวบ้านเชียงคือคนไทพวน

ในแผ่นดินสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๓ พลเมืองทางฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง ซึ่งมีถิ่นฐานอยู่ที่เมืองพวน แขวงเมืองเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ถูกอพยพกวาดต้อนมาอยู่ฝั่งขวาของแม่น้ำโขง นั่นคือประเทศไทย และได้กระจายไปอยู่ในที่ต่างๆ รวมถึงที่จังหวัดอุดรธานี



การหาแหล่งลงหลักปักฐานใหม่ของคนไทพวน ส่วนใหญ่เกิดจากสาเหตุตายนาน เช่น ถ้าที่ไหนมีแหล่งน้ำ พื้นดินอุดมสมบูรณ์ ก็จะเลือกตั้งถิ่นฐานที่นั่น ส่วนที่จังหวัดอุดรธานี เมื่อชาวไทพวน ได้เดินทางมาพบ “ต้นตาว” ขึ้นอยู่หนาแน่น ก็สามารถคาดการณ์ได้ว่า แผ่นดินนี้มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม เพราะต้นตาวเป็นพืชที่มีคุณสมบัติประโยชน์มากมาย หน่ออ่อน ใบอ่อน เนื้อในเมล็ดหรือลูกชิด แม้กระทั่งยอดของลำต้นก็สามารถนำมารับประทานได้ ชาวไทพวนผู้ร่อนเร่มาจากเชียงขวางจึงตั้งหลักปักฐาน ณ ที่แห่งนี้และตั้งชื่อว่า “บ้านดงแพง” ก่อนจะเปลี่ยนเป็น “บ้านเชียง” ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ในปัจจุบัน

คนไทพวนบ้านเชียง ดำเนินชีวิตด้วยความอ่อนน้อม สมถะ ศรัทธาในพระพุทธศาสนา รวมถึงรักษาศิลปวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิม อย่างไรก็ตาม...พวกเขาไม่เคยรู้เลยว่า ก่อนหน้าที่จะมาลงหลักปักฐาน ณ ที่แห่งนี้ เคยมี “ผู้อาศัยอยู่ก่อน”



Ban Chiang residents have Tai Phuan heritage

In 1784, in the reign of King Nang Klao, Rama III, residents of Phuan in Xieng Khouang province (in present-day Lao People's Democratic Republic) on the east bank of the Mekong River were relocated to the west bank of the river (in present-day Thailand) and settled in various places in what is today Udon Thani province.

The Tai Phuan instinctively searched for a place that best served their community, looking for availability of water resources and fertile land. They found these in a place called *Ban Dong Phaeng*, later changed to *Ban Chiang*.





เครื่องปั้นดินเผาเขียนลาย... จดหมายจากอดีต

เมื่อยามฝนตก สายน้ำจะชะเซาะดินที่เกาะอยู่ตามซอกซอมนครเครื่องปั้นดินเผาปริศนาซึ่งจะปรากฏกลายเป็นลายเขียนสีที่งดงามขึ้น แต่ยังมีใครใครจะใส่ใจมากนัก เด็กๆ เอามาเล่นตั่งเต รวากับเป็นสิ่งของที่พบเจอโดยง่าย จนเมื่อ พ.ศ. ๒๕๐๐ นายบรรลุมณตรีพิทักษ์ได้ขุดหลุมเพื่อลงเสาบ้าน บริเวณใกล้เคียงกับวัดโพธิ์ศรีในปัจจุบัน ก็ได้พบกับหม้อลายเขียนสี ๓ ใบในสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ พร้อมเศษภาชนะดินเผาคล้ายคลึงกัน จึงเก็บรวบรวมและมอบให้กับครูใหญ่โรงเรียนบ้านเชียงเพื่อเก็บรักษาและจัดแสดงไว้ที่โรงเรียน ต่อมาในปี ๒๕๐๓ หัวหน้าหน่วยกรมศิลปากร ได้ออกสำรวจที่หมู่บ้านบ้านเชียง ครูใหญ่จึงมอบโบราณวัตถุให้แก่คณะกรรมการศิลปากร แต่ยังไม่มีการสำรวจหรือขุดค้นใดๆ จนกระทั่ง พ.ศ. ๒๕๐๙ นายสตีเฟ่น ยัง นักศึกษาวิชาสังคมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้เดินทางมาศึกษาวิถีชีวิตของชาวบ้านเชียง และได้พบเศษภาชนะดินเผากระจัดกระจายอยู่ จึงเก็บมามอบให้กับผู้เชี่ยวชาญทางด้านโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ในปี ๒๕๑๐ ได้เริ่มมีการขุดค้นอย่างจริงจัง โดยกองโบราณคดี กรมศิลปากร ทำให้พบเจอหลักฐานทางโบราณคดี ประเภทต่างๆ มากมาย ทั้งโครงกระดูก ภาชนะดินเผาเขียนลาย โบราณวัตถุที่ทำด้วยหิน และเหล็ก จากนั้นได้ส่งตัวอย่างเศษภาชนะดินเผาเขียนลายไปตรวจสอบหาอายุที่มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ปรากฏว่าโบราณวัตถุที่ถูกขุดพบมีอายุระหว่าง ๗,๐๐๐ ถึง ๕,๐๐๐ ปีมาแล้ว



เมื่อวันที่ ๒๐ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๑๕ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถได้เสด็จพระราชดำเนินทอดพระเนตรแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ด้วยความสนพระราช



หตุที่ยิ่ง พร้อมทั้งพระราชทานแนวพระราชดำริอันทรงคุณประโยชน์แก่ท้องถิ่นบ้านเชียง และความก้าวหน้าในการศึกษาวิชาโบราณคดีของประเทศไทยสืบมาในปัจจุบัน

นับตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๑๖ เป็นต้นมาได้มีการขุดค้นอย่างจริงจังโดยได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ รวมถึงมีการสร้างอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียงขึ้นจนในที่สุด เมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๕ คณะอนุกรรมการมรดกโลกขององค์การศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้ประกาศให้แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม ทำให้บ้านเชียงโดดเด่นในสายตาชาวโลกอย่างน่าภาคภูมิใจ

“โบราณสถานและโบราณวัตถุทุกแห่ง ทุกชิ้นเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ซึ่งควรสำรวจและพิเคราะห์ศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วน ทุกสิ่งทุกอย่างที่ได้ขุดค้นและรวบรวมไว้แล้ว... ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบจะต้องระมัดระวังรักษาอย่างดีที่สุดตลอดไป ไม่ปล่อยให้ปล้นปลิวไปให้เกิดความสูญหายหรือเสียหาย เพราะถ้าปล่อยให้เป็นอย่างนั้น ก็เท่ากับทำลายหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของชาติ ซึ่งจะเป็นความเสียหายอย่างร้ายแรง..”

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว



Patterned and painted ceramics...messages from the past



In 1957, Banlu Montripitak, a resident of Ban Chiang, was digging holes to set up house posts in the neighbourhood of Wat Pho Si Nai, Tambon Ban Chiang, Nong Han district of Udon Thani. Banlu found painted pots in good condition, and sherds of other ceramic containers. He collected the objects and gave them to the headmaster of the Ban Chiang School.

In 1966, a student from Harvard University, Stephen Young, came to study the way of life of the residents of Ban Chiang and, in his work, came across some of the ceramics. He recognised their value and presented them to archaeological experts for further investigation.

In 1967, the Division of Archaeology of the Fine Arts Department started serious excavations in the area leading to the discovery of much archaeological evidence dating back 7,000 to 5,000 years.

Since 1973, there had been continued archaeological excavations at the site and the establishment of the Ban Chiang National Museum.

In 1992, the Ban Chiang Archaeological Site was listed as a UNESCO World Heritage Site in Culture, and the name of Ban Chiang became known throughout the world.

เครื่องปั้นดินเผาบอกยุคสมัย

Pottery tells of periods and ages

สมัยต้น :

อายุ ๕,๖๐๐ - ๓,๐๐๐ ปี

Early Period:

Dating back 5,600-3,000 years



ส่วนใหญ่ภาชนะจะตกแต่งด้วยเส้นขีดลายขดคดโค้ง และมีลายกดหรือเส้นสั้นๆ เพื่อถมพื้นที่ให้เต็ม ช่วงปลายๆ ของยุคต้นจะมีการตกแต่งไหล่ของภาชนะด้วยลายขีดเป็นเส้นคดโค้งผสมกับการเขียนสีแดง

The items from this period are mostly decorated with cord-marked lines and motifs to fill the spaces. Those from the later days of the Early Period feature decorations on the shoulders of the pots as curved incisions mixed with red paint.

สมัยกลาง :

อายุ ๓,๐๐๐ - ๒,๓๐๐ ปี

Middle Period:

Dating back 3,000-2,300 years



ภาชนะดินเผาที่โดดเด่นของยุคนี้คือ ภาชนะผิวนอกสีขาว ทำส่วนไหล่ให้เป็นสันหักมุม ทั้งแบบก้นกลมและก้นแหลม บางชิ้นมีการตกแต่งด้วยลายขีดผสมลายเขียนสีที่ไหล่ของภาชนะ ตอนปลายของสมัยกลางเริ่มมีเหล็กปรากฏขึ้น

Distinctive pottery of this period are vessels with white surfaces, with sharp ridges on the shoulders, and rounded and pointed bottoms. Some are decorated with incisions mixed with coloured paint on the shoulders. The use of iron started to be seen towards the end of the Middle Period.

สมัยปลาย :

อายุ ๒,๓๐๐ - ๑,๘๐๐ ปี

Late Period:

Dating back 2,300-1,800 years



ภาชนะเขียนลายสีแดงบนพื้นที่นวล หลังจากนั้นจึงมีภาชนะเขียนลายสีแดงบนพื้นสีแดงแล้วขีดมันเพิ่มเข้ามา

Vessels of this period have red motifs painted on mauve areas. Later pottery has red motifs painted on red areas, with the addition of polished lines.

จากหม้อลายเขียนสี
ยุคก่อนประวัติศาสตร์
มาเป็นผลิตภัณฑ์
เครื่องปั้นดินเผา
บ้านเชียง

From pre-historic
painted vessels to
modern Ban Chiang
pottery products



การปั้นหม้อเขียนลาย Shaping and painting motifs on formed vessels

จากภาชนะดินเผาลายเขียนสีในยุคก่อนประวัติศาสตร์ บ้านเชียง กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวและเป็นศูนย์เรียนรู้แหล่งโบราณคดีที่สำคัญของโลก และด้วยความภาคภูมิใจนี้ นักท่องเที่ยวสามารถมาสัมผัสผ่านประสบการณ์ ในการทดลองปั้นและเขียนลายด้วยตนเอง

Ban Chiang has become a tourist town as an archaeological site and learning centre where tourists can experiment with shaping and painting motifs on the vessels themselves.

ขั้นตอนการปั้น Steps in shaping the vessel

เริ่มจากการเตรียมดิน คือ ดินเหนียวละเอียด และดินเชื้อ

ดินเหนียวละเอียด คือดินเหนียวที่ชาวบ้านได้มาจากในท้องถิ่น เมื่อขุด มาได้แล้วจะนำมาผึ่งแดดให้แห้ง แล้วทุบให้ละเอียด แยกสิ่งเจือปนจำพวก เศษหินเศษไม้ ออก จากนั้นพรมน้ำให้ชื้น คลุมด้วยพลาสติกทิ้งไว้ ๒ คืน จึงนำมาใช้ได้

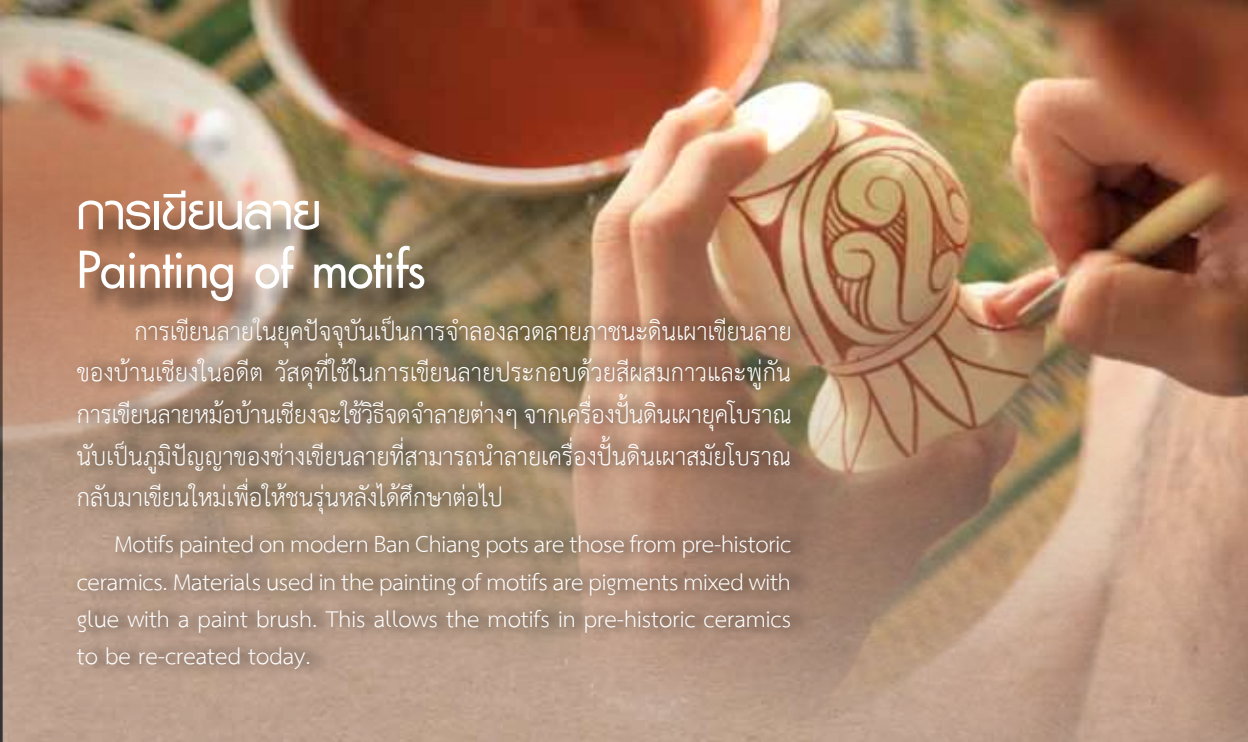
ดินเชื้อ คือดินที่ช่วยให้เครื่องปั้นดินเผาไม่แตกร้าวระหว่างการปั้น เมื่อได้ดินเชื้อและดินเหนียวตามต้องการ ก็จะนำมาผสมกันในอัตราส่วน ๑ ต่อ ๑ นวดให้เข้ากันแล้วขึ้นรูปโดยใช้หินดรองเป็นรูปค้ำใน ใช้ไม้ตีค้ำนอกตามรูปโค้ง ของหินดรอง หลังจากนั้นนำไปตากพอหมาดจนได้ที่ แล้วนำเข้าเตาเผาด้วยฟางข้าว และไม้ฟืน จนสังเกตเห็นดินเป็นสีแดงสุกปลั่ง

- Mix the pottery clay and fine grained clay at a ratio of 1 to 1.
- Knead the mixture to get rid of any air and ensure a fine mixture.
- Shape this mixture with a clay anvil as the core, beating it with a wooden paddle along the curve of the anvil to the desired shape.
- Dry and fire with straw and firewood until the clay becomes shiny and red hot.

การเขียนลาย Painting of motifs

การเขียนลายในยุคปัจจุบันเป็นการจำลองลวดลายภาชนะดินเผาเขียนลาย ของบ้านเชียงในอดีต วัสดุที่ใช้ในการเขียนลายประกอบด้วยสีผสมขาวและฟู่กัน การเขียนลายหม้อบ้านเชียงจะใช้วิธีจาดำลายต่างๆ จากเครื่องปั้นดินเผายุคโบราณ นับเป็นภูมิปัญญาของช่างเขียนลายที่สามารถนำลายเครื่องปั้นดินเผาสมัยโบราณ กลับมาเขียนใหม่เพื่อให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษาต่อไป

Motifs painted on modern Ban Chiang pots are those from pre-historic ceramics. Materials used in the painting of motifs are pigments mixed with glue with a paint brush. This allows the motifs in pre-historic ceramics to be re-created today.



ลวดลายต่างๆ ของเครื่องปั้นดินเผาเขียนลายบ้านเชียง Various motifs of Ban Chiang pottery

ลายธรรมชาติ ลวดลายที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม รอบตัวมนุษย์ เช่น ลายใบไม้ ลายดอกไม้ ลายก้านขด ที่พัฒนามาจากลายก้นหอย ลายวงปีไม้ และลายสัตว์

ลายเรขาคณิต ได้แก่ ลายสามเหลี่ยม ลายวงกลม ลายตารางเหลี่ยม

ลายอิสระ ลวดลายที่เกิดจากจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ เช่น ลายเส้น คดโค้งรูปตัว S เป็นต้น

Natural motifs – Motifs inspired by nature or the environment; such as, foliage or floral designs, artistic spiral wires developed from shell patterns, wood rings, and animal skin patterns.

Geometric motifs – Motifs made up of triangles, circles, and grids.

Free form motifs – Motifs based on imagination and creativity; such as, swirling lines.

วิถีของปู่สืบทอดวัฒนธรรมไทพวนบ้านเชียง

The cultural heritage of the Tai Phuan of Ban Chiang

เมื่อกลับมาสู่ยุคไทพวนบ้านเชียง ชาวไทพวนไม่เพียงแต่เดินทางมาจากเชียงขวางด้วยตัวเปล่า ทว่ายังนำมรดกทางวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามต่างๆ ทั้งทางพระพุทธศาสนาและทางพราหมณ์ติดตัวมาถ่ายทอดสู่รุ่นลูกหลาน โดยเฉพาะวิถีอันอบน้อมถ่อมตน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ดังคำพูดติดปากผู้เฒ่าผู้แก่ในสมัยโบราณ กล่าวไว้

“เฮือนไกลไกลก็ตั้งเฮือนเดียว เทียวไปกินของกินหลดบ่มีความเว้า เจ้าเลี้ยงช้อยช้อยเลี้ยงเจ้าแลงงาย กินสับไขว่คอบว่าของบ่ไฮ้ไผ่ลื้อฮ้อมแพงเจ้าเอย”

มีความหมายคือ หมู่บ้านบ้านเชียงอุดมสมบูรณ์ไปด้วยผักผลไม้ ข้าวปลาอาหารนั้นมามาก ผู้คนขยันทำมาหากินไม่ต้องซื้อขายเพราะมีอะไรก็แลกเปลี่ยนกันทุกหลังเป็นบ้านที่เรือนน้องอยู่ด้วยความเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน

The Tai Phuan did not arrive in Ban Chiang empty-handed but brought with them a rich cultural heritage and fine traditions in Buddhism and Hinduism to be passed onto future generations, especially modest behaviour and caring and sharing like members of the same family.



ศรัทธาในพระพุทธศาสนาของไทพวนบ้านเชียง

Strong faith in Buddhism among the Tai Phuan of Ban Chiang



ชาวไทพวนนับเป็นผู้มีความศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างแรงกล้า เห็นได้จากงานประเพณีทำบุญทางพุทธศาสนาประจำทั้ง ๑๒ เดือนอย่าง “ฮีดลีสบอง คองลีสลี้” เช่น เดือนอ้าย ทำบุญปริวาสกรรม พระสงฆ์จะเข้ามาปฏิบัติธรรมและชาวบ้านก็คือโอกาสทำบุญเลี้ยงพระตักบาตรและเลี้ยงผีบรรพบุรุษ เดือนยี่ บุญคุณหลาน เป็นการทำบุญขวัญข้าวหลังเก็บเกี่ยว เดือนสาม บุญข้าวจี ชาวบ้านจะทำข้าวจีไปถวายพระและฟังเทศน์ เดือนสี่ บุญพะเทวด หรือบุญพระเวส มีกิจกรรมการฟังเทศน์มหาชาติ เดือนห้า ทำบุญสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งวิถีแบบดั้งเดิมนี้อย่างคงปรากฏอยู่ในชีวิตของชาวไทพวนบ้านเชียงจวบจนถึงปัจจุบัน

The Tai Phuan people have a strong Buddhist faith, as seen by their regular major merit-making traditions for each month of the year. For example, in the first lunar month the homes are blessed, with monks invited to chant prayers and people make merit with food offerings to monks and ancestors' spirits. The second lunar month is for the celebration of the coming rice harvest, followed by merit-making in the third lunar month when people make grilled sticky rice to offer to monks at the temple and attend sermons.



เรือนไทพวนบ้านเชียง Home life of the Tai Phuan of Ban Chiang

ในครอบครัวชาวไทยพวน แต่ละคนรับผิดชอบในหน้าที่และบทบาทของตนเอง ผู้ชายเก่งเรื่องงานไม้ สร้างเรือน ผู้หญิงเก่งเรื่องอาหาร จักสาน และทอผ้า บ้านเรือนของคนไทพวนนั้นสวยงามและมีเอกลักษณ์ ด้วยเรือนไม้หลังคาทรงป้าน ใต้ถุนสูง หน้าห้องนอนเป็นระเบียงโล่งระดับเดียวกัน มีหลังคาคลุมเรียกว่า “เสี้ย” ใช้เป็นพื้นที่ร่วมวงทานข้าวต้อนรับผู้มาเยือน จากเสี้ยจะเป็นพื้นไม้ลดระดับลงไปเรียกว่า “ชาน” แล่นต่อจากเรือนไปยังครัวด้านข้าง หน้าชานเป็นบันไดทางขึ้น-ลง ใต้ถุนเรือนสูง ใช้เป็นสถานที่ให้ผู้หญิงได้ทอผ้าข้างเรือนมีอยู่สำหรับเก็บข้าวไว้กินได้ตลอดปี บริเวณเรือนจะปลูกไม้มงคลต่างๆ

In a Tai Phuan family, each member has specific duties and roles. Men are involved in woodworking and house construction while the women take the responsibilities in providing food and are engaged in basketry and textile weaving.

The houses are made of wood with a low roof and set up on posts. In front of the sleeping area is a broad, open but covered veranda called *sia* which serves as an area for dining and welcoming visitors. A wooden floor at a lower level, called *chan*, runs from the house to the kitchen on the side. The space under the elevated house is used by the women for their weaving looms.

At the side of the house is a granary where rice is stored off the ground for year-round consumption.

การขึ้นบ้านใหม่ Housewarming

เมื่อสร้างบ้านเสร็จ ต้องมีพิธีขึ้นบ้านใหม่เพื่อความเป็นสิริมงคล เจ้าของบ้านจะบอกกล่าวเพื่อนบ้าน ให้มาร่วมพิธีตามฤกษ์ยาม หมุ่มสาว ลูกหลาน คนเฒ่าคนแก่ก็จะมาช่วยกันขนของไปขึ้นบ้านใหม่ ประกอบด้วย เสื่อ ที่นอน หมอน เครื่องครัว มีผู้เฒ่าเป็นประธานพาลูกหลานทำพิธี จากนั้นจึงทำพิธีบายศรีสู่ขวัญผูกข้อมือและเลี้ยงอาหารแขกที่มาร่วมงาน

When a new house is completed, there is a housewarming ceremony to which neighbours are invited. Young and old community members help to carry necessities into the new house; such as, sleeping mats, mattresses, pillows, and kitchenware. A respected elder leads everyone in the paying of respect to the heavenly beings and guardian spirits of the place to ensure the security of the new house and its inhabitants.



ร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ ณ โฮมสเตย์บ้านเชียง



การบายศรีสู่ขวัญ เป็นประเพณีทางศาสนาพราหมณ์ที่นิยมกระทำสืบต่อกันมายาวนาน ถือได้ว่าเมื่อทำพิธีนี้แล้วจะก่อให้เกิดความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต พิธีบายศรีสู่ขวัญนี้จะทำขึ้นเฉพาะงานที่เป็นมงคล เช่น พิธีแต่งงาน การหายจากป่วยไข้ การมีแขกจากต่างถิ่น มาเยี่ยมเยือน ฯลฯ

หากใครได้มาพักโฮมสเตย์บ้านเชียง จะมีพิธีบายศรีสู่ขวัญต้อนรับนักท่องเที่ยว ผู้เฒ่าผู้แก่มาล้อมวงผูกด้ายขาวอวยพรขอให้ผู้มาเยือนประสบแต่ความโชคดี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านเชียงในอดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา การทอผ้ามัดหมี่ย้อมคราม การแต่งกายแบบไทพวน ด้วยความยึดมั่นในการอนุรักษ์อารยธรรมโบราณ และสืบสานวิถีไทพวน ทำให้กลุ่มโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์บ้านเชียงได้รับรางวัลดีเด่นประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประจำปี ๒๕๕๖ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



Join the traditional welcoming ceremony at Ban Chiang home-stays

The welcoming ceremony is a Hindu tradition that has been observed since ancient times, with the tying of the consecrated cord around the person's wrist as a sign of blessing. The ceremony is reserved for auspicious occasions; such as, weddings, recoveries from an illness, or visits by guests.

Travellers at a Ban Chiang home-stay are traditionally welcomed by the elderly people in the community gathering to tie the cords on the wrists of the visitors, blessing them with all the good fortune in life.

Visitors can also experience the regular past and present activities of the residents of Ban Chiang; such as, making earthenware goods, weaving indigo-dyed Matmee, tie-dying cloth, and dressing in the Tai Phuan style. The Ban Chiang Cultural Conservative Home-stay Community won an Award of Outstanding Performance at the Thailand Tourism Awards 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).



แต่งกายอย่างไทพวน Dressing up in the Tai Phuan-style

สำหรับชีวิตประจำวันทั่วไป การแต่งกายของไทพวนบ้านเชียงนั้นเรียบง่าย ผู้หญิงสวมเสื้อแขนกระบอก นุ่งผ้าย้อมคราม ผู้ชายสวมเสื้อม่อฮ่อม นุ่งกางเกงย้อมครามขาเกี้ยว และคาดผ้าขาวม้า แต่หากเป็นงานทางการหรืองานสำคัญที่ให้เกียรติเจ้าภาพ ผู้หญิงจะนุ่งผ้าขึ้นมัดหมี่ คาดเข็มขัดเงิน ส่วนผู้ชายนุ่งโจงกระเบนย้อมครามมัดหมี่ หรือถ้าหากเป็นงานบุญที่วัด ทั้งหญิงและชายจะสวมเสื้อขาวสะอาดตา

The Tai Phuan of Ban Chiang dress simply but neatly in their daily life. Women wear long-sleeved blouses and long indigo-dyed skirts, and men wear simple farmers' shirts and indigo-dyed trousers, with a multi-purpose woven cloth as a belt. But for formal occasions or important functions, women wear long skirts made of Matmee textile and silver belts, and men wear long indigo-dyed Matmee cloth pulled up between the legs. Everyone wears white blouses/shirts to religious functions at the temple.



ผ้าย้อมครามไทพวน

Indigo-dyed cloth of The Tai Phuan



Indigo is a natural dye known to humans for over 6,000 years. Inhabitants of the world's tropical zones used to get blue colour for dyeing purposes from various plants that grew in their areas, but indigo blue of the highest quality is produced in Asia. In Ban Chiang, there is evidence of indigo-dyed cloth, a tiny piece of the fabric dating back 1,800 to 900 years, being found among the potsherds.

For the Tai Phuan of Ban Chiang, indigo dyeing of cloth has been a skill handed down through the generations. Indigo-dyed cloth is used for garments for farmers, as it is suitable for outdoor work in the rice fields and plantations, having special properties of cooling down the wearer in the hot sun and readily absorbing sweat.

Visitors can observe the manufacturing process at the Ban Chiang Local Textile Weavers' Group.



“สีคราม” เป็นสีย้อมจากธรรมชาติที่มนุษย์รู้จักกันมา มากกว่า ๖,๐๐๐ ปี ซึ่งสีครามคุณภาพดีส่วนใหญ่ผลิตจากทวีปเอเชีย หนึ่งในหลักฐานที่ว่าผ้าย้อมครามมีมาแต่ยุคโบราณคือเศษผ้าย้อมครามที่พบในเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงยุค ๑,๘๐๐ ถึง ๙๐๐ ปีก่อน

สำหรับชาวไทพวนบ้านเชียง การย้อมครามเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์การแต่งกายชาวชนเผ่าในประเทศไทย ผ้าย้อมครามเป็นเครื่องนุ่งห่มแบบพื้นบ้านของชาวบ้านที่ทำการเกษตรกรรม เนื่องจากเหมาะกับการใช้สอยในการทำไร่ ทำนา เพราะมีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถให้ความเย็นและซับเหงื่อได้ดี ชาวไทพวนบ้านเชียงในปัจจุบันยังคงอนุรักษ์การทำผ้าย้อมครามไว้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมกรรมวิธีผลิตผ้าย้อมครามได้ที่กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านเชียง



การทอมัดหมี่

Matmee – tie-dyed textile

ช่างทอผ้าบ้านเชียงขึ้นชื่อเรื่องการทอมัดหมี่ การทำผ้ามัดหมี่มีขั้นตอนที่ละเอียดอ่อน และต้องวางแผนตั้งแต่ก่อนย้อม คือการมัดหมี่ หรือมัดเส้นฝ้ายให้แน่นเพื่อกำหนดเป็นลวดลาย จากนั้นค่อยนำไปย้อมคราม ลวดลายในการทอมัดหมี่นั้นได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติรอบตัว ไม่ว่าจะเป็นต้นข้าว ลูกไม้ ดอกไม้ หรือของใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ

Textile weavers of Ban Chiang are renowned for their weaving of Matmee tie-dyed cloths. The production of Matmee cloth involves complicated steps, with the planning of the patterns completed before the dyeing of the yarns. Cotton yarns are counted and tied tightly to determine the patterns before they are dyed in indigo. The patterns are inspired by natural surroundings; such as, rice plants, fruit, flowers, or various utensils in daily life.

จักสานบ้านเชียง Ban Chiang basketry

ชาวบ้านเชียงมีอาชีพหลักคือ เกษตรกรรม ที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ เมื่อว่างเว้นจากการทำไร่นา ชาวบ้านจะนำไม้ไผ่มาทำเป็นเครื่องใช้ไม้สอยไว้ใช้งาน เช่น สานแห สานตะลุง สานสุ่ม สานเชิง สานไซ สานข้อง และเครื่องมือจับสัตว์น้ำชนิดต่างๆ แต่ที่เห็นได้ทั่วไปคือการสานกระติบข้าวจากไม้ไผ่ที่ทำได้ง่ายตามท้องไร่ปลายนานา

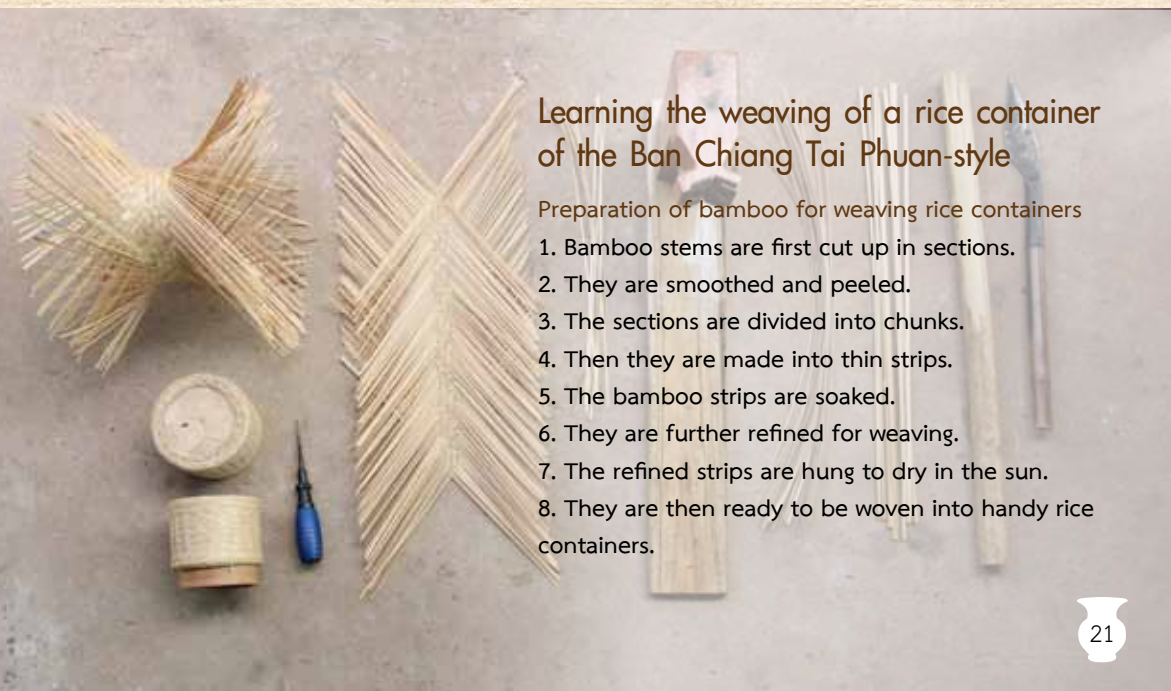
Residents of Ban Chiang are mainly engaged in agriculture, an occupation passed on by their ancestors. When free from the toils of working in the fields, orchards, or plantations, the people weave items for their use; such as, nets, traps, receptacles, and implements of various types. Most common is the weaving of handy rice containers made from bamboo, an easily accessible raw material.



เรียนรู้การสานกระติบข้าวแบบไทพวนบ้านเชียง

ขั้นตอนการทำกระติบ

1. นำไม้ไผ่ที่เป็นปล้องๆ มาตัดเป็นท่อนๆ
2. ตัดส่วนข้อและเปลือกออก
3. ผ่าให้เป็นลิ้วๆ
4. จากลิ้วค่อยผานเป็นเส้นบางๆ
5. แช่น้ำให้เปียกชุ่ม
6. เหลาให้บางเสมอกันเพื่อให้สานได้ง่าย
7. ตากแดดให้แห้ง
8. นำมาสานเป็นกระติบ



Learning the weaving of a rice container of the Ban Chiang Tai Phuan-style

Preparation of bamboo for weaving rice containers

1. Bamboo stems are first cut up in sections.
2. They are smoothed and peeled.
3. The sections are divided into chunks.
4. Then they are made into thin strips.
5. The bamboo strips are soaked.
6. They are further refined for weaving.
7. The refined strips are hung to dry in the sun.
8. They are then ready to be woven into handy rice containers.



การเดินทาง

Travel Information

จากอำเภอเมืองอุดรธานี ใช้เส้นทางหมายเลข ๒๒ (อุดรธานี-สกลนคร) ประมาณ ๕๐ กม. สังเกตป้ายพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง เลี้ยวซ้ายและตรงไปอีกประมาณ ๖ กม. ถึงบ้านเชียง
GPS N17° 24.399' E103° 14.212'

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน

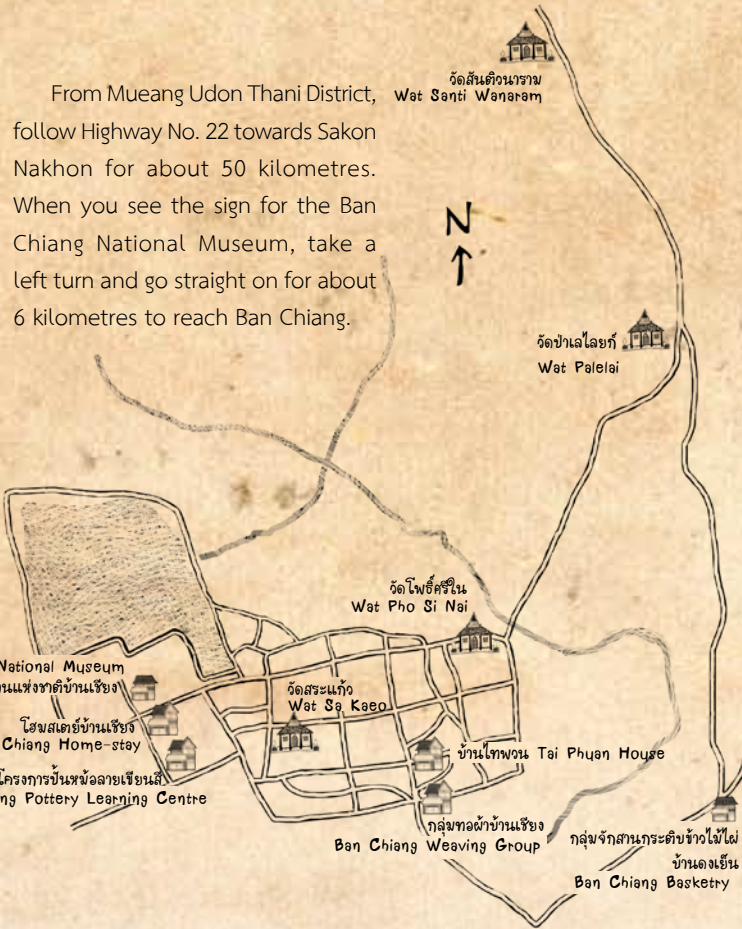
Important Attractions in the Community



GPS N17° 26.497' E103° 14.700'

วัดสันติวาราม

ตั้งอยู่บริเวณบ้านเชียง เป็นวัดที่จัดตั้งโครงการอีสานเขียว โดยสร้างอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่เพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีศาลาทรงบัวกลางน้ำขนาดใหญ่ ไว้สำหรับเผยแพร่ธรรมะ ที่นี้มีหลักสูตรอบรมการปฏิบัติธรรมให้กับบุคคลทั่วไปและนักเรียน นักศึกษา



From Mueang Udon Thani District, follow Highway No. 22 towards Sakon Nakhon for about 50 kilometres. When you see the sign for the Ban Chiang National Museum, take a left turn and go straight on for about 6 kilometres to reach Ban Chiang.

Wat Santi Wanaram

Wat Santi Wanaram is situated in the vicinity of Ban Chiang. It is the site of the Green Isan Project with a large reservoir built to help conserve the natural surroundings and environment. A massive pavilion in a lotus flower-style has been built in the middle of the reservoir for the conduct of training courses on Dhamma practice offered to the general public and students.



GPS N 17° 24.451' E 103° 14.196'

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง

จัดแสดงหลักฐานที่ได้จากการสำรวจขุดค้นที่บ้านเชียง และแหล่งโบราณคดีใกล้เคียง อันประกอบด้วยกลุ่มภาชนะดินเผา เครื่องมือ เครื่องใช้ ฯลฯ โดยแบ่งการจัดแสดงออกเป็นหัวข้อใหญ่ๆ คือการจัดแสดงสมัยก่อนประวัติศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการจัดแสดงสมัยก่อนประวัติศาสตร์วัฒนธรรมบ้านเชียง เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น.

Ban Chiang National Museum

The Museum has displays of evidence from the archaeological excavations at Ban Chiang and nearby sites; such as, ceramic vessels and utensils. These exhibits are divided into the Pre-historic Era of the Northeastern Region and Pre-historic Ban Chiang Culture. The Museum is open every day from 08.30 - 16.30 hrs.

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

Facilities

Home-stay services, food, and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อชุมชนบ้านเชียง

Contact the Ban Chiang Community,

Udon Thani

โทร (Tel.) +668 1485 1864

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุดรธานี
Tourism Authority of Thailand, Udon Thani Office
โทร (Tel.) +66 4232 5406-7

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน

Emergency Lines

- ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police โทร. (Tel.) 1155, +66 4221 1291
- ตำรวจทางหลวง Highway Police โทร. (Tel.) 1193, +66 4212 0055
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดอุดรธานี Udon Thani Provincial Police Station โทร. (Tel.) +66 4222 3353
- โรงพยาบาลอุดรธานี Udon Thani Hospital โทร. (Tel.) +66 4234 8888



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน หมู่บ้านเบญจรงค์ ดอนไคดี จ.สมุทรสาคร

Visit Community and Friends

Don Kai Di Bencharong Ceramics Village, Samut Sakhon



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org

นลบริกรประเทศไทย

amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org



หมู่บ้านเบญจรงค์ ดอนไค่ดี
ด้วยมานะ พักฝน
ด้วยความเพียรพยายาม จากลูกจ้างโรงงานเซรามิก

กลายเป็นศิลปินผู้สืบสาน ศิลปะของชาติ

Don Kai Di

the Bencharong Ceramics Village

From a ceramics factory floor to a national artistic heritage
by the workers' determination, practice, and perseverance.





เรื่องเล่า จากปลายฟุ้งกัน

เมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๕ โชคชะตาเล่นตลก โรงงานเซรามิกเสถียรภาพ จังหวัดสมุทรสาคร ที่เปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงคนทั้งชุมชนได้ปิดตัวลง ผู้คนตกงานหลายหลังคาเรือน เหลือเพียงความท้อแท้สิ้นหวัง แต่สิ่งหนึ่งที่โชคชะตาพรากไปจากพวกเขาไม่ได้ นั่นคือฝีมือการทำเครื่องเบญจรงค์และความเพียรพยายาม

หลังจากเหตุการณ์นั้น ได้มีการรวมกลุ่มของช่างผู้มีฝีมือที่ร่วมชะตากรรมเดียวกัน ทั้งหมด ๒๐ คน พลังเล็กๆ ได้เกิดขึ้น จากความรู้เดิมที่ได้รับการถ่ายทอดจากครูเบญจรงค์ชาวจีนในสมัยครั้งยังทำโรงงาน ทั้งทักษะการเขียนลาย การปั้น และการเผา จึงตัดสินใจสืบสานการทำเครื่องเบญจรงค์นี้ต่อไปเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาไว้ให้กับลูกหลาน

ในช่วงแรกของการผลิตนั้นสุดแสนจะลำบากเนื่องจากที่บ้านดอนไถ่ไม่มีเตาเผา ทำให้ต้องเดินทางหอบหิ้วดินที่ถูกปั้นเคลือบไปเผายังเตาที่ตำบลอ้อมน้อยซึ่งห่างไกลจากหมู่บ้านมาก ในสมัยนั้นถนนยังเป็นดินแดง ทำให้เครื่องปั้นเสียหาย อีกทั้งเตาเผาในสมัยนั้นมีขนาดเพียง

หม้อหุงข้าวใบใหญ่ ทำให้ใส่เครื่องปั้นได้เพียงไม่กี่ชิ้นต่อครั้ง แต่พวกเขาก็ไม่เคยย่อท้อต่อความลำบาก ด้วยเห็นถึงคุณค่าของสิ่งที่ตนกำลังทำว่าไม่ใช่เพียงหาเลี้ยงชีพ แต่คือการสืบสานมรดกของชาติ

ต่อมาหลังจากชุมชนเริ่มแข็งแรง มีช่างฝีมือและอุปกรณ์ รวมถึงมีเตาเผาเป็นของตนเอง ทำให้ในปี ๒๕๓๔ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี ได้พระราชทานโอกาสให้กับช่างเบญจรงค์ ด้วยการสั่งทำเครื่องเบญจรงค์จำนวนมาก ทั้งพระองค์ยังทรงรับสั่งให้ทหารพาเด็กๆ จากภาคใต้ มาเรียนรู้เพื่อสร้างอาชีพและสืบสานศิลปะเบญจรงค์ต่อไป นอกจากนี้ยังมีสถาบันการศึกษาให้ความสนใจเช่น วิทยาลัยเพาะช่างได้ส่งนักศึกษามาเรียนรู้การทำเครื่องเบญจรงค์จากที่นี่เช่นกัน

คุณค่าที่สั่งสมไม่ใช่เพียงในฐานะศิลปินแต่ยังคงเปรียบได้ในฐานะครูผู้ให้วิชา ทำให้หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ เป็นหมู่บ้านที่ถูกคัดเลือกเป็นหมู่บ้านหัตถกรรมดีเด่น โดยในปี ๒๕๕๐ ยังได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยว รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จนกระทั่ง พ.ศ. ๒๕๕๒ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จพระราชดำเนินมายังหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ และรับสั่งให้ศิลปินเบญจรงค์ช่วยกันอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้แก่คนรุ่นหลัง ในฐานะหมู่บ้านหัตถกรรมต้นแบบ ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจอันสูงสุดของชาวช่างเบญจรงค์และชาวบ้านดอนไถ่ทุกคน



Tale from the Tip of a Paint Brush

In 1982, the Sathiaraphap Ceramics Factory in Samut Sakhon province, a major artery maintaining an entire community, closed down leaving residents in numerous households without jobs, disheartened and desperate. But this closure could not take away from this community its delicate craft skills and determination to make Bencharong or five-coloured ceramics. After the factory closure, craftspeople in this area decided to organise themselves as a group to conserve their skills and wisdom for future generations. Despite initial production difficulties, they were not discouraged and the community began to get stronger as progress was made.

The residents' value was not as ceramic artists but as teachers who imparted knowledge and expertise. Don Kai Di Benchrong Village gained support from the government sector and was selected as a distinctive handicraft village. In 2009, the village was honoured by a visit by Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindorn. The Princess asked ceramics teachers to help conserve the local skills and wisdom for future generations as a model handicraft village, a task that they and the residents have taken on with pride and honour.

เรียนเล่นพอสนุก เรียนลึกจริงจัง

สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเรียนรู้ความเป็นมาของศิลปะเบญจรงค์ สามารถเลือกเรียนได้ใน ๒ รูปแบบ คือ

เรียนเล่นพอสนุก เรียนรู้การลงสีเครื่องเบญจรงค์ ใช้เวลาเรียนเพียง ๒ ถึง ๓ ชั่วโมง จากนั้นทางหมู่บ้านจะส่งชิ้นงานนั้นซึ่งเผาสำเร็จเรียบร้อยแล้วไปให้ที่บ้าน

เรียนลึกจริงจัง เรียนรู้การทำเบญจรงค์แบบครบกระบวนการ ตั้งแต่ปั้น เขียนลาย ลงสี วาดทอง และเผาสำเร็จ ใช้เวลาเรียน ๑๕ วัน

นอกจากนี้ ยังสามารถพักโฮมสเตย์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านดอนไถ่ มีกิจกรรมตักบาตรตอนเช้า เดินเที่ยวชมบ้านหัตถกรรมเบญจรงค์ที่อยู่ภายในชุมชน พร้อมพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเรียนรู้การทำเครื่องเบญจรงค์กับช่างผู้ชำนาญการ

การมาเยี่ยมหมู่บ้านเบญจรงค์ มีกฎระเบียบเล็กๆ น้อยๆ เพื่อให้ช่วงเวลาการอยู่ที่สนุกสนาน สงบ และปลอดภัย คือ ห้ามดื่มสุรา ห้ามเล่นการพนัน ห้ามรับประทานอาหารในห้องพัก และไม่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าพัก

Visitors who are interested in learning the art of Bencharong ceramics can choose from 2 programmes of learning:

Colouring for Fun involves learning the colouring process of Bencharong ceramics in just 2 to 3 hours. The end product after the firing is delivered to each maker's home address by arrangement with the participant.

Practical Comprehensive Study includes learning the whole process of Bencharong ceramics-making, from shaping the object, patterning, colouring, gilding, to firing, over 15 days (costs are arranged between the village and the participant).

Home-stay accommodation is available for



interested visitors who wish to experience the lifestyle of the residents of Don Kai Di, complete with the offerings of morning alms to monks, tours of Bencharong ceramics households in the community, and chats and practical sessions with experienced craftspeople.

In the interests of safety, peace, and enjoyment, there are a number of rules for visitors to the Bencharong Ceramics Village. These include no alcohol, no gambling, no food consumption in rooms, and no pets.

“ทักทาย บ้านเพื่อน”

Visiting friends' houses



ยีนยง โฮมสเตย์
Yuenyong Bencharong
and Home-stay

ยีนยงเบญจรงค์ และ ยีนยงโฮมสเตย์

บ้านพักเรือนเล็กที่ให้ความ
เป็นส่วนตัว อยู่ติดกับคลองวัด
ท่าเสา สามารถเยี่ยมชมการลงสี
ของเครื่องเบญจรงค์ได้

YUENYONG BENCHARONG AND HOME-STAY

Provide accommodation
in small, single houses for
visitors who wish to enjoy
privacy. The location is next
to the canal of Wat Tha
Sao. Visits to observe the
colouring of Bencharong
ceramics can easily be made
here.

โฮมสเตย์ป้าอุไร

บ้านพักสำหรับเพื่อนผู้มาเยือน
กว้างขวาง ทว่าอบอุ่น อยู่สบาย

AUNTIE URAI'S

Offers accommodation for visitors
in a comfortable, spacious atmosphere.

หนูเล็กเบญจรงค์
Nulek Bencharong

สังวาลย์เซรามิก

บ้านคุณลุงสังวาลย์เป็นจุดเริ่มต้นกระบวนการ
ผลิตคือการปั้นดินให้ออกมาเป็นรูปทรงต่างๆ คุณลุง
สังวาลย์เป็นช่างปั้นที่มีฝีมือประณีต และมีพรสวรรค์
เป็นอย่างมาก สามารถปั้นได้หลายรูปแบบและ
ภายในหนึ่งวันสามารถปั้นได้เป็นร้อยๆ ใบ นอกจากนี้
บ้านคุณลุงยังผลิตเครื่องลายครามหนึ่งเดียวในหมู่บ้าน

SANGWAN CERAMICS

At Uncle Sangwan's house – starting point
in the production line, involving the shaping
of the clay into a variety of shapes and forms.
This is the only site in the community that
produces painted ceramics.

อุไรเบญจรงค์

ของคุณป้าอุไร แต่งเยี่ยม ผู้เป็นประธานกลุ่ม
หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ และเป็นเจ้าของเรื่องราว
กว่าจะมาหมู่บ้านเบญจรงค์ทุกวันนี้รูปแบบงาน
เบญจรงค์ของคุณป้าอุไรนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตน
โดยจะเน้นเบญจรงค์ลวดลายโบราณในสมัยรัชกาลที่
๒ และรัชกาลที่ ๕ แต่ก็มีกรออกแบบลวดลายใหม่
เพื่อสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี เช่น ลายตลาดน้ำ
และการละเล่นสงกรานต์ เป็นต้น

URAI BENCHARONG

At Auntie Urai Taeng-iam's house,
Chairperson of the Don Kai Di Bencharong
Ceramics Village Group – works here emphasize
traditional patterns of the Second and Fifth
Reigns, but also have new designs relating
to culture and traditions; such as, floating
markets and Songkran, the traditional Thai
New Year celebration.

แดงเบญจรงค์

ของคุณป้าแดง จะเป็นเครื่องเบญจรงค์ที่
ถูกออกแบบเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น นาฬิกา
กรอบรูป พวงกุญแจ แจกัน และผลิตภัณฑ์สำหรับ
สปา เป็นต้น นอกจากนี้ภายในบ้าน ยังมีห้องสร้งและ
ห้องเสวยที่สมเด็จพระเทพฯ เคยเสด็จมาประทับ เปิด
ให้ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชม

DAENG BENCHARONG

At Auntie Daeng's house – Bencharong
ceramics designed for everyday use; such as
clocks, picture frames, key chains, vases, and
spa products.

หนูเล็กเบญจรงค์

ของคุณป้าหนูเล็ก จะมีจุดเด่นคือเบญจรงค์ภาพ
พุทธประวัติ และภาพศิลปะที่ใช้เทคนิคการเขียนลาย
แบบเบญจรงค์ที่แตกต่างออกไป นอกจากนี้บริเวณ
บ้านของคุณป้า ยังมีสวนร่มรื่นให้นั่งพัก และห้องน้ำ
ที่สวยงามไว้บริการ

NULEK BENCHARONG

At Auntie Nulek's house – is distinctive
due to the Bencharong ceramics that
feature scenes from the Lord Buddha's life
and artistic patterns that employ a different
technique in coloured ceramic painting.
Auntie Nulek's home has a well-shaded
orchard perfect for relaxation, and clean
washrooms ready for visitors.

ยุคสมัย

ของลวดลายเบญจรงค์



ลายตราประจำยาม
Prajam Yam



ลายพุ่มข้าวบิณฑ์
Phum Khao Bin



ลายคังฮี
Khang Hi



ลายเทพพนมนรสิงห์
Thepphanom Norasing

รัชกาลที่ ๒
KING RAMA II



ลายเทพนมรำ
Thepphanom Ram



ลายพิกุลเกลียว
Phikun Kliao

รัชกาลที่ ๒
KING RAMA II



ลายจักรี
Chakri

รัชกาลที่ ๕
KING RAMA V



ลายประเพณีสงกรานต์
Songkran

ปัจจุบัน
PRESENT

Era of Bencharong Ceramic Patterns

หากมองย้อนไปยังประวัติความเป็นมาของเครื่องเบญจรงค์ เป็นเครื่องปั้นเคลือบที่เขียนลายโดยวิธีลงมาจากประเทศจีน ความสวยงามของเครื่องเคลือบเบญจรงค์ทำให้เป็นที่ต้องการของคนไทย จึงมีผู้สั่งทำเครื่องเคลือบจากจีนโดยกำหนดรูปทรงลักษณะแบบไทย โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ ๒ โปรดให้นำงานปั้นกลายลงบนผ้า แล้วส่งไปเป็นตัวอย่างให้ช่างจีนเขียนลวดลาย เครื่องเคลือบเบญจรงค์ที่ทำจากจีนจึงให้ความรู้สึกในความเป็นไทยยิ่งกว่าเครื่องเคลือบจีนชนิดอื่นๆ ส่วนที่เรียกว่า “เบญจรงค์” เป็นการเรียกตามแบบไทย เบญจ แปลว่า “ห้า” รงค์ แปลว่า “สี” โดย ๕ สีประกอบด้วย สีดำ สีขาว สีเหลือง สีแดง และสีเขียว (หรือสีคราม) และมีสีรองอย่างสีชมพู สีม่วง สีน้ำตาลแสด โดยในแต่ละยุคสมัย มีการลงสี เส้นและความนิยมในลวดลายแตกต่างกัน

หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ได้รับการยกย่องทั้งการเขียนลวดลายเบญจรงค์ทั้งแบบลายโบราณและลายสมัยใหม่ได้อย่างประณีต โดยลายโบราณจะเป็นลายในสมัยรัชกาลที่ ๒ และรัชกาลที่ ๕ ส่วนลายสมัยใหม่ ศิลปินเบญจรงค์หมู่บ้านดอนไถ่จะออกแบบลายชิ้นใหม่ ส่วนใหญ่เป็นลวดลายที่สื่อถึงวัฒนธรรม ซึ่งได้รับรางวัลสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ ๕ ดาวในปี ๒๕๔๖

รัชกาลที่ ๒ :

ใช้เส้นสีดำในการเขียนลายเป็นส่วนใหญ่ อาจมีเส้นขาวปะปนบ้าง ซึ่งจะเขียนยากกว่าการเขียนเส้นทอง
รัชกาลที่ ๕ :
จะนิยมการเขียนลายเส้นเป็นสีทอง
ปัจจุบัน :

ศิลปินเบญจรงค์หมู่บ้านดอนไถ่ได้ออกแบบลายชิ้นใหม่อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะลายที่สื่อถึงวัฒนธรรมไทย เช่น การละเล่นไทย ประเพณีไทย วรรณคดีไทย เป็นต้น

Second Reign:

Characterized by the use of mostly black lines in pattern-making, with some white lines mixed in. This is more difficult than using gilded lines.

Fifth Reign:

This style mostly uses gilded lines in pattern-making.

At present:

Artists from the Don Kai Di Bencharong Ceramics Village are introducing new patterns, mostly based on aspects of culture; such as, celebrations of Songkran (Thai New Year) and the sprinkling of water on one another.

Bencharong ceramic ware started in China. The beauty of the glazed ceramics with patterns made by lacquering was much sought-after by the Thais. Many orders were made by the Chinese for glazed ceramics in Thai shapes and forms, especially in the Second Reign when the King had patterns embroidered on pieces of cloth by court ladies to be sent as samples for Chinese craftsmen to paint on the ceramics.

The name ‘Bencharong’ comes from the Thai language, ‘bencha’ meaning five and ‘rong’ meaning colour. The five colour involved in the ceramics are black, white, yellow, red, and green (or indigo) as primary tones, with pink, purple, and brownish orange as secondary tones.

The Don Kai Di Bencharong Ceramics Village has gained recognition for its production of both traditional and modern patterns. Traditional patterns are inherited from the Second and Fifth Reigns, while modern patterns have been introduced by ceramic artists of Don Kai Di Village, mostly based on cultural traits. The Village won the five-star OTOP goods award in 2003.



มาถึงบ้านดอนไค้ดีแล้วไม่รู้วิธีทำ เบญจรงค์ ก็เหมือนยังมาไม่ถึง

ขั้นตอนการทำ

๑. ปั้นดิน ขึ้นรูปเครื่องเบญจรงค์ และตากให้แห้ง
๒. ชุบน้ำยาเคลือบแล้วนำไปเผา
๓. นำเครื่องเบญจรงค์ที่เป็นสีขาวจากเคลือบมาเขียนลายเส้นสีทอง
๔. ลงสีบนเคลือบตามที่ต้องการ
๕. วาดทอง
๖. นำเข้าเตาเผาด้วยอุณหภูมิ ๘๐๐ องศาเซลเซียส

Make sure that you learn Bencharong ceramic-making when you visit the Don Kai Di Ceramics Village

Steps involved:

1. Shape the clay and dry the object.
2. Glaze the object before firing.
3. Apply the pattern with gilded lines to the white glazed object.
4. Colour the glazed surface as designed.
5. Gild the object's surface.
6. Fire the object in a kiln at 800 degrees celsius.

เกร็ดความรู้:

ความแตกต่างของเครื่องเบญจรงค์ กับเครื่องลายคราม คือ เครื่องเบญจรงค์ เป็นการเขียนลายลงบนเคลือบ เรียกว่า “เขียนลายบนเคลือบ” แต่เครื่องลายครามคือ การเขียนลายก่อนแล้วจึงค่อยเคลือบ หรือที่เรียกกันว่า “เขียนลายใต้เคลือบ”

Interesting Info:

The difference between the Bencharong ware and the painted ceramics of Lai Khram ware is that the pattern of the former is drawn on the glaze but in Lai Khram, the pattern is drawn before glazing or drawn under the glaze.

การเดินทาง

Travel Information

จากกรุงเทพฯ มาตามถนนเพชรเกษมเลี้ยวซ้ายที่แยกอ้อมน้อยเข้าถนนเศรษฐกิจ เจอหอนาฬิกาให้เลี้ยวซ้ายผ่านเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน กลุ่มหมู่บ้านเบญจรงค์ตอนใต้จะอยู่ตรงข้ามกับที่ทำการเทศบาลตำบลตอนใต้

From Bangkok, use Phetchakasem Road and turn left at the Om Noi intersection into Setthakit Road. When you see the clock tower, turn left past the Khathum Baen Municipality Office. The Don Kai Di Bencharong Ceramics Village Group is opposite the Don Kai Di Tambon Administrative Organisation Office.

GPS N 13° 38.707' E 100° 15.234'

แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

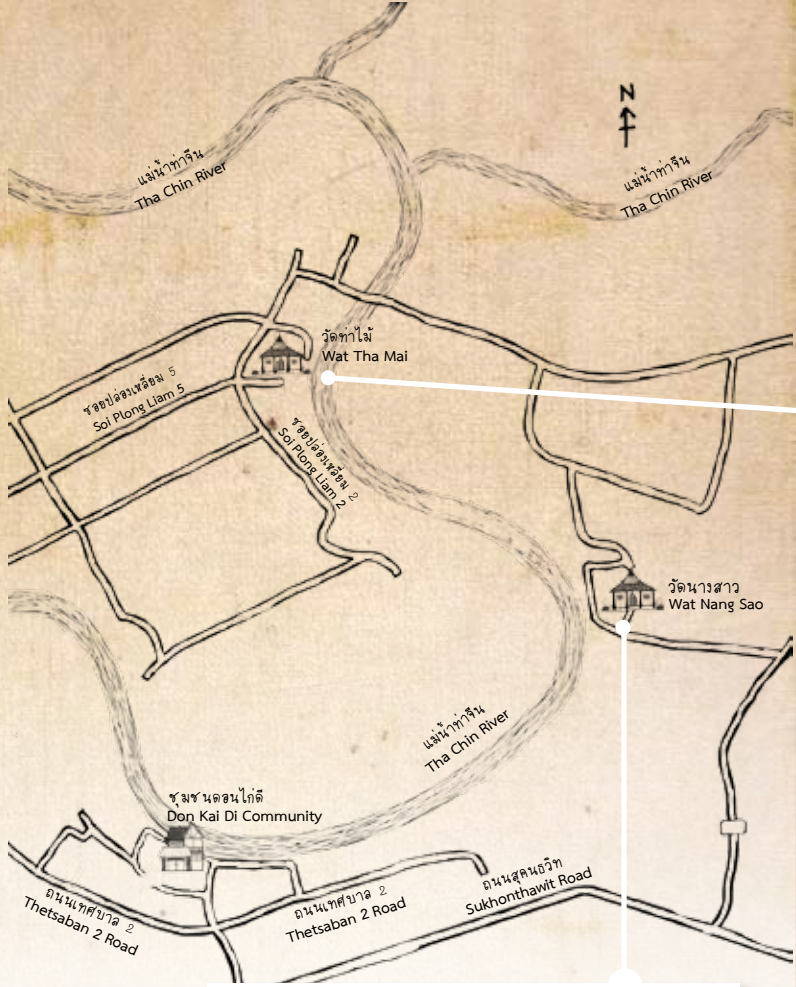
Nearby Attractions

วัดนางสาว

มีความน่าสนใจคือโบสถ์มหาอุดโบราณที่มีฐานโค้งเป็นรูปเรือสำเภาก่ออิฐ มีประตูเข้าออกเพียงประตูเดียว ผนังโบสถ์มีจิตรกรรมฝาผนังงดงาม วัดนางสาวมีเรื่องราวเล่ากันว่า มีสองศรีพี่น้องมาอาศัยโบสถ์แห่งนี้เป็นที่หลบภัยสงครามและได้อิฐฐานขอให้ปลอดภัย ต่อมาสงครามยุติ น้องสาวจึงตั้งใจบูรณะวัด และถือเพศพรหมจรรย์ และตั้งชื่อวัดพรหมจารีย์ ต่อมาชาวบ้านเรียกว่าวัดน้องสาว จนปัจจุบันเพี้ยนมาเป็นวัดนางสาว



GPS N13° 40.021' E100° 16.077'



Wat Nang Sao is a place of interest. It is an ancient ordination hall in brick and stucco built on a curved base resembling a barge, with only one entrance and exit door. The walls are adorned with fine mural paintings.



GPS N13° 40.580' E100° 15.322'

วัดท่าไม้

ได้รับพระราชทาน วิสุคามสีมา (คือแผ่นดินที่ประกาศตามพระบรมราชโองการที่พระเจ้าแผ่นดินพระราชทานแก่สงฆ์) เมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๓ วัดท่าไม้ มีชื่อเสียงระดับประเทศ ด้วยการบอกเล่าปากต่อปากของผู้คนที่เลื่อมใสในความศักดิ์สิทธิ์ของเกจิอาจารย์เป็นที่นิยมในการมาถือศีลปฏิบัติธรรมและการทำพิธีกรรมต่างๆ อาทิ พิธีสวด تراห์ พิธีครอบครู บูรพาจารย์ ตลอดจนพิธีตามวันสำคัญทางศาสนาต่างๆ

Wat Tha Mai is a famous Buddhist temple. It hosts a variety of rites for individuals and the local community.

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ห้องน้ำ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และลานจอดรถ

Facilities

Home-stay, food outlets, clean bathrooms, souvenir shops, and parking areas.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อหมู่บ้านเบญจรงค์ตอนใต้

Contact the Don Kai Di Bencharong Ceramics Village

โทร. (Tel.) +66 3447 3408, +66 3484 3371, +66 3447 3471

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม Tourism Authority of Thailand, Samut Songkhram Office

โทร. (Tel.) +66 3475 2847-8

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน Emergency Lines

• ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police

โทร. (Tel.) 1155

• ตำรวจทางหลวง Highway Police

โทร. (Tel.) 1193

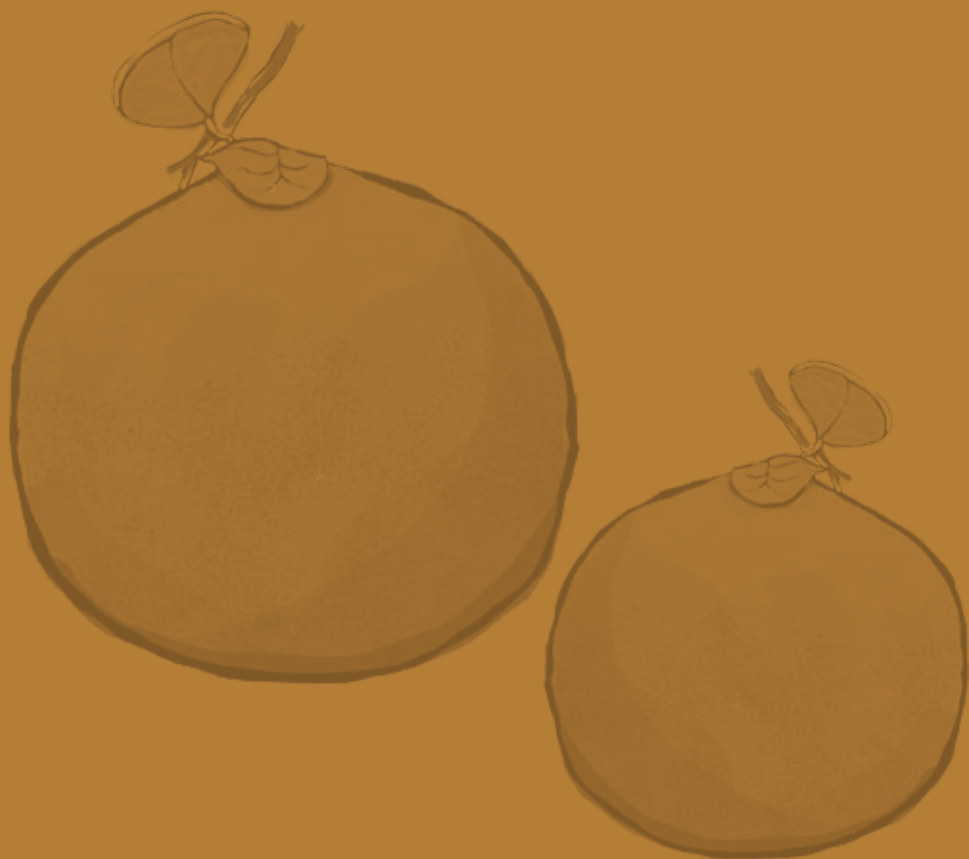
• สถานีตำรวจภูธรเมืองสมุทรสาคร

Samut Sakhon Provincial Police

โทร. (Tel.) +66 3441 2533, +66 3442 9271-4

• โรงพยาบาลสมุทรสาคร Samut Sakhon Hospital

โทร. (Tel.) +66 3442 7099



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน

ชุมชนบ้านบางพลับ จังหวัดสมุทรสงคราม

Visit Community and Friends

Ban Bang Phlap Community, Samut Songkhram



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org

นลบริภประเทศไทย

amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org





จากวิถีพอเพียง สู่การแบ่งปันความรู้
เพื่อชุมชนเข้มแข็ง

ชุมชนบ้านบางพลับ จังหวัดสมุทรสงคราม

From sufficiency lifestyle to knowledge sharing for

a strengthened community

Ban Bang Phlap Community, Samut Songkhram



ชุมชน สีเขียว



ชุมชนบางพลับตั้งอยู่ในอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยวิถีของชุมชนที่มีชีวิตอยู่กับสายน้ำ มีลำคลองต่างๆ รายล้อม และมีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน จึงไม่น่าแปลกใจที่จะได้เห็นร่องสวนอุดมไปด้วยต้นมะพร้าว ส้มโอ ลิ้นจี่ มะละกอ และผลไม้อื่นๆ รวมไปถึงพืชผักสวนครัวชนิดต่างๆ อีกมากมาย ทำให้ชาวบ้านบางพลับมีความเป็นอยู่ที่ดี อดมสมบูรณ์ แทบไม่ต้องซื้อหาอาหารที่ไหนเลย

เดิมวิถีการเกษตรของชาวบ้านบางพลับนั้นเป็นแบบต่างคนต่างอยู่ ต่างคนต่างดูแลสวนของตนเอง ทำให้ขาดความเข้มแข็งและองค์ความรู้ในการพัฒนาผลผลิตทางการเกษตร จนกระทั่งครูสมทรง แสงตะวัน หนึ่งในชาวบ้านบ้านบางพลับ ต้องการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและวิถีการเกษตรพื้นบ้านเหล่านี้ไว้ จึงได้รวบรวมคนในชุมชนโดยใครที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ให้มาแบ่งปันความรู้กับเพื่อนชาวเกษตรกรด้วยกัน ยกตัวอย่างเช่น การทำปุ๋ยชีวภาพ การปลูกผักผลไม้ปลอดสารพิษ การแปรรูปผลไม้ เป็นต้น จนในที่สุด ได้มีการจัดตั้งเป็น “ศูนย์เรียนรู้มหาวิทาลัยภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดสมุทรสงคราม” ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน ผลผลิตทางการเกษตรมีคุณภาพสูง กลายเป็นชุมชนต้นแบบมีเกษตรกรจากต่างถิ่นเข้ามาศึกษาและแลกเปลี่ยนวิชาความรู้มากมาย ด้วยความเข้มแข็งนี้ ทำให้ชุมชนบ้านบางพลับได้รับการยกย่องให้เป็นชุมชนสีเขียว และได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวในปี ๒๕๕๐ รางวัลยอดเยี่ยม ประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคกลางในปี ๒๕๕๑ รางวัลยอดเยี่ยม ประเภทแหล่งท่องเที่ยวชุมชนภาคกลางในปี ๒๕๕๓ และรางวัลยอดเยี่ยม ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ภาคกลางในปี ๒๕๕๖ ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Green Community, Ban Bang Phlap

The Ban Bang Phlap Community is in Amphoe Bang Khonthi, Samut Songkhram province. Life here revolves around the water, with many canals and the freshwater Mae Klong River running through the community. There are many well-irrigated orchards producing coconuts, pomelo, lychee, papaya, and other tropical fruits, and numerous vegetables and herbal plants. Living on such fertile land, the community is almost self-sufficient in food.

In the past, residents of Ban Bang Phlap took care of their individual agricultural practices, growing food for their own use. The community as a whole lacked strength and a body of knowledge to develop their produce. A teacher, Somsong Saengtawan, a resident of Ban Bang Phlap, wished to conserve local wisdom and agricultural skills, and organised a group of specialists in various areas to share their knowledge with fellow farmers. As a result, the *Learning Centre Maha Vitthalai of Local Wisdom of Samut Songkhram* was established, leading to a strengthening of the community and an improvement in the quality of the agricultural produce.

This development has made Ban Bang Phlap a model community and it has been recognised as a Green Community, earning the Awards of Excellence in the Tourist Attractions category at the Thailand Tourism Awards 2010 and 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).



น้ำตาลมะพร้าวแก้วๆ ที่บ้านบางพลับ

น้ำตาลมะพร้าวที่บ้านพลับขึ้นชื่อว่าหวานหอมอร่อย และทำจากน้ำตาลสดร้อยเปอร์เซ็นต์ ไม่ใส่สารกันบูดใดๆ วิธีของชาวสวนมะพร้าวที่นี่คือ จะขึ้นต้นมะพร้าวเก็บน้ำตาลสดวันละสองเวลา คือ ช่วงเช้าตรู่ และช่วงบ่าย โดยมีขั้นตอนง่ายๆ คือ ปาดช่อดอกมะพร้าวออกประมาณครึ่งเซนติเมตร นำกระบอกรัดไว้กับตัวช่อเพื่อให้น้ำตาลสดค่อยๆ ไหลลงสู่กระบอกรัด โดยทิ้งไว้ทั้งวัน เมื่อได้น้ำตาลสดเต็มกระบอกรัดก็นำไปใส่กระทะเคี่ยวให้เป็นน้ำตาลมะพร้าว ก่อนนำไปหยอดลงบนภาชนะทิ้งไว้ให้เย็น หลังจากนั้นบรรจุใส่ห่อนำไปขาย หรือบริโภคในครัวเรือน

Genuine coconut sugar at Ban Bang Phlap

Coconut sugar at Bang Phlap is renowned for its aroma and delicious sweet taste. It is made from pure coconut sap, with the addition of no preservatives of any kind. Coconut planters collect the sap twice a day, at dawn and in the afternoon. They employ a simple method of tapping the coconut blossoms by making a cut of about half a centimetre on the spadix and tying a container to it. The sap drips into the container over a period of time. When collected, it is transferred into a large wok and placed over moderate heat to produce a thick syrup-like substance known as toddy. This is then dropped into a container to cool down in various shapes. These are then packaged for sale or household consumption.



1



2



3



4



5

ส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่ ปลอดสารพิษ สด ยอดส้มโอที่อร่อยจนต้องบอกต่อ

คุณสมทรง แสงตะวัน เกษตรกรผู้บุกเบิกศรราชใหม่ของส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่ปลอดสารพิษแห่งอำเภอบางคนที ส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่มีลักษณะโดดเด่นคือเป็นส้มโอที่มีรสชาติหวาน เก็บไว้ได้นาน ไม่เฝื่อน เพราะเนื้อแห้งกำลังดี มีราคาสูง จากเดิมให้ผลผลิตเพียงปีละครั้ง แต่ด้วยภูมิปัญญาที่สั่งสมมา นาน ครูสมทรงสามารถทำให้ส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่ ให้ผลผลิตถึงปีละ ๔ ครั้ง ด้วยกรรมวิธีที่ปลอดสารพิษ

Organic pomelo of the Khao Yai variety, a pomelo of top quality and superb taste

The pomelo of the Khao Yai variety is distinctive, with a soft and sweet taste. The fruit sells at a good price and has a long shelf life because the flesh is perfectly dry but juicy. Normally, pomelo only produces fruit once a year, but the teacher, Somsong Saengtawan, pioneered a new chapter of non-toxic production using the now well-known organic *Khao Yai* pomelo to yield fruit four times a year.



เทคนิควิธีเลือกส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่

- สังเกตต่อมน้ำมันที่ผิวจะต้องห่างกัน แสดงว่าส้มโอแก่ได้ที่
- ระหว่างต่อมน้ำมันจะมีพื้นผิวสีเหลืองกระด้าง
- ชั่งน้ำหนักส้มโอด้วยมือ ยิ่งหนัก ยิ่งดี
- ใช้นิ้วกดที่ก้นผลส้มโอ ถ้านิ่ม แสดงว่าไส้ด้านในเป็นโพรง นั่นคือแก่เต็มที่ รสชาติอร่อย

Choosing good quality Khao Yai pomelo

- Look at the oil glands on the rind – mature fruit has well-spaced oil glands.
- Make sure the space between the oil glands is pale yellow.
- Weigh the fruit in your hand – good ones are heavier.
- Press the bottom of the fruit – mature and delicious fruit should be soft, with a hole in the middle.

ให้ธรรมชาติดูแลธรรมชาติ แบบไร้สารเคมี

จุดแข็งของชุมชนบ้านบางพลับคือมีความตั้งใจ
อยากให้เห็นภายในชุมชน รวมถึงคนต่างถิ่นได้บริโภค
ผลผลิตที่ปลอดภัย โดยมีการทำปุ๋ยจุลินทรีย์หมัก
เพื่อให้ชุมชนนำไปทำเป็นน้ำจุลินทรีย์ไว้ใช้ประโยชน์
เช่น นำไปใช้ในการปรับสภาพดิน ใช้ในการบำบัดน้ำ
และใช้ย่อยซากพืชซากสัตว์ รวมไปถึงได้มีการคิดค้น
สูตรน้ำสมุนไพรที่มีส่วนผสมจากน้ำหมักจุลินทรีย์
ใช้ฉีดไล่หนอนหรือแมลงที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อพืช
ทำให้พืชผัก ผลไม้สะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค

สูตรสมุนไพรไล่หนอนและแมลง

เหล้าขาว ๓๕ - ๔๐ ดีกรี : ๑ ส่วน

น้ำส้มสายชู ๕ เปอร์เซ็นต์ : ๑ ส่วน

กากน้ำตาล : ๑ ส่วน

น้ำ : ๖ ส่วน

น้ำหมักจุลินทรีย์ : ๑ ส่วน

ยาเส้น

Let nature take care of itself without the use of chemicals

A strong feature of the Ban Bang Phlap Community
is the locals' intention to consume non-toxic produce.
Techniques involving effective micro-organisms (EM)
are available in the community; such as, reconditioning
the soil, treatment of wastewater, and decomposition
of plant and animal materials. One of the results of
this approach has been the production of an EM/herbal
mixture that is sprayed on plants to repel worms and/or
insects, ensuring the vegetables and fruits are clean
and safe for consumers.

วิธีทำ : นำส่วนผสมทั้งหมดไปหมักไว้ ๗ วัน เมื่อครบ ๗ วันแล้ว
เขย่าให้เข้ากัน กรองกากออก นำกากไปใช้ประโยชน์ในการ
ฝังรอบโคนต้นไม้ ส่วนน้ำที่ได้จากการกรองแล้ว ให้ใช้ครั้งละ
๕ ซ่อนแกง ผสมน้ำ ๗ ลิตร เพื่อฉีดพ่นพืช เข้า-เย็น



ปั่นจักรยานชมสวน

อีกหนึ่งวิธีที่จะได้สัมผัสชุมชนบ้านบางพลับอย่างใกล้ชิดคือ การได้ปั่น
จักรยานไปรอบๆ ชุมชน แวะทักทายคุณลุง คุณป้าที่กำลังทำงานในสวน พุดคุย
แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เรียนรู้ปรัชญาการใช้ชีวิตแบบพอเพียง ชิมผลไม้สดๆ
จากสวนที่เปิดให้บริการ หรือจะแวะเยี่ยมชมการทำผักผลไม้แช่อิ่ม ชมสวน
สมุนไพรและผักพื้นบ้าน นับได้ว่าการปั่นจักรยานชมสวนนั้นเป็นกิจกรรม
ที่ไม่ควรพลาด นอกจากจะได้ผ่อนคลายแล้ว ยังได้ความรู้ ความเพลิดเพลิน
กับธรรมชาติอย่างไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

Cycling around the fruit orchards

A delightful way to get close to the Ban Bang Phlap Community is to cycle around, greeting workers in the orchards, chatting, exchanging experiences, learning about the sufficiency lifestyle philosophy, sampling fresh fruits from trees, observing the processing of vegetables and fruits as delicacies, and visiting herb and local vegetables plots. Riding a bicycle is an activity that you should not miss as it is relaxing, allows you to exercise without causing any pollution, and gives a different perspective of the surroundings.



ผลไม้กลับชาติ

จากเคยเปรี้ยวหรือขม กลับลิ้มรสตน
กลายเป็นรสหวาน

จากสูตรลับภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษกว่า ๑๖๐ ปีของครอบครัวคุณฉวีวรรณ หัตถกรรม ในการแปรรูปและถนอมอาหาร ด้วยการนำผัก ผลไม้ที่มีรสชาติขมอย่างบอระเพ็ด มะกรูด มาเชื่อมกลายเป็นของหวานแบบไทยโบราณ สูตรการถนอมอาหารนี้ถ่ายทอดมาสู่รุ่นลูกหลาน ปัจจุบันมีการพัฒนาโดยนำผักผลไม้ที่ขึ้นริมรั้วบ้าน เช่น มะระขี้นก พริก มะนาว ผลส้มโออ่อน มะละกอ แตงกวามาเชื่อมเพื่อให้มีรสชาติหวาน รับประทานง่าย จึงเป็นที่มาของชื่อ “ผลไม้กลับชาติ” นั่นเอง ต่อมาได้มีการจัดตั้ง “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลไม้กลับชาติ” ขึ้นเพื่อเผยแพร่การทำผักผลไม้เชื่อมและเป็นการอนุรักษ์องค์ความรู้นี้ให้อยู่คู่ชุมชนต่อไป

Re-born fruits and vegetables

From sour or bitter to sweet delicacies

The family of Ms. Chawivan Hatthakam has secret recipes and over 160 years of wisdom in the processing and preservation of vegetables and fruits with bitter tastes into traditional Thai sweet delicacies; such as, guduchi - *Timospora cordifolia* and kaffir lime fruit. The recipes use various vegetables and fruits found locally; such as, bitter gourd, capsicum, lime, young undeveloped pomelo, raw papaya, and cucumber. This process and preservation of vegetables and fruits has given rise to the term *re-born fruits*, and the formation of the *Community Enterprise of Re-born Fruits Group* to develop the preservation of vegetables and fruits and conserve a body of knowledge within the community.

ขั้นตอนการกำบระลอกกลับชาติ

๑. เลือกมะละกอแก่ มีสีส้มแต่เนื้อยังแข็งอยู่
๒. หั่นแล้วพับเป็นริ้วแบน
๓. แช่น้ำปูนใส ๑ คืน
๔. ล้างน้ำให้สะอาด
๕. ต้มน้ำเดือด ๑๕ นาที
๖. ใช้สไลด์ส่วนมะละกอ ๑ กิโลกรัม น้ำตาลทราย ๒ กิโลกรัม น้ำสะอาด ๑ ลิตร โดยต้มน้ำกับน้ำตาลก่อน ใส่น้ำตาลทีละครึ่งกิโลกรัม ต้มให้เดือด พักไว้ให้เย็น จากนั้นใส่มะละกอลงไป แช่ทิ้งไว้ ๑ คืน
๗. ตักมะละกอออก ใส่น้ำตาลเพิ่มครึ่งกิโลกรัม ต้มให้เดือด ทิ้งให้เย็น จึงใส่มะละกอลงไป ทิ้งไว้ ๑ คืน ทำเช่นนี้จนน้ำตาลครบ ๒ กิโลกรัม จากนั้นในครั้งสุดท้ายแช่มะละกอทิ้งไว้ ๕ ถึง ๗ วัน ดูจากสีจะสวยใส



Steps in making re-born raw papaya

1. Select a mature papaya fruit with firm flesh.
2. Slice and fold the papaya strips.
3. Soak in lime water overnight.
4. Wash clean.
5. Boil in water for 15 minutes.
6. Ingredients: 1 kg papaya; 2 kg sugar; 1 litre of water. Mix 0.5 kg of sugar in the water and bring to the boil, let it cool, then add the prepared papaya and allow it to soak overnight.
7. Scoop the papaya out of the mixture and add 0.5 kg of sugar to the liquid, bring to the boil, allow it to cool, and then add the papaya to again soak overnight, repeating the process until all the sugar is used. Allow the papaya to soak for 5 to 7 days. The pieces will be translucent and colourful.

ขั้นตอนการกำบระเปิดกลับชาติ

๑. ลอกผิวบระเปิดดอก ๒. แช่น้ำเกลือ ๒ คืน
๓. นำมาลอกไส้ออก
๔. แช่น้ำเกลือต่ออีก โดยเปลี่ยนน้ำเกลือทุกวันจนครบ ๑๕ วัน เพื่อคลายความขม
๕. แช่น้ำเปล่า ๑ คืนเพื่อคลายความเค็ม
๖. แช่น้ำปูนใส ๑ คืนให้กรอบ ๗. ล้างน้ำปูนใสออก
๘. นำไปต้มให้เดือด ๑๕ นาที ตักออก
๙. บระเปิด ๑ กิโลกรัม น้ำตาลทราย ๓ กิโลกรัม น้ำสะอาด ๑ ลิตร โดยต้มน้ำกับน้ำตาลก่อน ใส่น้ำตาลทีละครึ่งกิโลกรัม ต้มให้เดือด พักไว้ให้เย็น จากนั้นใส่บระเปิดลงไป แช่ทิ้งไว้ ๑ คืน
๑๐. ตักบระเปิดออก ใส่น้ำตาลเพิ่มครึ่งกิโลกรัม ต้มให้เดือด ทิ้งให้เย็น จึงใส่บระเปิดลงไป ทิ้งไว้ ๑ คืน ทำเช่นนี้จนน้ำตาลครบ ๓ กิโลกรัม จากนั้นในครั้งสุดท้ายแช่บระเปิดทิ้งไว้ ๗ วัน โดยดูจากสีเช่นเดียวกับมะละกอ

Steps in making re-born guduchi

1. Peel off the skin of the guduchi stems.
2. Soak them in saline water for 2 nights.
3. Remove the cores of the stems.
4. Soak the stems in saline water again, and continue to change the saline water every day for 15 days to remove the bitter taste.
5. Soak the stems in water for one night to wash out saltiness.
6. Soak the stems in lime water for one night to make them crisp.
7. Wash out the lime water.
8. Boil the stems for 15 minutes and then scoop them out.
9. Ingredients: 1 kg of guduchi; 3 kg of sugar; 1 litre of water of water Follow the same process as for the papaya until the 3 kg of sugar is used. Then allow the guduchi to soak for 7 days, obtaining the same translucency and colour as for the papaya.



การเดินทาง

Travel Information

บ้านบางพลับตั้งอยู่ที่ ๔ ตำบลบางพรหม อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม การเดินทางใช้เส้นทางถนนพระราม ๒ (ธนบุรี - ปากท่อ) เลี้ยวเข้าตัวเมืองสมุทรสงคราม มุ่งหน้าเข้าสู่อุทยาน ร. ๒ บ้านบางพลับอยู่ถัดจากอุทยาน ร. ๒ ประมาณ ๓ กิโลเมตร เจอแยกขวามือ ให้ตรงไป อีกประมาณ ๓๐๐ เมตร

Ban Bang Phlap is located at Mu 4, Tambon Bang Phrom, Amphoe Bang Khonthi, Samut Songkhram province. Take the Rama II route (Thon Buri-Pak Tho) and turn into the city of Samut Songkhram. Drive towards the King Rama II Memorial Park. When you reach the Park, drive another 3 kilometres to an intersection and then turn right and go for 300 metres to Ban Bang Phlap.

GPS N13° 26.869' E099° 57.030'

แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

Nearby Attractions

วัดบางกุ้ง

เป็นวัดเก่าแก่ตั้งอยู่ในเขตตำบลบางกุ้ง อำเภอบางคนที ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่าสร้างขึ้นตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เคยเป็นค่ายทหารเรือไทยที่สมเด็จพระเจ้าเอกทัศทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยกกองทัพเรือมาตั้งค่าย เรียกว่า “ค่ายบางกุ้ง” บริเวณวัดมีโบสถ์ปรกโพธิ์ที่ถูกปกคลุมด้วยรากของต้นโพธิ์โอบโอบรายล้อม ภายในมีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่ชาวบ้านเรียกว่า “หลวงพ่อนิลมณี” เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ มีผู้คนหลังไหลมากราบไหว้ขอพรกันมากมาย



GPS N13° 26.772' E099° 56.507'



Wat Bang Kung

This ancient Buddhist temple is situated in Tambon Bang Kung, Amphoe Bang Khonthi. Historical records say that it was built in the Ayutthaya period and it was the location of a naval camp set up by King Ekathat, the last monarch of Ayutthaya. Within the compound is *Bot Prok Pho*, an ordination hall covered by the roots of large Bodhi trees, with a Buddha image called *Luangpho Ninmani* enshrined inside the hall. This Buddha image is much revered, with worshippers coming daily from many places.

GPS N17° 35.668' E099° 48.388'



ตลาดน้ำบางน้อย

เป็นตลาดน้ำเก่าแก่ที่มีอายุมากกว่า ๑๐๐ ปี ตั้งอยู่ปากคลองบางน้อย หน้าวัดเกาะแก้ว อำเภอบางคนที ในอดีตชุมชนแห่งนี้เป็นศูนย์กลางการค้าทางน้ำที่สำคัญของกลุ่มน้ำแม่กลอง-ท่าจีน ถึงแม้ในปัจจุบันชุมชนบางน้อยจะเปลี่ยนเป็นเพียงชุมชนอยู่อาศัย แต่ก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมชุมชนริมน้ำดั้งเดิมไว้ได้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวสามารถมาเที่ยวชมตลาดน้ำบางน้อยได้ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา ๐๙.๐๐-๑๕.๐๐ น.

Bang Noi Floating Market

This ancient floating market has existed for more than a century. It is located at the mouth of Khlong Bang Noi, in front of Wat Ko Kaeo, Amphoe Bang Khonthi. In the past, this community was an important river trading centre in the Mae Klong-Tha Chin basin but it has changed into a residential area. However, it retains some of the characteristics and cultural heritage of an original riverside community. Tourists can visit the Bang Noi Floating Market every Saturday and Sunday from 09.00 to 15.00 hrs.

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

Facilities

Home-stay, food, and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อชุมชนบ้านบางพลับ

Contact the Ban Bang Phlap Community

โทร. (Tel.) +66 3476 1985, +668 9829 7100

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม
Tourism Authority of Thailand,
Samut Songkhram Office
โทร. (Tel.) +66 3475 2847

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน

Emergency Lines

- ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police โทร. (Tel.) 1155
- ตำรวจทางหลวง Highway Police โทร. (Tel.) 1193
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดสมุทรสงคราม Samut Songkhram Provincial Police Station โทร. (Tel.) +66 3472 0530-5
- โรงพยาบาลสมเด็จพระพุทธเลิศหล้า Somdet Phra Phuttha Loetla Hospital โทร. (Tel.) +66 3472 3044-9



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน
กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลห้วยแร้ง จ.ตราด
Visit Community and Friends
Huai Raeng Ecotourism Group, Trat



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org

นลบริกประเทศไทย
amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org





ล่องคลอง ท่องเที่ยว บนเส้นทางป่าจาก

สัมพัชวิทีชวิตอันเรียบง่าย ณ
ดินแดนสามน้ำอันอุดมสมบูรณ์
กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ตำบลห้วยแร่ จังหวัดตราด

Huai Raeng Ecotourism Group

While cruising the canal and
touring the orchards on the Atap
Palm Trail, experience the simple
way of life of the fertile Land
of Three Waters at Huai Raeng
Ecotourism Group, Trat province.

เรื่องเล่า จากดินแดนสามน้ำ



ก่อนรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๕ หลังจากสัมปทานป่าไม้หมดไป ชาวบ้านได้เริ่มเข้ามาจับจองพื้นที่ตำบลห้วยแร้งเพื่อทำการเกษตรและอยู่อาศัย ต่อมาฝรั่งเศสได้เข้ามายึดหัวเมืองตราดเป็นตัวประกัน และพบว่าภายในผืนป่าตำบลห้วยแร้งมีต้นไม้ใหญ่ลักษณะสวยงามเป็นพิเศษ มีชื่อเรียกตามภาษาท้องถิ่นว่า “ต้นไคร้ย้อย” แต่ชาวฝรั่งเศสไม่สามารถออกเสียงได้ จึงเรียกเพี้ยนเป็น “ต้นครุช” ส่วนชื่อ “ห้วยแร้ง” ตามคำบอกเล่าในตำนาน มาจากสมัยก่อนมีลำห้วยขนาดใหญ่ ในลำห้วยมีนกแร้งมาหากินจำนวนมาก จนกลายเป็นที่อยู่อาศัยของนกแร้ง ในปัจจุบันเมื่อน้ำลดจะเห็นก้อนหินมีรูปร่างคล้ายนกแร้ง จึงเป็นชื่อ “ห้วยแร้ง” ในที่สุด

ตำบลห้วยแร้งมีพื้นที่เชื่อมโยงกับลำคลอง ชุมชนอาศัยหากินอยู่กับคลองห้วยแร้งมาตั้งแต่บรรพบุรุษ เปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ของคนทั้งตำบล และยังมีระบบนิเวศคลอง ๓ น้ำที่สมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก คือน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม จึงเกิดเป็นความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะรากฝอยของต้นครุช ที่เป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำต่างๆ ด้วยความหลากหลายนี้ ทำให้ผืนน้ำและผืนป่าของตำบลห้วยแร้งมีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การทำอะไรทำนา ทำสวนผลไม้ รวมไปถึงกิจกรรมที่บ้าน เช่น การจับกุ้ง จับปลา เป็นต้น

ต่อมา มีนักวิจัยสังเกตเห็นว่านอกจากตำบลห้วยแร้งจะมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์แล้ว ยังมีคุณสมบัติพิเศษคือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่เหนียวแน่นและการจัดการทรัพยากรที่ดี จึงให้คำแนะนำแก่ชุมชนเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนจนประสบความสำเร็จ และได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๓ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และได้รับคัดเลือกให้เป็นชุมชนต้นแบบ ๑ ใน ๕ ชุมชนจากทั่วประเทศของ Communities Based Tourism (CBT)



Tale from the Land of Three Waters

At the beginning of the twentieth century, people started to inhabit the areas around Huai Raeng and used them for farming. Later, the French seized Trat and recognised the forests as a treasured resource, containing valuable specimens; such as, the Fairy Petticoats or Khrai Yoi tree (called *Cruz* by the French). The name Huai Raeng originated from a legend reporting that vultures lived in the area, thus *Huai Raeng – Vulture Creek*.

It is one of the world’s most fertile areas nourished by three water ecosystems, freshwater, brackish, and salty, resulting in a rich biodiversity. The fibrous roots of the *Cruz* trees in particular provide a nursery for a vibrant marine environment. Huai Raeng is the main artery of the entire area.

Huai Raeng was proposed for development as a sustainable community, and strong public participation and good management of resources has resulted in it earning the Kinnari Award of Outstanding Performance at Thailand Tourism Award 2010 and selection as one of the five models of community-based tourism.



จากวิถีชีวิต

มาเป็นกิจกรรมสนุก

หากต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนตำบลห้วยแร้ง ทุกๆ กิจกรรมล้วนมาจากวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนทั้งสิ้น โดยมีกิจกรรมหลักคือ ล่องแก่งทวนน้ำไปชมต้นครุช มีการบวชต้นครุช เพื่อเป็นกุศโลบายในการรักษาป่า และล่องเรือชมป่าจาก เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตตั้งแต่การเก็บลูกจาก ตัดใบจากมาทำประโยชน์ นานาชนิด เช่น มวนยาเส้น ทำขนมจาก ทำอบ หรือแม้กระทั่ง นำใบจากมามุงหลังคาบ้าน ดังจะเห็นได้ว่าสำหรับชาวห้วยแร้งแล้ว “จาก” คือพืชที่อยู่เคียงข้างวิถีชีวิตของพวกเขามาช้านาน



คนในชุมชน

ต้องภาคภูมิใจในชุมชนตนเองก่อน

หัวใจหลักของการท่องเที่ยวภายในชุมชนห้วยแร้ง ไม่ใช่เพียงเงินทอง แต่คือการได้เรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เริ่มต้นจากให้คนในพื้นที่และบ้านใกล้เคียงเห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในชุมชนตนเองเสียก่อน เช่น ภูมิปัญญาด้านพืชสมุนไพร ประมงพื้นบ้าน และจักสานใบจาก เป็นต้น แล้วจึงค่อยๆ กระจายสู่วงกว้างอย่างเข้มแข็ง จนกระทั่งชุมชนสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้คราวละหลายสิบคน มีการดูแลจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ทั้งเจ้าบ้านและผู้มาเยือนใช้เวลาด้วยกันอย่างมีความสุขและยั่งยืน

People must first be proud of their own community

The objective of tourism in the Huai Raeng Community is not just earning money, but also making the most of the opportunity to learn about and exchange cultures. A start to this process involves making local residents appreciative of their own community first, in regard to such things as wisdom concerning the growing and use of herbal plants, knowledge about fishing, and the skills involved in atap palm leaf weaving. From this appreciation grows the confidence to efficiently interact with and manage dozens of tourists, and allowing hosts and visitors to happily spend time together pursuing sustainable activities.



From a way of life to enjoyable activities

If you wish to experience the way of life at Huai Raeng, then be prepared for activities that are integral parts of the people's daily lives; such as, rafting to observe the Cruz trees, ordination of Cruz trees as a strategy to protect the forests, cruising along the canal among the atap palms, learning to pick palm fruits, and cutting palm leaves used in rolling local cigarettes, wrapping a special sweetmeat called Khanom Chak-palm sweet, weaving hats, and roofing.



หากต้องการรู้จัก ชาวห้วยแร้งให้ลึก ต้องเยือนถึงบ้าน

ในแต่ละโฮมสเตย์ของชุมชนห้วยแร้งจะมีลักษณะพิเศษแตกต่างกันออกไป มาเรียนรู้ ลงมือทำ ไปพร้อมๆ กับเสียงหัวเราะและความสุขของคนในชุมชน

บ้านสมุนไพร

โฮมสเตย์ที่เปิดให้เรียนรู้การปลูกผักผลไม้เพื่อใช้แทนยา ทั้งสมุนไพรให้ฤทธิ์ร้อนและฤทธิ์เย็น

บ้านวิถีริมคลอง

โฮมสเตย์ที่เปิดให้เรียนรู้วิถีชีวิตริมคลอง ทั้งการแหงกุ้ง และตกกุ้ง ก้ามกราม

บ้านสวนสมรม

โฮมสเตย์ที่เปิดให้เรียนรู้เกี่ยวกับสวนสมรม (สวนเกษตรแบบผสมผสาน) ที่ปลูกผลไม้ ยาง และผัก ไว้ในพื้นที่เดียวกัน

บ้านสวนยาง

โฮมสเตย์ที่เปิดให้เรียนรู้วิถีชีวิตของชาวสวนยางและการกรีดยาง

บ้านใบจาก

โฮมสเตย์ที่สอนการทำงานอบจากใบจาก สอนทำขนมจาก และสวนหมาก



Steps in making the Palm Bract Rice Wrappers

ขั้นตอนทำข้าวห่อกาบหมาก

บ้านข้าวห่อกาบหมาก

โฮมสเตย์ที่คิดค้นกระเป๋าห่อข้าวด้วยกาบหมาก ภูมิปัญญาของคุณยาย ตั้งแต่สมัยเด็ก นำมาประยุกต์ด้วยการดีไซน์ที่สวยงามทันสมัย

บ้านสบู่เปลือกมังคุด

โฮมสเตย์ที่นำเปลือกมังคุดมาแปรรูปเป็นสบู่ และกลายเป็นผลิตภัณฑ์สร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน ได้รับการคัดเลือกเป็นหนึ่งใน Creative Tourism จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

If you want to get to know Huai Raeng residents, you must visit their homes

The lives of the residents of the Huai Raeng Community have their own unique characteristics. You can experience some of them by spending time at:

Home of Herbs

This accommodation provides opportunities to learn about the planting of medicinal vegetables and fruits.

Home of Canal Life

Here you can experience the lifestyle along the canal, including collecting shrimp and dropping bait for giant freshwater prawns.

Home in a Mixed Orchard

This home gives you the chance to learn about mixed plantations, where fruit trees, rubber trees, and vegetables are grown in the same area.

Home in a Rubber Plantation

Here you live the life of a rubber planter and join in rubber tapping.

Home of Atap Palm Leaves

At this accommodation you weave hats using atap palm leaves, make palm sweets, and generally assist around the areca palm plantation.

Home of Palm Bract Rice Wrappers

When you stay here, you are involved in the production of modern designs to be introduced on rice wrappers made of areca palm bract – a process that draws on years of grandma's wisdom.

Home of Mangosteen Rind Soap

This site processes mangosteen peel into soap, a product that has made a name for the community, resulting in its selection as one of the Creative Tourism sites by the Tourism Authority of Thailand (TAT).

ถนอมผิวให้อ่อนเยาว์ด้วยเปลือกของ

ราชินีแห่งผลไม้

Nurturing your skin with the rind of
the queen of tropical fruits





ใครเลยจะรู้ว่า...ใบ เปลือกมังคุด นั้นมิดี

จากการวิจัยพบว่าเปลือกมังคุดมีสารแทนนินและสารแซนโทนซึ่งมีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ในสมัยโบราณ คนมักใช้เปลือกมังคุดแห้งผสมกับน้ำหรือน้ำปูนใสเพื่อใช้ลดการอักเสบของผิวหนังและทำให้ผิวหนังหรือแผลแห้งเร็ว และที่ชุมชนห้วยแร้งแห่งนี้มีผลผลิตมังคุดมากมาย จึงเป็นที่มาของไอเดียในการนำเปลือกมังคุดมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เริ่มจากความเพียรพยายามในการลองผิดลองถูก ในที่สุดคุณพรรณิ เข้มติ และคุณพาที ปั่นชู สองคู่หูก็สามารถคิดค้นสูตรสบู่เปลือกมังคุด ที่แตกต่างจากที่อื่นๆ คือการใช้แม่พิมพ์ที่ทำจากไม้ไผ่ พัฒนาจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นชื่อแห่งชุมชนห้วยแร้ง ผู้มาเยือนสามารถเรียนรู้ขั้นตอนการทำตั้งแต่ต้นจนจบ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลับไปเป็นของฝากได้



Who would have thought that mangosteen rind is great for the skin?

Laboratory studies have found that mangosteen rind contains tannin and xanthones, which are anti-free radicals that give protection against cancer. In ancient times, the dried rind of mangosteen was mixed with water or lime water and used as an anti-inflammatory medication for the skin and in the healing of moles and/or wounds. Huai Raeng Community produces a large amount of mangosteen fruit and two friends, Pannee Khemdi and Patee Panchoo, after a period of trial and error, found a formula for a unique brand of soap, using a combination of mangosteen rind and bamboo peel. This has been developed into a famous product of the Huai Raeng Community. Visitors can learn all the steps involved in the making of the product, and also buy soaps of their choice as souvenirs.



แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

ใกล้เคียง

Nearby Attraction

วัดคลองขุด

วัดเก่าแก่อายุราวกว่า ๒๐๐ ปี สร้างเป็นวัดที่สองของจังหวัดตราด ภายในวัดมีข้าวของเครื่องใช้สมัยโบราณให้ชม มีอุโบสถสวยงามอยู่ริมคลองขุด ซึ่งเป็นเส้นทางน้ำที่งดงาม รวมทั้งมีทำนบน้ำขนาดใหญ่ และมีสะพานแขวนให้เดินชมธรรมชาติสองฝั่งคลอง

Wat Khlong Khut

This is an ancient Buddhist temple built more than two hundred years ago as the second temple of Trat. There is a display of ancient utensils and a fine ordination hall situated on Khlong Khut in a scenic water setting complete with a large quay and a hanging bridge.

GPS N12° 21.500' E102° 32.752'



อ่างเก็บน้ำห้วยตากาด
Huai Ta Kat Reservoir

วัดคลองขุด
Wat Khlong Khut

องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยแร้ง
Huai Raeng Sub-district
Administrative Organisation

วัดบางปรือ
Wat Bang Prue

วัดเนินยาว
Wat Noen Yang

การเดินทาง

Travel Information

จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข ๓ หรือถนนสุขุมวิท ก่อนเข้าตัวเมืองตราดจะเจอแยกไปบ้านฉางเกลือ ให้เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ ๙ กิโลเมตร จะเห็นโรงเรียนเขาน้อยวิทยาคมทางซ้าย ขับเลยไปแล้วเลี้ยวขวาซอยแรก ขับตรงไปอีกประมาณ ๔ กิโลเมตร จะเจอวัดคลองขุด สังเกตป้ายกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตำบลห้วยแร้ง

From Bangkok, use Highway No. 3 or Sukhumvit Road. Before entering the town of Trat, turn left at the intersection with a sign pointing left towards Ban Chang Kluea. After 9 kilometres, there is the Khao Noi Witthayakhom School on the left. Continue and take the first right turn and travel about 4 kilometres to Wat Khlong Khut. Then follow the sign to the Huai Raeng Ecotourism Group.

GPS N12° 21.500' E102° 32.752'

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร และมีสินค้าที่ระลึกจำหน่าย

Facilities

Home-stay, food, and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตำบลห้วยแร้ง

Contact the Huai Raeng Ecotourism Group

โทร. (Tel.) +668 9247 9648, +668 9984 8044

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตราด

Tourism Authority of Thailand, Trat Office

โทร. (Tel.) +66 3959 7259-60

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน

Emergency Lines

- ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police โทร. (Tel.) 1155
- ตำรวจทางหลวง Highway Police โทร. (Tel.) 1193
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดตราด Trat Provincial Police Station โทร. (Tel.) +66 3951 1450
- โรงพยาบาลตราด Trat Hospital โทร. (Tel.) +66 3951 1040



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน
ชุมชนเกาะกลาง จังหวัดกระบี่
Visit Community & Friends
Ko Klang Community, Krabi



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org



ชุมชนเกาะกลาง จังหวัดกระบี่

เกาะกลางแห่งความศรัทธา

ที่วิถีมุสลิมและท้องทะเลสีครามมาบรรจบกัน

Ko Klang

an island of faith, where the Muslim lifestyle meets the sea.

Ko Klang Community, Krabi



ชุมชนเกาะกลาง

สัญลักษณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์

เรือหัวโทงพาล่องทะเลมายังเกาะเล็กๆ เกาะหนึ่ง สิ่งแรกที่สัมผัสผ่านสายตาคือ บ้านเรือนและเรือเรียงรายอยู่มากมาย พร้อมรอยยิ้มของผู้คนที่รอต้อนรับอย่างอบอุ่น เกาะนี้มีชื่อว่า “เกาะกลาง” ตั้งอยู่ที่ตำบลคลองประมง อำเภอมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ คนเกาะกลางส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม วิถีการดำเนินชีวิตยังเป็นไปในลักษณะพึ่งพาอาศัยกันแบบวัฒนธรรมมุสลิม อุดมด้วยทรัพยากรธรรมชาติทั้งทะเลและป่าชายเลน ผู้คนที่เกาะกลางส่วนใหญ่ทำอาชีพประมงหาปลา เลี้ยงปลาในกระชัง และปลูกข้าว ทั้งไว้ทานในครัวเรือนและจำหน่ายให้เพื่อนบ้าน ชาวเกาะกลางแทบไม่ต้องซื้อหาอาหารจากที่ไหนเลย

หากเอ่ยถึงเกาะกลาง ต้องเอ่ยถึงเขาขนาน้ำที่อยู่คู่ประวัติศาสตร์เกาะกลางและจังหวัดกระบี่มาช้านาน นั้งเรือจากเกาะกลาง ๑๕ นาที ก็จะได้พบกับเขาขนาน้ำ ลักษณะเป็นภูเขาหินปูนสองลูกสูงตั้งเด่นขนานทะเล คนเก่าคนแก่บอกเล่าปากต่อปากว่า สมัยก่อนคนที่มีความเชื่อทางไสยศาสตร์ เช่นครุหนั่งตะลุง ครูโนราห์และครูรองเง็ง จะมาทำพิธีกันที่นี่เพราะเป็นที่ศักดิ์สิทธิ์ แต่หากตามประวัติศาสตร์ที่บันทึกไว้ เขาขนาน้ำเป็นสถานที่ที่ทหารญี่ปุ่นมาตั้งฐานทัพในถ้ำบนเขาสมัยสงครามโลกครั้งที่ ๒ ในถ้ำมีการจำลองเหตุการณ์ต่างๆ เอาไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้

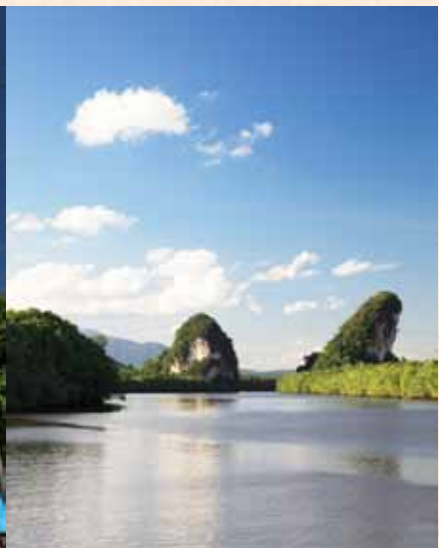
ด้วยวิถีชีวิตที่น่ารักของคนในท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น รวมถึงความเข้มแข็งของชุมชน ทำให้ชุมชนเกาะกลางได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยว เป็นรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสสมทวงเฉลิมพระชนมพรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



Ko Klang A symbol of sufficiency

A traditional Andaman long-tail boat takes travellers across the sea to the small island. The first view is of houses and boats in long rows, and the warm welcoming smiles of the residents. The island is named *Ko Klang*. The locals are mostly Muslims and care for each other in accordance with Muslim beliefs. Surrounded by rich natural resources in the sea and mangrove forests, the residents mostly work in coastal fisheries, breed fish in enclosures, and grow rice for household consumption and sale to neighbours. This allows them to lead a sufficiency lifestyle independent from any other community.

The local people’s amicable lifestyle, distinctive environment and natural resources, and the strength of the community made Ko Klang Community a proud winner of the Thailand Tourism Awards 2007 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).



การประมง คือชีวิต

เพราะล่องเรือหาปลากันตั้งแต่เกิด

วิถีชีวิตของชุมชนชาวเกาะกลางผูกพันกับการทำประมงอย่างขาดกันไม่ได้ พ่อแม่พาลูกนั่งเรือหาปลาไปด้วยกันตั้งแต่ฝ่าเท้าเท่าฝ่าหอย เพื่อให้ลูกซึมซับวิถีประมงของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมา คุณลุงชาวประมงท่านหนึ่งได้ถ่ายทอดเรื่องราวสมัยวัยเด็กว่า..พออายุได้สี่ถึงห้าปีพ่อแม่ก็จะพาไปลงรุนจับกุ้ง โดยให้กินนอนอยู่บนเรือ พออายุเจ็ดปี เริ่มเข้าโรงเรียน ก็เรียนรู้ที่จะเป็นเพื่อนกับควาย หัดส่งควายให้เลี้ยงช่ายขวา พาไปกินหญ้า ตกเที่ยงก็พาเข้าร่มหลบแดด เตรียมตัวให้คุ้นกันก่อนหัดทำนา พออายุเก้าปีก็ได้อาจารย์ช่วยพ่อแม่ได้พอดี ระหว่างนั้นก็ยังคงออกเรือไปเรียนรู้วิถีประมงกับพ่อแม่อย่างสม่ำเสมอ พออายุครบสิบปี สามารถแจวเรือหัวโพงด้วยตัวเอง ไปหาปูหาปลาในป่าชายเลน...

สังเกตได้ว่าคนเกาะกลางจะถูกปลูกฝังและมีชีวิตกับทะเลมาตั้งแต่อ่อนแต่อดอก จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้คนจะมีอาชีพประมงชายฝั่ง คือการวางอวนปลา การทำโป๊ะน้ำตื้น การทำกระชังปลา การวางลอบปู และการสักหอย

สำหรับลอบมีความน่าสนใจเป็นพิเศษ ด้วยภูมิปัญญา ที่สั่งสมมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ลอบลักษณะต่างๆ ถูกเลียนแบบแหล่งที่อยู่ตามธรรมชาติของสัตว์น้ำแต่ละชนิด เช่น ลอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสมีไว้สำหรับดักปู ลอบทรงกระบอกมีไว้สำหรับดักปลาตุกทะเล และลอบครึ่งวงกลมมีไว้สำหรับดักปลาหมึก เป็นต้น

เรือเป็นอีกสิ่งทีขาดไม่ได้ในวิถีประมง เรือประมงที่เกาะกลางมีหลายชนิดไม่ว่าจะเป็นเรือผีหลอก เรือแจว และเรือหัวโพงซึ่งมีความโดดเด่นที่สุดและโด่งดังไปไกลถูกใช้ในหลายจังหวัด เรือหัวโพงกำเนิดจากภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวกระบี่ มีขนาดตั้งแต่ ๗ - ๑๐ เมตร หัวเรือสูงจนขึ้นไปเพื่อสู้กับคลื่นลมแรงในทะเล และด้วยภูมิปัญญาของช่างต่อเรือ จึงออกแบบหัวเรือให้อ่อนงอนเชิดสูงเพื่อแหวกคลื่นได้ดีและน้ำทะเลไม่ทะลักเข้าเรือ อีกทั้งยังใช้เป็นอุปกรณ์บอกทิศทางสำหรับคนขับเรือพุ่งตรงไปยังเป้าหมายได้ดี



Coastal fisheries

are part of the people's lives from a very early age

The Ko Klang community lifestyle is inextricably linked with the marine environment. Parents take their children with them in the fishing boats, so that the youngsters naturally absorb the feelings of life by the sea handed down through generations. Most people, at some stage, work in coastal fisheries, setting fishing nets, building shallow water bamboo stake traps, breeding fish in cages, trapping crabs, and/or collecting clams.

Shallow water traps are especially interesting. Based on wisdom passed down from the ancestors, the traps are in various forms that imitate the marine animals' natural habitats; such as, a square stake trap for crabs, cylindrical for coral catfish, and semi-circular for squid.

Boats are an indispensable part of the community's lifestyle. Fishing boats at Ko Klang are varied, including rowing boats (Ruea Chaeco), and Andaman long-tail boats (Ruea Hua Thong) being the most prominent. The design of the Andaman long-tail boats is another example of the wisdom passed down from the ancestors. They are 8 to 10 metres long, with an uplifted front designed to surf the waves and avoid taking in sea water as a result of gusts of wind.





เรือหัวโพงลำเล็ก แทนความคิดถึง..ยามไกลกัน

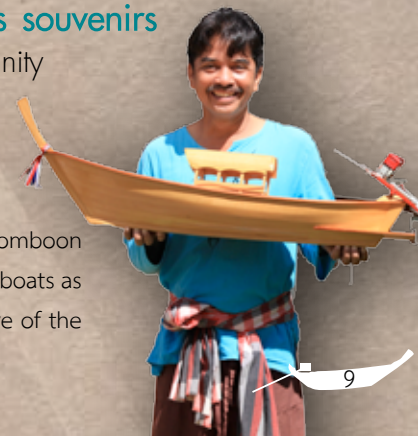
กลุ่มผลิตเรือหัวโพงจำลอง ชุมชนเกาะกลาง

เรือหัวโพงจำลองกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นการสืบสานวิถีชีวิตของชาวเกาะกลางเมื่อครั้งอดีต เริ่มต้นจากคุณตาหมาดตามหมั่นคำ ช่างต่อเรือชาวเกาะกลางที่สั่งสมประสบการณ์มากกว่า ๕๐ ปี เป็นผู้เริ่มทำเรือหัวโพงจำลองและถูกสานต่อโดยคุณสมบุรณ์ หมั่นคำ บุตรชาย ในการรวมสมาชิกกลุ่มเพื่อทำเรือหัวโพงจำลองขึ้นโดยคัดเลือกชาวเกาะกลางที่มีคุณสมบัติ ๔ ข้อคือ ใจรัก ขยัน มุ่งมั่นไม่ยอมแพ้ และมีฝีมือ มาร่วมสร้างเรือหัวโพงจำลองเพื่อสืบสานและเป็นของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยว นักถึงชุมชนเกาะกลางยามจากกันไกล ปัจจุบันเรือหัวโพงจำลองจากเกาะกลางเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ ๔ ดาวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกระบี่

Miniature Andaman long-tail boats as souvenirs

Model long-tail boat production group, Ko Klang Community

The production of model long-tail boats originated as an initiative of Grandpa Matdap Mankha, a boat-builder of Ko Klang with over 50 years of experience. He wanted to preserve a memory of the past lifestyle of the Ko Klang residents. His efforts were continued by his son, Somboon Mankha, who organised a group of boat-builders to make model long-tail boats as souvenirs. Members of this group must possess four characteristics, a love of the art of boat-building, diligence, determination, and skill.



เรือหัวโพงจำลอง

ทำจากไม้ยอและไม้ตีนเป็ดซึ่งเป็นวัตถุดิบใกล้บ้าน มีขั้นตอนการทำดังนี้

Model long-tail boats are made of Indian mulberry and jelutong wood, raw materials available in the neighbourhood. The model long-tail boat production process is as follows:



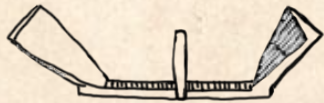
๑. ทำกระดูกงูหรือมาด และหน้าางหัวเรือท้ายเรือ

1. Make the keel and the boards for the prow and stern.



๒. ตากแต่งให้เป็นทรงเรือ

4. Refine the shape.



๓. นำมาติดกระดานมาด จากนั้นใส่ถ่าง

2. Attach the planks to the keel and place the ribs.



๔. นำกระดานติดตามรูปแบบเพื่อเป็นหัวกวาง

5. Assemble the planks to form the beam.



๖. ใส่หัวและท้ายเรือ



๖. ใส่หัวและท้ายเรือ

6. Fix the prow and stern.



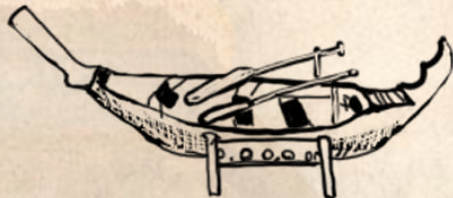
๗. ติดไม้ค้ำ ราว ประกอบข้างเรือ

7. Attach wooden skirting and flat boards on the sides.



๘. เตรียมทำแจว และติดฐานตั้งเรือ เป็นขั้นตอนสุดท้าย

8. Prepare the oars and stand for the boat.



๙. นำแจวและฐานประกอบกับเรือ

9. Attach the oars and assemble the stand to support the boat.

โดยขั้นตอนทั้งหมดนี้ ผู้มาเยือนสามารถเรียนรู้การทำได้ด้วยตนเอง และได้พูดคุยรับฟังเรื่องราวน่าประทับใจจากประสบการณ์ตรงของผู้ที่คลุกคลีกับเรือหัวโพงมาทั้งชีวิต

This process can be learned by visitors through practice, complete with the telling of fascinating stories of the boats by those who have been building and using them all their lives.

ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว

In the water there is fish,
in the field there is rice

เมื่ออาหารจากทะเลมีพร้อม ชาวาก็ใช้ว่าจะน้อยหน้า นอกเหนือจากการทำประมงเป็นหลัก คนเกาะกลางยังมีชีวิตที่อุดมไปด้วยข้าวคุณภาพดีมาตั้งแต่ครั้งอดีตและได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐอย่างจริงจัง ทางเกษตรอำเภอฯ ได้ประสานงานกับศูนย์ข้าวจังหวัดพัทลุงในการนำพันธุ์ข้าวสังข์หยด ซึ่งมีคุณค่าทางอาหารสูง มาให้ชาวบ้านเพาะปลูก ข้าวสังข์หยดเป็นข้าวนาปีที่มีคุณลักษณะพิเศษคือ มีเยื่อหุ้มเมล็ดสีแดงรสชาติดี ข้าวใหม่เมื่อนำมาหุงจะมีกลิ่นหอม นุ่มและรสชาติมัน ความพิเศษสุดของข้าวสังข์หยดที่เกาะกลางจะมีมากกว่าข้าวสังข์หยดจากแหล่งอื่น เพราะเมล็ดข้าวเมื่อหุงแล้วจะนุ่มและรสชาติดีกว่า ด้วยเหตุผลที่ว่าดินที่เกาะกลางนั้นมีความเค็มของน้ำทะเลผสมอยู่นั่นเอง

While the resources of the sea are abundant, on the land the growing of rice is of significant importance. Apart from the time engaged in fishing, residents of Ko Klang produce excellent rice. The rice grown here is of superior quality due to the soil mixed with salt from the sea.





ความแตกต่างของผ้าปาเต๊ะกับผ้าบาติก

มีความแตกต่างคือ “ผ้าปาเต๊ะ” จะใช้บล็อกลายโลหะประทับลายผ้า มีลวดลายซับซ้อนวิจิตรสวยงาม ส่วน “ผ้าบาติก” จะใช้ขานตีใส่เทียนร้อนเขียนลายผ้า มีลวดลายสวยงามเช่นกัน แต่ผ้าปาเต๊ะจะราคาสูงกว่าผ้าบาติก เพราะขั้นตอนในการทำงานยากกว่า

The difference between Pateh and Batik textiles

The difference is in the pattern-making. In the production of Pateh, metal blocks with intricate and complex designs are used, while for Batik patterns are made with a tool called a *canting* that contains hot wax for application on the cloth. Both textiles feature beautiful patterns, but Pateh costs less as it involves a less complicated process.



ผ้าปาเต๊ะ เสน่ห์แห่งชุมชนเกาะกลาง

หากจะเอ่ยถึงฝีมือทางศิลปะ สาวน้อยและสาวใหญ่ของเกาะกลางก็มีฝีมือไม่แพ้ใคร ในเรื่องการทำผ้าปาเต๊ะที่สร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน ผ้าปาเต๊ะเกาะกลางเริ่มต้นโดยคุณยายประจิม เล็กดำ ที่มีบรรพบุรุษเป็นชาวมาเลเซีย คุณยายออกแบบผ้าปาเต๊ะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตนโดยมีแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและวิถีที่ตนอาศัยอยู่ ผู้มาเยือนสามารถทดลองทำได้ง่ายๆ โดยมีขั้นตอนคือ นำผ้าขาวบางไปป้อมลายด้วยเทียน จากนั้น นำมาชิงบนเฟรม แต้มดอกระบายสี ทิ้งไว้ ๒๔ ชั่วโมงให้ผ้าแห้งก่อนนำไปย้อมทั้งผืน แล้วจึงให้แห้งอีกครั้ง ก็จะได้ผ้าปาเต๊ะผืนสวยงาม

Pateh textiles, the charm of Ko Klang

Ko Klang is also renowned for its Pateh textiles started by Grandma Prachim Lekdam, whose ancestors came from Malaysia. Her designs for the Pateh textile were inspired by nature and the surrounding way of life. Visitors can try their hand at painting a pattern with wax on a piece of sheer white cloth, stretching the cloth on a frame, and then painting colourful floral designs. After drying for 24 hours, the cloth is dyed and then hung up to dry again, resulting in a beautiful floral Pateh cloth.

มาชุมชนเกาะกลาง ต้องลองกินลองนอน แบบคนที่นี่

มาถึงเกาะกลางแล้ว พลาดไม่ได้คือการพักโฮมสเตย์และทานอาหารท้องถิ่น อาหารที่เกาะกลางนั้น ส่วนใหญ่เป็นอาหารมุสลิมผสมผสานกับวัตถุดิบที่ส่งตรงจากทะเล ไม่ว่าจะเป็น หอยหวานต้มตะไคร้ แกงกะทิ หอยจู้บแจง หอยรอกต้มกะทิ รับประทานคู่กับผักสดปลอดสารพิษที่ส่งตรงจากสวนครัวหลังบ้าน

Come to Ko Klang and live like the locals

Having made it to Ko Klang, you should not miss the home-stay service and local delicacies. Food at Ko Klang is special - a combination of Southern and Muslim dishes, including chicken and saffron rice, steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf, and spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish, all made up of produce fresh from the sea and the garden beyond the backdoor.



แบ่งปันความสุข เคารพวิถีชุมชน

โฮมสเตย์เกาะกลางเปิดต้อนรับทุกๆ คนที่ต้องการเรียนรู้ และสัมผัสวิถีของชาวเกาะกลาง แต่เพื่อให้ช่วงเวลาในการเยี่ยมชมเยือนวิถีชุมชนแห่งนี้มีความสุขทั้งผู้มาเยือนและผู้ต้อนรับ จึงควรเข้าใจและเคารพในวิถีชีวิตของชาวเกาะกลางดังนี้

- ไม่นำสิ่งเสพติดและของมีมาขึ้นมานบนเกาะ
- ไม่นำอาหารประเภทหมูขึ้นมานบนเกาะ
- ไม่นำสุราขึ้นมานบนเกาะ
- ผู้หญิงไม่ควรใส่สายเดี่ยวหรือกางเกงขาสั้นเกินไปจนเห็นต้นขา
- ไม่ควรแสดงพฤติกรรมเชิงชู้สาวในที่สาธารณะ

Share the happiness and respect the community

Home-stay hosts at Ko Klang welcome everyone wishing to learn and experience the ways of the residents. However, to make the visit truly fulfilling for both guests and hosts, there is a need to have an understanding of and respect for the lifestyle of the community as follows:

- Do not take narcotics and alcohol to the island.
- Do not take food containing pork to the island.
- No dogs are allowed on the island.
- Women should be dressed appropriately in clothes that are not too revealing.
- There are to be no signs of affection between a man and a woman in public.



การเดินทาง Travel Information

จากตัวเมืองกระบี่สามารถข้ามเรือไปเที่ยวเกาะกลางได้ ๒ ท่าคือ ท่าเรือสวนสาธารณะธารา-ท่าเล และท่าเรือเจ้าฟ้า-ท่าหิน บนเกาะมีรถจักรยานยนต์รับจ้าง รถสามล้อพ่วงข้างให้บริการ มีป้ายค่าบริการติดไว้บริเวณท่าเรือ หรือสามารถเหมาทั้งวันได้

A boat can be taken from the city of Krabi from the Thara Public Park Pier to the Tha Le Pier, or from the Chao Fa Pier to the Tha Hin Pier, to Ko Klang. Motorcycles with a side car can be hired on the island.

GPS N08° 03.390' E098° 55.952'

แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง Nearby Attractions

เขาขนานน้ำ

สามารถนั่งเรือจากเกาะกลางไปเที่ยวเขาขนานน้ำได้โดยใช้เวลาเพียง ๑๕ นาที เขาขนานน้ำมีลักษณะเป็นภูเขาสองลูก สูงประมาณ ๑๐๐ เมตร ตั้งขนานแม่น้ำกระบี่ด้านหน้าตัวเมือง ถือเป็นสัญลักษณ์ของเมืองกระบี่ บริเวณเชิงเขามีถ้ำให้เข้าไปเที่ยวชม ภายในมีหินงอกหินย้อย และยังเป็นแหล่งโบราณคดีที่พบเครื่องมือหิน เครื่องปั้นดินเผา และโครงกระดูกมนุษย์ เขาขนานน้ำยังคงเป็นสถานที่ที่ทหารญี่ปุ่นมาตั้งฐานทัพในถ้ำบนเขาสมัยสงครามโลกครั้งที่ ๒



GPS N 08° 04.829' E 098° 55.282'



Khao Khanap Nam

Khao Khanap Nam is just 15 minutes by boat from Ko Klang. This is where the Japanese forces in the Second World War set up their base in the caves. Models of mock events have been set up in the caves as tourist attractions.



GPS N 07° 57.645' E 098° 485.674'

Thale Waek or Separated Sea

A 40-minute boat trip takes you from Ko Klang to Thale Waek. Here, sandbar appears at low tide, enabling visitors to cross to 3 nearby islands, Ko Kai, Ko Mo, and Ko Thap. The best time to view the separated sea is at low tide around the day of the full moon.

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

Facilities

Home-stay services and food and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อชุมชนเกาะกลาง

Contact the Ko Klang Community, Krabi โทร. (Tel.) +668 5788 4546, +668 1569 0224, +668 6072 7860

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ Tourism Authority of Thailand, Krabi Office โทร. (Tel.) +66 7561 2811-2

ทะเลแหวก

สามารถนั่งเรือจากเกาะกลางไปเที่ยวทะเลแหวกได้โดยใช้ระยะเวลา ๔๐ นาที ทะเลแหวกมีลักษณะเป็นสันทรายที่โผล่ขึ้นจากน้ำเมื่อน้ำลดลงต่ำ สามารถเดินข้ามไปยังเกาะใกล้เคียงได้ ๓ เกาะ คือ เกาะไก่ เกาะหม้อ และ เกาะทับ ช่วงเวลาที่เหมาะกับการชมทะเลแหวก คือช่วงน้ำลงต่ำสุด ในวันก่อนและหลังวันขึ้น ๑๕ ค่ำ ราว ๕ วัน ของเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนพฤษภาคม

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน

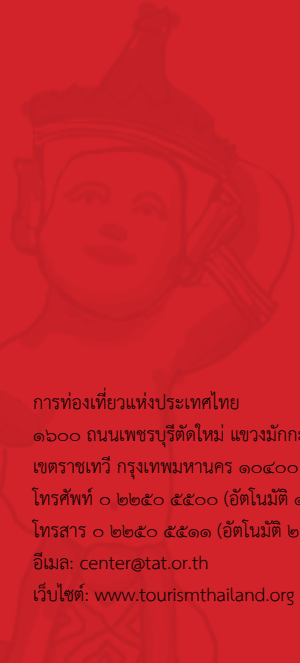
Emergency Lines

- ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police โทร. (Tel.) 1155
- ตำรวจทางหลวง Highway Police โทร. (Tel.) 1193
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดกระบี่ Krabi Provincial Police Station โทร. +66 7561 1222
- โรงพยาบาลกระบี่ Krabi Hospital โทร. +66 7562 6700



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน จังหวัดสงขลา

Visit Community and Friends
Khlong Daen Buddhist Community, Songkhla



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org





ย้อนกาลเวลาที่งดงามให้ยังคงอยู่
ด้วยพระพุทธรักษา

ณ ดินแดน สามคลอง สองเมือง
ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน จังหวัดสงขลา

Restoring the good old times
with Buddhism in the area of

three canals and two provinces

Khlong Daen Buddhist Community, Songkhla



เรื่องเล่า

จากวันวานถึงวันนี้ของชุมชนคลองแดน

ในปี ๒๔๐๖ คนจีนจากโพ้นทะเลและคนท้องถิ่น เริ่มอพยพ ย้ายถิ่นฐานมายังพื้นที่บริเวณคู้่งน้ำที่เป็นทางแยกของเส้นทางสัญจร ทางน้ำ โดยแยกออกเป็นสามคลองคือ คลองปากพ่องไหลสู่อำเภอ หัวไทร และอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช คลองระโนดไหลสู่อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา และคลองชะอวดไหลสู่อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจุดที่สามคลองมาบรรจบกันนั้นอยู่บริเวณบ้านคลองแดน มีเพียงสะพานไม้เป็นเขตแดนกันระหว่างจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสงขลา จึงเป็นที่มาของชื่อ “คลองแดน” เรียกได้ว่าเดินข้ามคลองก็ข้ามจังหวัดถึงกัน



การเชื่อมต่อนี้เอง ทำให้บ้านคลองแดนกลายเป็นศูนย์กลางการค้าขายทางน้ำที่ยิ่งใหญ่และเจริญรุ่งเรืองมาก บรรดา พ่อค้าแม่ขายทั้งชาวไทยชาวจีนตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนประกอบกิจการค้าขายบริเวณคู้่งน้ำแห่งนี้อย่างหนาแน่น ไม่ว่าจะเป็น ร้านทอง ร้านถ่ายรูป ร้านขายยา ร้านตัดเสื้อผ้า โรงสีข้าว โรงปั่นไฟ และโรงกลึง เป็นต้น บ้านคลองแดนจึงคลาคล่ำไปด้วยผู้คน คึกคักตลอดทั้งวันทั้งคืน

จวบจนเวลาผ่านไป เมื่อการคมนาคมเข้าถึง มีทางหลวงสาย ๔๐๘ ตัดผ่าน หลากๆ อย่างเริ่มเปลี่ยนแปลง การสัญจรทางน้ำเปลี่ยนเป็นการสัญจรทางบก ผู้คนที่เคยอาศัยอยู่ริมคลอง ค่อยๆ โยกย้ายออกไปจนเกือบหมด ร้านค้าทยอยปิดตัวลง วัดที่เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเริ่มเสื่อมโทรม สะพานไม้ที่เคยแข็งแรงก็ผุพัง บ้านเรือนไร้ผู้คน เหลือเพียงแต่ผู้เฒ่าผู้แก่ที่อยู่เฝ้าเรือนชานอย่างหงอยเหงา

แต่ในที่สุด...ชุมชนคลองแดนก็กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้งหนึ่ง ด้วยความร่วมมือร่วมใจจากนักวิจัยและกลุ่มจิตอาสา รวมถึงเจ้าอาวาสวัดคลองแดน โดยใช้ศาสนาเป็นกุศโลบายในการฟื้นฟูชีวิตชุมชนคลองแดน เริ่มต้นจากการสังเกตว่าชุมชนตั้งบ้านเรือนริมน้ำเป็นหย่อมๆ สลับกับทุ่งนา โกลวัดบ้าง โกล้วัดบ้าง จึงเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ผู้คนไม่สะดวกเดินทางมาร่วมกิจกรรมทางพุทธศาสนา ต่อมาพระมหาปราโมทย์ จนฺทโชโต เจ้าอาวาสวัดคลองแดน องค์ปัจจุบัน ได้ใช้ปัญญาในการแก้ไขปัญหาี้โดยเลือกที่จะเป็นฝ่ายเดินทางไปหาฆราวาสเอง หรือที่เรียกว่ากิจกรรม “ธรรมะสัญจร” ในการเดินทางไปพบฆราวาสแต่ละครั้ง จะไม่ใช่วิถีเทศนาธรรม เพราะชาวบ้านอาจไม่เข้าใจ แต่จะใช้วิธี “ธรรมสาส์น” คือ ปุจฉา วิสัชนา เป็นการถามตอบ ชาวบ้านสามารถเข้าใจได้ง่าย ด้วยกุศโลบายนี้เอง ทำให้ชาวบ้านเริ่มผูกพันกับวัด และให้ความร่วมมือกับกิจกรรมต่างๆ เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกัน ก็ได้ร่วมมือกับนักวิจัยเข้ามาพัฒนาผังแม่บท ออกแบบอาคารทางศาสนา และได้ปรับปรุงที่อยู่อาศัยเรือนแถวไม้ริมน้ำให้คงความเป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชน จนทำให้ชุมชนคลองแดนกลับมาเข้มแข็งอีกครั้งในนาม “ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน” ในปัจจุบัน

The Story of the **Khlong Daen** Community

In 1863, some Chinese travellers and a group of Thai southerners settled at a bend in the river, a busy place for waterborne traffic. The river splits into three major canals, Khlong Pak Phanang flowing to Hua Sai and Pak Phanang districts in Nakhon Si Thammarat province, Khlong Ranot to Ranot district in Songkhla province, and Khlong Cha-uat to Cha-uat district in Nakhon Si Thammarat province. The confluence of the three canals at Ban Khlong Daen is on the border of Nakhon Si Thammarat and Songkhla, spanned by a simple wooden bridge linking the two provinces.

Ban Khlong Daen became a major and prosperous river trade hub where Thai and Chinese merchants set up their shops and homes along the river and conducted business. There were shops for gold, photos, drugs, and clothes, a rice millers' market and lathe workshops. Ban Khlong Daen became a place of around-the-clock activities, never stopping, never closing, day or night.

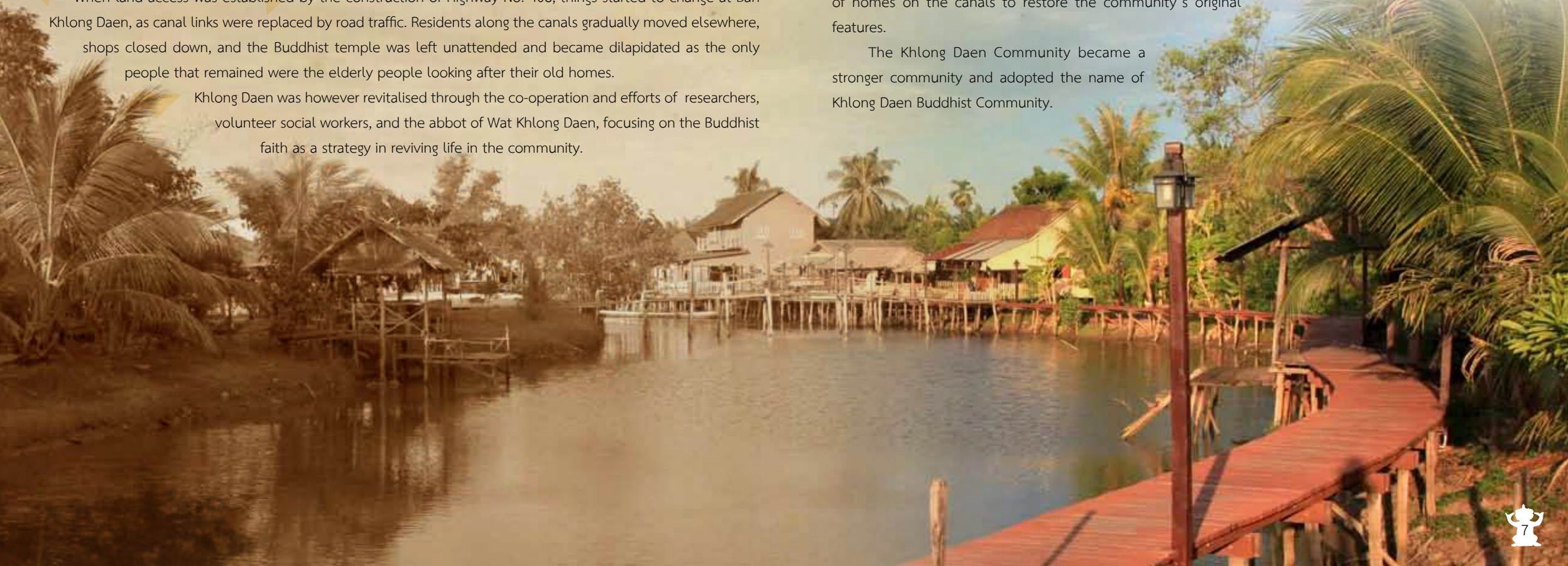
When land access was established by the construction of Highway No. 408, things started to change at Ban Khlong Daen, as canal links were replaced by road traffic. Residents along the canals gradually moved elsewhere, shops closed down, and the Buddhist temple was left unattended and became dilapidated as the only people that remained were the elderly people looking after their old homes.

Khlong Daen was however revitalised through the co-operation and efforts of researchers, volunteer social workers, and the abbot of Wat Khlong Daen, focusing on the Buddhist faith as a strategy in reviving life in the community.

It was noted that the community was made up of clusters of homes on the canals, surrounded by rice fields, and then other homes at a distance. Some residents lived near the temple and were able to participate in and contribute to activities, but others found it difficult to attend religious functions at the temple on a regular basis. The Venerable Phra Maha Pramot Chandajoto, the current Abbot of Wat Khlong Daen, solved this problem by going to the residents in their homes, initiating a unique activity called *Mobile Dhamma* or *Dhamma on the Move*. He refrained from preaching on these visits but opted for question and answer sessions to make Dhamma easier to understand. This approach motivated the villagers and resulted in better attendances at the temple and improved co-operation in community functions.

At the same time, social researchers developed a master plan and designed buildings for religious functions. They also suggested the renovation of homes on the canals to restore the community's original features.

The Khlong Daen Community became a stronger community and adopted the name of Khlong Daen Buddhist Community.



ชุมชนคลองแดน

ที่เคลื่อนผ่านกาลเวลา

Khlong Daen Community through the times



ช่วงเปลี่ยนแปลง

เมื่อทางหลวงสาย ๔๐๘ ตัดผ่านในปี ๒๕๑๖ ผู้คนหันไปสัญจรทางรถ เส้นทางเรือชบเซา ผู้คนเริ่มย้ายออกจากคลองแดน ตลาดเกือบบ้าง เหลือร้านค้าไม่ถึง ๑๐ แผงจากเดิมที่มี ๒๐๐ กว่าแผง ในปี ๒๕๓๐ ตลาดบางส่วนโดนรื้อทิ้งและวัดคลองแดนรกร้าง

The period of decline

In the 1970s, Highway No. 408 was constructed and road transport that by-passed the area became more important than using canals. The local market became almost deserted and, in 1987, it was partly demolished, leaving Wat Khlong Daen in a sad state.

ช่วงรุ่งเรือง

หลังจากที่มีคนจีนและคนในท้องถิ่นอพยพมาตั้งถิ่นฐานนั้น ได้มีการก่อตั้งสำนักสงฆ์วัดคลองแดน ความเจริญและผู้คนเริ่มเข้ามา มีเสาโทรเลข และบ้านเรือนเต็มสองฝั่งคลอง มีการก่อตั้งโรงเรียน บ้านคลองแดนเริ่มมีชื่อเสียงโด่งดังจนมีนักเขียนชื่อ ปรารักษ์ บางกอก มาพักและประทับใจจนเขียนเป็นนิยาย และเรื่องราวถูกนำไปทำเป็นภาพยนตร์ชื่อ "ลูกขวาน" ในปี ๒๕๒๐



The period of glory

Chinese travellers and local Thais settled in the area midway through the 19th century and Wat Khlong Daen was established in 1887. In the early 20th century, urban infrastructure, in the form of roads and telegraph posts, occurred and about 200 households lined both banks of the canals. Schools were built as families moved in and the area became very popular. A writer produced a novel based on his experiences at Ban Khlong Daen, and in 1973 the story became a movie titled *Luk Khwan - The Blade of the Axe*.



ช่วงฟื้นฟู

ในปี ๒๕๔๓ เจ้าอาวาสวัดคลองแดนองค์ใหม่ พระมหาปราโมทย์ จนฺทโชโต เข้ามาฟื้นฟูวัดและชุมชน ต่อมามีนักวิจัยและกลุ่มจิตอาสาร่วมมือกับเจ้าอาวาสพัฒนาผังแม่บทชุมชนใหม่ จนกระทั่งพ.ศ. ๒๕๕๒ การวิจัยเสร็จสมบูรณ์ และเปิดเป็นการท่องเที่ยวชุมชนวิถีพุทธคลองแดน

The period of revival

In 2000, the new abbot of Wat Khlong Daen, Phra Maha Pramot Chandajoto, decided to revive the temple and the community. The abbot, researchers, and volunteer social workers joined forces to develop a new master plan for the community. This plan was completed and implemented in 2009 with the launch of the Khlong Daen Buddhist Community tourism.



คลองแดนวันนี้...มีอะไร



จากเรื่องเล่าในอดีตที่คลองแดนเคยเป็นตลาดสร้าง บ้านเรือน ทรุดโทรม วันนี้คลองแดนฟื้นขึ้นมามีชีวิตใหม่พร้อมกับชุมชนที่ศรัทธา วิถีแห่งพุทธ ผู้เฒ่าผู้แก่ตื่นแต่เช้าตักบาตร เข้าวัดฟังเทศน์ ฟังธรรม และ ร่วมพิธีกรรมทางศาสนา วัดคลองแดนจึงกลายเป็นศูนย์รวมจิตใจของ ชุมชนและเป็นพลังสำคัญในการหล่อหลอมคนคลองแดนให้คงความเป็น วิถีพุทธ วิถีไทย อย่างสมบูรณ์

เมื่อคนในชุมชนต่างมีจิตใจรักในบ้านเกิดของตนเอง ศรัทธาใน พระพุทธศาสนา ทำให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันพัฒนาบ้านคลองแดนจนเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ที่เน้นการ อนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาของชนในคลองแดน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องยาแผนโบราณ อาหารท้องถิ่น การรำโนราห์ สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน วัดคลองแดน และวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม เช่น การยกยอ และการแจวเรือออกหาปลา เป็นต้น ทุกวันเสาร์ คลองแดนเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำ ครึกครื้นไปด้วยนักท่องเที่ยวมากมาย มีการออกจำหน่าย อาหาร ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการแสดงโนราห์ หนังตะลุง และศิลปะท้องถิ่นได้ต่างๆ รวมไปถึงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยว สามารถสัมผัสวิถีชีวิตชาวคลองแดนอย่างใกล้ชิด เช่น การพักโฮมสเตย์ การรับประทานอาหารพื้นถิ่นฝีมือเจ้าของบ้าน และการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนากับชาวคลองแดน เป็นต้น ด้วยความเข้มแข็งและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ “ชุมชน วิถีพุทธคลองแดน” ได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประจำปี ๒๕๕๖ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



Ban Khlong Daen today...

The rejuvenated Khlong Daen Community is a community of the Buddhist faith, now reflecting its good old days. Wat Khlong Daen has reclaimed its status as a community centre and a spiritual force in the shaping of the community's way of life. Members work happily together to develop eco and cultural tourism, with the emphasis on the conservation of local heritage and wisdom by such activities as traditional herbal medicine, local food, Manohra dance, local architecture, a folk museum, Wat Khlong Daen, and traditional lifestyles; such as, coastal fishing.



Every Saturday, Ban Khlong Daen hosts a market alongside the canals, patronised by a large number of tourists who enjoy shopping for food, souvenirs, and watching Manohra dance, shadow plays, and various other displays of southern heritage. Some visitors enjoy close relationships with the community by using home-stay accommodation and/or joining religious functions.

Through its strength and continuous development, the Khlong Daen Buddhist Community earned the Award of Outstanding Performance at the Thailand Tourism Awards in 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).

แผนที่ชุมชน วัดพุทธคลองแดน

Map of the Khlong Daen Buddhist Community



เดินเที่ยวคลองคลอง เรียนรู้วิถีคนคลองแดน

**Touring on foot,
cruising along the canal,
and learning the Khlong Daen way of life**



ตลาดริมคลอง

ตลาดริมคลอง เปิดเฉพาะวันเสาร์ ตั้งแต่บ่ายสามโมงถึงสามทุ่ม ร้านรวงมากมาย มีอาหารและขนมพื้นบ้านที่ชาวคลองแดนร่วมกันอนุรักษ์มาจำหน่าย เช่น ปลาทอดทรงเครื่อง (สูตรโบราณ) แป้งแดง ขนมกอก ขนมจาก ขนมลูกโดน ขนมโค ขนมพิมพ์ ขนมป้าจี ขนมค่อม ขนมเทียน ขนมดอกกล้าเจียก เป็นต้น

Market along the canal

A market alongside the canal is held on Saturdays from three in the afternoon to nine in the evening. On offer are various local foods and sweetmeats; such as, an old recipe for seasoned fried fish, red flour, Khanom Ko, Khanom Chak, Khanom Kho, pressed banana, and grilled seasoned sticky rice.



พิพิธภัณฑ์ครูสายัณฑ์

พิพิธภัณฑ์ภายในบ้านเรือนไม้ริมคลองอายุกว่า ๑๐๐ ปี สถานที่เก็บรวบรวมข้าวของเครื่องใช้ของคนคลองแดน ในยุคอดีตว่ามีวิถีชีวิตอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์หาปลา ข้าวของในครัวเรือนต่างๆ ถูกเก็บรวบรวมไว้ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๙๕ โดยคุณครูสายัณฑ์ ชลสาคร

Teacher Sayan Museum

In 1952, a teacher named Sayan Cholsakhon started collecting an assortment of utensils and objects used by residents of Khlong Daen in the past, be they fishing implements or household items. These are now displayed in a museum in a house that is over 100 years old.



ร้านขายยาโบราณ

ในอดีตชุมชนคลองแดนมีร้านขายยาแผนโบราณอยู่หลายร้าน ปัจจุบันคงเหลือแต่ร้านศรีสุขโฮสเทล ที่มีผู้สืบทอดรุ่นที่สี่ เปิดขายยาแผนโบราณ ยาสมุนไพร ยาต้ม ยาขง และยาแคปซูล ตามตำรายาที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษชาวจีน และจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง รวมถึงการได้รับตำรับยาจากพระในวัดต่างๆ

Ancient drugstore

In the past, there were numerous drugstores in the Khlong Daen Community. Now there is only one left, Srisuk Osot's Drugstore, run by a fourth generation resident. On offer are ancient and herbal medicines, many based on drug recipes inherited from Chinese ancestors.



โฮมสเตย์บ้านคลองแดน

ชุมชนคลองแดนมีโฮมสเตย์หลายแห่งไว้บริการ เช่น โฮมสเตย์ครูสายัณฑ์ โฮมสเตย์เรนฟีย์ โฮมสเตย์บ้านร้อยปี และโฮมสเตย์ชาวบ้านริมคลองที่เปิดให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตชาวคลองแดนอย่างใกล้ชิด เช่น การกิน การอยู่ พร้อมพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเจ้าของบ้านอย่างเป็นกันเอง

Ban Khlong Daen home-stay

Various home-stay services are available at the Khlong Daen Community. These give visitors opportunities to experience and learn the lifestyles of the residents of Khlong Daen, complete with friendly chats with the hosts.

สถาปัตยกรรมโบราณ

รูปแบบบ้านเรือนในชุมชนคลองแดนส่วนใหญ่เป็นบ้านที่มีอายุการใช้งานมากกว่า ๕๐ ปี และมีผู้ครอบครองหลายรุ่น ทั้งสถาปัตยกรรมเรือนไม้เดี่ยวและสถาปัตยกรรมเรือนแถวไม้ เพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์ โฮมสเตย์ของคลองแดนหลายหลังยังคงเป็นสถาปัตยกรรมท้องถิ่นแบบดั้งเดิมที่สามารถให้ผู้มาเยือนเข้าไปสัมผัสได้

Ancient architecture

Most houses in the Khlong Daen Community are built in a local architectural style that has been in use for over 50 years. Houses are in the forms of detached wooden houses and rows of wooden houses.



ล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวชุมชน

มาถึงคลองแดนไม่นั่งเรือชมวิถีชีวิตก็นับว่าน่าเสียดาย มีเรือหลายประเภทให้เลือกตามความพึงพอใจ ทั้งเรือพาย เรือแจว เส้นทางแรกไปวัดสิกขาราม ผ่านคลองระนอง ชมทิวทัศน์ดั้งเดิมคลองแดน หรือเส้นทางที่สองไปวัดคลองแดน ผ่านคลองชะอวด หรือจะนั่งเรือหางยาวล่องชมธรรมชาติ สถาปัตยกรรมบ้านเรือนริมสองฝั่งคลอง หรือวิถีประมงพื้นบ้าน เช่น การยกยอ ตักปลา ตักกุ้ง เป็นต้น

Cruising along the canal to observe the community's lifestyle

Cruise along the canals in natural surroundings observing the houses on both banks and the traditional fishing techniques; such as, setting traps and stakes for fish and prawns.

ปูนปั้นรูปมโนราห์

ประติมากรรมบันทึกนาฏศิลป์ปากษ์ใต้บ้านเรา

Manohra figures in clay, sculptural records

of a classical southern performing art



กลุ่มงานหัตถกรรมปูนปั้นรูปมโนราห์
ชุมชนวัดพุทธคณาแดน องค์กรสาระณประโยชน์



From a classical southern
performing art...
 to distinctive products of **Khlong Daen**

The white clay figures of Manohra classical performances were the results of inspirations by a senior master of Manohra in Khlong Daen Sub-district who wished to conserve and revive art and culture. The master later joined forces with new generations of Manohra masters in creating clay figures in 12 basic gestures as tangible records of the performing art. The figures have become sought after as souvenirs by impressed visitors and emerged as a sizable income-earner for the community.



จากนาฏศิลป์ปักชำใต้... สู่อผลิตภัณฑ์โดดเด่นของคลองแดน

หุ่นปั้นรูปมโนราห์เกิดจากแรงบันดาลใจของ
 คุรุมนโราห์เก่าแก่ในตำบลคลองแดนที่ต้องการ
 อนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม จึงร่วมมือกับ
 คุรุมนโราห์รุ่นใหม่ในการสร้างสรรค์หุ่นปั้นรูป
 มโนราห์เด็กในท่ารำต่างๆ เพื่อบันทึกเป็นความ
 รู้ไว้ไม่ให้สูญหาย การพัฒนางานหุ่นปั้นมโนราห์
 ได้รับการสนับสนุนและออกแบบจากที่วิจัยของ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ซึ่งสร้าง
 ความประทับใจในฐานะของที่ระลึกให้แก่ผู้มา
 เยือน และสร้างรายได้แก่เด็กและผู้ใหญ่ในชุมชน
 หมายเหตุ: คำว่า “มโนราห์” ชาวใต้นิยม
 เรียกสั้นๆ ว่า “โนรา”



เพราะอยากให้คนในชุมชน

สุขภาพดีด้วยข้าวซ้อมมือ

ปลูกเอง ต้มเอง ทานเอง

กลุ่มข้าวซ้อมมือ ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน องค์การสาธารณสุขประโยชน์



กลุ่มข้าวซ้อมมือนี้มีจุดเริ่มต้นจากการทำข้าวซ้อมมือเพื่อบริโภคในครัวเรือนเดียว แต่เมื่อเพื่อนบ้านเห็นว่าการทานข้าวซ้อมมือนั้นมีประโยชน์ต่อร่างกายจึงหันมาเริ่มทำบ้าง จนรวมตัวกันเป็นกลุ่มในที่สุด ความพิเศษของการทำข้าวซ้อมมือของที่นี่คือยังใช้เครื่องมือโบราณทุกกระบวนการ ตั้งแต่การกะเทาะเปลือกโดยการนำไปตำในครกด้วยกระเดื่องหรือสากไม้ จนกระทั่งการล่อนแกลบออกด้วยกระดัง ซึ่งวิธีนี้ ในปัจจุบันแทบจะไม่มีให้เห็นแล้ว ยกเว้นแต่ในชนบทที่ชาวบ้านยังคงทำเป็นปกติเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน

หากจะเอ่ยถึงข้อแตกต่างของข้าวกล้องและข้าวซ้อมมือ ข้าวกล้อง คือข้าวเปลือกที่ถูกนำไปสีเพียงรอบเดียวจะทำให้เปลือกข้าว (แกลบ) หลุดออกโดยที่จมูกข้าวและเยื่อหุ้มเมล็ด (รำข้าว) สีนํ้าตาลอ่อน ยังไม่ถูกขัดสีออกไป ส่วนข้าวซ้อมมือ คือข้าวกล้องที่ผ่านการขัดสีเพิ่มขึ้น เพื่อขัดเอาเยื่อหุ้มเมล็ดออกไปบางส่วน เวลาหุงแล้วจะได้ข้าวที่นุ่มขึ้น รับประทานง่ายขึ้น แต่จะยังคงมีจมูกข้าวเหลืออยู่ คุณค่าต่างๆ ยังอยู่ครบ เว้นเพียงแต่เส้นใยอาหารและเกลือแร่บางส่วนที่สูญเสียไปพร้อมกับเยื่อหุ้มเมล็ดที่ถูกขัดออกไปเท่านั้น



The Coarse Rice Group at the Khlong Daen Buddhist Community

One family started to produce coarse rice for its own household consumption. Later, neighbours recognised its health benefits and started to grow it also. Eventually, the farmers formed a group to control the production of coarse rice by traditional methods; such as, pounding the paddy in a mortar with a wooden pestle and threshing the pounded rice with a basket, techniques that have become rare these days.

ข้าวกล้องและข้าวซ้อมมือ มีคุณประโยชน์มากมาย ยกตัวอย่างเช่น วิตามินบีรวมช่วยป้องกันและบรรเทาอาการอ่อนเพลีย วิตามินบี ๑ ซึ่งถ้ากินเป็นประจำจะช่วยป้องกันโรคเหน็บชาได้ วิตามินบี ๒ ป้องกันโรคปากนกกระจอก ฟอสฟอรัสช่วยในการเจริญเติบโตของกระดูกและฟัน แคลเซียมทำให้กระดูกแข็งแรง ช่วยป้องกันไม่ให้เป็นตะคริว ธาตุเหล็กช่วยป้องกันโรคโลหิตจาง และโปรตีนช่วยเสริมสร้างส่วนที่สึกหรอ เป็นต้น



การเดินทาง Travel Information

ใช้ถนนสาย ๔๐๘ สงขลา-นครศรีธรรมราช จะผ่านแยกรับแพรก (ทางเข้าอำเภอระโนด) ให้ขับตรงไปอีก ๑๕ กม. จนเห็นป้ายคลองแดนอยู่ทางซ้ายมือ แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าไปอีก ๓ กม.

Take Highway No. 408 (Songkhla - Nakhon Si Thammarat) and pass through the Rap Phraek Intersection (entrance to Ranot). Continue straight on for 15 kilometres to the Khlong Daen sign on the left. Take a left turn and go 3 kilometres more.

GPS N 07° 54.995' E 100° 20.197'



แหล่งท่องเที่ยว สำคัญในชุมชน Important Attraction in the Community

วัดคลองแดน

วัดคลองแดน มีส่วนร่วมกับประวัติศาสตร์ชุมชนคลองแดนมาแต่ครั้งอดีต ที่ชุมชนคลองแดนฟื้นฟูขึ้นมาได้ทุกวันนี้เพราะมีวัดคลองแดนเป็นศูนย์รวมจิตใจอันสำคัญ ภายในวัดมี องค์พระทอง ที่มีเนื้อทองแดงงาม หอฉัน อายุ ๑๐๐ กว่าปี ลักษณะเป็นหอไม้ทั้งหลัง สร้างจากไม้เคี่ยม ไม้หลุมพอง และไม้ยาง นอกจากนี้ยังมี โพนฟ้าลั่น กลองขนาดใหญ่ทำจากไม้หลุมพอง และ เรือขุดโบราณ ที่ยังคงความสมบูรณ์ สวยงาม เป็นต้น



Wat Khlong Daen

Wat Khlong Daen has played a significant role in the Khlong Daen Community from the distant past. The Community has been revived to what it is today because of the actions of Wat Khlong Daen as an important spiritual rallying force. In the temple, there is a fine gold Buddha and an old dining hall aged more than 100 years. There is also a large drum named *Phon Fa Lan*, its body made of Malacca teak, and an ancient dugout boat which remains intact and complete.

GPS N 07° 54.848' E 100° 18.352'

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

Facilities

Home-stay, food, and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อชุมชนวิถีพุทธคลองแดน

Contact the Khlong Daen Buddhist Community

โทร. (Tel.) +668 9231 5281, +668 6958 2776

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่
Tourism Authority of Thailand, Hat Yai Office
โทร. (Tel.) +66 7424 3747

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน

Emergency Lines

- ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police โทร. (Tel.) 1155
- ตำรวจทางหลวง Highway Police โทร. (Tel.) 1193
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดสงขลา Songkhla Provincial Police Station โทร. (Tel.) +66 7430 7092, +66 7430 7238
- โรงพยาบาลสงขลา Songkhla Hospital โทร. (Tel.) +66 7433 8100



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน

ชุมชนวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง
เทศบาลตำบลบ้านแซว จังหวัดเชียงราย

Visit Community and Friends
Sufficiency Economy Lifestyle Community
Ban Saeo Municipality, Chiang Rai



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org

นลบริกรประเทศไทย

amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org





เรียนรู้ความสุขแบบพอกิน พอใช้

กับวิถีชีวิตที่แสนสนุกเรียบง่ายริมน้ำโขง

ชุมชนวิถีเศรษฐกิจพอเพียง

เทศบาลตำบลบ้านแซว จังหวัดเชียงราย

Learning to Live happily and sufficiently in
a simple but enjoyable setting on the Mekong

Sufficiency Economy Lifestyle Community
Ban Saeo Municipality, Chiang Rai

ชุมชนและวิถีแห่งความพอเพียง



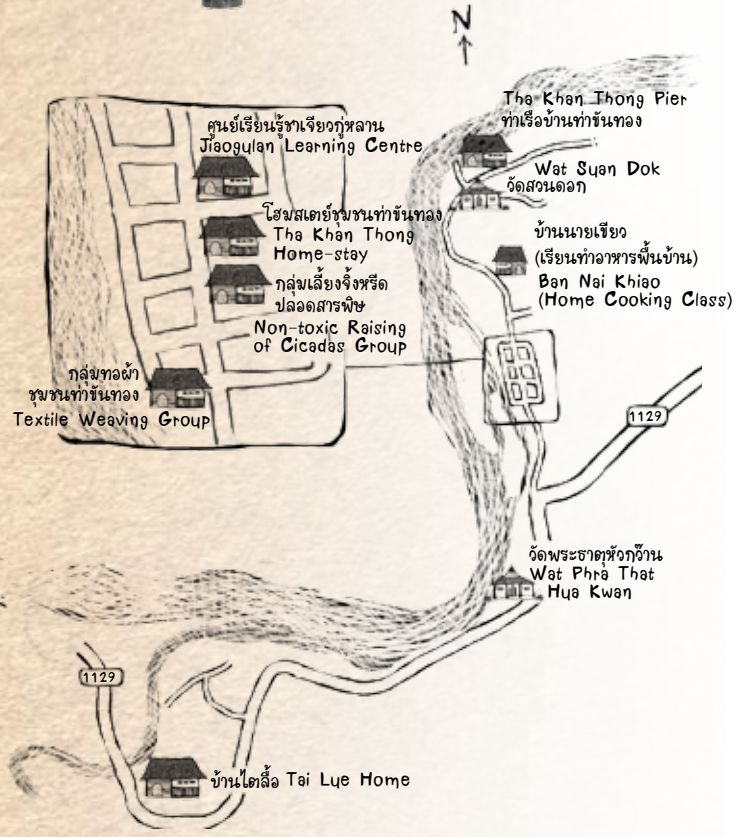
หากใครคิดว่าความสุขนั้นหาได้ไม่ง่าย

ที่นี่ ...ตำบลบ้านแซว

ความสุขช่างแสนเรียบง่ายและหาได้รอบตัว

ในตำบลบ้านแซว มีหมู่บ้านที่คอยต้อนรับและพร้อมแบ่งปันชีวิตงดงามแก่ผู้มาเยือน

ถึงแม้แต่ละบ้านจะต่างที่มา แต่ความเข้มแข็งอันมีจุดยืนเดียวกันในเรื่องของความพอเพียง และการบริหารจัดการที่ดี ที่ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม ทำให้ชุมชนได้รับรางวัลดีเด่นประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๖ และเป็นกลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกเป็นหนึ่งใน Creative Tourism จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี ๒๕๕๖



Community and sufficiency economy lifestyle

The community at Tambon Ban Saeo welcomes visitors and is happy to share good experiences with them. People here are known for their strong and united belief in a lifestyle based on sufficiency. The community is well-managed and members participate fully. In 2013, it won an Award of Outstanding Performance at the Thailand Tourism Awards and has also been voted among the Creative Tourism communities by the Tourism Authority of Thailand (TAT).

มาทำความรู้จักหมู่บ้านต่างๆ ใน ตำบลบ้านแซว

Getting to know various villages in Tambon Ban Saeo

บ้านใหม่วังซาง คือหมู่บ้านไตลื้อ (Tai Lue) เพื่อนชาวจีนผู้เดินทางมาจากสิบสองปันนา ได้อพยพย้ายถิ่นมาตั้งหลักปักฐานบริเวณริมแม่น้ำโขง ตำบลบ้านแซว จังหวัดเชียงราย วิถีชีวิตคนไตลื้อเป็นคนขยันอดทน รักสงบ รักสะอาด พวกเขาเรียนรู้ธรรมชาติรอบข้างและปรับตัวอย่างกลมกลืนด้วยการปลูกผัก ทำไร่ ทำนา และมีความเชื่อ ความศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างเคร่งครัด

บ้านท่าชันทอง ชุมชนชาวอีสานผู้ย้ายมาตั้งถิ่นฐานอพยพย้ายถิ่นจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตั้งแต่ปี ๒๕๐๖ แต่พวกเขาไม่ได้มาเมื่อเปล่า ยังนำเอาวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมมาเติมสีสันให้กับดินแดนใหม่ของตน จนกลายเป็นลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า “อีสานล้านนา”

บ้านสวนดอก ที่ตั้งของจุดผ่อนปรนที่ทำให้ชาวไทยลาวได้ข้ามแดนไปมาหาสู่กันเพียงข้ามแม่น้ำโขง ที่บ้านสวนดอกแห่งนี้ตั้งชื่อตามวัดเดิมคือวัด “บุปผาราม” (แปลว่าวัดสวนดอก) ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “สวนดอก” ที่นี่...สามารถล่องเรือชมวิถีชีวิตผู้คนสองฝั่งแม่น้ำโขง สนุกสานกับวิถีชีวิตชาวประมงเรียนรู้การไหลมอม (ลากอวน) การเก็บโก (สาหร่าย)

Ban Mai Wang Sang This is a village inhabited by the Dai or Tai Lue people, our Chinese friends who migrated from Xishuangbanna Prefecture in China and settled on the bank of the Mekong River in Tambon Ban Saeo, Chiang Rai province. The villagers are industrious, peace-loving, and hygienic people who live harmoniously with their natural surroundings, growing vegetables and rice.

Ban Tha Khan Thong Here is a village of joyful, smiling, and hard-working North-easterners who migrated from their homeland in 1963. They brought with them a unique lifestyle that adds much colour to their adopted new environment.

Ban Suan Dok This is the site at which Thai and Lao people can cross the Mekong, the international border, to visit friends and family. Here you can take a river cruise to observe the simple lives of the residents on both banks of the river at the same time as taking in the majesty of the Mekong, a river that has nurtured millions of lives for centuries.



รักสงบ รักชาชนบ อ่อนน้อมถ่อมตน มีน้ำใจ คือชาวไตลื้อ

ภาษิตของชาวไตลื้อโบราณ “ตางบ่าเตว สามวันก็หมอง ปั่น้องบ่าไปหากันก็เล่า” มีความหมายว่า “หนทาง ถ้าไม่เดิน หน้าก็กั้นกรก ญาติพี่น้อง ถ้าไม่ได้ไปมาหาสู่กัน ก็ดูเหมือนจะเป็นอื่นไป”

ภาษิตนี้แสดงถึงความรักความผูกพันเหนียวแน่นของครอบครัวไตลื้อ แต่เดิมคนไตลื้อมีราชสำนักที่ยิ่งใหญ่รุ่งเรืองของตนเอง แต่ด้วยนิสัยชาวไตลื้อเป็นชนชาติรักสงบไม่ใช้ชนชาติตีกันรบ จึงทำให้ตกอยู่ในอำนาจของคนอื่นเสมอมา แม้ชาวไตลื้อจะเดินทางอพยพย้ายไปอยู่ที่แห่งใด ก็ยังคงอ่อนโยน เข้าได้กับผู้มาอยู่ก่อน แต่ก็ยังรักษาไว้ซึ่งลักษณะสำคัญของชนชาติและภาษา

ชาวไตลื้อมีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกับชาวไทย คือสร้างบ้านเป็นเรือนไม้ใต้ถุนสูง มีครัวไฟบนบ้าน ใต้ถุนบ้านเลี้ยงสัตว์ ส่วนที่แปลกแตกต่างคือเป็นบ้านของหิน (เสาบ้านวางบนก้อนหิน) แต่วิถีชีวิตปัจจุบันได้เปลี่ยนไป การสร้างบ้านเรือนก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย แต่ยังมีสถาปัตยกรรมไตลื้อผสมล้านนาหลงเหลืออยู่บ้างในบางชุมชน นอกจากนี้ชาวไตลื้อยังเป็นพุทธศาสนิกชนที่เคร่งครัด นิยมสร้างวัดในชุมชน ทั้งยังตกแต่งด้วยศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์งดงาม

- ชาวไตลื้อในจังหวัดเชียงราย รวมถึงตำบลบ้านแซว เดินทางไกลมาตามเส้นทางแม่น้ำโขงจากสิบสองปันนา ซึ่งอยู่ตอนใต้มณฑลยูนนาน ประเทศจีน และตั้งบ้านเรือนอยู่เรียงรายใกล้ชิดกันเป็นกลุ่มใหญ่ริมฝั่งแม่น้ำ ก่อนจะเข้ามาเป็นเพื่อนร่วมชาติ
- ชาวไตลื้อ แต่เดิมเรียกตนเองว่า “ไต” เพราะไม่มี “ท” ในภาษาของตน แต่ไตลื้อที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทย เรียกตนเองว่า “ไทลื้อ” เพราะต้องการการยอมรับว่าตนเอง ก็คือคนไทยคนหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันได้กลับไปใช้ “ไต” เป็น “ไตลื้อ” เพื่อเป็นการแสดงเอกลักษณ์รากเหง้าของตน
- ชาวไตลื้อมีภาษาพูดและตัวอักษรหรือตัวเขียนเป็นของตนเอง จัดอยู่ในกลุ่มภาษาตระกูลไท (ไต) ภาษาลื้อมีหลายคำที่ออกเสียงตรงกับภาษาทางภาคใต้ของไทย ถ้าให้คนไตลื้อคุยกับคนภาคใต้ก็พอที่จะเข้าใจกันได้ เพียงแต่คนภาคใต้นั้นพูดเร็วกว่า



Tai Lue, peace-loving, preservers of tradition, modest, and humane

The Tai Lue of Chiang Rai made long journeys along the Mekong River from Xishuangbanna, in southern Yunnan in China, and settled in large clusters on the bank of the Mekong River. They are peace-loving and gentle people, and get along well with other groups. They have assimilated easily into their new environment, but still retain many national and linguistic characteristics. The

Tai Lue lifestyle is similar to that of the Thais, building wooden houses raised on posts, with kitchens added on, and animals raised under the elevated houses. Lifestyles are changing and so is the style of some of the houses, but Tai Lue-Lanna architecture can still be seen. Tai Lue people are devout Buddhists and decorated temples dominate most communities.



รู้จักไตลื้อจากการกิน อยู่ และร้องรำ

Getting to know the Tai Lue from their diet, living, and entertainment



ถั่วเน่า ชาวทะเลมีกะปิ แต่ชาวไตลื้อมีถั่วเน่า ถั่วเน่าของชาวไตลื้อมาจากการนำถั่วเหลืองมาต้มและหมักไว้ ๒ คืน แล้วนำมาโขลกให้ละเอียด จากนั้น โขลกหอมขาวหรือกระเทียม ขิง พริก อีกครกหนึ่งให้ละเอียดเช่นกัน ก่อนจะนำมาโขลกรวมกันแล้วปรุงรสด้วยเกลือ จากนั้นทำเป็นแป้งแผ่นบางๆ และนำไปตากแห้ง เป็นการถนอมอาหารไว้กินได้นานๆ เรียกว่า “ถั่วเน่าแผ่น” ใช้แทนกะปิ เพราะเมืองสิบสองปันนาห่างไกลจากทะเลมาก หากะปิไม่ได้

Thua Nao (rotting bean) This is a staple part of the Tai Lue diet. It is usually in the form of a spicy dip and is consumed with freshly steamed sticky rice and vegetables.



ข้าวแรมพิน อาหารหลักอีกหนึ่งของชาวไตลื้อ คือการนำข้าวไปโม่ด้วยโม่หินแล้วเอามาใส่หม้อต้มให้เดือด เติมน้ำปูนขาว คนให้เข้ากันก่อนนำไปเทใส่ถาดทิ้งไว้ให้เย็นจนข้าวแข็งตัว จากนั้นจึงตัดเป็นชิ้นๆ ราดด้วยน้ำหมักมะเขือเทศ ปรุงรสด้วยพริก และเกลือ

Khao Raem Fuen (rice curd meal) This main Tai Lue dish is made of fine ground rice which is then cooked in boiling water with white lime added to coagulate as a curd in a pan. It is then cut into pieces before soaking in marinated tomato syrup and seasoned with salt and chili.



ข้าวต้มเขาควย มีวิธีทำคือ นำข้าวและถั่วใส่ในใบก่ง (ดอกใช้ทำไม้กวาด) ที่ถูกพับเป็นลักษณะกรวยสองฝั่ง ดูเหมือนเขาควย จากนั้นนำไปนึ่งหนึ่งคืน แล้วจึงเอาน้ำออก เทน้ำใหม่ลงไปแล้วจึงต้มต่ออีก ๒ ชั่วโมง ค่อยนำมาแกะใบก่งออกแล้วจิ้มน้ำตาลเพื่อรับประทาน

Khao Tom Khao Khwai (buffalo horn wrapped rice) This dish is made of rice mixed with beans and wrapped in the leaf of Kong (local palm) in a buffalo horn shape. It is steamed overnight and boiled for two more hours. When consumed, it is dipped in sugar to taste.

ขับลื้อ คำร้องร้อยกรองโบราณแบบไตลื้อสิบสองปันนา เราอาจไม่เข้าใจความหมายเมื่อได้ฟัง แต่มีท่วงทำนองที่ทำให้ผู้ฟังสามารถสัมผัสได้ถึงวิถีชีวิตผ่านจังหวะและเสียงท่วงทำนองของเพลง ประกอบกับการเป่าปี่ที่เรียกว่า ปี่ขับลื้อ

Recitation of a traditional song

Although the words may be difficult to understand, the gentle rhythm and tempo enable the audience to understand the feeling communicated by the song. The accompaniment is usually provided by an oboe - this is known as a *Lue recitation oboe*.



หลังคากก ใบจากต้นกก พืชธรรมชาติที่ชาวไตลื้อนิยมนำมาสานเป็นหลังคาบ้านและนำมาทำเป็นส่วนประกอบต่างๆ ในวิถีชีวิตประจำวัน

Sedge Roof Leaves from the locally-grown sedge plant are used by the Tai Lue as material woven for roofing and various other accessories in daily life.



ชาวอีสานพำนัก **สีสับ** ในวิถีชีวิตเดิม มาเติมในดินแดนใหม่ของตน

The North-easterners brought much colour to their new homes

บ้านท่าขันทอง

ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๐๖ ชาวอีสานได้อพยพจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มาอยู่รวมกันเพื่อสร้างชีวิตใหม่ ที่บ้านท่าขันทอง ตำบลบ้านแซวแห่งนี้ พวกเขาไม่ได้มาตัวเปล่า แต่มาพร้อมกับวัฒนธรรม ประเพณีที่เต็มไปด้วยสีสัน รวมไปถึงวิถีทัศน์ที่เห็นคุณค่าของทรัพยากรทุกชนิดเพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญสำหรับชาวบ้านท่าขันทอง คือความเชื่อและความเคารพศรัทธาในพญานาคแห่งลุ่มแม่น้ำโขง จึงทำให้ถึงแม้จะอยู่ติดแม่น้ำ แต่เลือกที่จะทำนา ทำไร่ แทนการทำประมง เพราะความเชื่อที่ว่า การทำประมงจะไปรบกวนพญานาค นอกจากนี้แล้ว เกลักษณ์ที่โดดเด่นน่าชื่นชมของชาวบ้านท่าขันทองคือ การให้ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ผู้คนถ้อยทีถ้อยอาศัย มีความสัมพันธ์อันดีงามที่คนในชุมชนช่วยกันรักษาเอาไว้อย่างยิ่งยง



Ban Tha Khan Thong

Since 1963, people from the North-east (*Isan*) have migrated in groups to establish new lives at Ban Tha Khan Thong, Tambon Ban Saeo, Chiang Rai province. They brought a colourful culture and tradition, including beliefs in the King of the Naga of the Mekong. Residents of Ban Tha Khan Thong have a deep trust and confidence in one another, and maintain good personal relationships as an integral part of their community.



วิถีชีวิตอันพอเพียง แต่สนุกสนาน

A sufficient but enjoyable lifestyle

ผู้มาเยือนสามารถเข้าพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตอันเรียบง่าย พอเพียง ทว่าอบอุ่นไปด้วยกลิ่นอายความสุขของชนบท ชาวบ้านทำขันทองมีกิจกรรมต่างๆ มากมายไว้เตรียมต้อนรับ เช่น นั่งรถอีต๊อก (รถเจ้าทุ่ง) ไปชมการเลี้ยงจิ้งหรีด ปลอดภัย ปลอดภัย ชมการทอผ้าที่พิเศษกว่าที่ไหนๆ เพราะเป็นการทอแบบลดปริมาณขยะ ด้วยเส้นด้ายที่ใช้ทอนั้นมาจากการรีไซเคิลของปกคอเสื้อจากโรงงานเหลือทิ้ง และด้วยฝีมือการทอที่ประณีตและรวดเร็วสวยงามที่เกิดจากภูมิปัญญา ทำให้เพิ่มมูลค่าเป็นผ้าฝ้ายสวยนิ่มมือ จากนั้นนั่งรถไปทักทายคุณลุง คุณป้าบ้านใกล้เคียงเคียง บ้านไหนปลูกผัก ก็จะเก็บผักมาให้กิน บ้านไหนปลูกพริก ก็จะเด็ดพริกให้เป็นของฝาก ปิดท้ายด้วยการเข้าพักที่โฮมสเตย์ เตรียมตัวสำหรับมือเย็นกับอาหารท้องถิ่นอีสานแท้ๆ รสชาติอร่อยลิ้น ปั่นข้าวเหนียวจิ้มน้ำพริก แจ่วบอง เคียงกับผักต้ม ปลาทอด ปลากระบอกไม้ไผ่ และข้าวจี๋ เมื่ออิ่มท้อง พ่อใหญ่ แม่ใหญ่ของบ้านทำขันทองจะมาผูกข้อมือ รับขวัญให้แก่ผู้มาเยือน ก่อนจะขับกล่อมด้วยเสียงอันมีมนต์เสน่ห์ของหมอลำและหมอลำแคน เพื่อส่งเข้านอน



Visitors can use home-stay services to experience the simple and sufficient lifestyle full of activities. Residents of Ban Tha Khan Thong welcome them to take a ride on an E-Tok (a locally-assembled car driven by a water pump motor), and observe the non-toxic raising of cicadas, textile weaving, and community life within the village. The day is concluded with a genuine North-eastern dinner, and visitors may be lulled by the charming voice of the master singer, Mo Lam, and sounds of the master musician on a reed instrument, Mo Khaen.



หมอรักษาใจ...

หมอลำ หมอแคน

Mental healers... Mo Lam - Mo Khaen

ด้วยนิสัยแท้ๆ ของชาวอีสานเป็นคนสนุกสนานร่าเริง ดังจะเห็นได้จากวิถีชีวิตและเพลงพื้นบ้านที่พวกเขาำนำติดตัวมาด้วย นั่นคือ หมอลำ หมอแคน การร้องรำยอदनนิยมของชาวอีสาน ในเพลงสนุกก็จะมีท่วงทำนองครึกครื้น ชวนให้ผู้ฟังอยากโยกย้ายตามไปด้วย ส่วนเพลงเศร้า ก็จะมีท่อนเอื้อน อ้อยสร้อย ทำให้ผู้ฟังน้ำตารินเอาเสีโดยง่าย แม้จะจับใจความไต่ยากด้วยภาษาที่ไม่คุ้นเคย แต่หากตั้งใจฟัง จะรู้ว่าเนื้อหามักจะสอดแทรกกุศโลบายสอนใจผู้ฟังเสมอ

North-easterners are joyous and fun-loving by nature, as shown in their distinctive brand of music and song that they brought with them. Mo Lam - Mo Khaen is the popular music of Isan. At times, it invites the audience to get up and move to the joyous rhythm, but on other occasions the sad tunes can easily reduce listeners to tears. Even though the songs are presented in an unfamiliar local dialect, attention to the words of wisdom acts as mental healing for the audience.



ตัวอย่างเพลงสอนกุลสตรี “เอื้อนสามน้ำสี่”

“คำโบราณเคยว่าว่าเรือนสามน้ำสี่
เรื่องเรือนสามจำได้เลิกล้ม
ข้อที่สองเรือนครว้บ่อน
ให้จักห่มจักล้างสองเรือนให้สะอาด
หวีเรือยจั่งคอยงาม
ความนิยมของคนนี้แม่นงามกะตามแล้ว
น้ำสี่ฟัง หนึ่งน้ำจิตน้ำใจตนอย่าได้โมโหฮ้าย
สองน้ำอาบให้มันเรีง
สามน้ำดื่มอีกนั้นเด้อ อ่องแอ่งให้สดใส
อีกน้ำที่สี่ น้ำเจ้าปรุงแต่งไว้
เพิ่นมารักษาตน รักษาคนยามนอน..
พ่อแม่ว่าต่อเนื่องหญิงได้ ช่างให้สดสวย

กุลสตรีที่ถูกต้องอย่ามองข้ามแต่ประณม
ข้อที่หนึ่งเรือนนอน
ที่ทำหุงต้ม
เรือนที่สามคือเรือนหมอย่าให้ยุ่ง
ถึงเวลาอาบน้ำให้ล้างช่วยสระผม
แนวสามเรือนมันเส้าไผลิเอาเจ้าเป็นคู่
ขอบรรยายให้ฟังสิ้นควรบควรให้คิดเบ็ง
ตักใส่อ่องแอ่งไว้ หมอข่มมัวให้ถ่ายเท
ยามแขกไปไทยมา แะยามหลายท่าน
ยามเข้าดอกบ่อนนอน ตอนกลางคืนเทพเจ้า
หญิงใดอาจเอ็ดได้ ไปหน้าสี่ฮ้อยเอียง
ถึงสิรวยสินทรัพย์ข้แมนกุลสตรีได้...”

มีความหมายคือ เรือนสามน้ำสี่ คือ คุณสมบัติของกุลสตรีไทยที่ควรปฏิบัติ เรือนสามประกอบด้วย เรือนนอน เรือนครัว เรือนกาย เรือนผม ส่วนน้ำสามประกอบด้วย น้ำใจ น้ำอาบ และน้ำปรุงไว้หัวนอนบูชาเทพดา



ยับยั้งและบำบัดโรคภัย ด้วย ยอดสมุนไพร “เจียวกู่หลาน”

Inhibiting and curing diseases with a special herb named *Jiaogulan*

มีเรื่องเล่ากันมาว่า เดิมทีชาวบ้านไม่รู้ประโยชน์ของไม้เลื้อยที่ขึ้นรอกอยู่ริมแม่น้ำโขง จนกระทั่งชาวไตลื้อย้ายมาตั้งถิ่นฐานที่บ้านแซว และได้พบเห็นไม้เลื้อยชนิดนี้ จึงบอกกับชาวบ้านว่า นี่คือสมุนไพรชั้นยอดที่ใช้ในการรักษาโรค โดยนำมาทำเป็นชาขงตี้มนับแต่นั้นมาไม้เลื้อยรกรกี้จึงไม่ใช่ไม้เลื้อยที่ไร้ประโยชน์อีกต่อไป ไม้เลื้อยที่กล่าวถึงนั้นคือ “เจียวกู่หลาน” มีชื่อที่คนไทยเรียกคือ “ปัญจชันย์” ปัจจุบันในประเทศไทย สถาบันวิจัยสมุนไพร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และองค์การเภสัชกรรม ได้มีโครงการวิจัยที่จะพัฒนาเจียวกู่หลานให้เป็นสมุนไพรต้านโรค ซึ่งพบว่าในใบชามีสารสำคัญชื่อ Gypenosides ถึง ๘๒ ชนิด มากกว่าที่มีในโสม ๓ ถึง ๔ เท่า และมีสารที่มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ช่วยให้ผ่อนคลาย ลดระดับไขมันในเลือด เสริมระบบภูมิคุ้มกัน ยับยั้งการเจริญของเซลล์มะเร็งบางชนิด ต้านการอักเสบ และลดระดับความดันโลหิตสูง รวมทั้งลดระดับน้ำตาลในเลือด โดยส่วนประกอบที่สำคัญอันหนึ่งก็คือ ซาโปนินที่มีอยู่ในเจียวกู่หลาน มีคุณสมบัติในการลดอาการป่วยจากโรคตับอักเสบและโรคเบาหวาน โดยเข้าไปช่วยกระตุ้นสร้างอินซูลินจากตับอ่อน จึงช่วยลดน้ำตาลในกระแสเลือด ป้องกันโรคเบาหวาน ไขมันในเส้นเลือด โรคมะเร็งในกระเพาะอาหารและลำไส้ ช่วยลดอาการไตวาย และอาการปวดหัวข้างเดียวหรือไมเกรนได้

Early reports stated that residents of Ban Tha Khan Thong were unaware of the medicinal value of an herbaceous vine that grew in abundance on the bank of the Mekong River, until the Tai Lue migrated into Ban Saeo and discovered the plant. They told local residents that this was a special herb called *Jiaogulan* that could be made into a tea and was able to cure diseases. Studies found that the tea leaf contains an important essence named *Gypenosides* that works as an antioxidant, induces sleep, reduces accumulated fat, strengthens the immune system, inhibits the growth of certain cancerous cells, acts as an anti-infection agent, and lowers high blood pressure and blood sugar levels.

ขั้นตอนการทำชาเจียวกู่หลาน

Steps in the production of Jiaogulan tea



1. Pick the leaves (10 kg of fresh leaf equal 1 kg of dried leaf).
2. Clean the leaves and chop them 1 inch thick.
3. Dry them in the sun.
4. Bake the dried leaves.
5. Roast them over low heat to bring out the fragrance before packaging.

๑. เก็บใบชา (ใบชาสด ๑๐ กิโลกรัม เท่ากับ ใบชาแห้ง ๑ กิโลกรัม)
๒. ล้างให้สะอาด และนำมาหั่นความยาว ๑ นิ้ว
๓. นำไปตากให้แห้ง
๔. นำมาอบ
๕. นำมาคั่วด้วยไฟอ่อนจนหอม ก่อนบรรจุ



ล่องน้ำโขงไปเก็บไถ่

ก่อนไปเยือนเกาะส่วนตัวกลางแม่น้ำ

เรือมารอที่ท่าแล้ว เราจะไปสัมผัสความยิ่งใหญ่ของแม่น้ำโขง
ที่ไม่ใช่เพียงแค่ชมวิวงามๆ แต่เราจะไปตามหา... “ไถ่” ด้วยกัน

เรือพามาเก็บไถ่ที่เกาะเล็กๆ กลางลำน้ำโขง เมื่อเก็บมาแล้ว นำมาทุบด้วยท่อนไม้ จนเนื้อไถ่ยุ่ยได้ที่ แล้วนำมาหั่น
เป็นชิ้นเล็กๆ ตำพริกแห้ง หอมแดง เกลือ รวมกัน นำมาทาบนไถ่ หลังจากนั้นตั้งกระทะใส่น้ำมันรอให้ร้อน ทอดไถ่จน
กรอบ ส่งกลิ่นหอม โรยหน้าด้วยงา กลายเป็น ไถ่ซ่า นอกจากนี้ไถ่ยังสามารถทำเป็นแผ่นแห้ง ทำน้ำพริกไถ่ ขนมไถ่
น้ำไถ่ และข้าวเกรียบไถ่อีกสารพัด

อากาศท่ามกลางแม่น้ำโขงบริสุทธิ์ สุดได้เต็มปอด รอยยิ้มของผู้คนพาให้อิ่มใจ ก่อนมีอาหารบนเกาะส่วนตัว
แม่ครัวเอ่ยเสียงดังฟังชัดว่า

“เจ้าที่มากินข้าวน้ำกัน ขอหื้อคนมาเที่ยวได้ปลอดภัย ขออย่าเจ็บอย่าไข้เน้อ”

ทำความรู้จักกับ “ไถ่”

ไถ่ หรือสาหร่ายแม่น้ำโขง มีถิ่นกำเนิดอยู่ตามหาดหินและหินผาใต้น้ำในระดับที่แสงแดดสามารถส่องให้แสงสว่าง
ไถ่มีให้เก็บเพียงปีละครั้งในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เมื่อแม่น้ำโขงเริ่มลดระดับ น้ำจะไหลและใสสะอาด สาหร่ายสีเขียวจะ
เกาะตามก้อนหินใต้น้ำน้อย

ไถ่ มีคุณค่าทางอาหารสูงมาก มีโปรตีนสูงพอๆ กับปลาน้ำจืด ทั้งยังมีกากหรือเส้นใยพองๆ กับผักสีเขียวต่างๆ ไป ใน
ด้านสรรพคุณทางยา สาหร่ายไถ่มีฤทธิ์ด้านการเกิดแผลในกระเพาะอาหาร นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มยับยั้งการเกร็งของ
กล้ามเนื้อเรียบ ขยายหลอดลม ด้านการอักเสบ ระวังปวด และลดความดันโลหิตได้ด้วย



Cruise down **the Mekong** to collect
Kai (freshwater weed) and visit
a private island in
the middle of the river

Another activity at Ban Tha Khan Thong that should not be missed is a cruise down the river to collect Kai at a small island in the middle of the Mekong River. Kai is a freshwater weed and grows underwater at a level reachable by sunlight along rocky beaches. The weed is available only once a year around February. When the level of the Mekong starts to recede, the green weed can be found sticking to the rocks. It has a high nutritional value, with its protein content equalling that of freshwater fish, so it can easily act as a substitute for fish. Also, it yields high food fibre similar to green leaves in general, plus vitamins and minerals, especially calcium and selenium. Residents use the weed as a main ingredient in Kai dip, Kai sweetmeat, and Kai crackers.



การเดินทาง Travel Information

จากตัวเมืองเชียงใหม่ใช้เส้นทาง เชียงราย – แม่สาย กม. ที่ ๓๖ เลี้ยวขวาไป ตามทางหลวงหมายเลข ๑๑๒๙ ถึงสามแยก บายพาสก่อนเข้าเมืองเชียงแสนให้เลี้ยวขวา ไปทางอำเภอเชียงของตรงไปอีก ๑๘ กม. ถึง ตำบลบ้านแซว

Take the Chiang Rai-Mae Sai route from the city of Chiang Rai. At Km. 36, turn right along Highway No. 1129 up to the Bypass T-junction. Here, make a right turn and go straight ahead for 18 km until you reach Ban Saeo Sub-district.

GPS N20° 16.565' E100° 10.774'



แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง Nearby Attractions

วัดพระธาตุห้วยขวาน

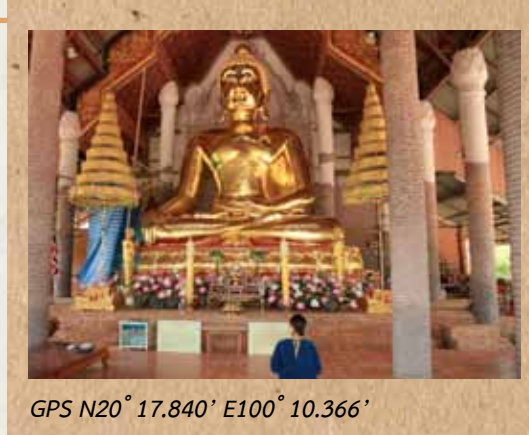
เดิมเป็นวัดร้าง สร้างขึ้นสมัยเชียงแสน ตั้งอยู่บนผืนแผ่นดินนครโบราณสุวรรณโคมคำติดกับแม่น้ำโขง พระพุทธศาสนาในสมัยนั้น รุ่งเรืองมากจนสิ้นยุคเชียงแสน พระธาตุก็เสื่อมโทรม ต่อมาเมื่อ พ.ศ ๒๕๔๖ มีพระภิกษุชื่อหลวงปู่จัน จนทโชโต ได้มาบูรณปฏิสังขรณ์ ภายในเก็บรักษาพระพุทธรูปโบราณในสมัยสุวรรณโคมคำไว้มากมาย



GPS N20° 14.947' E100° 10.633'

Wat Phra That Hua Kwan

A temple was built on the bank of the Mekong River in the Chiang Saen Era when Buddhism was at its peak in the area. At the end of this time, the temple was left in ruins. In 2003, a Buddhist monk named Venerable Chan Chandachoto came to renovate and re-construct the temple and the pagoda of the holy relics. Numerous ancient Buddha images of the Suwannakhomkham Era are kept inside the temple hall.



GPS N20° 17.840' E100° 10.366'

วัดสวนดอก

วัดโบราณที่ได้รับการบูรณะใหม่ มีร่องรอยวิหาร โบราณวัตถุ พระพุทธรูปเก่าปรากฏ สันนิษฐานว่าวัดนี้มีอายุเก่าแก่กว่าสมัยสุวรรณโคมคำ

Wat Suan Dok

This is an ancient temple that has been renovated. There are traces of the temple hall, artefacts, and old Buddha images. It is believed to date back to before the ancient Suwannakhomkham Era.

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

Facilities

Home-stay services, food, and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อชุมชนวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง เทศบาลตำบลบ้านแซว

Contact the Sufficiency Economy Lifestyle Community Ban Saeo Municipality, Chiang Rai

โทร. (Tel.) +668 1952 7058, +668 6194 2647

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย
Tourism Authority of Thailand, Chiang Rai Office
โทร. (Tel.) +66 5371 7433, +66 5374 4674-5

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน

Emergency Lines

- ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police โทร. (Tel.) 1155
- ตำรวจทางหลวง Highway Police โทร. (Tel.) 1193
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดเชียงราย Chiang Rai Provincial Police Station โทร. (Tel.) +66 5371 8118
- โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์ Chiang Rai Prachanukroh Hospital โทร. (Tel.) +66 5371 1300, +66 5391 0600



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน
ชุมชนวัฒนธรรมลาวครั้งกุดจอก จังหวัดชัยนาท
Visit Community and Friends
Lao Khrang Kut Chok Cultural Community, Chai Nat

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org





ชาวลาอครั่ง ฟูรักษาและสืบสานศิลปวัฒนธรรม
ประเพณี และศาสนา **ด้วยแรงแห่งศรัทธา**
ชุมชนวัฒนธรรมลาอครั่งกุดจอก จังหวัดชัยนาท
Lao Khrang, Preservers and Perpetuators of Art,
Culture, Tradition, and Religion
Lao Khrang Kut Chok Cultural Community, Chai Nat

ลาวครั้งมาจากไหน?

จากหลักฐานข้อมูลกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ได้กล่าวไว้ว่า ในปี ๒๓๗๑ รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๓ เมื่อครั้งที่ปราบศึกเจ้าอนุวงศ์ ได้มีกลุ่มคนลาวที่ถูกกวาดต้อนให้มาอยู่ตามหัวเมืองน้อยใหญ่ ในบรรดากลุ่มคนเหล่านั้น มีกลุ่มคนลาวที่มาจากแถบ “ภูครั้ง” ซึ่งเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยเดิมปะปนมาด้วย จึงทำให้คนทั่วไปเรียกคนลาวกลุ่มนี้ว่า “ลาวภูครั้ง” ต่อมามีการเรียกชื่อเพี้ยนเป็น “ลาวซี้ครั้ง” หรือ “ลาวครั้ง” แต่ถ้าหากอ้างอิงจากคำบอกเล่าของนักวิชาการท้องถิ่นที่ได้กล่าวถึงความเป็นมาของชาวลาวครั้งคือ ชาวลาวครั้งนี้เดิมเคยอาศัยอยู่ที่ภูซัง ก่อนอพยพเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งภูนี้อาจมีรูปร่างคล้ายระฆังตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือของเมืองหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อย่างไรก็ตาม...เมื่อพูดคุยกับชาวชุมชนลาวครั้งกุดจอก ได้มีเรื่องเล่าเกี่ยวกับตนเองไว้ว่า ชาวลาวครั้งคือคนลาวที่อาศัยอยู่ทางตอนเหนือของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีสภาพภูมิประเทศที่มีต้นฉำฉา (ต้นจามจุรี) อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแมลงครั้งชอบมาอาศัยทำรังและแมลงชนิดนี้จะใช้ขี้ผึ้งปากเจาะเพื่อคูดน้ำเลี้ยงของต้นไม้ ประเภทไม้เนื้อแข็ง และครั้งจะขับสารชนิดหนึ่งซึ่งมีลักษณะเป็นเหมือนยางหรือชันออกมาไว้ป้องกันตัวเองจากศัตรู ซึ่งสารที่ขับถ่ายออกมานี้เรียกว่า “ครั้งดิบ” มีสีแดงม่วง สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มากมาย เช่น ใช้สีในการย้อมผ้า ย้อมไหม ย้อมหนังสัตว์ และใช้เป็นส่วนผสมของยาสมุนไพร จึงเป็นที่มาของชื่อ “ลาวครั้ง”



Where did the Lao Khrang come from?

According to the database on ethnic groups in Thailand of the Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre, in 1828 groups of Lao people were captured and moved to towns on the Thai side of the border, during the reign of King Nang Klao (Rama III) as part of the suppression campaign against the rebellious Lao ruler, Chao Anouvong. Some of the groups were from the *Phu Khrang* area and were called *Lao Phu Khrang*, later distorted to *Lao Khi Khrang* or *Lao Khrang*.

However, residents of the Lao Khrang Kut Chok Community tell a different story about themselves as descendents of ethnic Lao



people who lived in the north of present day Lao People's Democratic Republic. This area was full of rain trees in which a lot of *khrang*, lac insects, built their nests. These insects suck syrup from inside the trees to produce a thick, hard scarlet secretion known as sticklac. This has numerous uses: such as, in dyeing clothes, silk, and animal hide, and as an ingredient in herbal medicines. The residents believe that the name *Lao Khrang* comes from the insects.



ลาวครั้งกุดจอก...

จากสุพรรณบุรี สู่ชัยนาท



Lao Khrang Kut Chok 🌸

....from Suphan Buri to Chai Nat



สำหรับประวัติการโยกย้ายถิ่นฐานของชาว “ลาวครั้งกุดจอก” นั้น ทราบมาจากคำบอกเล่าของพ่อเฒ่าแม่เฒ่าว่า ครั้งหนึ่งบรรพบุรุษของชาวลาวครั้งกุดจอกเคยอาศัยอยู่ที่บ้านเขาระจิว ตำบลบ้านไช้ อำเภอกุดชุมห่อ จังหวัดสุพรรณบุรี และเมื่อมีการสืบค้นไปยังที่บ้านเขาระจิว พบว่ามีวัดร้าง เมืองร้าง และจำปาลาว (ต้นลีลาวดี) ขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ต้นจำปาลาวไม่ใช่ต้นไม้ที่จะขึ้นเองตามธรรมชาติ จึงสันนิษฐานว่าเคยมีกลุ่มคนตั้งรกรากอยู่ที่นี้ และได้นำต้นจำปาลาวมาปลูกไว้ สาเหตุที่เป็นเมืองร้างเนื่องจากสมัยนั้นมีการเก็บภาษีส่วยพื้นที่ แต่ดินแดนแถบนั้นแห้งแล้ง ไม่สามารถทำการเกษตรได้ ชาวบ้านจึงไม่มีเงินจ่ายค่าส่วย และต้องหนีอพยพออกจากพื้นที่ เดินทางรอนแรมมาจนพบกับทำเลที่ตั้งใหม่ ณ ที่แห่งนี้ มีซากโบสถ์โบราณ มีกุด หรือบึงน้ำ เหมาะแก่การเพาะปลูก และในกุดนั้นมีจอกแหมนมากมาย จึงตัดสินใจปลูกสร้างบ้านเรือน และอาศัยอยู่บริเวณบึงน้ำแห่งนี้ เป็นที่มาของชื่อ “บ้านกุดจอก” ตั้งอยู่ที่ตำบลกุดจอก อำเภอนองมะโมง จังหวัดชัยนาท

ในปัจจุบัน ชุมชนลาวครั้งกุดจอกนี้มีจิตอันเหนียวแน่น ในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของตนเอง ทั้งภาษาพูด การแต่งกาย ดนตรีพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้าน และงานประเพณี ต่างๆ จึงได้มีการรวมตัวกันพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จนได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๖ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



The ancestors of the Lao Khrang Kut Chok residents settled at Ban Khao Krachio, Ban Song Sub-district, U Thong District in Suphan Buri province, but the land was drought-stricken and farming was impossible. They decided to move on to a new location and came across their current site in Kut Chok Sub-district, Nong Mamong District in Chai Nat province.

They found the ruins of an ancient temple and a marsh or *kut* covered with water lettuce called *chok*. They settled by the marsh, as it served their agricultural lifestyle well and named their new home *Ban Kut Chok*.

The Lao Khrang Kut Chok Community is strong in the preservation of its customs, traditions, and culture in speech, dress, music, cuisine, and various festivals. The residents have developed the community as a cultural destination and earned the Award of Outstanding Performance in the Tourist Attractions category at the Thailand Tourism Awards 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).



อักษรเดินทางไปกับพระพุทธรศาสนา

สำหรับพระสงฆ์ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐาน ณ บ้านกุดจอก พร้อมๆ กับชุมชนลาวครั้งนั้น ได้นำคัมภีร์ใบลานติดตัวมาด้วย ภายในคัมภีร์ใบลานถูกบันทึกด้วยอักษรโบราณ ๓ แบบ คือ อักษรไทยน้อย (ลาวโบราณ) อักษรธรรมลาว และอักษรธรรมขอม คัมภีร์ใบลานนี้เองกลายเป็นเครื่องชี้วัดช่วงเวลาของประวัติศาสตร์ และมีเนื้อหาบันทึกคำสอนทางศาสนาและบันทึกเรื่องราวประวัติศาสตร์อย่างเช่น อักษรไทยน้อย บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับพระธรรมคำสอน อักษรธรรมลาวบันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับตำนานพระธาตุพนม ตำนานพระแก้วเจ้า และตำนานเมืองหลวงพระบาง ส่วนอักษรธรรมขอมบันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับตำรับยาโบราณ เป็นต้น ปัจจุบันคัมภีร์ใบลานเหล่านี้ถูกเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑวัตถุศาสตร์ บ้านกุดจอก ตำบลกุดจอก อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท



Alphabet accompanying Buddhism

Buddhist monks who migrated with the Lao Khrang community to settle at Ban Kut Chok brought with them teachings inscribed on palm leaves in accordion-pleated books. Three types of ancient scripts have been found: Tai Noi (ancient Lao) script, Lao Dhamma script, and Khom Dhamma script. The ancient palm-leaf books contain Buddhist teachings and historical records. The Tai Noi script was used mainly to record Buddhist teachings, the Lao Dhamma script recorded legends of Luang Prabang, and the Khom Dhamma script preserved stories of ancient herbal medicines. They are presently kept at the Museum of Wat Si Samoson of Ban Kut Chok, Kut Chok Sub-district, Nong Mamong District, Chai Nat province.

ทักทายเป็นภาษาลาวครั่ง

ดีกอละ = ตินะ (นึกว่าจะไม่ได้)
คืออ้อตีทะเลอะ = คงจะดีกรรมัง
เบ็งตีละ = ดุซึ้น

ดีก้อ = ตินะ (ตินะนี่)
เบ็งมันตินะ = ดุมันสินะ
ตีบเก๊ะ = ดีไหมละ

ดีก้อ = ตินะ (จะบอกให้)
ให้ซ้อยแต่ตี = ให้ฉันมังสิ
ไปโตมาเก๊ะ = ไปไหนมาละ



ชาวลาวครั่ง

พิธีสืบสานขนบธรรมเนียมประเพณีอันงดงาม

ชาวลาวครั่งกุดจอกรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษไว้อย่างดี ประเพณีสำคัญของชาวลาวครั่งกุดจอกคือ ประเพณีสงกรานต์งานบุญเดือน ๕ ในช่วงเวลานี้ บางหมู่บ้านจะมีประเพณีย่อยอื่นๆ เช่น ประเพณีแห่ดอกไม้ ประเพณีก่อพระทราย ประเพณีแห่ธง ประเพณีรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ ก่อนถึงวันสงกรานต์หรือเรียกว่า “ก่อนสงกรานต์ลง” ทุกคนจะเตรียมทำความสะอาดเรือน บางเรือนมีความเชื่อว่าเป็นวันที่นางฟ้า (นางสงกรานต์) ลงมาจากสวรรค์จึงเตรียมต้อนรับด้วยการนำเอาขันธ ๕ คือ กรวย หรือใบตองใส่ดอกไม้ รูป เทียน รวมทั้งผ้าถุง ผ้าสไบ ทวี แป้ง กระจก ใส่ถาดวางไว้บนเรือนบริเวณหน้าต่างเพื่อให้นางสงกรานต์มารับสิ่งของนั้น



Lao Khrang people, inheritors of fine customs and traditions

The Lao Khrang Kut Chok people have maintained the customs and traditions inherited from their ancestors. They include the Songkran merit-making festival of the fifth lunar month and related minor festivals; such as, flower processions, sand pagoda constructions, flag festivals, and the pouring of consecrated water on elders.



ครัทรยาพำนยาโบราณ



ยาแผนโบราณอยู่กับชาวลาวครั่งกุดจอกมานานาน คุณยายสุทิน จันทร์แจ่มมือหนึ่งแห่งการปรุงยาแผนโบราณที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ สูตรยาที่ขึ้นชื่อของคุณยายคือ ยาราดุน้ำแดง หนึ่งในกรรมวิธีสำคัญของการปรุงยาของคุณยายคือ จะตั้งนะโม ๓ จบ และท่องคาถา “พุทธังปะติขามิ ธรรมังปะติขามิ สังฆังปะติขามิ” เพื่อความขลังของตัวยา และเชื่อว่าผู้ปรุงยาจะต้องอารมณ์ดี ใจเย็น ยาจึงมีฤทธิ์ในการรักษาอาการได้ดี

ทำนาด้วยความศรัทธา

การทำนาของชาวลาวครั้งกุดจอกเป็นการทำการเกษตรที่เปี่ยมด้วยแรงศรัทธา แห่งพระแม่โพสพ พระแม่คงคา พระแม่ธรณี และเจ้าที่เจ้าทาง มาแต่บรรพบุรุษ ชาวนาเชื่อว่าข้าวทุกๆ เมล็ดและดินที่ใช้เพาะปลูก มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คอยคุ้มครอง ปกป้อง จึงเกิดเป็นพิธีกรรมในแต่ละฤดูกาลทำนาขึ้นเพื่อความเป็นสิริมงคล

Planting rice with faith

Rice planting by the Lao Khrang Kut Chok people is an agricultural practice under the guardianships of the Goddesses of Rice, Water, and the Earth. Since the time of their ancestors, farmers have believed that each grain of rice and each crumb of earth on which it is planted is protected by revered spirits. Rites and rituals are performed as part of each planting season to ensure a productive crop.



คำอธิษฐานในพิธีแฮกนา

“มือนี่เป็นมือสิ้นวันดี วันเศรษฐี มีมั่ง ผู้เข้ามาแฮกนา ท้าวบุญส่ง องค์สารี นางน้อยธรณี มือนี่ผู้เข้ามา แฮกนา ขอให้จงทำมาค้าขึ้น อย่า ได้ตื่น อย่าได้ทวง ให้รธมัน คนแฮง ขอให้ผู้เข้าอยู่ดีมีสุขทั้งครอบครัว ขอให้แม่ธรณีมากินพร้อมกันสา ในมือนี่ วันดี”

พิธีแฮกนา อธิษฐานขอให้ “กินบ่หมด จกบ่ลง”

“กินบ่หมด จกบ่ลง” แปลว่า มีกินมากมายไม่มีวันหมด เป็นส่วนหนึ่งของคำกล่าวในพิธีแฮกนา หรือแรกนาของชุมชนลาวครั้งกุดจอก ซึ่งเป็นพิธีกรรมแรกสุดที่ทำก่อนจะเริ่มไถนาครั้งแรก เพื่อเป็นการบอกกล่าว พระแม่ธรณี พระแม่โพสพ เจ้าที่เจ้าทาง ไม้ให้ทักท้วง และให้ข้าวปลานาน้ำดี โดยผู้ประกอบพิธีต้องเป็นเจ้าของที่นาหรือผู้สืบสายเลือดเท่านั้น จะเป็นชายหรือสาวก็ได้เด็ดขาด และในการทำพิธีต้องมาร่วมพิธีกัน ทั้งครอบครัว

Haek Na – rice field initiation rite, with a wish for abundant food

The *Haek Na* or *Raek Na* rite at the Lao Khrang Kut Chok Community is performed before ploughing of the fields starts. The ceremony is done to make sure that the Goddesses of the Earth and Rice have no objections to the planting and to guarantee ample water and good yields. The performer of the rite must be the owner of the rice field or the rightful heir, and the ceremony must be attended by the entire family.

เครื่องเซ่นไหว้ในการทำพิธีแฮกนา

ประกอบด้วย ไบคุน ไบค้ำ ไบเงิน ไบทอง ปักสี่ทิศ ยอดไม้ไผ่ ข้าวจ้าวหุงสุกใส่กระตัง บุหรี่ หมาก พลุ น้ำสะอาด กล้วย และไข่ต้ม





พิธีเลี้ยงมาน

ขอให้แม่กินให้อิ่ม
เลี้ยงลูกเลี้ยงหลานตลอดไป

นี่คือส่วนหนึ่งของคำกล่าวในพิธีเลี้ยงมาน คำว่า “มาน” แปลว่า “ท้อง” หรือพิธีเลี้ยงพระแม่โพสพตั้งท้องสาวของชุมชนลาวครั้งฤดูจอก เมื่อไทรก็ตามที่ข้าวในนาเริ่มตั้งท้องมีเมล็ดข้าว เมื่อนั้นจะมีความเชื่อว่า ถ้าพระแม่โพสพสบายใจสบายกาย ได้ทานอาหารที่ชื่นชอบ จะทำให้มีแรงในการเลี้ยงลูก (เมล็ดข้าว) ทำให้ข้าวแข็งแรง ผลิตผลงอกงาม

Liang Man rite

– nurturing the rice – keep the mother fully satisfied so that the children are fed

This rite is for the Goddess of Rice to protect and assist the growth of the newly planted rice crop. The farmers believe that if the Goddess of Rice is fully satisfied, she will be able to raise her children – the rice grains – resulting in vigorous rice plants and good productivity.

คำอธิษฐานในพิธีเลี้ยงมาน

“มือนี้มีมือแสนวันดี ลูกเอาส้มมาให้แม่
โพสพโพศรี แม่ธรณี ขอให้แม่กินให้อิ่ม ขอ
อย่ามีโรคมีภัย ขอให้สวยงามอย่างดอกไม้นี้
ขอให้แม่เลี้ยงลูกหลานตลอดไป สาธุ”

เครื่องเซ่นไหว้ในการทำพิธีเลี้ยงมาน

ประกอบด้วย อาหารที่มีรสเปรี้ยว เช่น ส้มตำ
มะม่วง ส้ม และช่อดอกไม้สวยงาม จัดใส่
กระทง นำไปวางที่คันทนา จูตรูป ก่อนจะเคาะ
ลงบนผืนดินเบาๆพร้อมทั้งกล่าวคำอธิษฐาน



พิธีสู่ขวัญข้าว

พิธีเรียกขวัญข้าวมารวมกัน

พิธีสู่ขวัญข้าวเป็นพิธีสำคัญมากในการทำนาของชุมชนลาวครั้งฤดูจอก เพื่อเรียกขวัญข้าวหลังจากการเก็บเกี่ยวและเพื่อเป็นการขอขมาและขอบคุณพระแม่โพสพ อีกทั้งยังเป็นพิธีที่เชื่อว่าจะทำให้ข้าวไม่หายและหมดไปจากยุ้งข้าวเร็ว ขั้นตอนที่สำคัญสำหรับพิธีนี้คือ เมื่อเกี่ยวข้าวเสร็จ ชาวนาจะนำข้าวมาเก็บไว้บนยุ้งข้าว และห้ามกระทำการใดๆ เกี่ยวกับข้าว เช่น ห้ามขายหรือห้ามบริโภค จนกว่าจะมีพิธีสู่ขวัญข้าว เมื่อเสร็จพิธี จะปิดยุ้งข้าวไว้ 3 วัน หลังจาก 3 วัน สามารถนำข้าวออกมาใช้ประโยชน์ได้

คำกล่าวในพิธีสู่ขวัญข้าว

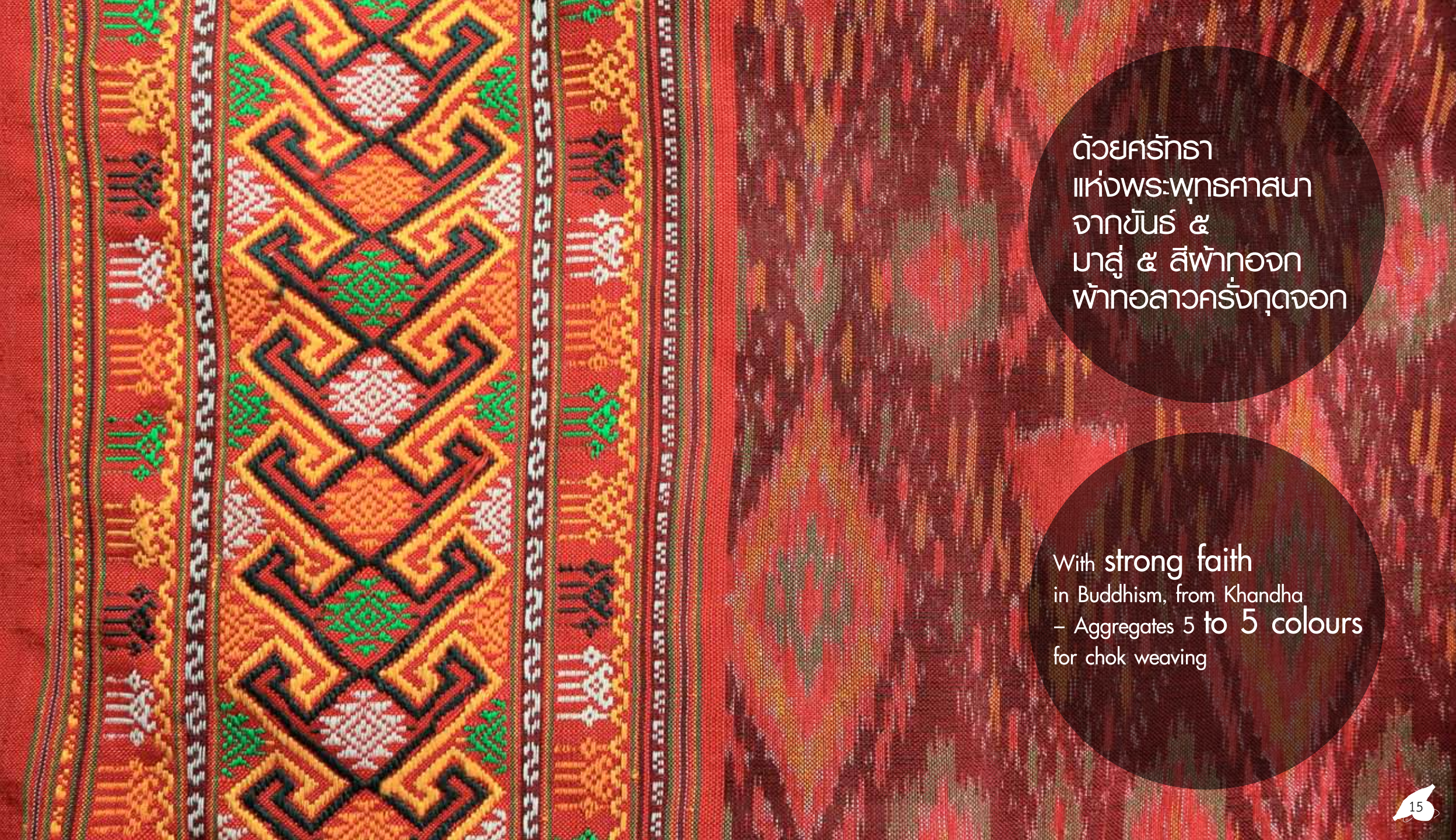
“นี่มีความยาวมากแต่มี
ใจความสำคัญคือ เป็นการขอขมา
และบอกกล่าวพระแม่โพสพก่อนที่
จะทำการตี หรือนวดข้าว และเป็น
การเรียกขวัญข้าวจากที่ได้ทำนาไป
ตลอดกระบวนการ ขอให้เกิดความ
เป็นสิริมงคลในการนำข้าวไปใช้ให้
เกิดประโยชน์

Su Khwan Khao rite

- blessing the spirit of the rice crop

Su Khwan Khao is a very important rite in the rice farming of the Lao Khrang Kut Chok Community. It seeks forgiveness from and expresses gratitude to the Goddess of Rice for her blessing of the rice crop after harvesting. The farmers bring their rice to the granaries directly after harvesting without disturbing the produce in any way until the Su Khwan Khao rite is performed, believing that this blessing ensures the security of their crop in the granaries. After the rite, the granaries are closed for three days before rice can be cooked and/or sold.

เครื่องเซ่นไหว้ในการทำพิธีสู่ขวัญข้าว ประกอบด้วย ของสวยงามที่พระแม่โพสพชื่นชอบ เช่น หวี แป้ง กระจก ผ้าชิ้น ผ่าสไบ อาหารคาวหวาน พานบายศรี ไช้ต้ม ข้าวต้มมัด เป็นต้น



ด้วยศรัทธา
แห่งพระพุทธศาสนา
จากชั้น ๕
มาสู่ ๕ สีฟ้าทอจก
ฟ้าทอลาวครั้งกุดจอก

With strong faith
in Buddhism, from Khandha
– Aggregates 5 to 5 colours
for chok weaving



ผ้าทอลาวครั้งกุดจอก

ฝีมือทอจก ผ้าลายขิด และผ้ามัดหมี่ของชาวลาวครั้งกุดจอกเป็นที่เลื่องลือมาแต่ครั้งอดีตที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเอกลักษณ์ของผ้าจกลาวครั้งกุดจอกจะใช้เพียง ๕ สีเท่านั้น โดย ๕ สีนี้จะมาจากความเชื่อเรื่องขันธ์ ๕ และเป็นสีที่ทำมาจากธรรมชาติ นั่นคือ สีเหลือง มาจากขมิ้น สีดำ มาจากลูกมะเกลือ สีคราม มาจากต้นคราม สีเขียว มาจากสีครามเจือขมิ้น และสีแดง มาจากครั่ง

Woven cloths of Lao Khrang Kut Chok

The weaving skills of Lao Khrang Kut Chok, as seen in chok-embroidered, khit-patterned, and matmee cloths, were inherited from past generations and have long been renowned. The chok-embroidered cloth of Lao Khrang Kut Chok features 5 colours only based on the people's belief in *Khandha* or Aggregates 5 in Buddhism, all obtained from nature. The colours are *yellow* from turmeric, *black* from ebony tree fruits, *indigo* from the indigo plant, *green* from indigo mixed with turmeric, and *red* from lac.

ความแตกต่าง ระหว่างการทอจกและการทอลายขิด

The difference between chok-embroidered pattern and khit pattern weaving

การทอจก

“จก” แปลว่า เกาะ ล้วง ควก

“จก” เป็นเทคนิคการทอผ้าเพื่อให้เกิดลวดลายต่างๆ ด้วยวิธีการเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษสอดขึ้นลงบนผืนผ้าขณะทอ

“จก” ใช้ความประณีตสูงและใช้เวลาในการทอนาน การทอจกจึงมักทอเป็นผืนผ้าหน้าแคบเพื่อใช้ตกแต่งมากกว่าที่จะทอเป็นเครื่องนุ่งห่ม เช่น การทอเป็นเชิงผ้าจีนเรียกว่า “ซินตินจก”

วิธีการทอผ้าจก คือใช้ไม้ถ่างเส้นด้ายให้ผู้ทอเห็นเป็นช่อง เพื่อสอดด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วงๆซึ่งจะทำให้เกิดเป็นลวดลาย สามารถทอสลัปสีได้หลากหลาย



Chok weaving

Chok means to scratch, to fish out, or to pick up. Chok weaving is a cloth weaving technique that produces various patterns as woven embroidery by the insertion of special wefts through the warp yarns while weaving, and is very time-consuming and detailed work. As a result, chok is produced in narrow strips for decoration purposes, rather than as cloth for garment-making, being used normally as *sin*, a border of a long skirt, a chok-embroidered bordered skirt being known as *sin tin chok*.

Chok weaving sticks are used to spread the warp yarns, so that the weaver can easily insert special wefts at intervals according to the design, making woven-in patterns, often with different shades of weft used to make the pattern colourful.

การทอลายขิด

“ขิด” แปลว่า สะกิด เขี่ย

“ขิด” เป็นเทคนิคการทอผ้าที่เป็นการใช้เส้นด้ายพุ่งพิเศษเพียงสีเดียว

“ขิด” ใช้ความประณีตเช่นเดียวกับการทอจก แต่จะใช้เวลาเร็วกว่า เพราะมีลวดลายที่ไม่ซับซ้อนและมีเพียงสีเดียว

วิธีการทอผ้าลายขิด คือใช้ไม้ขิด (สะกิด) ด้ายเส้นพุ่งไปตามแนวเส้นยืนที่ถูกจัดซ้อนขึ้น โดยจังหวะของการสอดเส้นด้ายพุ่งมีความถี่ห่างไม่เท่ากัน ซึ่งจะทำให้เกิดลวดลายต่างๆ ส่วนลักษณะเฉพาะของผ้าทอลายขิดคือ ลายของเส้นพุ่งที่ขึ้นเป็นแนวสีเดียวกันตลอด

Khit pattern weaving

Khit means to scratch or to scrape with a stick. *Khit* pattern weaving is a cloth weaving technique using only one colour of inserted wefts. Like *chok* weaving, it is very detailed work but is not as time-consuming, as the patterns are not as complicated and are made in just one colour.

In *khit* weaving, a *khit* stick is used to scratch the weft along the warp yarns which are levered up. The insertion of the weft is uneven, resulting in various patterns made on the texture. The special characteristic of a *khit* cloth is the pattern made by the weft of the same colour throughout.



ลวดลายผ้า Cloth patterns

ขิดสิบเขียว (สิบช่องของสีเขียว)

Khit Sip sio (ten strips of green)



จกกาบ

Chok kap – petal



จกดอกแก้ว

Chok dok kaeo – orange jasmine



จกดอกแก้วครึ่งหน่วย

Chok dok kaeo khrueng nuai – half an orange jasmine



จกคองช่อ

Chok khong cho – flower bouquet



ลวดลายผ้า Cloth patterns

มัดหมี่สำรวจเครือดำ

Matmee Samruat khrua dam



มัดหมี่ขอ

Matmee Kho – hook



มัดหมี่ตุ้ม

Matmee Tum – pendulum



มัดหมี่น้อย

Matmee Noi – minor



มัดหมี่สะภา (เรือสำเภา)

Matmee Saphao – junk matmee



การแต่งกาย ของชาวลาวครั้ง...จากอดีตสู่ปัจจุบัน

การแต่งกายของชาวลาวครั้งในอดีต เป็นการแต่งกายตามชนชั้นการปกครอง มีการลดหลั่นตามลำดับเพื่อบ่งบอกตำแหน่ง ยศฐา และฐานะ ในปัจจุบันอาจมีเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แต่ยังคงอนุรักษ์วิถีดั้งเดิมไว้ เช่น ยังมีการทอผ้าขึ้นตีนจกไว้นุ่ง ผู้แต่่าผู้แก่ห่มผ้าเบี่ยงโต่ง (ผ้าสไบ) เวลาเข้าวัด เป็นต้น

ในสมัยโบราณ ขุนนางลาวระดับนายกองและภรรยาล้วนสวมผ้าทอจาก นายกองจะนุ่งโจงกระเบนไหมมัดหมี่ เสื้อคอตั้งแขนยาวผ้าไหม คาดเอาด้วยผ้าจกพื้นเมืองพร้อมเครื่องประดับยศ พกอาวุธประจำตำแหน่ง ไม่สวมรองเท้า ใส่กำไลข้อเท้า ทำด้วยเงิน ส่วนภรยานุ่งผ้าขึ้นไหมมัดหมี่ตีนจก เสื้อคอตั้งแขนยาวผ้าไหม ห่มสไบเบี่ยงผ้าจก เก้ามวยทัดดอกจำปาลาว สีขาว (ดอกสีลาวตี) ใส่เครื่องประดับเงิน ทอง หรือนาค ถือตะกร้าจกสานหวายไม้ไผ่ ภายในบรรจุของส่วนตัว เช่น เงิน และหมากพลู เป็นต้น

สำหรับหนุ่มสาวชาวลาวครั้ง ฝ่ายชายจะนุ่งผ้าโจงกระเบน สวมเสื้อแขนยาว คอตั้ง นิยมทั้งไหมและฝ้ายสีสันสดใส ย้อมขมิ้น ใส่กำไลเงินที่ข้อเท้า ส่วนฝ่ายหญิงนุ่งผ้าขึ้นไหมมัดหมี่ ตีนจกแดง เสื้อแขนยาวหรือแขนกระบอกคอตั้ง ผ้าไหมหรือผ้าฝ้ายสีสันสดใส ลักษณะการแต่งกายนี้ สามารถใช้เป็นชุดแต่งงานสำหรับคู่บ่าวสาวได้ด้วย



Dressing style of the Lao Khvang...from past to present

No matter how long the time has passed, the life of the Lao Khvang people still revolves around the time-honoured chok-embroidered cloth. In the past, the medium-ranked Lao courtiers wore long matmee silk shirt with the end gathered and pulled up between the legs; silk shirt with raised collar and long sleeves, tied at the waist with locally woven embroidered strips of cloth; military decorations and weapons; no shoes, silver anklets are worn instead. The wives were usually dressed in long matmee silk with chok-embroidered bordered skirt; silk shirt with raised collar and long sleeves; elaborate chok bodice worn on one shoulder; hair worn up in a bun; white Champa Lao flower (frangipani) behind one ear; gold or alloy of gold, silver, and copper ornaments; rattan or bamboo woven basket containing personal belongings; such as, money and sets of betel nuts.

The young adults are dressed in a less formal style, in which the males wear long skirt with the end gathered and pulled up between the legs; long-sleeved shirt with raised collar made of silk or cotton and brightly dyed with turmeric; silver anklets. On the other hand, the females wear long matmee silk with red chok-embroidered bordered skirt; long or cylinder-sleeved shirt with raised collar made of silk or cotton in bright colours. These dressing styles can also be used by brides and grooms at weddings

The Lao Khvang people are proud of their tradition and the chok-embroidered cloth, and at the present time, the males and females go to work dressing formally in clothes made of lac red-dyed cloth complemented by chok-embroidered cloth.

การเดินทาง

ใช้เส้นทางภาคเหนือ สายเอเชีย (หมายเลข ๓๒) ถึงจังหวัดชัยนาท ขับต่อไปทางอำเภอวัดสิงห์-อำเภอหนองมะโมง สังเกตป้ายวัดศรีโสมสร หรือชุมชนวัฒนธรรมลาวครั้งกุดจอกอยู่ขวามือ
GPS N 15 16.799 E 099 54.351

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน Important Attractions in the Community



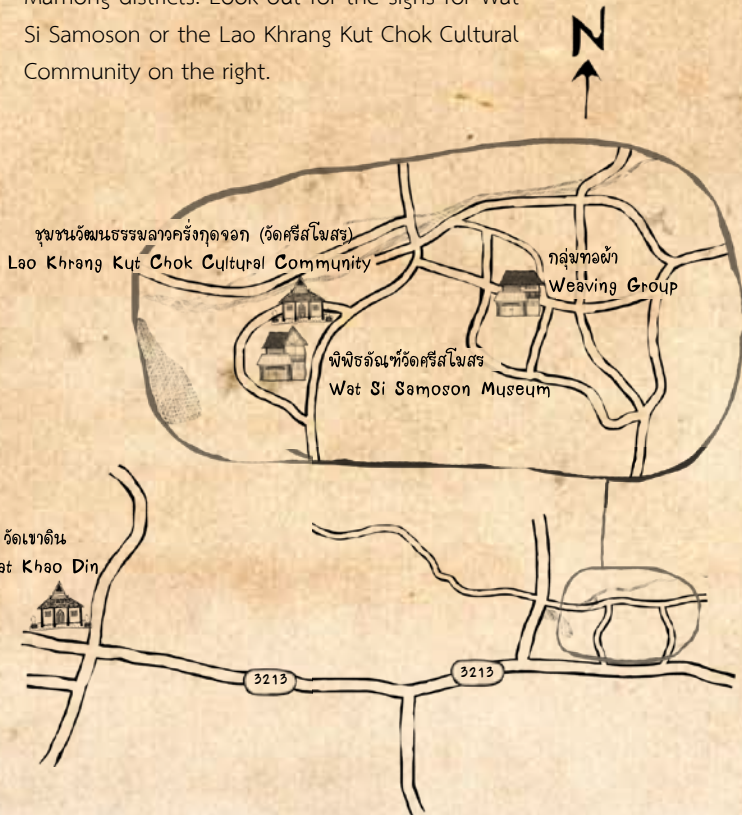
GPS N 15° 16.770' E 099° 52.080'

วัดเขาดิน

เมื่อ พ.ศ. ๒๔๖๐ ชาวลาวครั้งกุดจอกได้ขยายพื้นที่ทางการเกษตร และพบเนินเขาเตี้ยๆ จึงตั้งวัดที่ ๒ ของชุมชนขึ้นและใช้ชื่อว่า “วัดเขาดิน” บนยอดเขามีเจดีย์ใหญ่ สร้างครอบพระพุทธบาทจำลอง บริเวณเจดีย์มีทางเดินให้ชมทัศนียภาพสวยงาม

Travel Information

Follow the Asian Highway (No. 32) to Chai Nat province and take the route towards Wat Sing - Nong Mamong districts. Look out for the signs for Wat Si Samoson or the Lao Khrang Kut Chok Cultural Community on the right.



Wat Khao Din

In 1917, while searching for new agricultural land, residents of the Lao Khrang Kut Chok Community came across a low hill on which they established the second temple of the community, *Wat Khao Din*. A large pagoda on the hilltop was built over a replica of the holy footprint. A path around the pagoda allows visitors beautiful panoramic views of the area.



GPS N 15° 16.799' E 099° 54.351'

วัดศรีโสมสร

ในอดีตชาวบ้านได้พบซากโบสถ์เก่าบริเวณบึงกุดจอกที่เหลือเพียงฝาผนังและพระพุทธรูปทำด้วยศิลาแลง จึงเรียกพระพุทธรูปว่า “หลวงพ่อดิม” และได้บูรณปฏิสังขรณ์บริเวณวัด เป็นวัดแรกและวัดประจำชุมชนลาวครั้งกุดจอก ภายในวัดมีพิพิธภัณฑ์ลาวครั้ง จัดแสดงข้อมูลทางประวัติศาสตร์และโบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์จะเปิดให้ชมเฉพาะผู้ที่นัดหมายล่วงหน้าเท่านั้น หากต้องการเข้าชม กรุณาติดต่อที่โทร. ๐๘ ๓๓๓๐ ๙๗๔๔

Wat Si Samoson

Early settlers found ruins of an ancient ordination hall around Kut Chok marsh, with only some parts of the walls and a Buddha image made of laterite remaining. They called the Buddha *Luangpho Doem* and renovated the building as their first temple of the Lao Khrang Kut Chok Community. Within the temple is the Lao Khrang Museum, with displays of historical records and archaeological objects. The Museum is only open to those making appointments in advance. For an appointment, please contact Tel. +668 3330 9744.

สิ่งอำนวยความสะดวก

โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

Facilities

Home-stay, food, and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี

Travel season: All year round.

ติดต่อชุมชนวัฒนธรรมลาวครั้งกุดจอก

Contact the Lao Khrang Kut Chok Cultural Community

โทร. (Tel.) +668 3330 9744, +669 0207 6319

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

For more information

• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี
Tourism Authority of Thailand, Suphan Buri Office
โทร. (Tel.) +66 3552 5863-4, +66 3553 5867, +66 3552 5880

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน

Emergency Lines

- ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police โทร. (Tel.) 1155
- ตำรวจทางหลวง Highway Police โทร. (Tel.) 1193
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดชัยนาท Chai Nat Provincial Police Station โทร. (Tel.) +66 5641 1354, +66 5641 1734
- โรงพยาบาลชัยนาทนเรนทร Chainat Narenthorn Hospital โทร. (Tel.) +66 5641 1055



เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชุมชน
กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเชี่ยว จ.ตราด
Visit Community and Friends
Ban Nam Chiao Ecotourism Community, Trat



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ (อัตโนมัติ ๑๒๐ คู่สาย)
โทรสาร ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๑๑ (อัตโนมัติ ๒ คู่สาย)
อีเมล: center@tat.or.th
เว็บไซต์: www.tourismthailand.org

Tourism Authority of Thailand
1600 Phetchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel.: +66 (2) 250 5500 (120 automatic lines)
Fax.: +66 (2) 250 5511 (2 automatic lines)
Email: center@tat.or.th
Website: www.tourismthailand.org

นลรักประเทศไทย

amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org



กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด
เที่ยวละเลียดชุมชนริมคลองน้ำเชี่ยว

๒ ศาสนา ๓ วัฒนธรรม
สัมผัสความสงบงาม “สองวิถีที่เป็นหนึ่ง”

Ban Nam Chiao Ecotourism Community, Trat

A leisurely tour of a community of two faiths and three cultures straddling Khlong Nam Chiao - experience the serenity of this diverse community that lives as one.





Tale from the banks of Khlong Nam Chiao

The story of the Ban Nam Chiao community of two faiths and three cultures originated on the banks of Khlong Nam Chiao, and its peaceful existence today is shown by the neighbourly locations of the Al Kubaro Mosque, Wat Nam Chiao, and Zhou Shi Cheng Shui Shrine.

Many years ago, Buddhist Siamese established their homes on the banks of Khlong Nam Chiao, and lived on fishing and farming. Later, as a result of maritime trade, Chinese merchants came and, upon seeing the fertile and peaceful land, many decided to settle down in the area. In the reign of King Rama III, the outbreak of the Annamese-Khmer War in Cambodia forced many Chams of Malay descent out of the country. Some sailed to Thailand and sought refuge at Khlong Nam Chiao, and the Siamese extended a warm welcome to the Muslim newcomers.

As a result, all three groups found themselves homes at Ban Nam Chiao, and it has developed into a highly respected settlement and an ecotourism community, earning itself the Kinnari Award of Outstanding Performance at the 2013 Thailand Tourism Awards. It has also been selected as one of the Creative Tourism Thailand groups by the Tourism Authority of Thailand (TAT).

เรื่องเล่า สองฝั่งคลองน้ำเขียว

บนสะพานปูนเล็กๆ ริมคลองน้ำเขียว หากจะย้อนกระแสน้ำเขียวแห่งกาลเวลาเพื่อรู้จักที่มาที่ไปของชุมชนที่ผู้คนต่างศาสนาอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ดังที่จะเห็นมัสยิดอัลกุบรอ วัดน้ำเขียว และศาลเจ้าเซ่งจื๊ยโจ้วซื่อ ตั้งอยู่ใกล้เคียงกันบนดินแดนเลียบบงฝั่งคลอง เรื่องราววิถี ๒ ศาสนา ๓ วัฒนธรรม จึงเริ่มต้นขึ้น...

ตั้งแต่โบราณกาล ชาวสยามในฐานะพุทธศาสนิกชน เข้ามาจับจองพื้นที่ริมคลองน้ำเขียว จังหวัดตราด เพื่ออยู่อาศัยทำการประมงและการเกษตร กระทั่งสยามเปิดประเทศให้มีการค้าขายทางเรือ ชาวจีนได้ไล่ล่าเข้ามาเพื่อค้าขาย เมื่อเห็นว่าประเทศไทยสงบสุขและอุดมสมบูรณ์จึงลงหลักปักฐานเสียทีนี้ เวลาล่วงเลยไปจนถึงสมัยรัชกาลที่ ๓ เกิดสงครามญวนขึ้นในเขมร แยกจามเชื้อสายมลายู จากประเทศกัมพูชาได้บรรทุกคนเต็มลำเรือ ๓ ลำมายังประเทศไทย และลำหนึ่งเดินทางมายังคลองน้ำเขียวแห่งนี้ ชาวสยามต้อนรับผู้มาเยือนอย่างมิตรไมตรี ชาวมุสลิมผู้มาใหม่จึงอยู่ร่วมกับชาวไทยพุทธและชาวจีนที่อาศัย ณ บ้านน้ำเขียวอย่างสงบสุข จวบจนปัจจุบัน ด้วยการเรียนรู้วัฒนธรรมเพื่อเคารพหลักทางศาสนาของกันและกัน ชาวไทยมุสลิมสามารถซื้อปลาและสินค้าอื่นๆ จากคนไทยพุทธได้ จนกลายเป็นชุมชน ๒ ศาสนา ๓ วัฒนธรรมในที่สุด

ด้วยวิถีชีวิตที่ต่างศาสนาแต่สามารถอยู่ร่วมกันเป็นหนึ่งได้อย่างสงบงาม ทำให้ชุมชนบ้านน้ำเขียวกลายเป็นชุมชนตัวอย่าง และได้พัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จนได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๖ และเป็นกลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกเป็นหนึ่งใน Creative Tourism จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย





เรือปลาทู มีปูได้อย่างไร

“A mackerel boat can't catch a crab”

สุภาชิตที่บ่งบอกถึงความซื่อสัตย์สุจริตของชาวบ้านน้ำเชี่ยว ด้วยพื้นที่ส่วนใหญ่ติดทะเล เข้าตรู่ก่อนตะวันขึ้น ชาวบ้านที่ทำประมงจะแล่นเรือไปวางเหยื่อล่อกุ้ง หอย ปู ปลา ซึ่งเรือที่ออกหาปลา ก็จะมีแต่ปลาอยู่บนเรือ จะไม่มีการไปละเมิดอวนอื่นๆ ที่มีกุ้ง หอย หรือปู จึงเป็นที่มาของคำพูดติดปากชาวบ้านน้ำเชี่ยวที่ว่า “เรือปลาทู มีปูได้อย่างไร” ลงมาเป็นชาวประมงมือใหม่สักครั้ง ด้วยการล่องเรือไป “เก็บหอย ปากเปิดด้วยเท้าเปล่า” เพียงยื่นเท้าลงไปไหนก็ได้หอยติดมาแล้ว หรือจะเยี่ยมชม “ศูนย์ศึกษารวมชาติป่าชายเลน” ที่มีเส้นทางศึกษารวมชาติทำให้เราเข้าใจระบบนิเวศป่าชายเลนอันอุดมสมบูรณ์ มีสิ่งมีชีวิตที่น่าสนใจหลายอย่างให้ศึกษา เช่น ปลาตีน ปู ลิง และนก อย่างลึกลับขึ้นไปบน “หอดูนก” เพื่อเฝ้าดูนกกว่า ๓๐ ชนิด และยังเป็นจุดชมวิวที่สามารถชมภูมิทัศน์ของบ้านน้ำเชี่ยวจากมุมสูงได้อย่างเต็มตา จากนั้นกลับสู่ฝั่งเพื่อชิมขนมดั้งเดิมกรอบสุรเฉพาะของที่นี่ มีการสาธิต “กวนตั้งเม” ให้ชิมกันสดๆ และบอกเคล็ดลับที่ทำให้ตั้งเมกรอบ คือหลังกวนเสร็จต้องยัดตั้งเมออกอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดเป็นโพรงอากาศภายในจนตั้งเมกรอบอร่อยต่างจากที่อื่นๆ

Before sunrise, villagers set out in their boats to lay bait for shrimp, mollusks, crab, or fish. Each boat only concentrates on one type of prey, shrimp boats on shrimp and so on - no one violates others' traps. This behaviour gave rise to a Ban Nam Chiao saying, “A mackerel boat can't catch a crab,” reflecting the honesty of the community and the respect that each has for others' catches.

At Ban Nam Chiao, you can experience the most basic form of fishing by walking barefoot in the mud and catching shellfish with your toes. There is also the chance to visit the *Mangrove Forest Study Centre* and walk the nature trails that give you an insight into the fertile mangrove ecosystem. Don't miss the opportunity to climb the *Bird Watchtower* to observe more than 30 bird species, and take a bird's-eye view of Ban Nam Chiao, before returning ashore to watch the production of and sample *Tang May*, a crispy caramel made to a recipe special to Ban Nam Chiao.

บันไดสองล้อเกี่ยวข้องกับ “เจ้าบ้านน้อย”

Biking with a young guide

ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวไม่ได้มองแค่วันนี้ แต่ยังสืบทอดภูมิปัญญาและความภาคภูมิใจไปสู่ลูกหลานรุ่นใหม่ เด็กๆ บ้านน้ำเชี่ยวจึงมีความรู้เกี่ยวกับชุมชนของตนเป็นอย่างดี สามารถพานักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ปั่นจักรยานเที่ยวชมรอบๆ หมู่บ้านด้วยกันอย่างสนุกสนาน เช่น วัดน้ำเชี่ยว เป็นวัดเก่าแก่ที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๕ เคยเสด็จมาประทับใน ร.ศ. ๑๓๐ หรือมัสยิดอัลกุบรอ มัสยิดแห่งแรกของภาคตะวันออกมีอายุกว่า ๒๐๐ ปี สร้างโดยชาวมุสลิมที่อพยพเข้ามาในสมัย ร. ๓ เป็นต้น

Ban Nam Chiao Community looks to the future by encouraging an appreciation of local culture by the younger generation. The youngsters in Ban Nam Chiao are knowledgeable about their community and visitors can take a guided tour with children to Wat Nam Chiao and Al Kubaro Mosque on bicycles in an informal and enjoyable way.



เที่ยวให้ทั่วทั้งชุมชน Visiting the entire community

ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวแบ่งเป็น ๔ หมู่ แต่ละหมู่จะมีเอกลักษณ์พิเศษของตนเอง ดังนี้

- หมู่ที่ ๑ ทำการประมง ท่องเที่ยว และผลิตภัณฑงอบ เป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ
- หมู่ที่ ๒ ทำการค้าขาย ตั้งอยู่บริเวณข้างโรงเรียนวัดน้ำเชี่ยว
- หมู่ที่ ๓ ทำการค้าขายและมีโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวมาพัก
- หมู่ที่ ๔ ทำการเกษตรเพราะอยู่ติดกับสวนผลไม้และสวนยาง

Ban Nam Chiao Community consists of 4 villages. Each has its own special characteristics:

- Village 1: Fishery, tourism, and woven hat production.
- Village 2: Commercial area situated next to Wat Nam Chiao School.
- Village 3: Commercial area with home-stay services for visitors.
- Village 4: Agricultural area located next to fruit orchards and rubber plantations.





ใบจาก คุ้มเป็นหลังคาบ้านได้
ใยเลยจะคุ้มแดดคุ้มฝนให้คนไม่ได้

Roofs made of atap palm leaves protect houses from the rain and sun, so why not use them to protect humans from the rain and sun also?

จากหมวกไม้ไผ่ของอาแปะ มาอยู่เมืองไทยกลายเป็นจอบใบจาก

ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว นอกจากจะโด่งดังในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แล้ว ยังมีชื่อเสียงในการผลิตจอบเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ จอบบ้านน้ำเชี่ยวนั้นมีความเป็นมาที่น่าสนใจ คือ สมัยโบราณชาวจีนเข้ามาติดต่อค้าขาย อาแปะทั้งหลายได้ใส่หมวกทรงสูง ชาวบ้านน้ำเชี่ยวเห็นว่าเป็นกันแดดกันฝนได้ดี ด้วยภูมิปัญญาและไหวพริบ จึงประยุกต์เอาใบจากที่เติบโตหนาแน่นอยู่ริมคลองมาลองทำดูบ้าง ซึ่งใบจากมีคุณสมบัติพิเศษคือทนทานและไม่เป็นเชื้อรา ผลคือจอบที่ชาวบ้านประยุกต์ขึ้นมานั้น สามารถใช้งานได้ อย่างทนแดดทนฝนเกินคาด

มาถึงบ้านน้ำเชี่ยวทั้งที อย่าลืมลองसानจอบน้ำเชี่ยวที่โด่งดังกันดูสักครั้ง คุณยายอายุกว่า ๗๐ ปี ผู้เชี่ยวชาญการสานจอบจะมาสอนทีละขั้นตอนแบบกรุ

From grandpa's bamboo hat in China to an atap palm leaf hat in Thailand

Ban Nam Chiao Community is renowned as an ecotourism site, but it is also a significant production site of atap palm leaf hats (in Thai known as *ngop*), an important OTOP merchandise. The hat originated from the lampshade bamboo hat worn by Chinese traders in the past. Residents of Ban Nam Chiao found the hat effective in protecting the wearer from the sun and rain, and with their knowledge, adapted it by using leaves of atap palms that grow abundantly by the canal. The leaves are durable and resistant to fungi. The *ngop* of Ban Nam Chiao has proved to be better protection and more practical than was initially expected.

Once you are in Ban Nam Chiao, don't miss the opportunity to try your hand at weaving the famous hat. A grandmother in her 70s, who is an expert hat-weaver, is available to give you step-by-step instructions.

อุปกรณ์การทำจอบ Tools for making an atap palm leaf hat



สุดยอดนักออกแบบ **จอบ** ต้องชาวบ้านน้ำเชี่ยว

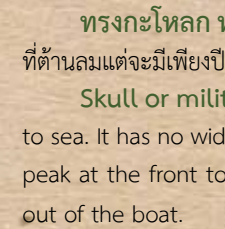
Creative and practical designers of atap palm leaf hats

Atap palm leaf hats of Ban Nam Chiao come in different styles to serve different functions.



ทรงกระดองเต่า: เหมาะสำหรับชาวนา เพราะจอบทรงสี่เหลี่ยมเว้าด้านบนนี้ เวลาฝนตก น้ำฝนจะไหลลงบริเวณปลายเหลี่ยมลงสู่ท้องนา แถมเวลาดำกล้า เรียงเป็นแถวหน้ากระดาน ขอบหมวกจะไม่ชนกัน ส่วนเว้าโค้งด้านบนเพื่อให้เห็นท้องฟ้าและต้นข้าวตรงหน้าได้ชัดเจน

Turtle shell style: This design is suitable for rice farmers. The shape of its rim drains any rainwater downwards and provides a clear view forward when planting.



ทรงกะโหลก หรือทรงหมวกทหาร: เหมาะกับชาวประมงออกทะเล เพราะทรงนี้ไม่มีปีกกว้างที่ด้านลมแต่จะมีเพียงปีกเล็กๆ ด้านหน้าสำหรับกันแดดแยงตา ที่สำคัญเวลาน้ำเข้าเรือยังใช้วิดน้ำออกได้อีก

Skull or military helmet style: This style is appropriate to use by fishermen going to sea. It has no wide brims that prevent it being caught by the wind, and has only a small peak at the front to protect the wearer against glare. It can also be used to scoop water out of the boat.



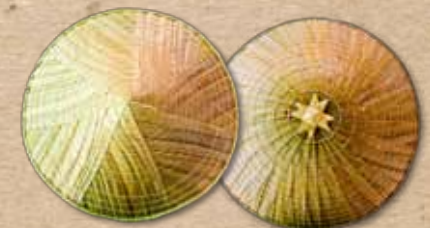
ทรงสมเด็จ: เหมาะกับชาวสวนเช่นกัน เป็นหมวกปีกกว้าง ทรงกลมมีรอยหยัก แต่ยอดไม่แหลม เดิมชื่อ “ทรงนเรศวร” แต่ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น “ทรงสมเด็จ” เพื่อถวายแด่สมเด็จพระเจ้าฟ้าง้าว เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ครั้งที่เสด็จมาเยือนบ้านน้ำเชี่ยวที่งานกาชาด ถือเป็นพระกรุณาธิคุณต่อชาวบ้านน้ำเชี่ยวยิ่งนัก

Somdet style: This design is also suitable for field workers. It is a circular, wide-brimmed hat, but not pointed at the top. It was formerly known as the *Naresuan style*, but the name was changed to the *Somdet style* in honour of Her Royal Highness Princess Galyani Vadhana, Krommaluang Naradhiwas Rajanagarindra when she visited the Ban Nam Chiao booth at the Red Cross Fair.



ทรงยอดแหลม และทรงกะทะคว่ำ: เหมาะสำหรับชาวสวน เพราะช่วยกันแดด กันฝน และกันกิ่งไม้ได้อย่างดี

Pointed top style and inverted wok style: These styles are suitable for people working in the fields, as they provide good protection against the sun, rain, and tree branches.



การเดินทาง Travel Information

จากถนนทางหลวงสายตราด-แหลมฉบัง (หมายเลข ๓๑๔๘) ตรงมาเรื่อยๆ จะผ่านกลางชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เจอสะพานข้ามคลองน้ำเชี่ยว ชุมชนจะอยู่เลียบตลอดสองฝั่งคลอง

Take the Trat - Laem Ngop Highway (No. 3148) and go straight through the Ban Nam Chiao Community by a bridge over Khlong Nam Chiao. The Community straddles both banks of the canal.

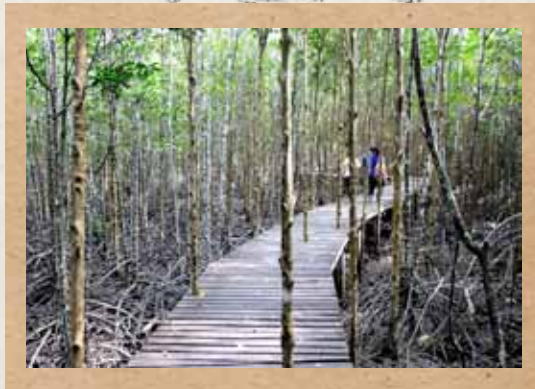
GPS N12° 11.462' E102° 27.613'



แหล่งท่องเที่ยว ใกล้เคียง Nearby Attractions

ศูนย์การเรียนรู้และศึกษาระบบนิเวศหาดทรายดำ
ตั้งอยู่ที่หมู่ ๖ ตำบลแหลมฉบัง เป็นหาดทรายดำ ๑ ใน ๕ แห่งของโลก หาดทรายแห่งนี้มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ตลอดเส้นทางมีพันธุ์ไม้ชายเลนนานาชนิดพร้อมป้ายชื่อ และยังสามารถรู้จักนกชนิดต่างๆ ปลาตีน ปูก้ามดาบ เป็นต้น

Hat Sai Dam Ecosystem Learning Centre
Located at Mu 6 in Tambon Laem Ngop, the Hat Sai Dam Ecosystem Learning Centre features one of the world's five black sand beaches. The nature trail at the centre is endowed with several mangrove species with name tags, a variety of birds, as well as mudskippers and fiddler crabs.



Ko Chang Yutthanawi Memorial

Situated by the Laem Ngop Beach, Ko Chang Yutthanawi Memorial was built to commemorate the Franco-Thai naval battle in 1941. Within the Memorial area is the Statue of Krommaluang Chumphon Khet Udomsak, who is the father of Thai Navy, as well as the warship-shaped museum displaying Krommaluang Chumphon Khet Udomsak's royal biography and the historical evidences of the naval battle.

อนุสรณ์สถานวันวีรกรรมทหารเรือไทยในยุทธนาวีที่เกาะช้าง

จัดสร้างขึ้นบริเวณชายทะเลแหลมฉบัง มีอนุสาวรีย์กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ผันพระพักตร์ไปยังบริเวณยุทธนาวีเกาะช้าง มีการจัดบริเวณและอาคารพิพิธภัณฑ์คล้ายเรือรบ ด้านในพิพิธภัณฑ์ได้จัดแสดงข้อมูลพระราชประวัติของกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ฯ และประวัติการสู้รบของกองทัพเรือไทยกับกองกำลังเรือรบของฝรั่งเศส

สิ่งอำนวยความสะดวก
โฮมสเตย์ ที่พัก อาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

Facilities
Home-stay, food, and souvenir shops are available.

ฤดูกาลท่องเที่ยว ตลอดทั้งปี
Travel season: All year round.

ติดต่อกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านน้ำเชี่ยว
Contact the Ban Nam Chiao Ecotourism Group
โทร. (Tel.) +66 8 4892 5374

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม
For more information
• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตราด
Tourism Authority of Thailand, Trat Office
โทร. (Tel.) +66 3959 7259-60

หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน
Emergency Lines

- ตำรวจท่องเที่ยว Tourist Police โทร. (Tel.) 1155
- ตำรวจทางหลวง Highway Police โทร. (Tel.) 1193
- สถานีตำรวจภูธรจังหวัดตราด Trat Provincial Police Station โทร. (Tel.) +66 3951 1450
- โรงพยาบาลตราด Trat Hospital โทร. (Tel.) +66 3951 1040

English-French CBT Brochures



DÉCOUVREZ LA VIE LOCALE ET SES COMMUNAUTÉS

Communauté de Ban Na Ton Chan,
Sukhothai

Visit Community & Friends
Ban Na Ton Chan Community, Sukhothai



Communauté de Ban Na Ton Chan, Sukhothai

Une communauté fortement attachée aux croyances populaires et un mode de vie autosuffisant à l'ombre des Chan, de majestueux arbres.

Ban Na Ton Chan

A community strongly bonded to folk wisdom and a sufficiency lifestyle in the shade of majestic chan trees.

Ban Na Ton Chan Community, Sukhothai





Un petit village de pionniers plein de sagesse

Il y a deux siècles, quatre familles de Yonok à Chiang Saen (province de Chiang Rai) traversèrent les montagnes à la recherche d'un nouvel endroit pour s'établir. Au même moment, trois familles de Laplae (province d'Uttaradit) entamaient la même démarche. Les deux groupes aboutirent finalement dans la même zone, cernée d'arbres à feuilles caduques et dominée par une colline. Ils furent émerveillés par les arbres en fleurs appelés Ton Chan ou Kraphi Chan (*Milletia brandisiana* Kurz) qui s'épanouissaient dans une nature sauvage. Ils décidèrent de s'installer là et baptisèrent le lieu Ban Na Ton Chan.

Depuis cet humble début, la communauté de Ban Na Ton Chan s'est développée et compte désormais 370 foyers. Les habitants vivent en bonne entente, comme une immense famille, s'entraidant et partageant tous ensemble un mode de vie autosuffisant. Ils se lèvent tôt le matin pour offrir de la nourriture aux bonzes avant de se rendre dans leurs fermes pour récolter les fruits et légumes nécessaires à leur consommation, tout excédent étant vendu au marché.

Ils tissent eux-mêmes leurs tissus et leurs vêtements et ont un style de vie traditionnel unique impliquant l'alimentation et les croyances. Ban Na Ton Chan est par ailleurs le berceau d'un textile imbibé de boue particulièrement renommé. Hérité de la sagesse antique mais pour autant approprié à la vie moderne, ce textile est devenu un produit phare qui entretient la quasi totalité de la communauté.





A small town of wise innovators

Two centuries ago, four families from Yonok in Chiang Saen, Chiang Rai province, crossed the mountains in search of a new place to settle. At the same time, three families from Laplae in Uttaradit province also started their search for a fresh place to live. Both groups arrived at the same area covered by deciduous trees dominated by a hill. The new settlers were captivated by the flowering trees, Ton Chan or Kraphi Chan (*Millettia brandisiana Kurz*), flourishing in the wild, and they decided to make this place their new home, calling it *Ban Na Ton Chan* after the trees.

From this humble beginning, the Ban Na Ton Chan Community has grown to include 370 households. Residents live amicably as an extended family, helping and sharing with one another and leading a true sufficiency lifestyle. They get up early in the morning to offer food to the monks before going to their farms to pick fruit and vegetables for their own consumption, with any excess being sold at the market.



The locals weave their own fabric, make their own clothes, and have a unique traditional lifestyle involving foods and beliefs. Ban Na Ton Chan is the birthplace and well-known for mud-soaked textile. Originating from ancient wisdom but at the same time appropriate for modern life, the textile has become a major product that supports almost the entire community.



Petite histoire des jupes paysannes tâchées de boue

Une vieille dame nous a raconté que les femmes de la communauté, lorsqu'elles se rendaient dans les rizières, portaient de longues jupes dont le bas se tâchait toujours de boue. Quand elles rentraient à la maison, elles les lavaient et les mettaient à sécher. A leur grande surprise, elles s'aperçurent que les parties d'étoffe qui avaient été souillées devenaient plus douces au toucher et se coloraient de tons sobres plutôt plaisants. Suite à cette découverte, des pièces entières de tissus furent imbibées de boue, ce qui déboucha plus tard sur la production du fameux textile si particulier.

Intéressant à savoir

Une explication plausible des qualités de ce textile : l'importante teneur en fer de la boue pénètre le tissu et détend les fibres en les ramollissant, ainsi la texture devient plus douce et les vêtements s'avèrent être adaptés à toutes les températures. Cette étoffe accepte aussi parfaitement les teintures.

Tale of the mud-stained peasants' skirts

An old lady told us that the women of the community always went out to work in the rice fields in their long skirts, the bottoms of which became soaked in mud. When they returned home, they washed their skirts and put them up to dry. To their surprise, the mud-stained parts became soft to the touch and acquired subdued coloured tones that the women found attractive. After this discovery, entire pieces of cloth were soaked in mud, leading to the production of the famous mud-soaked textile.

Interesting info

A plausible explanation of the qualities of the mud-soaked textile is that the iron content in the mud penetrates the cloth, extending the fibres and thus softening the texture, making it suitable to wear on hot and cold days. The cloth also readily accepts dyes.

1988

21 tisseurs se regroupent en coopérative afin de lever des fonds pour leurs champs de maïs. En 1994, la coopérative compte 50 membres et reçoit l'appui de diverses organisations.

Twenty-one weavers formed a group to raise funds for their corn plantations and in 1994, membership increased to 50, with support pouring in from various organisations.

Chronologie de l'apparition du textile imbibé de boue

La production de la fameuse étoffe dans sa facture actuelle, est liée à une longue histoire et repose sur la solide détermination de la communauté Ban Na Ton Chan.

How the mud-soaked textile came to life

Production of the mud-soaked textile, as it is seen today, has undergone a long journey that has depended on the strength of the united Ban Na Ton Chan Community.

2004

La production officielle du textile imbibé de boue commence et se développe dans le cadre du tourisme communautaire à Ban Na Ton Chan.

The formal production of mud-soaked textile started and was developed into Community-based Tourism at Ban Na Ton Chan.

2007

Le développement s'attache à des produits finis plus modernes adaptés à la vie actuelle.

The mud-soaked textile was further developed and made into modern finished products suitable for today's lifestyle.

2012

La communauté remporte la Médaille d'or 2012 de la « Pacific Asia Travel Association » (PATA) dans la catégorie Culture et Patrimoine.

The community won the Pacific Asia Travel Association (PATA) Gold Award 2012 in the Heritage and culture category”



2013

La communauté remporte le prix de « Performance Exceptionnelle » lors des « Thailand Tourism Awards » décernés par l'Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT).

The community won the Award of Outstanding Performance at the Thailand Tourism Awards 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).



Avant trempage dans la boue

Le tissu de couleurs vives est rude au toucher.

Before soaking in mud, the cloth is brightly coloured and coarse to the touch.

Comment obtenir une belle pièce de tissu imbibé de boue

To obtain a fine piece of mud-soaked textile

Après trempage dans la boue

Le tissu a terni et il est doux au toucher. Il est prêt pour la confection de vêtements.

After soaking in mud, the cloth is not so bright and is soft to the touch, suitable in the manufacture of garments.



Teinture des fils de cotons
Dyeing the cotton yarns

Les étapes de la fabrication du textile imbibé de boue

1. Teindre les fils de coton et les passer dans la boue.
2. Transformer les fils en tissu sur un métier à tisser.
3. Faire tremper le tissu dans la boue toute une nuit. La boue provient de différents endroits (marais, étangs, fossés...) pour obtenir une variété de tons.
4. Laver le tissu.
5. Le teindre avec des colorants naturels jusqu'à obtention du ton souhaité.
6. Laver le tissu après la teinture.
7. Le faire sécher à l'ombre.
8. Le repasser
9. Confectionner les produits finis.

Steps in making the mud-soaked textile

1. Dyeing the cotton yarns and spinning them in mud.
2. Weaving the yarns into cloth on the loom.
3. Soaking the woven cloth in mud overnight. The mud is taken from different places; such as, marshes, ponds, and ditches, to provide a variety of tones.
4. Washing the cloth.
5. Dyeing the cloth with natural dyes to produce the required tones.
6. Washing the cloth after dyeing.
7. Drying the cloth in the shade.
8. Ironing the cloth.
9. Making the finished products.



Imprégnation de boue
Mud-soaked



Teinture avec des colorants naturels
Dyeing the cloth with natural dyes

Les pigments naturels

Pigments from nature

Les différents tons qui colorent les textiles imbibés de boue proviennent de matières naturelles facilement accessibles.

Various tones seen on the mud-soaked textile come from natural, easily-accessible materials:



Feuille de manguiier
Vert intense
Mango leaf
Deep green



Feuille de Chan
Vert clair
Chan leaf
Light green



Feuille de margousier
Vieux rose
Neem tree leaf
Old rose

Feuille d'amande tropicale
Vert jaunâtre
Tropical almond leaf
Yellowish green



Noyau du jacquier
Jaune
Jackfruit tree core
Yellow



Peau de mangoustan
Pourpre
Mangosteen rind
Purple



Ecorce du margousier
Chocolat pâle
Neem tree bark
Pale chocolate



Fruit de l'ébène
Noir
Ebony tree fruit
Black



Bois de damocles
Jaune verdâtre
Damocles tree wood
Greenish yellow



Bois de sappan
Rougeâtre
Sappanwood
Reddish

Motifs Khit de Ban Na Ton Chan

Les motifs Khit sont tissés avec des fils teints spécifiques. Dans la communauté de Ban Na Ton Chan, il existe plus de 40 motifs différents. Par exemple :

Khit pattern of Ban Na Ton Chan

Khit pattern is a woven pattern with specific dyed yarns. At Ban Na Ton Chan, there are over 50 khit patterns; for example,



Fleur des bois
Bullet wood flower



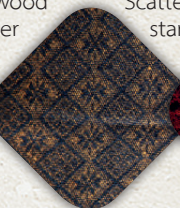
Etoiles filantes
Scattering stars



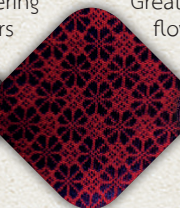
Grande fleur de lotus
Great lotus flower



Fleur de mamméa et poivre
Mammea flower mixed with peppercorn



Fleur de mamméa et yeux de crabes
Mammea flower mixed with crab's eye vine seed



Fleur de trèfle d'eau
Peppercorn flower



Fleur de jasmin orangé
Orange jasmine flower

Paniers en bambou pour fruits et légumes

A part le tissage pour un usage personnel, les villageois qui sont aussi des fermiers, ont développé un habile savoir-faire dans le tressage de Kheng, des paniers en bambou, ronds et ouverts, pour transporter leurs productions. Les ouvrages varient toutefois selon les saisons et les produits récoltés. La solidité de la partie externe du bois de bambou est utilisée pour le transport des fruits lourds comme le mangoustan ou le durian. La fibre interne du bambou sert pour les récoltes de légumes et de fruits délicats (choux, sapotille...).



Bamboo container for fruits and vegetables

Apart from weaving cloth for their own use, villagers who are farmers have also developed wisdom and skills in weaving *Kheng*, a round, open, bamboo work basket to carry their produce. The woven container, however, differs according to the seasons and the produce to be harvested. Outer bamboo skin is used because of its durability for heavy fruits; such as, mangosteen and durian, while mixed skin and pulp baskets are woven for the harvest of vegetables, like cabbages, and more delicate fruits; such as, sapotilla.



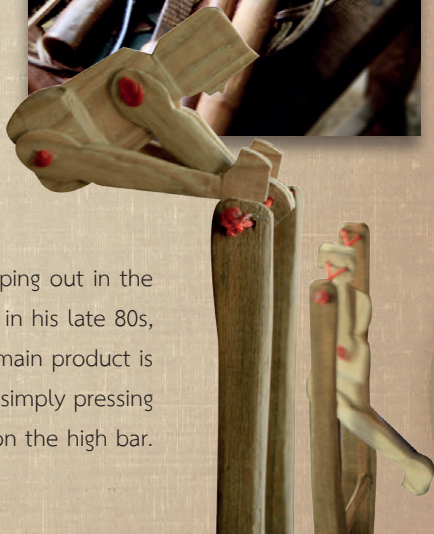


« La poupée qui se balance » de l'ingénieur Khun Wong

Grand-père Wong Saopan raconte que lorsqu'il était enfant, en dehors de son travail dans les rizières et les plantations, il aimait se balancer accroché à une haute barre fixe. Aujourd'hui, âgé de plus de 80 ans, il utilise ses talents de menuisier pour sculpter des animaux. Toutefois, son produit phare est la poupée qui se balance. Grâce à un mécanisme simple mais astucieux, par pression sur la partie inférieure de l'objet, la poupée se balance et tourne comme une gymnaste à la barre fixe. Les objets sculptés par Grand-père Wong Saopan sont la fierté de toute la communauté.

Grandpa Wong's balancing doll on a high bar

Grandpa Wong Saopan tells the story that, as a child, apart from helping out in the rice fields and plantations, he was fond of balancing on a high bar. Now, in his late 80s, he uses his woodworking skills to produce carved animals. However, his main product is the balancing doll on a high bar. Complete with a simple mechanism, by simply pressing the bottom of the handle, the doll rotates and balances like a gymnast on the high bar. His products are the pride of every resident of Ban Na Ton Chan.



Ne manquez pas le **Khao Poep** à Ban Na Ton Chan

Le Khao Poep est une délicieuse spécialité qui ne se mange qu'à Ban Na ton Chan. Dans un broyeur en pierre, le riz est transformé en farine blanche humide, filtrée à l'aide d'un tissu afin d'obtenir une épaisse crème de riz. Cette dernière est cuite en galette légèrement croustillante, de façon traditionnelle sur une marmite en ébullition recouverte d'un tissu blanc. Divers légumes sont ajoutés sur la galette qui est pliée et de nouveau cuite à la vapeur. Déposée dans un bol, elle est mouillée de soupe de porc. Le tout est coiffé d'un œuf cuit lui aussi à la vapeur.



Khao Poep

Don't miss **Khao Poep** at Ban Na Ton Chan

Khao Poep is an original delicacy only found at Ban Na Ton Chan. Rice is ground with a stone grinder into wet white flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream. The mixture is cooked into flat cakes over a boiling pot topped with a white cloth on a traditional stove. Various local vegetables are piled on and wrapped in the rice cakes and further steamed before being put into a bowl, daubed with hot pork soup, and finally topped with a steamed egg.

Another local delicacy is *Kuaytiao Bae* – spread noodle based on a thick white rice cream like Khao Poep. The mixture is spread in circles to dry and cut into strips. It is steamed along with prepared vegetables before serving in a bowl with braised pork, fried garlic, and crispy pork skin, complemented by a slice of lime, and eaten with hot pork soup.



Autre spécialité locale, le *Kuaytiao Bae* est à base de nouilles faites avec la même crème de riz blanc que le Khao Poep. Celle-ci est étalée en forme de cercle pour sécher puis découpée en lanières. Les nouilles ainsi obtenues sont cuites à la vapeur avec des légumes. Le tout est servi dans un bol avec du porc braisé, de l'ail frit et de la peau de porc bien croquante. Une tranche de citron vert et de la soupe de porc complètent le plat.



Kuaytiao Bae

Informations de voyage

Travel Information

A partir du Bureau du district de Si Satchanalai, suivre l'autoroute 102 (Si Satchanalai / Uttaradit) en direction d'Uttaradit vers l'est pendant 9 km. Ensuite, entrer dans le sous-district de Tambon Ban Tuek en prenant la route Mae Taphian Thong / Huai Tom. Continuer sur 11 km pour arriver à Ban Na Ton Chan.

From Si Satchanalai District Office, follow Highway No. 102 (Si Satchanalai-Uttaradit) eastward towards Uttaradit for a distance of 9 kilometres. Then take the turn into Tambon Ban Tuek on the Mae Taphian Thong-Huai Tom Road and travel 11 kilometres to Ban Na Ton Chan.

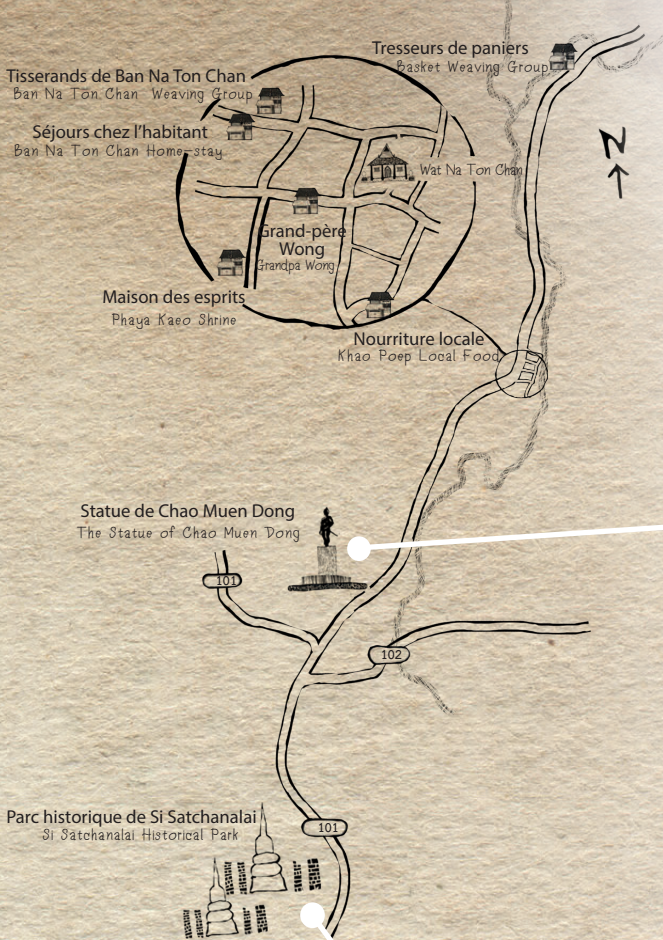
GPS $N17^{\circ} 37.257' E099^{\circ} 49.560'$

Attractions à proximité

Nearby Attractions

Parc historique de Si Satchanalai

Ce parc conserve l'environnement d'une ville historique, il abrite plus de 215 sites archéologiques dont 204 ont été restaurés, notamment le cimetière du temple Wat Chom Chuen et les anciens fours Sangkhalok. Le 12 décembre 1991, le parc historique de Si Satchanalai a été classé au Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO sous le nom de « Ville historique de Sukhothai et villes historiques associées ».



GPS $N17^{\circ} 25.544' E099^{\circ} 47.341'$

Si Satchanalai Historical Park

This park has preserved its landscape as a historic town, containing 215 archaeological sites, 204 of which have been surveyed and restored, including the cemetery of Wat Chom Chuen and ancient Sangkhalok kilns. On 12 December, 1991, Si Satchanalai Historical Park was registered by UNESCO under the name of *Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns*.



GPS N17° 35.668' E099° 48.388'

Installations / Facilities

Séjour chez l'habitant, restaurants et magasins de souvenirs sont disponibles.

Home-stay services, food and souvenir shops are available.

Meilleure période / Travel season

Toute l'année. All year round.

Contacter la communauté de Ban Na Ton Chan

Contact Ban Na Ton Chan Community

Tel. +668 9885 1639, +668 8495 7738

Pour plus d'informations / For more information

Bureau de Relations Publiques de la province de Sukhothai

Tel. +66 5561 2286

Bureau de la province de Sukhothai

Tel. +66 5561 1619

La statue de Chao Muen Dong

Chao muen Dong est le fondateur de la ville de Dong. Ses prouesses au combat et son savoir-faire pour dompter les éléphants de guerre ont bâti sa célébrité. Il fut exécuté en 1479 pour son honnêteté et sa loyauté envers le roi Tilokarat de Chiang Rai. Le peuple thaï lui rend hommage chaque année, les 18 et 19 avril.

The Statue of Chao Muen Dong

Chao Muen Dong was the founder of the town of Dong, renowned for his prowess in battle and expertise in controlling war elephants. He was executed in 1479 as a display of his honesty and loyalty to King Tilokarat of Chiang Rai. People pay tribute to him on 18 and 19 April every year.

Office National du Tourisme de Thaïlande, bureau de Sukhothai (Tourism Authority of Thailand, Sukhothai Office)

Tel. +66 5561 6228-9

Numéros d'urgence / Emergency Lines

Police touristique / Tourist Police

Tel. : 1155

Police des autoroutes / Highway Police

Tel. : 1193

Commissariat de police de Sukhothai

Sukhothai Provincial Police Station

Tel. +66 5561 3112

Hôpital de Si Satchanalai (Tambon Hat Siao) / Si Satchanalai (Tambon Hat Siao) Hospital

Tel. +66 5567 2977



Tourism Authority of Thailand (TAT)
1600 Petchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel : +66 (2) 250 5500
Fax : +66 (2) 250 5511
E-mail : center@tat.or.th
Website : www.tourismthailand.org

Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT Paris)
90, av. des Champs-Élysées
75008 Paris
Tél : +33 (0) 1 53 53 47 00
Fax : +33 (0) 1 45 63 78 88
Courriel : infosthaïlande@gmail.com
Site Internet : www.tourismethaifr.com

ททท ประเทศไทย

amazin
THAILAND
www.tourismthailand.org





DÉCOUVREZ LA VIE LOCALE ET SES COMMUNAUTÉS

Communauté de Ban Chiang,
Udon Thani

Visit Community and Friends
Ban Chiang Community, Udon Thani







Le peuple Tai Phuan s'accomplit dans l'amour
et la foi, entre sagesse populaire et
statut de patrimoine mondial de l'Unesco
Communauté de Ban Chiang, Udon Thani

The Tai Phuan people achieved folk wisdom
and World Heritage status with love and faith
Ban Chiang Community, Udon Thani



L'héritage Tai Phuan des habitants de Ban Chiang



En 1784, sous le règne du roi Nang Klao (Rama III), les habitants de Phuan dans la province de Xieng Khouang (dans l'actuel Laos), sur la rive est du Mékong, ont été transférés de l'autre côté du fleuve (dans l'actuelle Thaïlande) et se sont installés à différents endroits de ce qui est aujourd'hui la province d'Udon Thani. Instinctivement, les Tai Phuan se sont mis en quête d'un lieu qui servirait au mieux leur communauté, lui procurant terres fertiles et ressources nécessaires en eau. Ils ont trouvé ce qu'ils cherchaient dans un endroit appelé Ban Dong Phaeng et qui deviendrait plus tard Ban Chiang.



Ban Chiang residents have Tai Phuan heritage

In 1784, in the reign of King Nang Klao, Rama III, residents of Phuan in Xieng Khouang province (in present-day Lao People's Democratic Republic) on the east bank of the Mekong River were relocated to the west bank of the river (in present-day Thailand) and settled in various places in what is today Udon Thani province.

The Tai Phuan instinctively searched for a place that best served their community, looking for availability of water resources and fertile land. They found these in a place called *Ban Dong Phaeng*, later changed to *Ban Chiang*.





Céramiques peintes et décorées...

Messagères du passé

En 1957, dans le quartier du Wat Pho Si Nai (Tambon Ban Chiang, district de Nong Han, Udon Thani), Banlu Montripitak qui creusait des trous pour mettre en place les poteaux de sa maison, trouva des pots décorés en bon état et d'autres morceaux de céramiques. Il confia tous ces objets au directeur de l'école de Ban Chiang.

En 1966, un étudiant de l'Université d'Harvard, Stephen Young, venu à Ban Chiang pour étudier le mode de vie des habitants, vit ces céramiques. Certain de leur valeur, il les présenta à des experts archéologiques pour obtenir plus d'informations.



L'année d'après, la Division de l'Archéologie du ministère des Beaux-Arts entreprit des fouilles sérieuses qui aboutirent à la découverte de nombreuses pièces datant de 7 000 à 5 000 ans avant notre ère.

Depuis 1973, les fouilles n'ont jamais cessé et le Musée national de Ban Chiang a été créé.

En 1992, le site archéologique de Ban Chiang a été classé au Patrimoine mondial de l'Humanité par l'UNESCO, et le nom de Ban Chiang a été révélé au monde entier.

Patterned and painted ceramics...messages from the past



In 1957, Banlu Montripitak, a resident of Ban Chiang, was digging holes to set up house posts in the neighbourhood of Wat Pho Si Nai, Tambon Ban Chiang, Nong Han district of Udon Thani. Banlu found painted pots in good condition, and sherds of other ceramic containers. He collected the objects and gave them to the headmaster of the Ban Chiang School.

In 1966, a student from Harvard University, Stephen Young, came to study the way of life of the residents of Ban Chiang and, in his work, came across some of the ceramics. He recognised their value and presented them to archaeological experts for further investigation.

In 1967, the Division of Archaeology of the Fine Arts Department started serious excavations in the area leading to the discovery of much archaeological evidence dating back 7,000 to 5,000 years.

Since 1973, there had been continued archaeological excavations at the site and the establishment of the Ban Chiang National Museum.

In 1992, the Ban Chiang Archaeological Site was listed as a UNESCO World Heritage Site in Culture, and the name of Ban Chiang became known throughout the world.

Les poteries à travers les âges

Pottery tells of periods and ages

Première période : datée de
5 600 à 3 000 avant notre ère
Early Period:
Dating back 5,600-3,000 years



Les pièces de cette période sont principalement décorées de frises de lignes et de motifs comblant les espaces. Les pots les plus jeunes sont marqués d'incisions comblées de peinture rouge.

The items from this period are mostly decorated with cord-marked lines and motifs to fill the spaces. Those from the later days of the Early Period feature decorations on the shoulders of the pots as curved incisions mixed with red paint.

Seconde période : datée de
3 000 à 2 300 avant notre ère
Middle Period:
Dating back 3,000-2,300 years



Les poteries caractéristiques de cette période sont des récipients au col marqué d'arêtes vives et au fond en forme de pointe arrondie. Arborant des surfaces blanches, certaines sont décorées d'incisions ornées de peinture de couleur. L'utilisation du fer apparaît à la fin de cette période.

Distinctive pottery of this period are vessels with white surfaces, with sharp ridges on the shoulders, and rounded and pointed bottoms. Some are decorated with incisions mixed with coloured paint on the shoulders. The use of iron started to be seen towards the end of the Middle Period.

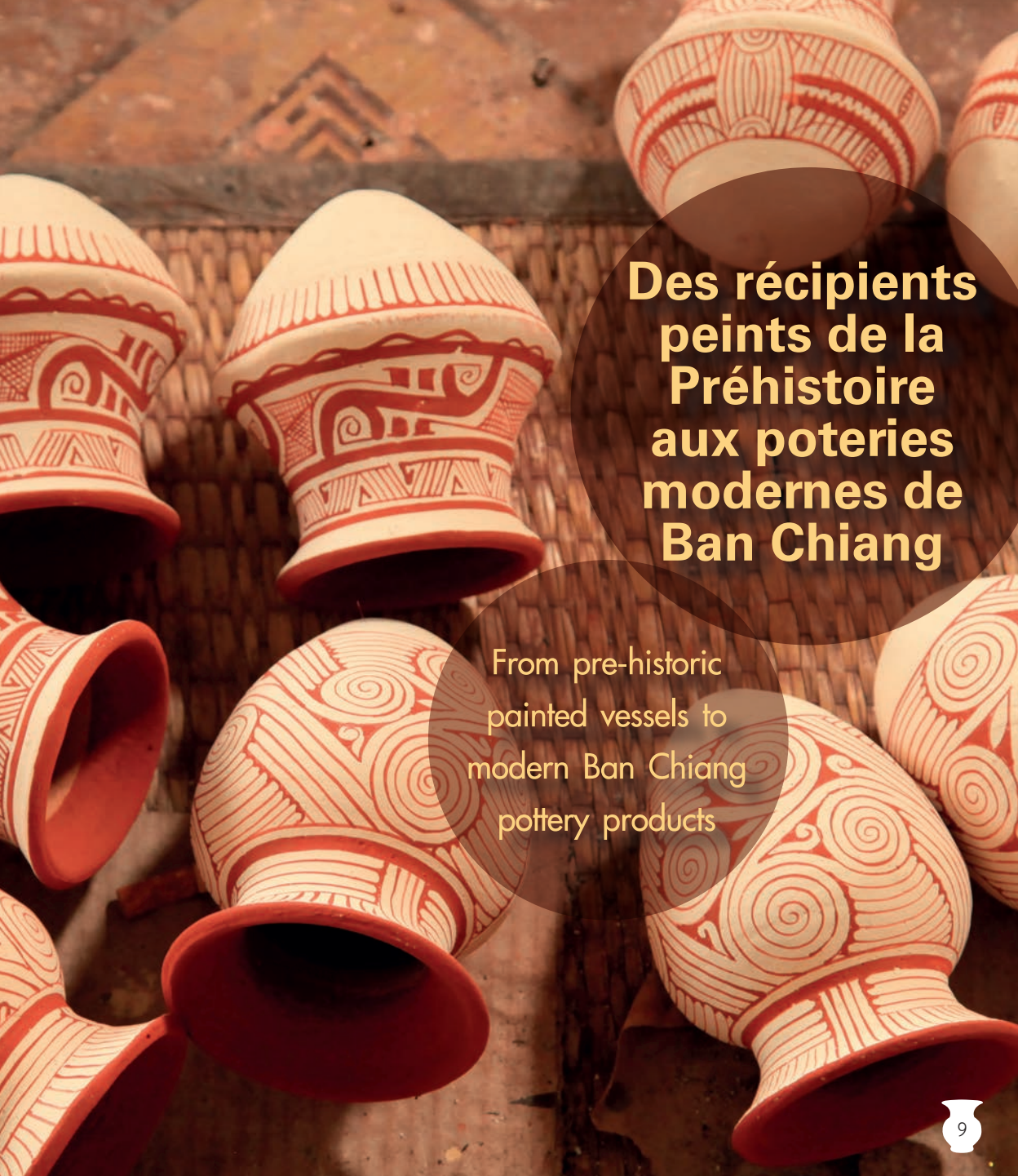
Dernière période : datée de
2 300 à 1 800 avant notre ère
Late Period:
Dating back 2,300-1,800 years



Les pièces de cette époque sont ornées de motifs rouges sur fonds mauves. Les plus anciennes se démarquent avec des motifs rouges sur fonds rouges et l'ajout de lignes brillantes.

Vessels of this period have red motifs painted on mauve areas. Later pottery has red motifs painted on red areas, with the addition of polished lines.





**Des récipients
peints de la
Préhistoire
aux poteries
modernes de
Ban Chiang**

From pre-historic
painted vessels to
modern Ban Chiang
pottery products



Créer des poteries décorées

Shaping and painting motifs on formed vessels

Ban Chiang est devenue une ville touristique connue pour son site archéologique et son centre d'apprentissage où les visiteurs peuvent façonner eux-mêmes des objets et les décorer de motifs peints.

Ban Chiang has become a tourist town as an archaeological site and learning centre where tourists can experiment with shaping and painting motifs on the vessels themselves.

Comment réaliser une poterie de Ban Chiang

Steps in shaping the vessel

- Mélanger de l'argile de poterie et de l'argile aux grains plus fins (ratio de 1 pour 1).
- Pétrir le mélange pour le débarrasser de l'air et obtenir une texture parfaite.
- Placer une enclume au cœur de cette matière. Modeler la poterie en tapotant l'argile contre l'enclume avec une spatule en bois jusqu'à obtention de la forme désirée.
- Sécher et cuire à la paille et au feu de bois jusqu'à ce que la poterie devienne brillante et rouge.
- Mix the pottery clay and fine grained clay at a ratio of 1 to 1.
- Knead the mixture to get rid of any air and ensure a fine mixture.
- Shape this mixture with a clay anvil as the core, beating it with a wooden paddle along the curve of the anvil to the desired shape.
- Dry and fire with straw and firewood until the clay becomes shiny and red hot.

La peinture des motifs Painting of motifs

Les motifs peints sur les poteries modernes de Ban Chiang reproduisent ceux des céramiques préhistoriques. La peinture utilisée est un mélange de pigments et de colle qui s'applique au pinceau.

Motifs painted on modern Ban Chiang pots are those from pre-historic ceramics. Materials used in the painting of motifs are pigments mixed with glue with a paint brush. This allows the motifs in pre-historic ceramics to be re-created today.



Les différents motifs des poteries de Ban Chiang Various motifs of Ban Chiang pottery

Motifs naturels : inspirés par les paysages environnants et la nature (feuillages, dessins floraux, spirale artistique en forme de coquillages, anneaux de bois, peau de bêtes).

Motifs géométriques : composés de triangles, cercles et rayures.

Motifs libres : basés sur l'imagination et la créativité comme par exemple des lignes tourbillonnantes.

Natural motifs – Motifs inspired by nature or the environment; such as, foliage or floral designs, artistic spiral wires developed from shell patterns, wood rings, and animal skin patterns.

Geometric motifs – Motifs made up of triangles, circles, and grids.

Free form motifs – Motifs based on imagination and creativity; such as, swirling lines.

Le patrimoine culturel des Tai Phuan de Ban Chiang

The cultural heritage of the Tai Phuan of Ban Chiang

Les Tai Phuan ne sont pas arrivés à Ban Chiang les mains vides. Ils ont apporté avec eux une riche culture bouddhique et hindouiste ainsi que de belles traditions pour les transmettre aux générations futures, notamment l'humilité, la compassion et le sens du partage comme les membres d'une même famille.

The Tai Phuan did not arrive in Ban Chiang empty-handed but brought with them a rich cultural heritage and fine traditions in Buddhism and Hinduism to be passed onto future generations, especially modest behaviour and caring and sharing like members of the same family.



La forte foi bouddhiste des Tai Phuan de Ban Chiang

Strong faith in Buddhism among the Tai Phuan of Ban Chiang



Les Tai Phuan sont fortement ancrés dans la foi bouddhiste comme en attestent leurs grandes cérémonies d'acquisition de mérites qui ont lieu chaque mois de l'année. Par exemple, le premier mois lunaire, les maisons sont bénies par des moines invités à chanter des prières. Ceux-ci reçoivent des offrandes de nourriture tandis que d'autres sont faites aux esprits des ancêtres. La cérémonie du deuxième mois lunaire célèbre la récolte de riz à venir. Elle est suivie par celle du troisième mois lunaire où les gens font griller du riz gluant pour l'offrir aux moines avant d'assister à des sermons au temple.

The Tai Phuan people have a strong Buddhist faith, as seen by their regular major merit-making traditions for each month of the year. For example, in the first lunar month the homes are blessed, with monks invited to chant prayers and people make merit with food offerings to monks and ancestors' spirits. The second lunar month is for the celebration of the coming rice harvest, followed by merit-making in the third lunar month when people make grilled sticky rice to offer to monks at the temple and attend sermons.



Le patrimoine culturel des Tai Phuan de Ban Chiang Home life of the Tai Phuan of Ban Chiang

Dans une famille Tai Phuan, chaque membre a des devoirs et des rôles spécifiques. Les hommes s'occupent du travail du bois et de la construction des maisons, tandis que les femmes sont responsables de la nourriture et produisent de la vannerie et du tissage. Les maisons sont faites en bois avec un toit bas. En face des chambres, une large véranda ouverte mais couverte, appelée « *sia* », est la pièce d'accueil des visiteurs mais aussi la salle-à-manger. Au niveau inférieur, un plancher de bois appelé « *chan* » mène de la maison à la cuisine qui se trouve sur le côté. L'espace sous la maison est utilisé par les femmes comme un atelier de tissage. Le grenier à riz où est stockée la consommation de l'année se trouve à côté de la maison.

In a Tai Phuan family, each member has specific duties and roles. Men are involved in woodworking and house construction while the women take the responsibilities in providing food and are engaged in basketry and textile weaving.

The houses are made of wood with a low roof and set up on posts. In front of the sleeping area is a broad, open but covered veranda called *sia* which serves as an area for dining and welcoming visitors. A wooden floor at a lower level, called *chan*, runs from the house to the kitchen on the side. The space under the elevated house is used by the women for their weaving looms.

At the side of the house is a granary where rice is stored off the ground for year-round consumption.



Pendaison de crémaillère Housewarming

Quand une nouvelle maison est terminée, les voisins sont invités à la cérémonie de pendaison de crémaillère. Jeunes et vieux, tous les membres de la communauté aident à aménager la maison apportant par exemple des nattes de couchage, des matelas, des oreillers ou encore des ustensiles de cuisine. Un aîné respecté conduit une cérémonie dédiée aux êtres célestes et aux esprits gardiens des lieux pour assurer la sécurité de la nouvelle maison et de ses habitants.

When a new house is completed, there is a housewarming ceremony to which neighbours are invited. Young and old community members help to carry necessities into the new house; such as, sleeping mats, mattresses, pillows, and kitchenware. A respected elder leads everyone in the paying of respect to the heavenly beings and guardian spirits of the place to ensure the security of the new house and its inhabitants.



L'accueil traditionnel dans les maisons proposant le gîte



La cérémonie de bienvenue est une tradition hindoue pratiquée depuis les temps anciens. Elle consiste à nouer un petit cordon autour du poignet de la personne accueillie en signe de bénédiction. Cette cérémonie est réservée à certaines occasions comme les mariages, les guérisons de maladie ou les visites de clients.

Les voyageurs séjournant dans une maison de Ban Chiang sont reçus par les personnes âgées de la communauté qui se chargent d'attacher les cordons à leurs poignets en leur souhaitant bonne fortune dans la vie. Les visiteurs peuvent également découvrir la vie passée et actuelle des villageois : la fabrication de produits en terre cuite, le tissage du Matmee, la teinture *tie dye* indigo et le style des vêtements Tai Phuan. Le séjour communautaire chez l'habitant à Ban Chiang, dans le respect des traditions, a gagné le « Prix de la Performance Exceptionnelle » au « Thailand Tourism Awards 2013 » de l'Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT).



Join the traditional welcoming ceremony at Ban Chiang home-stays

The welcoming ceremony is a Hindu tradition that has been observed since ancient times, with the tying of the consecrated cord around the person's wrist as a sign of blessing. The ceremony is reserved for auspicious occasions; such as, weddings, recoveries from an illness, or visits by guests.

Travellers at a Ban Chiang home-stay are traditionally welcomed by the elderly people in the community gathering to tie the cords on the wrists of the visitors, blessing them with all the good fortune in life.

Visitors can also experience the regular past and present activities of the residents of Ban Chiang; such as, making earthenware goods, weaving indigo-dyed Matmee, tie-dyeing cloth, and dressing in the Tai Phuan style. The Ban Chiang Cultural Conservative Home-stay Community won an Award of Outstanding Performance at the Thailand Tourism Awards 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).





S'habiller dans le style Tai Phuan Dressing up in the Tai Phuan-style

Tous les jours, les Tai Phuan de Ban Chiang s'habillent simplement mais avec soin. Les femmes portent des blouses à longues manches et des jupes longues indigo. Les hommes sont vêtus de chemises adaptées aux travaux agricoles et de pantalons indigo, avec un chiffon tissé servant à de nombreux usages dont celui de ceinture. Pour les grandes occasions, les femmes portent des jupes longues en matmee et des ceintures en argent et les hommes s'habillent d'un long tissu indigo tiré entre les jambes. Chemisiers et chemises blanches sont de rigueur pour toutes actions religieuses au temple.

The Tai Phuan of Ban Chiang dress simply but neatly in their daily life. Women wear long-sleeved blouses and long indigo-dyed skirts, and men wear simple farmers' shirts and indigo-dyed trousers, with a multi-purpose woven cloth as a belt. But for formal occasions or important functions, women wear long skirts made of Matmee textile and silver belts, and men wear long indigo-dyed Matmee cloth pulled up between the legs. Everyone wears white blouses/shirts to religious functions at the temple.



Le tissu teint à l'indigo des Tai Phuan Indigo-dyed cloth of The Tai Phuan



Indigo is a natural dye known to humans for over 6,000 years. Inhabitants of the world's tropical zones used to get blue colour for dyeing purposes from various plants that grew in their areas, but indigo blue of the highest quality is produced in Asia. In Ban Chiang, there is evidence of indigo-dyed cloth, a tiny piece of the fabric dating back 1,800 to 900 years, being found among the potsherds.

For the Tai Phuan of Ban Chiang, indigo dyeing of cloth has been a skill handed down through the generations. Indigo-dyed cloth is used for garments for farmers, as it is suitable for outdoor work in the rice fields and plantations, having special properties of cooling down the wearer in the hot sun and readily absorbing sweat.

Visitors can observe the manufacturing process at the Ban Chiang Local Textile Weavers' Group.

L'indigo est un colorant naturel connu depuis plus de 6000 ans. Dans les zones tropicales, la couleur bleue en teinture est obtenue à partir de diverses plantes locales, mais la plus haute qualité de bleu indigo est produite en Asie.

A Ban Chiang, un petit morceau de tissu teint à l'indigo daté de 1800 à 900 avant notre ère a été trouvé parmi des morceaux de poteries.

Chez les Tai Phuan, l'art de la teinture indigo s'est transmis de générations en générations. Le tissu teint à l'indigo est utilisé pour les vêtements des agriculteurs. Il est adapté aux travaux dans les rizières et les plantations car il a la propriété particulière de facilement absorber la transpiration et de préserver de la chaleur du soleil.

Les visiteurs peuvent observer son processus de fabrication dans le Groupe des tisserands de Ban Chiang.





Matmee, le textile *tie-dye* Matmee – *tie-dyed* textile

Les tisserands de Ban Chiang sont réputés pour leurs toiles Matmee tie-dye. La production du tissu Matmee implique différentes étapes compliquées. Les fils de coton sont comptés et liés étroitement pour définir le modèle, avant la teinture en indigo. Les motifs sont inspirés par l'environnement naturel (plants de riz, fruits, fleurs...) ou divers objets de la vie quotidienne.

Textile weavers of Ban Chiang are renowned for their weaving of Matmee tie-dyed cloths. The production of Matmee cloth involves complicated steps, with the planning of the patterns completed before the dyeing of the yarns. Cotton yarns are counted and tied tightly to determine the patterns before they are dyed in indigo. The patterns are inspired by natural surroundings; such as, rice plants, fruit, flowers, or various utensils in daily life.

La vannerie de Ban Chiang

Ban Chiang basketry

Les habitants de Ban Chiang sont principalement tournés vers l'agriculture, métier transmis par leurs ancêtres. Quand ils sont libérés de leurs tâches dans les champs, vergers ou plantations, ils tressent divers objets utilitaires comme des filets, des pièges ou encore des récipients. Le plus commun est le tressage de panier à riz en bambou, une matière première facilement accessible.

Residents of Ban Chiang are mainly engaged in agriculture, an occupation passed on by their ancestors. When free from the toils of working in the fields, orchards, or plantations, the people weave items for their use; such as, nets, traps, receptacles, and implements of various types. Most common is the weaving of handy rice containers made from bamboo, an easily accessible raw material.





Comment tresser une panier à riz en bambou de style Tai Phuan

Préparation du bambou

1. Les tiges de bambou sont d'abord coupées en tronçons.
2. Les tronçons sont lissés et pelés.
3. Ils sont divisés en morceaux.
4. Les morceaux sont transformés en fines lanières.
5. Les lanières de bambou sont mouillées.
6. Elles sont affinées pour le tressage.
7. Les bandes affinées sont mises à sécher au soleil.
8. Elles sont alors prêtes pour confectionner une panier à riz.



Learning the weaving of a rice container of the Ban Chiang Tai Phuan-style

Preparation of bamboo for weaving rice containers

1. Bamboo stems are first cut up in sections.
2. They are smoothed and peeled.
3. The sections are divided into chunks.
4. Then they are made into thin strips.
5. The bamboo strips are soaked.
6. They are further refined for weaving.
7. The refined strips are hung to dry in the sun.
8. They are then ready to be woven into handy rice containers.

Informations de voyage

Travel Information

Du District Mueang Udon Thani, suivre la route N° 22 en direction de Sakon Nakhon pendant environ 50 km. Au panneau indiquant le Musée national de Ban Chiang, prendre le virage à gauche et continuer tout droit sur environ 6 km pour atteindre Ban Chiang.

GPS $N17^{\circ} 24.399'$ $E103^{\circ} 14.212'$

Attractions à proximité

Important Attractions in the Community

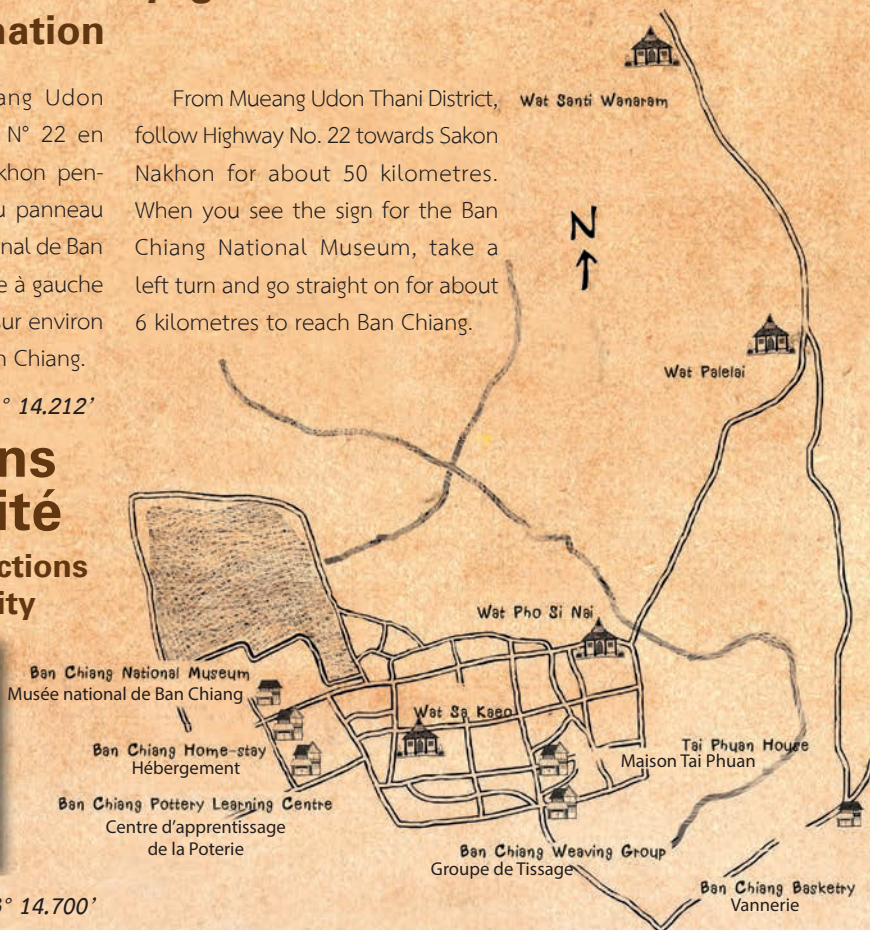


GPS $N17^{\circ} 26.497'$ $E103^{\circ} 14.700'$

Musée national de Ban Chiang

Le musée expose des pièces provenant des fouilles archéologiques de Ban Chiang et des sites à proximité (récipients en céramique, ustensiles...). Les objets sont présentés en deux sections : l'ère pré-historique de la région Nord-Est et la culture pré-historique de Ban Chiang. Le musée est ouvert tous les jours de 08h30 à 16h30.

From Mueang Udon Thani District, follow Highway No. 22 towards Sakon Nakhon for about 50 kilometres. When you see the sign for the Ban Chiang National Museum, take a left turn and go straight on for about 6 kilometres to reach Ban Chiang.



Wat Santi Wanaram

Wat Santi Wanaram is situated in the vicinity of Ban Chiang. It is the site of the Green Isan Project with a large reservoir built to help conserve the natural surroundings and environment. A massive pavilion in a lotus flower-style has been built in the middle of the reservoir for the conduct of training courses on Dhamma practice offered to the general public and students.



GPS N 17° 24.451' E 103° 14.196'

Wat Santi Wanaram

Dans les environs de Ban Chiang, le Wat Santi Wanaram est le site du « Projet Isan Vert ». Son grand réservoir a été construit pour appuyer la conservation de la nature et de l'environnement. Au centre de celui-ci, dans un vaste pavillon en forme de fleur de lotus, des cours sur la pratique du Dhamma sont dispensés gracieusement au grand public et aux étudiants.

Ban Chiang National Museum

The Museum has displays of evidence from the archaeological excavations at Ban Chiang and nearby sites; such as, ceramic vessels and utensils. These exhibits are divided into the Pre-historic Era of the Northeastern Region and Pre-historic Ban Chiang Culture. The Museum is open every day from 08.30 - 16.30 hrs.

Installations / Facilities

Séjour chez l'habitant, restaurants et magasins de souvenirs sont disponibles.

Meilleure période

Toute l'année.

Pour contacter la communauté de Ban Chiang,
Udon Thani : Tél. : +668 1 485 1 864

Pour plus d'informations / For more information

Office National du Tourisme de Thaïlande, bureau
de Udon Thani : Tél. : +66 4232 5406-7

Numéros d'urgence / Emergency Lines

Police touristique / Tourist Police

Tel. : 1155 66 4221 1291

Police des autoroutes / Highway Police

Tel. : 1193 ou +66 4212 0055

Poste de police provinciale Udon Thani /
Udon Thani Provincial Police Station

Tél. : +66 4222 3353

Hôpital Udon Thani / Udon Thani Hospital

Tél. : +66 4234 8888



Tourism Authority of Thailand (TAT)
1600 Petchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel : +66 (2) 250 5500
Fax : +66 (2) 250 5511
E-mail : center@tat.or.th
Website : www.tourismthailand.org

Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT Paris)
90, av. des Champs-Élysées
75008 Paris
Tél : +33 (0) 1 53 53 47 00
Fax : +33 (0) 1 45 63 78 88
Courriel : infosthaïlande@gmail.com
Site Internet : www.tourismthaïfr.com





DÉCOUVREZ LA VIE LOCALE ET SES COMMUNAUTÉS

Don Kai Di, le village
des céramiques Bencharong,
Samut Sakhon

Visit Community and Friends
Don Kai Di Bencharong Ceramics Village,
Samut Sakhon

Don Kai Di

le village de céramiques Bencharong

D'une usine de céramique au statut de patrimoine artistique national grâce à la détermination, la pratique et la persévérance des travailleurs.

Don Kai Di

the Bencharong Ceramics Village

From a ceramics factory floor to a national artistic heritage by the workers' determination, practice, and perseverance.







Conte à la pointe d'un pinceau

En 1982, dans la province de Samut Sakhon, l'usine de céramique Sathiaraphap, principal ciment de la communauté toute entière, ferme ses portes en laissant de nombreux ménages sans emploi, découragés et désespérés. Mais cette fermeture ne pouvait retirer au village son talent et sa détermination pour produire des céramiques Bencharong à cinq couleurs. Après la fermeture de l'usine, les artisans décidèrent de constituer un groupe pour préserver leur savoir-faire et le transmettre aux générations futures.



Malgré les premières difficultés de production, le découragement n'a pas eu de prise et les progrès réalisés ont renforcé la communauté. Au delà d'être des céramistes talentueux, la valeur des habitants de Don Kai Di était due au fait qu'ils enseignaient et transmettaient leur savoir-faire et leur expertise. Le village Bencharong, a obtenu le soutien du gouvernement et a été sacré « village caractéristique de l'artisanat ». En 2009, il a été honoré par la visite de Son Altesse Royale la Princesse Maha Chakri Sirindhorn. La princesse a demandé aux enseignants de continuer à préserver les compétences et le savoir local pour les générations futures en tant que village modèle de l'artisanat, une tâche que tous ont pris à coeur avec fierté et honneur.



Tale from the Tip of a Paint Brush

In 1982, the Sathiaraphap Ceramics Factory in Samut Sakhon province, a major artery maintaining an entire community, closed down leaving residents in numerous households without jobs, disheartened and desperate. But this closure could not take away from this community its delicate craft skills and determination to make Bencharong or five-coloured ceramics. After the factory closure, craftspeople in this area decided to organise themselves as a group to conserve their skills and wisdom for future generations. Despite initial production difficulties, they were not discouraged and the community began to get stronger as progress was made.

The residents' value was not as ceramic artists but as teachers who imparted knowledge and expertise. Don Kai Di Benchrong Village gained support from the government sector and was selected as a distinctive handicraft village. In 2009, the village was honoured by a visit by Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindorn. The Princess asked ceramics teachers to help conserve the local skills and wisdom for future generations as a model handicraft village, a task that they and the residents have taken on with pride and honour.





Les visiteurs qui souhaitent apprendre l'art de la céramique Bencharong ont le choix entre 2 programmes d'apprentissage : « Coloration pour le plaisir » permet de découvrir le processus de coloration de la céramique Bencharong en seulement 2 à 3 heures. Le produit final, après cuisson, est livré au domicile de chaque « apprenti-artisan », avec son accord. « Etude approfondie de la pratique » propose l'apprentissage complet du processus de fabrication des céramiques en 15 jours et plus* (mise en forme, structuration, coloration, brillance, cuisson...) Les coûts sont fixés entre le participant et le village. Séjourner chez l'habitant est également possible pour ceux qui souhaitent découvrir le mode de vie locale de Don Kai Di, assister à l'aumône d'offrandes faite aux moines chaque matin, visiter les fabriques de céramiques de la communauté, discuter et profiter de séances pratiques avec des artisans expérimentés. Afin que les séjours soient sereins et heureux, un certain nombre de règles doivent être respectés par les visiteurs parmi lesquelles pas d'alcool, pas de jeu d'argent, pas de consommation alimentaire dans les chambres et pas d'animaux.

Visitors who are interested in learning the art of Bencharong ceramics can choose from 2 programmes of learning:

Colouring for Fun involves learning the colouring process of Bencharong ceramics in just 2 to 3 hours. The end product after the firing is delivered to each maker's home address by arrangement with the participant.

Practical Comprehensive Study includes learning the whole process of Bencharong ceramics-making, from shaping the object, patterning, colouring, gilding, to firing, over 15 days (costs are arranged between the village and the participant).

Home-stay accommodation is available for



interested visitors who wish to experience the lifestyle of the residents of Don Kai Di, complete with the offerings of morning alms to monks, tours of Bencharong ceramics households in the community, and chats and practical sessions with experienced craftspeople.

In the interests of safety, peace, and enjoyment, there are a number of rules for visitors to the Bencharong Ceramics Village. These include no alcohol, no gambling, no food consumption in rooms, and no pets.

Visite chez des amis

Visiting friends' houses

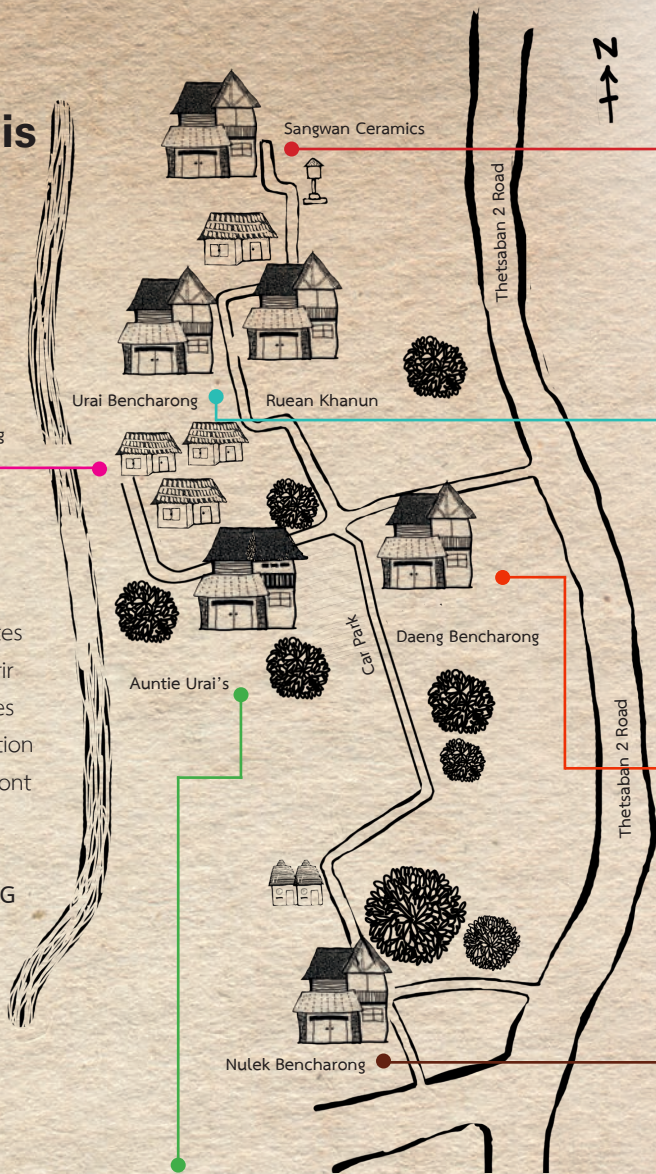
Situé à côté du canal du Wat Tha Sao, **YUENYONG BENCHARONG HOMESTAY** fournit l'hébergement en petites maisons individuelles pour offrir plus d'intimité aux visiteurs. Les visites pour observer la coloration de la céramique Bencharong sont facilement réalisables ici.

YUENYONG BENCHARONG AND HOMESTAY

Provide accommodation in small, single houses for visitors who wish to enjoy privacy. The location is next to the canal of Wat Tha Sao. Visits to observe the colouring of Bencharong ceramics can easily be made here.

AUNTIE URAI'S
propose un hébergement
confortable et spacieux.

AUNTIE URAI'S
Offers accommodation for visitors
in a comfortable, spacious atmosphere.



● SANGWAN CERAMICS

La maison de l'Oncle Sangwan est le point de départ de la ligne de production, incluant le modelage de l'argile et une variété de formes. C'est le seul site de la communauté qui produit des céramiques peintes.

● URAI BENCHARONG

Dans la maison de Tante Urai Taeng-iam, présidente du groupe des céramistes du village Don Kai Di, l'accent est mis sur les modèles traditionnels des Second et Cinquième règnes, mais également sur de nouvelles conceptions liées à la culture et aux traditions (marché flottant, Songkran, le Nouvel An thaï...)

● DAENG BENCHARONG

Chez Tante Daeng, les céramiques Bencharong sont conçues pour un usage quotidien (horloges, cadres, porte-clés, vases et produits de spa).

● NULEK BENCHARONG

Les céramiques produites chez Tante Nulek sont particulières. Elles reproduisent des scènes de la vie du Seigneur Bouddha et sont peintes au moyen d'une technique spéciale de coloration. Le verger ombragé est idéal pour se détendre et des toilettes propres sont à disposition des visiteurs.

SANGWAN CERAMICS

At Uncle Sangwan's house – starting point in the production line, involving the shaping of the clay into a variety of shapes and forms. This is the only site in the community that produces painted ceramics.

URAI BENCHARONG

At Auntie Urai Taeng-iam's house, Chairperson of the Don Kai Di Bencharong Ceramics Village Group – works here emphasize traditional patterns of the Second and Fifth Reigns, but also have new designs relating to culture and traditions; such as, floating markets and Songkran, the traditional Thai New Year celebration.

DAENG BENCHARONG

At Auntie Daeng's house – Bencharong ceramics designed for everyday use; such as clocks, picture frames, key chains, vases, and spa products.

NULEK BENCHARONG

At Auntie Nulek's house – is distinctive due to the Bencharong ceramics that feature scenes from the Lord Buddha's life and artistic patterns that employ a different technique in coloured ceramic painting. Auntie Nulek's home has a well-shaded orchard perfect for relaxation, and clean washrooms ready for visitors.

Les motifs de la céramique Bencharong au fil du temps



Prajam Yam



Phum Khao Bin



Khang Hi



Thepphanom Norasing

KING RAMA II

La céramique Bencharong trouve son origine en Chine. La beauté des céramiques émaillées avec des motifs réalisés à la laque est très recherchée par les Thaïlandais. Beaucoup de commandes sont passées pour des céramiques émaillées dans le style thaï, en particulier durant le second règne quand le roi demande que les broderies ornant les tenues des dames de la cour servent de modèles aux artisans chinois pour la décoration. Le mot « Bencharong » vient de la langue thaï. « Bencia » signifie cinq et « rong » couleur. Les cinq couleurs utilisées comme tons primaires pour ces céramiques sont le noir, le blanc, le jaune, le rouge et le vert (ou indigo). Le rose, le violet et le brun orangé sont des tons secondaires. Le village Don Kai Di des céramiques Bencharong est reconnu pour sa production de modèles traditionnels et modernes. Les modèles traditionnels sont un héritage des Deuxième et Cinquième Règnes, tandis que les modèles modernes ont été créés par les artisans céramistes de Don Kai Di. Le Village a remporté le prix « 5 étoiles OTOP » en 2003.

Deuxième Règne :

la décoration se caractérise par l'utilisation de nombreuses lignes noires mélangées à quelques lignes blanches.

Cinquième Règne :

les lignes brillantes sont essentiellement utilisées.

Aujourd'hui :

les artistes ont créé de nouveaux motifs, basés pour la plupart sur des aspects culturels comme les célébrations de Songkran (Nouvel An thaï) et la projection d'eau entre personnes.

Era of Bencharong Ceramic Patterns



Thepphanom Ram



Phikun Kliao



Chakri



Songkran

KING RAMA II

KING RAMA V

PRESENT

Second Reign:

Characterized by the use of mostly black lines in pattern-making, with some white lines mixed in. This is more difficult than using gilded lines.

Fifth Reign:

This style mostly uses gilded lines in pattern-making.

At present:

Artists from the Don Kai Di Bencharong Ceramics Village are introducing new patterns, mostly based on aspects of culture; such as, celebrations of Songkran (Thai New Year) and the sprinkling of water on one another.

Bencharong ceramic ware started in China. The beauty of the glazed ceramics with patterns made by lacquering was much sought-after by the Thais. Many orders were made by the Chinese for glazed ceramics in Thai shapes and forms, especially in the Second Reign when the King had patterns embroidered on pieces of cloth by court ladies to be sent as samples for Chinese craftsmen to paint on the ceramics.

The name 'Bencharong' comes from the Thai language, 'bencha' meaning five and 'rong' meaning colour. The five colour involved in the ceramics are black, white, yellow, red, and green (or indigo) as primary tones, with pink, purple, and brownish orange as secondary tones.

The Don Kai Di Bencharong Ceramics Village has gained recognition for its production of both traditional and modern patterns. Traditional patterns are inherited from the Second and Fifth Reigns, while modern patterns have been introduced by ceramic artists of Don Kai Di Village, mostly based on cultural traits. The Village won the five-star OTOP goods award in 2003.



Ne manquez pas d'apprendre la fabrication d'une **céramique Bencharong** en visitant Don Kai Di

Les étapes à suivre :

1. Modeler l'argile et faire sécher la poterie.
2. Vernir la poterie avant de la mettre au feu.
3. Tracer le dessin avec des lignes brillantes sur la poterie blanche vernie.
4. Colorer la surface vernie.
5. Laquer l'objet.
6. Le faire cuire dans un four à 800 degrés Celsius.

Make sure that you learn Bencharong ceramic-making when you visit the Don Kai Di Ceramics Village

Steps involved:

1. Shape the clay and dry the object.
2. Glaze the object before firing.
3. Apply the pattern with gilded lines to the white glazed object.
4. Colour the glazed surface as designed.
5. Gild the object's surface.
6. Fire the object in a kiln at 800 degrees celsius.

Info intéressante :

La différence entre les céramiques de Bencharong et celles de Lai Khram réside dans la technique de réalisation des motifs. Pour les premières ils sont dessinés sur le laquage tandis que pour les secondes ils sont dessinés avant ou sous le laquage.

Interesting Info:

The difference between the Bencharong ware and the painted ceramics of Lai Khram ware is that the pattern of the former is drawn on the glaze but in Lai Khram, the pattern is drawn before glazing or drawn under the glaze.



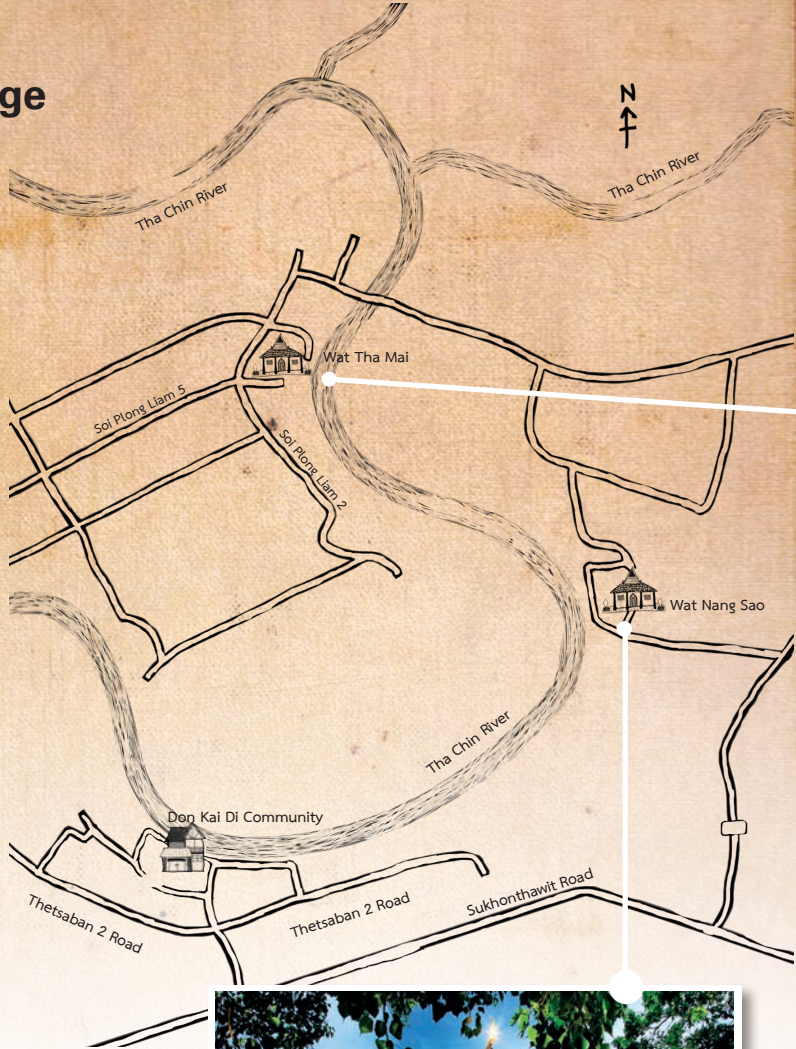
Informations de voyage

Travel Information

De Bangkok, prendre Phetchakasem Road et tourner à gauche à l'intersection Om Noi dans Setthakit Road. A la tour de l'horloge, tourner à gauche et passer le Bureau de la Municipalité Baen Khathum. Le village de Don Kai Di se trouve en face du Bureau de l'organisation administrative de Don Kai Di Tambon.

From Bangkok, use Phetchakasem Road and turn left at the Om Noi intersection into Setthakit Road. When you see the clock tower, turn left past the Khathum Baen Municipality Office. The Don Kai Di Bencharong Ceramics Village Group is opposite the Don Kai Di Tambon Administrative Organisation Office.

GPS N 13° 38.707' E 100° 15.234'



Attractions à proximité Nearby Attractions

Le Wat Nang Sao

Ancienne salle d'ordination en brique et stuc construite sur une base incurvée à l'image d'une barge, avec une seule porte d'entrée et de sortie. Les murs sont ornés d'exquises peintures murales.



GPS N13° 40.021' E100° 16.077'

Wat Nang Sao is a place of interest. It is an ancient ordination hall in brick and stucco built on a curved base resembling a barge, with only one entrance and exit door. The walls are adorned with fine mural paintings.



Le Wat Tha Mai est un célèbre temple bouddhiste. Il est le théâtre d'une variété de rites.

Wat Tha Mai is a famous Buddhist temple. It hosts a variety of rites for individuals and the local community.

GPS N13° 40.580' E100° 15.322'

Installations / Facilities

Séjour chez l'habitant, nourriture et boutiques de souvenirs sont disponibles.

Meilleure période : toute l'année.

Contactez la communauté de Don Kai Di, village de la céramique Bencharong
Tél. : +66 3447 3408, +66 3484 3371, +66 3447 3471

Pour plus d'informations / For more information

Office National du Tourisme de Thaïlande,
bureau de Samut Songkhram
Tél. : +66 3475 2847-8

Numéros d'urgence / Emergency Lines

Police Touristique Tél. : 1155
Police de l'Autoroute Tél.: 1193
Police provinciale de Samut Sakhon
Samut Sakhon Provincial Police Station
Tél. : + 66 3441 2533, +66 3442 9271-4
Hôpital de Samut Sakhon
Samut Sakhon Hospital
Tél. : + 66 3442 7099



Tourism Authority of Thailand (TAT)
1600 Petchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel : +66 (2) 250 5500
Fax : +66 (2) 250 5511
E-mail : center@tat.or.th
Website : www.tourismthailand.org

Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT Paris)
90, av. des Champs-Élysées
75008 Paris
Tél : +33 (0) 1 53 53 47 00
Fax : +33 (0) 1 45 63 78 88
Courriel : infosthaïlande@gmail.com
Site Internet : www.tourismethaïfr.com

อันเป็นที่รักของชาวไทย

amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org





DÉCOUVREZ LA VIE LOCALE ET SES COMMUNAUTÉS

Communauté de Ban Bang Phlap,
Samut Songkhram

Visit Community and Friends
Ban Bang Phlap Community, Samut Songkhram





Mode de vie autosuffisant
et partage des connaissances pour
**une communauté
plus forte**

Ban Bang Phlap, Samut Songkhram

From sufficiency lifestyle to
knowledge sharing for
**a strengthened
community**

Ban Bang Phlap Community, Samut Songkhram



Une communauté Verte

Ban Bang Phlap se trouve dans la province de Samut Songkhram, dans l'Amphoe Bang Khonthi. Ici, la vie est rythmée par les eaux fraîches des nombreux canaux et de la rivière Mae Klong qui traversent le village. Copieusement irrigués, vergers et plantations produisent noix de coco, pomelos, litchis, papayes et autres fruits tropicaux, ainsi que divers légumes et plantes médicinales. Cette terre fertile fournit quasiment toute la nourriture nécessaire à sa population.

Autrefois, les habitants de Ban Bang Phlap cultivaient dans leur coin uniquement pour leur propres besoins. La communauté manquait de force et d'un tronc commun de connaissances pour mieux se développer.

Un enseignant qui vivait là, Somsong Saengtawan, souhaite pérenniser la sagesse et les compétences agricoles locales mais aussi réunir un groupe de spécialistes dans différents domaines afin qu'ils partagent leur savoir avec les paysans.

C'est ainsi que le Centre Maha Vitthalai d'apprentissage de la sagesse locale fut créé, renforçant la communauté et améliorant la qualité de la production agricole.

Ce développement a fait de Ban Bang Phlap un modèle de communauté Verte récompensé par un Prix d'Excellence dans la catégorie « Attractions touristiques » au Thailand Tourism Awards 2010 et 2013 de l'Office national du Tourisme de Thaïlande (TAT).

Green Community, Ban Bang Phlap

The Ban Bang Phlap Community is in Amphoe Bang Khonthi, Samut Songkhram province. Life here revolves around the water, with many canals and the freshwater Mae Klong River running through the community. There are many well-irrigated orchards producing coconuts, pomelo, lychee, papaya, and other tropical fruits, and numerous vegetables and herbal plants. Living on such fertile land, the community is almost self-sufficient in food.

In the past, residents of Ban Bang Phlap took care of their individual agricultural practices, growing food for their own use. The community as a whole lacked strength and a body of knowledge to develop their produce. A teacher, Somsong Saengtawan, a resident of Ban Bang Phlap, wished to conserve local wisdom and agricultural skills, and organised a group of specialists in various areas to share their knowledge with fellow farmers. As a result, the *Learning Centre Maha Vitthalai of Local Wisdom of*

Samut Songkhram was established, leading to a strengthening of the community and an improvement in the quality of the agricultural produce.

This development has made Ban Bang Phlap a model community and it has been recognised as a Green Community, earning the Awards of Excellence in the Tourist Attractions category at the Thailand Tourism Awards 2010 and 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).



Le véritable sucre de coco

Le sucre de coco de Bang Phlap est réputé pour son arôme et son goût délicieux. Il est fabriqué à partir de la sève pure des fleurs de cocotier, sans aucun ajout d'agent de conservation. Les planteurs recueillent la sève deux fois par jour, à l'aube et dans l'après-midi. Ils emploient une méthode simple consistant à faire une très fine incision d'un demi centimètre dans les fleurs de noix de coco puis laissent s'écouler leur nectar dans un petit récipient préalablement fixé. Le suc ainsi recueilli est d'abord transféré dans un grand wok placé à feu modéré afin d'obtenir une substance sirupeuse épaisse appelée « grog ». Celle-ci est ensuite versée dans un récipient pour refroidir en différentes étapes. Le sucre de coco obtenu est enfin emballé pour être vendu ou servir à la consommation des familles.

Genuine coconut sugar at Ban Bang Phlap

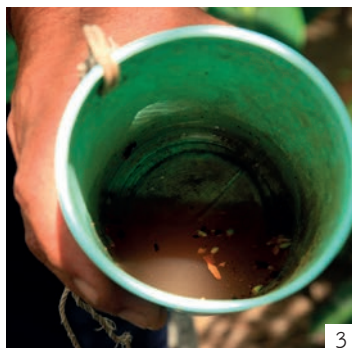
Coconut sugar at Bang Phlap is renowned for its aroma and delicious sweet taste. It is made from pure coconut sap, with the addition of no preservatives of any kind. Coconut planters collect the sap twice a day, at dawn and in the afternoon. They employ a simple method of tapping the coconut blossoms by making a cut of about half a centimetre on the spadix and tying a container to it. The sap drips into the container over a period of time. When collected, it is transferred into a large wok and placed over moderate heat to produce a thick syrup-like substance known as toddy. This is then dropped into a container to cool down in various shapes. These are then packaged for sale or household consumption.



1



2



3



4



5

Le pomelo Khao Yai bio, une qualité supérieure et un goût exquis

Le pomelo de la variété Khao Yai se distingue par un goût doux et sucré. Ce fruit se vend à un bon prix et peut se conserver longtemps car sa chair bien que parfaitement sèche est juteuse.

Normalement, le pamplemoussier produit des fruits une fois par an, mais Mr Somsong Saengtawan a ouvert un nouveau chapitre dans la production organique en utilisant la variété Khao Yai bio, connue pour produire des fruits quatre fois par an.

Organic pomelo of the **Khao Yai** variety, a pomelo of top quality and superb taste

The pomelo of the Khao Yai variety is distinctive, with a soft and sweet taste. The fruit sells at a good price and has a long shelf life because the flesh is perfectly dry but juicy. Normally, pomelo only produces fruit once a year, but the teacher, Somsong Saengtawan, pioneered a new chapter of non-toxic production using the now well-known organic *Khao Yai* pomelo to yield fruit four times a year.



Comment choisir un bon pomelo Khao Yai :

1. Regardez les glandes sébacées sur l'écorce, sur un fruit mûr elles sont bien espacées.
2. Assurez-vous que l'espace entre les glandes sébacées est jaune pâle.
3. Soupez le fruit dans votre main, plus il est lourd plus il est bon.
4. Appuyez sur le bas du pomelo. Un fruit mûr et délicieux doit être souple avec un creux au centre.

Choosing good quality Khao Yai pomelo

1. Look at the oil glands on the rind – mature fruit has well-spaced oil glands.
2. Make sure the space between the oil glands is pale yellow.
3. Weigh the fruit in your hand – good ones are heavier.
4. Press the bottom of the fruit – mature and delicious fruit should be soft, with a hole in the middle.

Prendre soin de la nature sans utiliser de **produits chimiques**

« Consommer des produits sains » est l'un des grands principes de la communauté de Ban Bang Phlap. Les techniques s'appuyant sur des micro-organismes efficaces (EM) sont largement utilisées dans la régénération du sol, le traitement des eaux usées ou encore le compost à base de matières végétales et animales. L'un des résultats de cette approche est la création d'un mélange EM à base d'herbes qui est pulvérisé sur les plantes pour les protéger des vers et/ou des insectes et qui laisse légumes et fruits sains et sans danger pour les consommateurs.

Let nature take care of itself without the use of **chemicals**

A strong feature of the Ban Bang Phlap Community is the locals' intention to consume non-toxic produce. Techniques involving effective micro-organisms (EM) are available in the community; such as, reconditioning the soil, treatment of wastewater, and decomposition of plant and animal materials. One of the results of this approach has been the production of an EM/herbal mixture that is sprayed on plants to repel worms and/or insects, ensuring the vegetables and fruits are clean and safe for consumers.





A vélo autour des vergers

Se balader à bicyclette est une agréable façon de découvrir la communauté de Ban Bang Phlap, saluer les travailleurs dans les vergers, bavarder, échanger des expériences, se renseigner sur la philosophie du mode de vie auto-suffisant, cueillir des fruits frais sur les arbres, observer la transformation des légumes et fruits en spécialités ou encore visiter les parcelles d'herbes et de légumes locaux. Le vélo est une activité à ne pas manquer, tout en relaxant, elle permet de se déplacer sans générer de pollution et procure une perspective différente de l'environnement.

Cycling around the fruit orchards

A delightful way to get close to the Ban Bang Phlap Community is to cycle around, greeting workers in the orchards, chatting, exchanging experiences, learning about the sufficiency lifestyle philosophy, sampling fresh fruits from trees, observing the processing of vegetables and fruits as delicacies, and visiting herb and local vegetables plots. Riding a bicycle is an activity that you should not miss as it is relaxing, allows you to exercise without causing any pollution, and gives a different perspective of the surroundings.





Réincarnation des fruits et légumes

acides ou amers en délices sucrés

La famille de Mme Chawiwan Hatthakam détient des recettes secrètes et plus de 160 années d'expérience dans la transformation et la conservation des fruits et légumes au goût amer (guduchi ou *tinospora cordifolia*, combava ou lime kaffir...) en délices sucrés traditionnels thaïlandais. Les recettes sont à base de produits locaux : courge amère, poivron, lime, jeune pome-lo pas encore mûr, papaye crue, concombre... Ce processus de conservation des fruits et légumes a donné naissance à l'expression « re-born fruits » (fruits réincarnés) et à la création de l'entreprise communautaire "Re-born Fruits Group" (Groupe des fruits réincarnés) qui préserve cette connaissance et cette maîtrise au sein de Ban Bang Phlap.

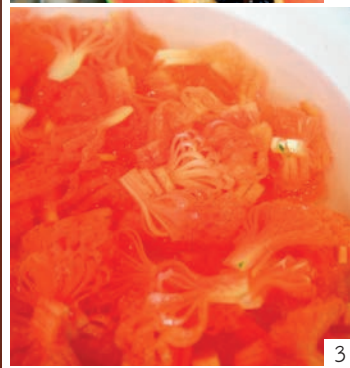
Re-born fruits and vegetables From sour or bitter to sweet delicacies

The family of Ms. Chawiwan Hatthakam has secret recipes and over 160 years of wisdom in the processing and preservation of vegetables and fruits with bitter tastes into traditional Thai sweet delicacies; such as, guduchi - *Tinospora cordifolia* and kaffir lime fruit. The recipes use various vegetables and fruits found locally; such as, bitter gourd, capsicum, lime, young undeveloped pomelo, raw papaya, and cucumber. This process and preservation of vegetables and fruits has given rise to the term *re-born fruits*, and the formation of the *Community Enterprise of Re-born Fruits Group* to develop the preservation of vegetables and fruits and conserve a body of knowledge within the community.

Steps in making re-bom raw papaya

1. Select a mature papaya fruit with firm flesh.
2. Slice and fold the papaya strips.
3. Soak in lime water overnight.
4. Wash clean.
5. Boil in water for 15 minutes.
6. Ingredients: 1 kg papaya; 2 kg sugar; 1 litre of water. Mix 0.5 kg of sugar in the water and bring to the boil, let it cool, then add the prepared papaya and allow it to soak overnight.
7. Scoop the papaya out of the mixture and add 0.5 kg of sugar to the liquid, bring to the boil, allow it to cool, and then add the papaya to again soak overnight, repeating the process until all the sugar is used. Allow the papaya to soak for 5 to 7 days.

The pieces will be translucent and colourful.



Recette de la papaye crue réincarnée

1. Sélectionner une papaye mûre à chair ferme.
2. Trancher la papaye en lamelles et plier ces dernières.
3. Laisser tremper les lamelles de papayes dans de l'eau citronnée (lime) toute la nuit.
4. Rincer les.
5. Les faire cuire dans de l'eau bouillante durant 15 minutes.
6. Ingrédients : 1 kg de papaye, 2 kg de sucre, 1 litre d'eau. Mélanger l'eau et 500 g de sucre, porter à ébullition, laisser refroidir, puis ajouter les papayes préparées et laisser tremper toute la nuit.
7. Réserver les papayes hors du liquide. Ajouter 500g de sucre à ce dernier. Porter le à ébullition et laisser refroidir. Mettre de nouveau la papaye à tremper toute la nuit. Répéter ce processus jusqu'à ce que tout le sucre soit utilisé. Laisser ensuite la papaye tremper 5 à 7 jours. Les morceaux de papaye seront translucides et colorés.

Recette du guduchi réincarné

1. Peler les tiges de guduchi.
2. Les faire tremper dans de l'eau salée durant 2 nuits.
3. Retirer le coeur des tiges.
4. Faire tremper de nouveau les tiges dans de l'eau salée, et continuer pendant 15 jours pour enlever le goût amer, en changeant quotidiennement l'eau salée.
5. Faire tremper les tiges dans de l'eau claire pendant une nuit pour rincer le sel.
6. Faire tremper les tiges dans de l'eau citronnée (lime) pendant une nuit pour qu'elles deviennent croquantes.
7. Les rincer.
8. Faire cuire les tiges dans de l'eau bouillante pendant 15 minutes, puis les égoutter.
9. Ingrédients : 1 kg de guduchi, 3 kg de sucre, 1 litre d'eau. Suivre le même processus que pour la papaye jusqu'à ce que les 3 kg de sucre soient utilisés. Puis laisser le guduchi tremper pendant 7 jours pour obtenir du guduchi translucide et coloré comme la papaye réincarnée.

Steps in making re-born guduchi

1. Peel off the skin of the guduchi stems.
2. Soak them in saline water for 2 nights.
3. Remove the cores of the stems.
4. Soak the stems in saline water again, and continue to change the saline water every day for 15 days to remove the bitter taste.
5. Soak the stems in water for one night to wash out saltiness.
6. Soak the stems in lime water for one night to make them crisp.
7. Wash out the lime water.
8. Boil the stems for 15 minutes and then scoop them out.
9. Ingredients: 1 kg of guduchi; 3 kg of sugar; 1 litre of water. Follow the same process as for the papaya until the 3 kg of sugar is used. Then allow the guduchi to soak for 7 days, obtaining the same translucency and colour as for the papaya.



Informations de voyage

Travel Information

Ban Bang Phlap est situé à Mu 4, Tambon Bang Phrom, Amphoe Bang Khonthi, dans la province de Samut Songkhram.. Prendre la route Rama II (Thon Buri - Pak Tho) et tourner dans la ville de Samut Songkhram pour se diriger vers le Parc King Rama II Memorial. A partir du parc, faire 3 kilomètres jusqu'à une intersection et tourner à droite. Faire encore 300 m pour atteindre Ban Bang Phlap.

Ban Bang Phlap is located at Mu 4, Tambon Bang Phrom, Amphoe Bang Khonthi, Samut Songkhram province. Take the Rama II route (Thon Buri-Pak Tho) and turn into the city of Samut Songkhram. Drive towards the King Rama II Memorial Park. When you reach the Park, drive another 3 kilometres to an intersection and then turn right and go for 300 metres to Ban Bang Phlap.

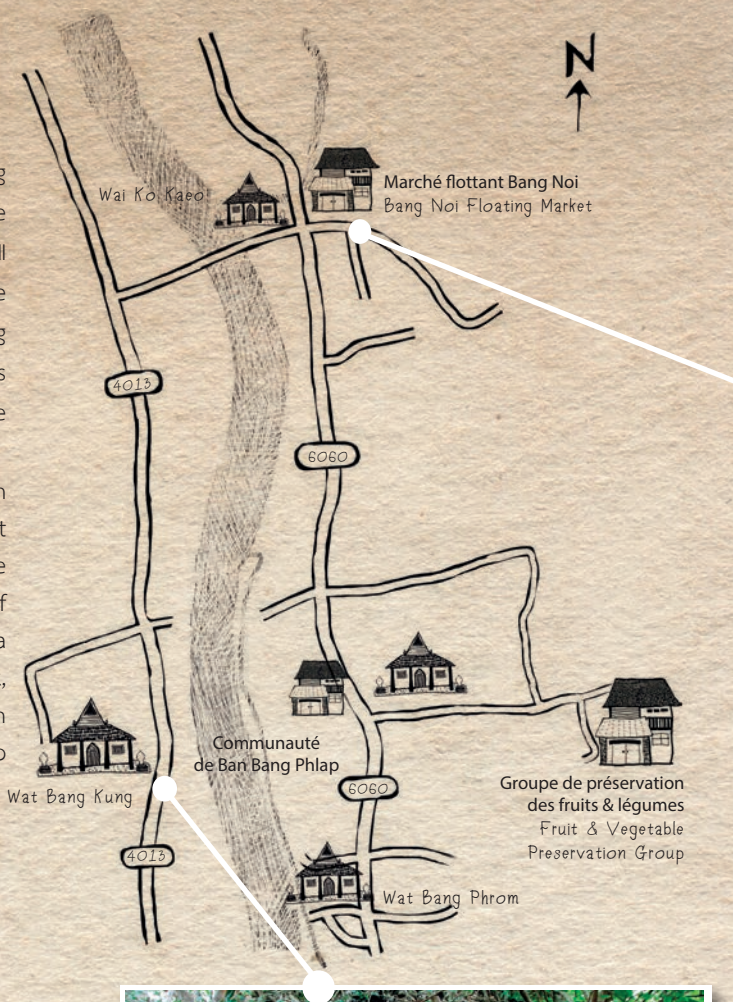
GPS $N13^{\circ} 26.869'$ $E099^{\circ} 57.030'$

Attractions à proximité

Nearby Attractions

Wat Bang Kung

Cet ancien temple bouddhiste est situé à Tambon Bang Kung, Amphoe Bang Khonthi. Des documents historiques rapportent qu'il a été construit durant la période d'Ayutthaya à l'emplacement d'un camp naval érigé par le roi Ekathat, dernier monarque d'Ayutthaya. Le complexe abrite le Bot Prok Pho, un hall d'ordination recouvert par les racines de grands arbres Bodhi, et une image sacrée de Bouddha (Luangpho Ninmani). Celle-ci est vénérée par de nombreux fidèles qui viennent de partout tous les jours.



GPS $N13^{\circ} 26.772'$ $E099^{\circ} 56.507'$

Wat Bang Kung

This ancient Buddhist temple is situated in Tambon Bang Kung, Amphoe Bang Khonthi. Historical records say that it was built in the Ayutthaya period and it was the location of a naval camp set up by King Ekathat, the last monarch of Ayutthaya. Within the compound is Bot Prok Pho, an ordination hall covered by the roots of large Bodhi trees, with a Buddha image called Luangpho Ninmani enshrined inside the hall. This Buddha image is much revered, with worshippers coming daily from many places.

GPS N17° 35.668' E099° 48.388'



Marché flottant Bang Noi

Situé à l'embouchure du Khlong Bang Noi, en face du Wat Ko Kaeo (Amphoe Bang Khonthi), ce vieux marché flottant existe depuis plus d'un siècle. Autrefois, cette commune était un important centre commercial du bassin de la rivière Mae Klong-Tha Chin. Devenue aujourd'hui une zone résidentielle, elle conserve encore certaines caractéristiques de son patrimoine culturel d'origine. Les touristes peuvent visiter le marché flottant Bang Noi chaque samedi et dimanche de 09h00 à 15h00.

Bang Noi Floating Market

This ancient floating market has existed for more than a century. It is located at the mouth of Khlong Bang Noi, in front of Wat Ko Kaeo, Amphoe Bang Khonthi. In the past, this community was an important river trading centre in the Mae Klong-Tha Chin basin but it has changed into a residential area. However, it retains some of the characteristics and cultural heritage of an original riverside community. Tourists can visit the Bang Noi Floating Market every Saturday and Sunday from 09.00 to 15.00 hrs.

Installations / Facilities

Séjour chez l'habitant, nourriture et boutiques de souvenirs sont disponibles.

Meilleure période : toute l'année.

Contacter la communauté Ban Bang Phlap

Tel. : +66 3476 1985 ou +66 8982 97100

Pour plus d'informations / For more information

Bureau de l'Office National du Tourisme de Thaïlande, bureau de Samut Songkhram

Tel. : +66 3475 2847

Numéros d'urgence / Emergency Lines

Police touristique / Tourist Police

Tel. : 1155

Police des autoroutes / Highway Police

Tel. : 1193

Poste de police provinciale de Samut Songkhram

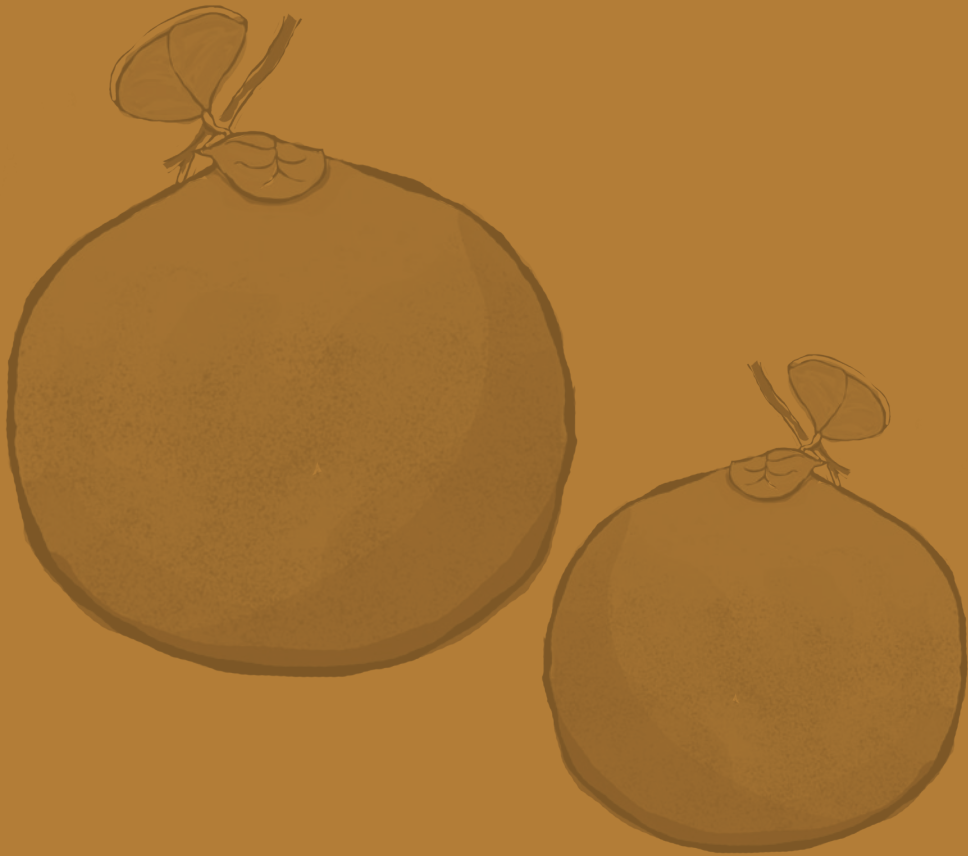
Samut Songkhram Provincial Police Station

Tel. : +66 3472 0530-5

Hôpital Somdet Phra Phuttha Loetla

Somdet Phra Phuttha Loetla Hospital

Tel. : +66 3472 3044-9



Tourism Authority of Thailand (TAT)
1600 Petchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel : +66 (2) 250 5500
Fax : +66 (2) 250 5511
E-mail : center@tat.or.th
Website : www.tourismthailand.org

Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT Paris)
90, av. des Champs-Élysées
75008 Paris
Tél : +33 (0) 1 53 53 47 00
Fax : +33 (0) 1 45 63 78 88
Courriel : infosthailand@gmail.com
Site Internet : www.tourismethaifr.com

ททท ประเทศไทย

amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org





DÉCOUVREZ LA VIE LOCALE ET SES COMMUNAUTÉS

Communauté éco-responsable de
Huai Raeng, Trat

Visit Community & Friends
Huai Raeng Ecotourism Group, Trat







Huai Raeng **Communauté** **éco-responsable**

En naviguant sur le canal à travers les forêts de palmiers nypas, découvrez le mode de vie paisible de la « Terre fertile des Trois Eaux » avec la communauté éco-responsable de Huai Raeng, dans la province de Trat.

Huai Raeng **Ecotourism Group**

While cruising the canal and touring the orchards on the Atap Palm Trail, experience the simple way of life of the fertile Land of Three Waters at Huai Raeng Ecotourism Group, Trat province.

Histoire de la « Terre fertile des Trois Eaux »



Au début du 20^{ème} siècle, les gens commencèrent à s'installer sur les terres autour de Huai Raeng pour les cultiver. Plus tard, les Français qui occupaient Trat découvrirent les ressources inestimables des forêts avoisinantes, foisonnantes d'espèces naturelles tel cet arbre qu'ils appelèrent « Cruz », connu également sous le nom de « Fairy petticoats » (jupons de fée) ou « Khrai Yoi ».

Huai Raeng signifie le « ruisseau des vautours ». Ce nom proviendrait d'une légende contant qu'autrefois ces rapaces vivaient en nombre dans la région.

C'est l'une des zones les plus fertiles au monde, irriguée par trois écosystèmes aquatiques (eaux douce, saumâtre et salée) créateurs d'une riche biodiversité. Les racines fibreuses des Cruz sont, notamment, les pépinières d'un environnement marin vibrionnant.

Le développement de Huai Raeng en tant que communauté éco-responsable fut proposé. La forte implication de la population et la bonne gestion des ressources lui ont permis d'être récompensée du « Prix Kinnari pour Performance Exceptionnelle » aux « Thailand Tourism Award 2010 » et d'être sélectionnée comme l'un des cinq modèles de tourisme communautaire.





Tale from the Land of Three Waters

At the beginning of the twentieth century, people started to inhabit the areas around Huai Raeng and used them for farming. Later, the French seized Trat and recognised the forests as a treasured resource, containing valuable specimens; such as, the Fairy Petticoats or Khrai Yoi tree (called *Cruz* by the French). The name Huai Raeng originated from a legend reporting that vultures lived in the area, thus *Huai Raeng – Vulture Creek*.

It is one of the world's most fertile areas nourished by three water ecosystems, freshwater, brackish, and salty, resulting in a rich biodiversity. The fibrous roots of the *Cruz* trees in particular provide a nursery for a vibrant marine environment. Huai Raeng is the main artery of the entire area.

Huai Raeng was proposed for development as a sustainable community, and strong public participation and good management of resources has resulted in it earning the Kinnari Award of Outstanding Performance at Thailand Tourism Award 2010 and selection as one of the five models of community-based tourism.



Les gens doivent avant tout être fiers de leur propre communauté

L'objectif du tourisme dans la communauté de Huai Raeng n'est pas seulement de gagner de l'argent mais également de créer des opportunités interculturelles pour apprendre et échanger. La première chose à faire est donc d'impliquer les locaux et de leur faire apprécier leur propre communauté. Cela passe notamment par l'apprentissage des plantes médicinales et leur utilisation, la connaissance des méthodes de pêche et du savoir-faire ancestral du tressage de feuilles de palmier. De cette conscience naît la confiance nécessaire pour des échanges de qualité avec les touristes, ainsi hôtes et visiteurs peuvent passer ensemble d'agréables moments autour d'activités écologiques.

People must first be proud of their own community

The objective of tourism in the Huai Raeng Community is not just earning money, but also making the most of the opportunity to learn about and exchange cultures. A start to this process involves making local residents appreciative of their own community first, in regard to such things as wisdom concerning the growing and use of herbal plants, knowledge about fishing, and the skills involved in atap palm leaf weaving. From this appreciation grows the confidence to efficiently interact with and manage dozens of tourists, and allowing hosts and visitors to happily spend time together pursuing sustainable activities.

D'un mode de vie à des activités agréables

Si vous souhaitez expérimenter le mode de vie à Huai Raeng, alors soyez prêt à effectuer des activités qui font parties de la vie quotidienne des locaux. Comme par exemple, faire du rafting pour observer les Cruz et la façon dont ces arbres sont ordonnés pour protéger les forêts, naviguer le long du canal entre les palmiers, apprendre à cueillir leurs fruits ainsi qu'à couper leurs feuilles qui servent à rouler les cigarettes locales, à envelopper une friandise appelée « Khanom Chak », à tresser des chapeaux ou encore à construire les toits de maisons.



From a way of life to enjoyable activities

If you wish to experience the way of life at Huai Raeng, then be prepared for activities that are integral parts of the people's daily lives; such as, rafting to observe the *Cruz* trees, ordination of *Cruz* trees as a strategy to protect the forests, cruising along the canal among the atap palms, learning to pick palm fruits, and cutting palm leaves used in rolling local cigarettes, wrapping a special sweetmeat called Khanom Chak-palm sweet, weaving hats, and roofing.



Si vous voulez connaître les habitants de Huai Raeng, vous devez visiter leur maison

Les habitations des membres de la communauté de Huai Raeng ont chacune leurs propres caractéristiques. Vous pouvez les apprécier en passant du temps dans :

La maison des herbes

Ici, vous avez la possibilité d'apprendre à cultiver les fruits et légumes médicinaux.

La maison du canal

Dans celle-ci, vous découvrez le mode de vie au bord du canal, les techniques pour attraper des crevettes et notamment appâter les crevettes géantes d'eau douce.

La maison du jardin mixte

Cette maison vous offre l'opportunité d'apprendre à mélanger différentes sortes de plantations sur un même terrain, comme des arbres fruitiers, des hévéas et des légumes.

La maison de la plantation d'hévéas

Là, vous vivez la vie d'un planteur d'hévéas et participez à l'extraction du latex.

La maison des feuilles de palmiers nypas

Dans ce « homestay », vous tressez des chapeaux en utilisant des feuilles de palmes, vous apprenez à cuisiner les « Khanom Chak » et





Réalisation des enveloppes de riz en bractée d'aréquier
Steps in making the Palm Bract Rice Wrappers

donnez un coup de main dans la plantation de palmiers d'arec.

La maison des bractées d'aréquier

Vous participez ici à la production de « design » modernes de bractées d'aréquier (feuilles de palmiers à bétel) afin d'envelopper le riz. Un procédé qui repose depuis des années sur le savoir-faire des anciens.

La maison du savon au mangoustan

Dans cette maison, les mangoustans sont pelés pour transformer leur écorce en savon. Ce produit a bâti la réputation de la communauté et lui a permis d'être sélectionnée par l'Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT) comme l'un des sites touristiques les plus créatifs.

If you want to get to know Huai Raeng residents, you must visit their homes

The lives of the residents of the Huai Raeng Community have their own unique characteristics. You can experience some of them by spending time at:

Home of Herbs

This accommodation provides opportunities to learn about the planting of medicinal vegetables and fruits.

Home of Canal Life

Here you can experience the lifestyle along the canal, including collecting shrimp and dropping bait for giant freshwater prawns.

Home in a Mixed Orchard

This home gives you the chance to learn about mixed plantations, where fruit trees, rubber trees, and vegetables are grown in the same area.

Home in a Rubber Plantation

Here you live the life of a rubber planter and join in rubber tapping.

Home of Atap Palm Leaves

At this accommodation you weave hats using atap palm leaves, make palm sweets, and generally assist around the areca palm plantation.

Home of Palm Bract Rice Wrappers

When you stay here, you are involved in the production of modern designs to be introduced on rice wrappers made of areca palm bract – a process that draws on years of grandma's wisdom.

Home of Mangosteen Rind Soap

This site processes mangosteen peel into soap, a product that has made a name for the community, resulting in its selection as one of the Creative Tourism sites by the Tourism Authority of Thailand (TAT).

Nourrisser votre peau avec la
star des fruits tropicaux

Nurturing your skin with the rind of
the queen of tropical fruits







Qui aurait pu penser que l'écorce du **mangoustan** était bonne pour la peau ?

Des études en laboratoire ont montré que la peau des mangoustans contient du tannin et des xanthones qui sont des anti-radicaux libres protégeant du cancer. Autrefois, l'écorce séchée du mangoustan était mélangée avec de l'eau ou du jus de citron vert, et utilisée comme traitement anti-inflammatoire pour l'épiderme ainsi que pour la cicatrisation des grains de beauté et des plaies. La communauté de Huai Raeng produit de grandes quantités de mangoustan. Deux amies, Pannee Khemdi et Patee Panchoo, après des périodes d'essais et d'erreurs, ont trouvé la formule d'une marque de savon unique. Les visiteurs peuvent apprendre les différentes étapes du processus de fabrication et également acheter des savons en souvenir.



Who would have thought that **mangosteen** is great for the skin?

Laboratory studies have found that mangosteen rind contains tannin and xanthenes, which are anti-free radicals that give protection against cancer. In ancient times, the dried rind of mangosteen was mixed with water or lime water and used as an anti-inflammatory medication for the skin and in the healing of moles and/or wounds. Huai Raeng Community produces a large amount of mangosteen fruit and two friends, Pannee Khemdi and Patee Panchoo, after a period of trial and error, found a formula for a unique brand of soap. This has been developed into a famous product of the Huai Raeng Community. Visitors can learn all the steps involved in the making of the product, and also buy soaps of their choice as souvenirs.





Réservoir de Huai Ta Kat
Huai Ta Kat Reservoir

Administration du sous-district de Huai Raeng
Huai Raeng Sub-district
Administrative Organisation

Informations de voyage

Travel Information

En voiture au départ de Bangkok, prendre l'autoroute N°3 ou Sukhumvit Road. Avant d'entrer dans la ville de Trat, tourner à gauche à l'intersection indiquant Ban Chang Kluea. Après 9 km, l'école Khao Noi Witthayakhorn se trouve sur la gauche. Continuer et prendre la première à droite puis rouler sur 4 km jusqu'au temple Wat Khlong Khut. Suivre ensuite le panneau indiquant la communauté éco-responsable de Huai Raeng.

GPS : N12° 21.500' E102° 32.752'



From Bangkok, use Highway No. 3 or Sukhumvit Road. Before entering the town of Trat, turn left at the intersection with a sign pointing left towards Ban Chang Kluea. After 9 kilometres, there is the Khao Noi Witthayakhom School on the left. Continue and take the first right turn and travel about 4 kilometres to Wat Khlong Khut. Then follow the sign to the Huai Raeng Ecotourism Group.

GPS N12° 21.500' E102° 32.752'



Attraction à proximité Nearby Attraction

Wat Khlong Khut

Ce temple bouddhiste a été construit il y a plus de 200 ans comme second temple de Trat. Il abrite des outils anciens et possède une jolie salle d'ordination située sur le khlong Khut, dans un cadre baigné d'eau agrémenté d'un grand quai et d'un pont suspendu.

Wat Khlong Khut

This is an ancient Buddhist temple built more than two hundred years ago as the second temple of Trat. There is a display of ancient utensils and a fine ordination hall situated on Khlong Khut in a scenic water setting complete with a large quay and a hanging bridge.

GPS N12° 21.500' E102° 32.752'

Installations / Facilities

Séjour chez l'habitant, restaurants et magasins de souvenirs sont disponibles.

Home-stay services, food and souvenir shops are available.

Meilleure période / Travel season

Toute l'année. All year round.

Contacter la communauté éco-responsable de Huai Raeng / Contact the Huai Raeng Ecotourism Group

Tel. : +668 9247 9648, +668 9984 8044

www.cbtnetwork.org

Pour plus d'informations / For more information

Bureau de Relations Publiques de la province de Trat

Tel. : +66 3951 1998

Bureau de la province de Trat

Tel. : +66 3951 1282

Office National du Tourisme de Thaïlande, bureau de Trat (Tourism Authority of Thailand, Trat Office)

Tel. : +66 3959 7259 60

Numéros d'urgence / Emergency Lines

Police touristique / Tourist Police

Tel. : 1155

Police des autoroutes / Highway Police

Tel. : 1193

Commissariat de police de Trat /
Trat Provincial Police Station

Tel. : +66 3951 1450

Hôpital de Trat / Trat Hospital

Tel. : +66 3951 1040



Tourism Authority of Thailand (TAT)
1600 Petchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel : +66 (2) 250 5500
Fax : +66 (2) 250 5511
E-mail : center@tat.or.th
Website : www.tourismthailand.org

Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT Paris)
90, av. des Champs-Élysées
75008 Paris
Tél : +33 (0) 1 53 53 47 00
Fax : +33 (0) 1 45 63 78 88
Courriel : infosthaïlande@gmail.com
Site Internet : www.tourismethaifr.com

ททท ประเทศไทย

amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org





DÉCOUVREZ LA VIE LOCALE ET SES COMMUNAUTÉS

Communauté de Ko Klang, Krabi

Visit Community & Friends
Ko Klang Community, Krabi



Ko Klang

une île de croyance,
où le mode de vie musulman
rencontre la mer.

Ko Klang

an island of faith,
where the Muslim lifestyle
meets the sea.





Ko Klang, un symbole d'autonomie

Un bateau longue-queue, traditionnel de la mer d'Andaman, transporte les voyageurs jusqu'à une petite île. La première vision révèle de longues rangées de maisons et d'embarcations, et les sourires chaleureux et accueillants des habitants.

L'île s'appelle Ko Klang. Ses habitants sont en majorité musulmans et vivent au quotidien selon les préceptes de leur religion. Profitant des abondantes ressources naturelles de la mer et des forêts de mangrove, la plupart d'entre eux pratiquent la pêche côtière, la pisciculture et cultivent du riz pour leur propre consommation mais aussi pour en vendre au voisinage. Cela leur permet de vivre en toute autonomie et indépendance.

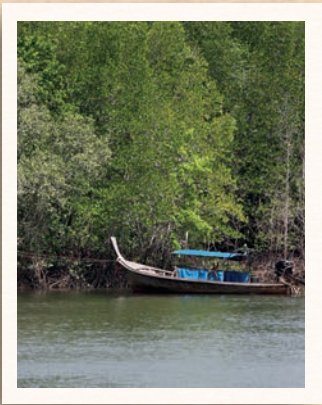
Le mode de vie pacifique des locaux, l'environnement spécifique riche en ressources naturelles et la force de la communauté font de Ko Klang l'heureuse gagnante du « Thailand Tourism Award 2007 » décerné par l'Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT).





Ko Klang

A symbol of sufficiency



A traditional Andaman long-tail boat takes travellers across the sea to the small island. The first view is of houses and boats in long rows, and the warm welcoming smiles of the residents. The island is named *Ko Klang*. The locals are mostly Muslims and care for each other in accordance with Muslim beliefs. Surrounded by rich natural resources in the sea and mangrove forests, the residents mostly work in coastal fisheries, breed fish in enclosures, and grow rice for household consumption and sale to neighbours. This allows them to lead a sufficiency lifestyle independent from any other community.

The local people's amicable lifestyle, distinctive environment and natural resources, and the strength of the community made Ko Klang Community a proud winner of the Thailand Tourism Awards 2007 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).

Les pêches côtières, intégrées au mode de vie dès le plus jeune âge

Le mode de vie de la communauté de Ko Klang est intimement lié à l'environnement marin. Les parents embarquent leurs enfants très tôt sur les bateaux de pêche pour qu'ils puissent naturellement s'imprégner de la vie en mer, transmise de génération en génération. A partir d'un certain âge, la plupart pêchent le long des côtes, confectionnent des filets, fabriquent des pièges en bambou utilisés en eau peu profonde, pratiquent la pisciculture, attrapent des crabes ou ramassent des palourdes.

Les pièges utilisés en eau peu profonde sont particulièrement intéressants. Héritées de la sagesse des anciens, leurs confections prennent

différentes formes reproduisant les habitats naturels des animaux marins. Ainsi, ils sont carrés pour les crabes, cylindriques pour les poissons-chats corail ou bien semi-circulaires pour les calamars.

Les bateaux de pêche sont bien sûr indissociables du mode de vie de la communauté. Il en existe toute une variété mais les plus répandus sont les bateaux à rame (Ruea Chaeo) et les bateaux traditionnels longue-queue (Ruea Hua Thong). La forme de ces derniers est un autre héritage de la sagesse ancestrale. Longs de 8 à 10 mètres, ils ont un avant surélevé pour surfer les vagues et empêcher l'eau de s'infiltrer lors des rafales de vent.



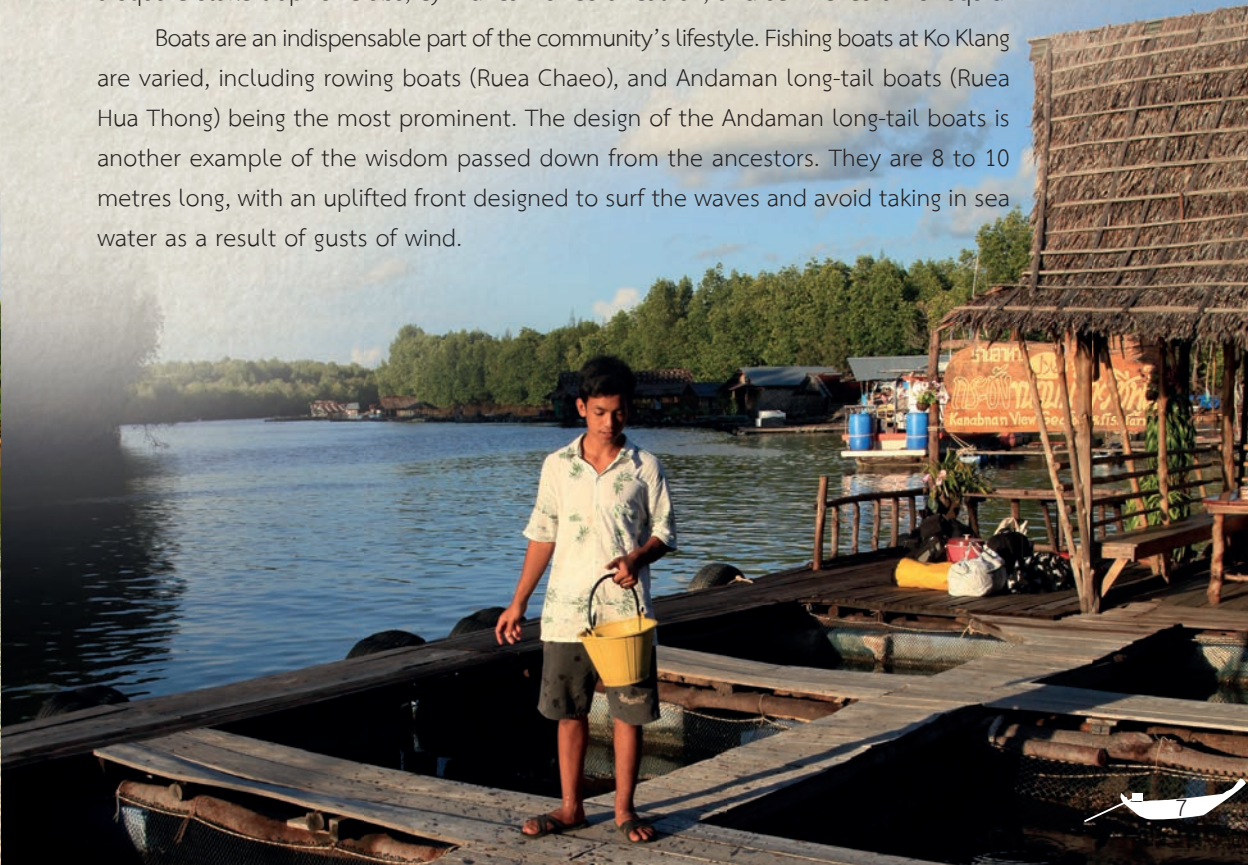
Coastal fisheries

are part of the people's lives from a very early age

The Ko Klang community lifestyle is inextricably linked with the marine environment. Parents take their children with them in the fishing boats, so that the youngsters naturally absorb the feelings of life by the sea handed down through generations. Most people, at some stage, work in coastal fisheries, setting fishing nets, building shallow water bamboo stake traps, breeding fish in cages, trapping crabs, and/or collecting clams.

Shallow water traps are especially interesting. Based on wisdom passed down from the ancestors, the traps are in various forms that imitate the marine animals' natural habitats; such as, a square stake trap for crabs, cylindrical for coral catfish, and semi-circular for squid.

Boats are an indispensable part of the community's lifestyle. Fishing boats at Ko Klang are varied, including rowing boats (Ruea Chaeo), and Andaman long-tail boats (Ruea Hua Thong) being the most prominent. The design of the Andaman long-tail boats is another example of the wisdom passed down from the ancestors. They are 8 to 10 metres long, with an uplifted front designed to surf the waves and avoid taking in sea water as a result of gusts of wind.





Un bateau longue-queue **Miniature** en souvenir

Production de modèles miniatures, communauté de Ko Klang

La confection de modèles miniatures du bateau traditionnel Andaman est née de l'initiative de Monsieur Matdap Mankha, constructeur de bateaux durant plus de 50 ans, qui souhaitait préserver un témoignage du mode de vie passé des habitants de Ko Klang. Son fils, Somboon Mangha, a repris le flambeau en formant un groupe qui façonne des bateaux longue-queue miniatures en guise de souvenirs.

Les membres de ce groupe doivent posséder 4 qualités : l'amour de la fabrication d'un bateau dans les règles de l'art, la diligence, la détermination et la dextérité.



Miniature Andaman long-tail boats as souvenirs

Model long-tail boat production group, Ko Klang Community

The production of model long-tail boats originated as an initiative of Grandpa Matdap Mankha, a boat-builder of Ko Klang with over 50 years of experience. He wanted to preserve a memory of the past lifestyle of the Ko Klang residents. His efforts were continued by his son, Somboon Mankha, who organised a group of boat-builders to make model long-tail boats as souvenirs. Members of this group must possess four characteristics, a love of the art of boat-building, diligence, determination, and skill.



Les modèles miniatures de bateaux longue-queue sont confectionnés en bois de mûrier et de jelutong qui abondent dans les environs. Le procédé de fabrication est le suivant :

Model long-tail boats are made of Indian mulberry and jelutong wood, raw materials available in the neighbourhood. The model long-tail boat production process is as follows:



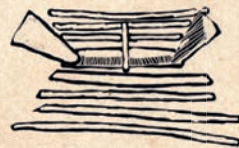
1. Fabriquer la quille et les panneaux pour la proue et la poupe.

1. Make the keel and the boards for the prow and stern.



2. Fixer les panneaux à la quille et monter l'ossature.

2. Attach the planks to the keel and place the ribs.



3. Mettre le bateau en forme avec des petites lattes.

3. Shape the boat with sections of the plank.



4. Affiner la forme.
4. Refine the shape.



5. Assembler les panneaux formant les plats-bords.

5. Assemble the planks to form the beam.



6. Fixer la proue et la poupe.
6. Fix the prow and stern.

Les visiteurs peuvent apprendre ce procédé en fabriquant eux-mêmes une miniature et profitent aussi des fascinantes histoires racontées par ceux pour qui les bateaux longue-queue n'ont plus aucun secret.

This process can be learned by visitors through practice, complete with the telling of fascinating stories of the boats by those who have been building and using them all their lives.



7. Attacher les lattes et les panneaux plats des côtés.

7. Attach wooden skirting and flat boards on the sides.



8. Préparer les rames et le support du bateau.

8. Prepare the oars and stand for the boat.



9. Attacher les rames et placer le support pour soutenir le bateau.

9. Attach the oars and assemble the stand to support the boat.

Dans l'eau, il y a du poisson, dans les champs, il y a du riz

Tandis que les ressources marines abondent, le riz pousse de manière significative dans les terres. Bien qu'ils consacrent beaucoup de temps à la pêche, les habitants de Ko Klang produisent aussi un excellent riz dont la grande qualité provient du taux de salinité des sols lié à la proximité de la mer.

In the water there is fish, in the field there is rice

While the resources of the sea are abundant, on the land the growing of rice is of significant importance. Apart from the time engaged in fishing, residents of Ko Klang produce excellent rice. The rice grown here is of superior quality due to the soil mixed with salt from the sea.





La différence entre les tissus Pateh et Batik.

Elle réside dans la réalisation des motifs. La confection du Pateh s'appuie sur des blocs de métal avec des dessins d'une grande complexité, alors que les motifs du batik sont réalisés avec un outil appelé « *canting* » qui contient de la cire chaude à appliquer sur le tissu. Si les deux textiles sont magnifiquement ornés, le Pateh coûte moins cher car moins compliqué à faire.

The difference between Pateh and Batik textiles

The difference is in the pattern-making. In the production of Pateh, metal blocks with intricate and complex designs are used, while for Batik patterns are made with a tool called a *canting* that contains hot wax for application on the cloth. Both textiles feature beautiful patterns, but Pateh costs less as it involves a less complicated process.



Les tissus Pateh, le charme de Ko Klang

Ko Klang est également renommé pour ses tissus Pateh initiés par Madame Prachim Lekdam dont les ancêtres venaient de Malaisie. Pour ses dessins, elle s'inspirait de la nature et du mode de vie local. Les visiteurs peuvent s'essayer à peindre des motifs sur un tissu blanc. Celui-ci est maintenu bien tendu dans un cadre et ensuite recouvert de motifs floraux colorés. Après 24 heures de séchage, il est teint puis accroché pour sécher de nouveau avant de livrer un magnifique tissu Pateh fleuri.

Pateh textiles, the charm of Ko Klang

Ko Klang is also renowned for its Pateh textiles started by Grandma Prachim Lekdam, whose ancestors came from Malaysia. Her designs for the Pateh textile were inspired by nature and the surrounding way of life. Visitors can try their hand at painting a pattern with wax on a piece of sheer white cloth, stretching the cloth on a frame, and then painting colourful floral designs. After drying for 24 hours, the cloth is dyed and then hung up to dry again, resulting in a beautiful floral Pateh cloth.

Venez découvrir Ko Klang et vivez comme les locaux

Une fois à Ko Klang, ne vous privez surtout pas des plaisirs de dormir chez l'habitant et de goûter aux spécialités locales. La cuisine de l'île est particulière. Elle combine les saveurs du Sud et les plats musulmans comme le poulet et le riz au safran, le riz gluant cuit à la vapeur dans une feuille de palmier, la soupe épicée au lait de coco avec de la noix de coco et du poisson salé. Tout est fait à base de produits frais provenant de la mer et du jardin juste derrière la porte.

Come to Ko Klang and live like the locals

Having made it to Ko Klang, you should not miss the home-stay service and local delicacies. Food at Ko Klang is special - a combination of Southern and Muslim dishes, including chicken and saffron rice, steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf, and spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish, all made up of produce fresh from the sea and the garden beyond the backdoor.



Partagez le bonheur et respectez la communauté

Les familles d'accueil de Ko Klang reçoivent toute personne désireuse de découvrir et de faire l'expérience du mode de vie local. Cependant, pour que ce séjour s'accomplisse au mieux, pour les visiteurs et leurs hôtes, la compréhension et le respect du style de vie de la communauté sont nécessaires :

- Ne pas amener d'alcools et de drogues sur l'île.
- Ne pas amener de nourriture à base de porc.
- Les chiens ne sont pas acceptés.
- Les femmes doivent porter des vêtements décents qui ne soient pas trop révélateurs.
- Aucune marque d'affection entre un homme et une femme ne doit être faite en public.

Share the happiness and respect the community

Home-stay hosts at Ko Klang welcome everyone wishing to learn and experience the ways of the residents. However, to make the visit truly fulfilling for both guests and hosts, there is a need to have an understanding of and respect for the lifestyle of the community as follows:

- Do not take narcotics and alcohol to the island.
- Do not take food containing pork to the island.
- No dogs are allowed on the island.
- Women should be dressed appropriately in clothes that are not too revealing.
- There are to be no signs of affection between a man and a woman in public.



Informations de voyage Travel Information

Dans la ville de Krabi, le bateau pour Ko Klang peut se prendre du Thara Public Park Pier au Tha Le Pier, ou du Chao Fa Pier au Tha Hin Pier. Des motos avec side-cars peuvent se louer sur l'île.

A boat can be taken from the city of Krabi from the Thara Public Park Pier to the Tha Le Pier, or from the Chao Fa Pier to the Tha Hin Pier, to Ko Klang. Motorcycles with a side car can be hired on the island.

GPS N08° 03.390' E098° 55.952'

Attractions à proximité Nearby Attractions

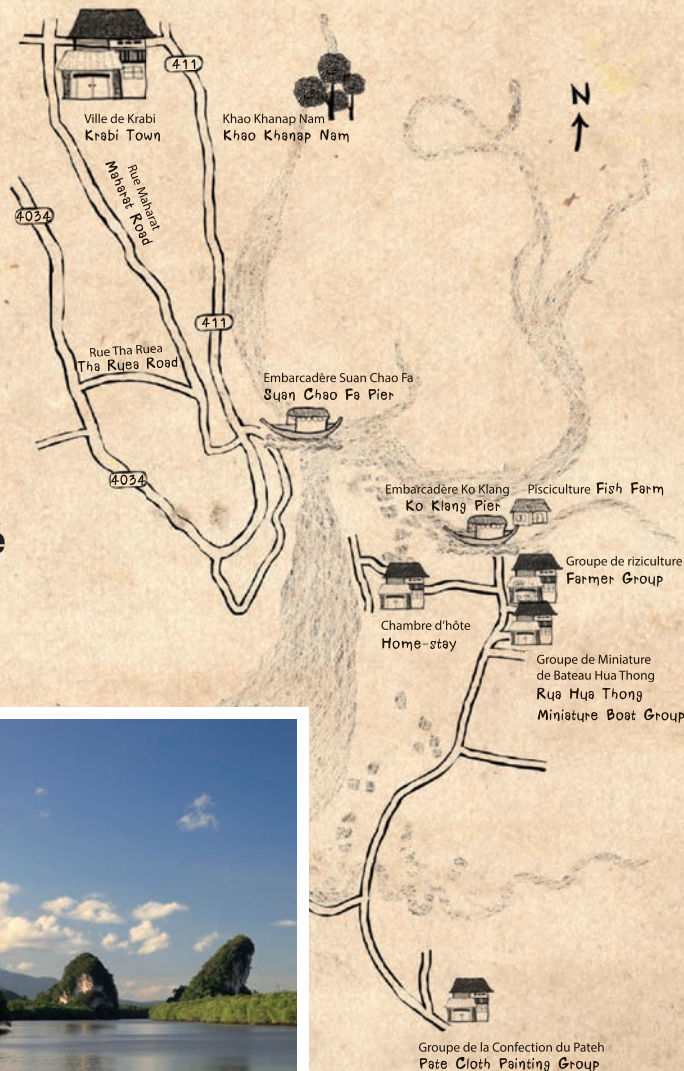
Khao Khanap Nam

Khao Khanap Nam est juste à 15 mn de bateau de Ko Klang. Là, durant la Seconde Guerre Mondiale, les forces militaires japonaises établirent leur base dans des grottes. Des reconstitutions d'événements sont organisées pour les touristes.

Khao Khanap Nam is just 15 minutes by boat from Ko Klang. This is where the Japanese forces in the Second World War set up their base in the caves. Models of mock events have been set up in the caves as tourist attractions.



GPS N 08° 04.829' E 098° 55.282'



Thale Waek ou la Mer Séparée

40 minutes de bateau vous mènent de Ko Klang à Thale Waek. Ici, un banc de sable apparaît à marée basse, permettant aux visiteurs de rejoindre à pied les 3 îles de Ko Kai, Ko Mo et Ko Thap. Les jours proches de la pleine lune sont les meilleurs moments pour voir la mer séparée en deux à marée basse.



GPS N 07° 57.645' E 098° 48.674'

Thale Waek or Separated Sea

A 40-minute boat trip takes you from Ko Klang to Thale Waek. Here, sandbar appears at low tide, enabling visitors to cross to 3 nearby islands, Ko Kai, Ko Mo, and Ko Thap. The best time to view the separated sea is at low tide around the day of the full moon.

Installations / Facilities

Séjour chez l'habitant, restaurants et magasins de souvenirs sont disponibles.

Home-stay services, food and souvenir shops are available.

Meilleure période / Travel season

Toute l'année. All year round.

Contacter la communauté de Ko Klang /

Contact Ko Klang Community

Tel. : +668 5788 4546, +668 1569 0224,
+668 6072 7860

Pour plus d'informations / For more information

Bureau de l'Office National du Tourisme de
Thaïlande à Krabi / Tourism Authority of Thailand,
Krabi Office

Tel. : +66 7561 2811-2

Numéros d'urgence / Emergency Lines

Police touristique / Tourist Police

Tel. : 1155

Police des autoroutes / Highway Police

Tel. : 1193

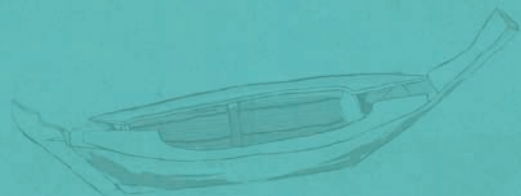
Commissariat de police de Krabi

Krabi Provincial Police Station

Tel. : +66 7561 1222

Hôpital de Krabi / Krabi Hospital

Tel. : +66 7562 670





Tourism Authority of Thailand (TAT)
1600 Petchaburi Road, Makkasan,
Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
Tel : +66 (2) 250 5500
Fax : +66 (2) 250 5511
E-mail : center@tat.or.th
Website : www.tourismthailand.org

Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT Paris)
90, av. des Champs-Élysées
75008 Paris
Tél : +33 (0) 1 53 53 47 00
Fax : +33 (0) 1 45 63 78 88
Courriel : infosthailande@gmail.com
Site Internet : www.tourismethaifr.com

นทท
Amazing
THAILAND
www.tourismthailand.org





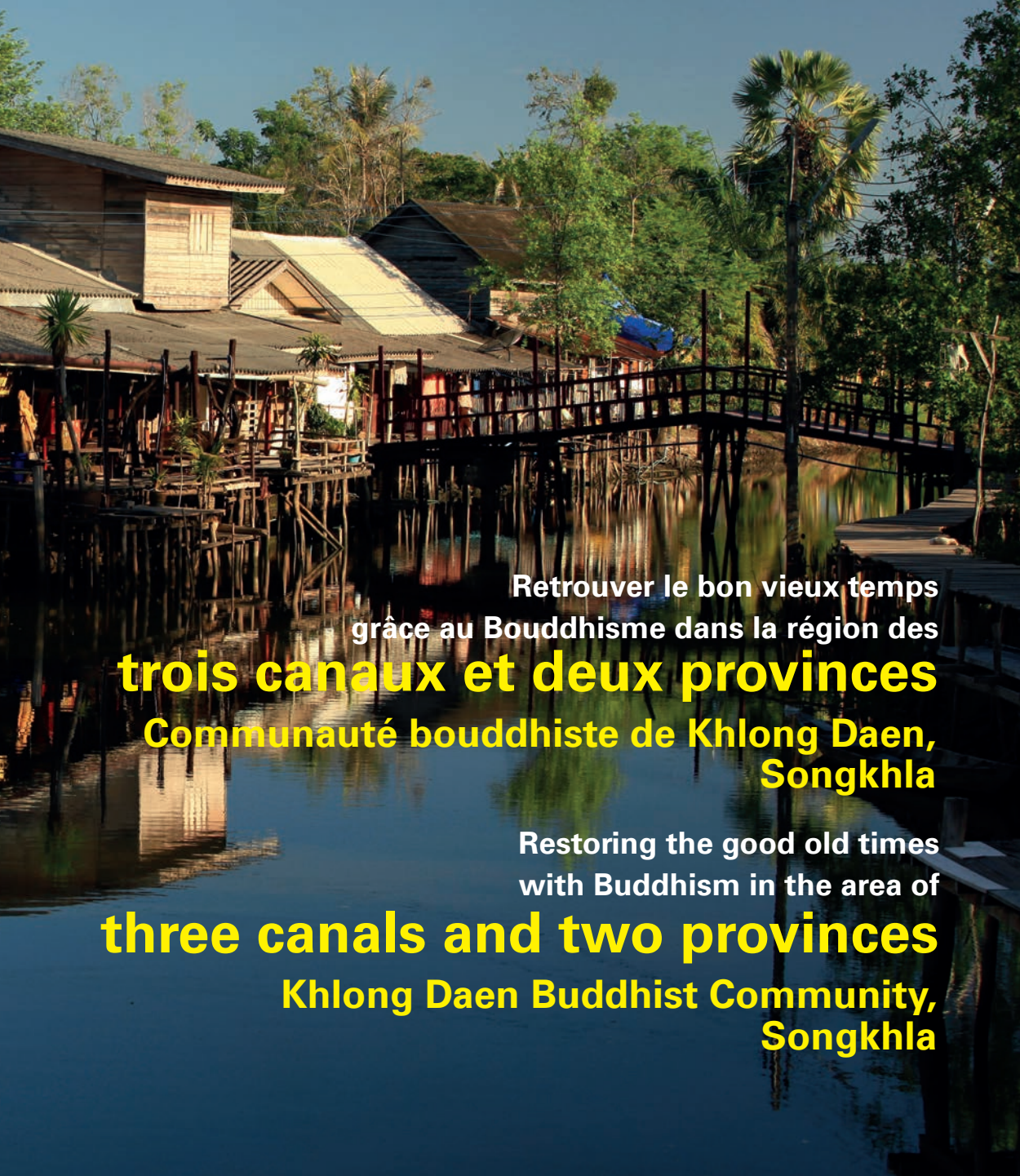
DÉCOUVREZ LA VIE LOCALE ET SES COMMUNAUTÉS

Communauté bouddhiste de Khlong Daen,
Songkhla

Visit Community & Friends
Khlong Daen Buddhist Community, Songkhla







Retrouver le bon vieux temps
grâce au Bouddhisme dans la région des

trois canaux et deux provinces

**Communauté bouddhiste de Khlong Daen,
Songkhla**

Restoring the good old times
with Buddhism in the area of

three canals and two provinces

**Khlong Daen Buddhist Community,
Songkhla**



၁၉၁၅



၁၉၁၅



၁၉၁၅
၁၉၁၅



၁၉၁၅



၁၉၁၅

Histoire de la communauté de Khlong Daen

En 1863, quelques voyageurs chinois et un groupe de Thaïlandais du Sud s'installèrent dans le coude d'une rivière très fréquentée par les bateaux.

La rivière se divise en trois grands canaux : le Khlong Pak Phanang qui s'écoule en direction des districts de Hua Sai et Pak

Phanang dans la province de Nakhon Si Thammarat, le Khlong Ranot qui part vers le district de Ranot dans la province de Songkhla et le Klong Cha-Uat qui ondule vers le district de Cha-uat dans la province de Nakhon Si Thammarat. La confluence de ces 3 canaux à Ban Khlong Daen marque la frontière de Nakhon Si Thammarat et Songkhla, enjambée par un simple pont en bois reliant les 2 provinces.

Ban Khlong Daen devint une plaque tournante du commerce fluvial, prospère et importante. Les marchands thaïs et chinois installaient maisons et magasins le long de la rivière. Il y avait des boutiques vendant de l'or, des photos, des médicaments, des vêtements ou encore un marché et une minoterie pour le riz ainsi que différents ateliers. Ban Khlong Daen grouillait d'activités nuit et jour, 24h/24 sans jamais s'arrêter.

Lorsque l'accès par la route fut établi avec la construction de l'autoroute N°408, les liaisons par le canal furent remplacées par le transport routier et les choses commencèrent à changer à Ban Khlong Daen. Les habitants



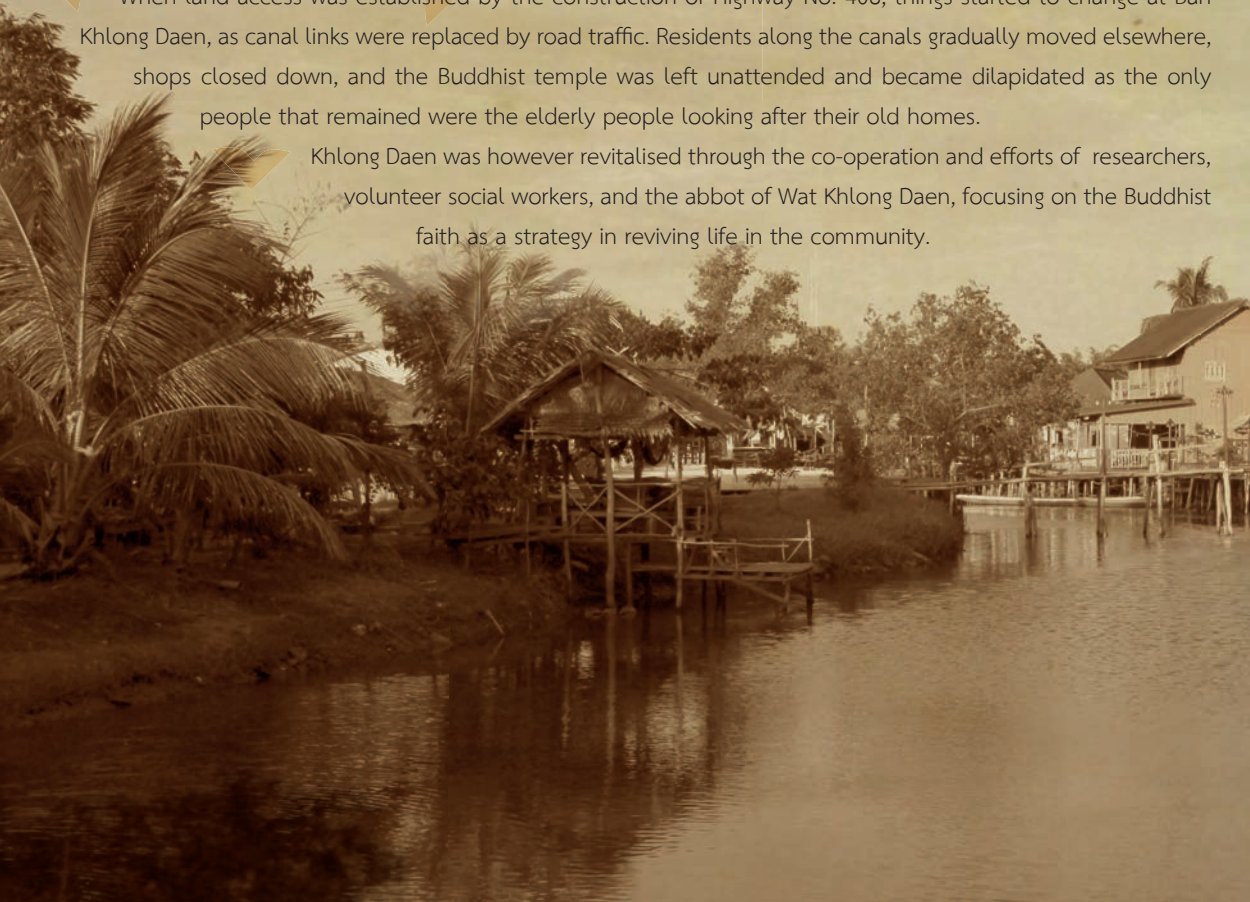
The Story of the **Khlong Daen** Community

In 1863, some Chinese travellers and a group of Thai southerners settled at a bend in the river, a busy place for waterborne traffic. The river splits into three major canals, Khlong Pak Phanang flowing to Hua Sai and Pak Phanang districts in Nakhon Si Thammarat province, Khlong Ranot to Ranot district in Songkhla province, and Khlong Cha-uat to Cha-uat district in Nakhon Si Thammarat province. The confluence of the three canals at Ban Khlong Daen is on the border of Nakhon Si Thammarat and Songkhla, spanned by a simple wooden bridge linking the two provinces.

Ban Khlong Daen became a major and prosperous river trade hub where Thai and Chinese merchants set up their shops and homes along the river and conducted business. There were shops for gold, photos, drugs, and clothes, a rice millers' market and lathe workshops. Ban Khlong Daen became a place of around-the-clock activities, never stopping, never closing, day or night.

When land access was established by the construction of Highway No. 408, things started to change at Ban Khlong Daen, as canal links were replaced by road traffic. Residents along the canals gradually moved elsewhere, shops closed down, and the Buddhist temple was left unattended and became dilapidated as the only people that remained were the elderly people looking after their old homes.

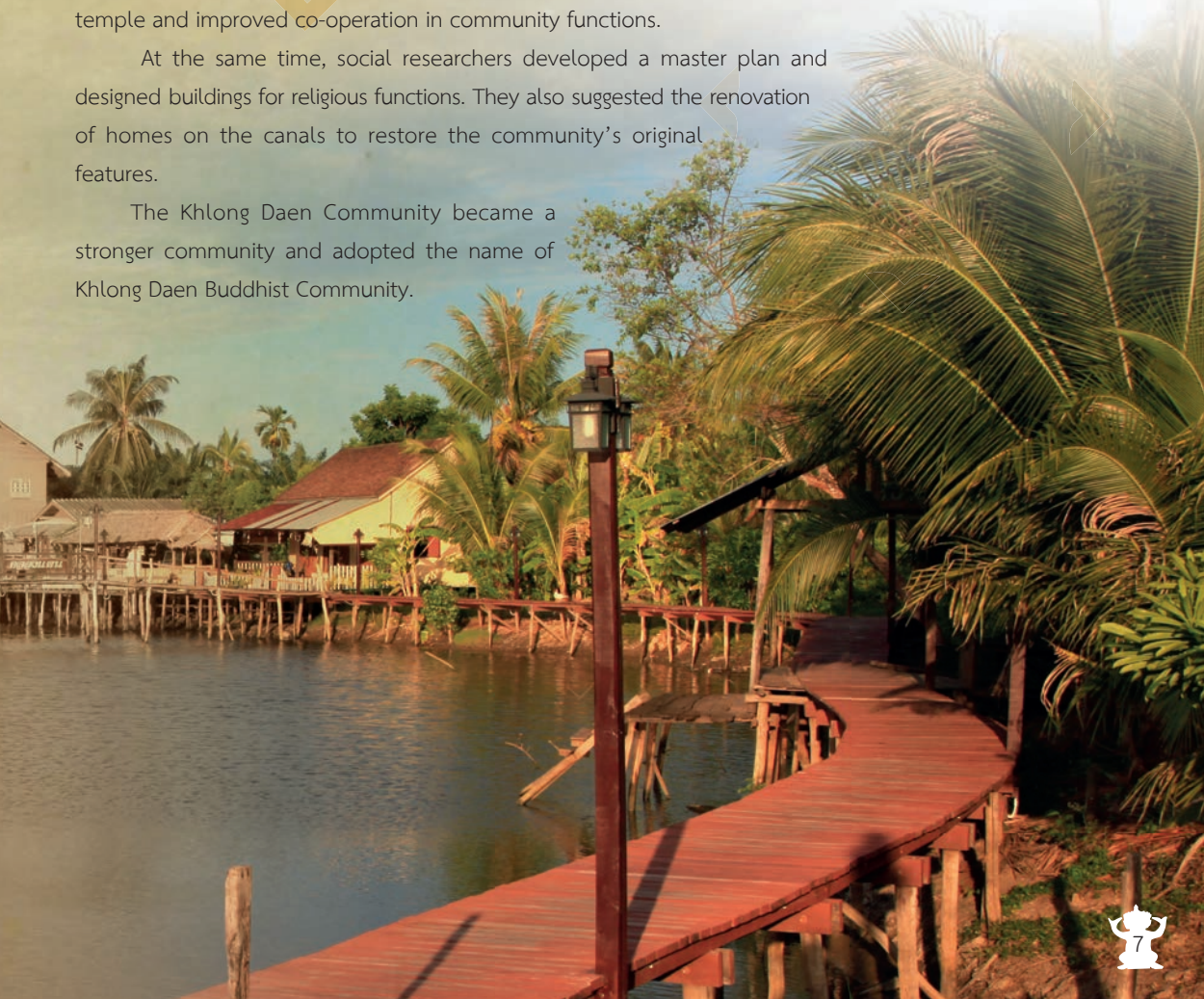
Khlong Daen was however revitalised through the co-operation and efforts of researchers, volunteer social workers, and the abbot of Wat Khlong Daen, focusing on the Buddhist faith as a strategy in reviving life in the community.



It was noted that the community was made up of clusters of homes on the canals, surrounded by rice fields, and then other homes at a distance. Some residents lived near the temple and were able to participate in and contribute to activities, but others found it difficult to attend religious functions at the temple on a regular basis. The Venerable Phra Maha Pramot Chandajoto, the current Abbot of Wat Khlong Daen, solved this problem by going to the residents in their homes, initiating a unique activity called *Mobile Dhamma* or *Dhamma on the Move*. He refrained from preaching on these visits but opted for question and answer sessions to make Dhamma easier to understand. This approach motivated the villagers and resulted in better attendances at the temple and improved co-operation in community functions.

At the same time, social researchers developed a master plan and designed buildings for religious functions. They also suggested the renovation of homes on the canals to restore the community's original features.

The Khlong Daen Community became a stronger community and adopted the name of Khlong Daen Buddhist Community.



La communauté de Khlung Daen à travers le temps

Khlung Daen Community through the times



La période de gloire

Chinois et Thaïs s'installèrent dans la région au milieu du 19^{ème} siècle et le temple Wat Khlung Daen fut établi en 1887. Le début du 20^{ème} siècle vit apparaître des infrastructures urbaines (routes et poteaux télégraphiques) alors qu'environ 200 habitations occupaient les rives des canaux. Des écoles furent construites au fur et à mesure que les familles emménageaient et la région devint de plus en plus populaire. Un écrivain a publié un roman basé sur sa vie à Ban Khlung Daen et, en 1973, l'histoire a été adaptée au cinéma sous le titre « Luk Khwan-The Blade of the Axe ».

The period of glory

Chinese travellers and local Thais settled in the area midway through the 19th century and Wat Khlung Daen was established in 1887. In the early 20th century, urban infrastructure, in the form of roads and telegraph posts, occurred and about 200 households lined both banks of the canals. Schools were built as families moved in and the area became very popular.



A writer produced a novel based on his experiences at Ban Khlong Daen, and in 1973 the story became a movie titled *Luk Khwan - The Blade of the Axe*.

La période du déclin

Dans les années 70, l'autoroute N°408 fut construite et le transport routier qui contournait la région supplantât le transport via les canaux. Le marché local devint pratiquement désert et en 1987, il fut en partie démoli, laissant le temple Wat Khlong Daen dans un piteux état.

The period of decline

In the 1970s, Highway No. 408 was constructed and road transport that by-passed the area became more important than using canals. The local market became almost deserted and, in 1987, it was partly demolished, leaving Wat Khlong Daen in a sad state.



La période du renouveau

En 2000, le nouvel abbé du Wat Khlong Daen, Phra Maha Pramot Chandajoto, décida de restaurer le temple et de faire revivre la communauté. Avec des chercheurs et des bénévoles, ils unirent leur force pour mener à bien ce vaste projet. Leurs efforts aboutirent en 2009 au lancement officiel de la « communauté bouddhiste de Khlong Daen ».

The period of revival

In 2000, the new abbot of Wat Khlong Daen, Phra Maha Pramot Chandajoto, decided to revive the temple and the community. The abbot, researchers, and volunteer social workers joined forces to develop a new master plan for the community. This plan was completed and implemented in 2009 with the launch of the Khlong Daen Buddhist Community tourism.



Ban Khlong Daen aujourd'hui...



La nouvelle communauté de Khlong Daen repose sur la foi bouddhique et reflète à présent le bon vieux temps. Le Wat Khlong Daen a récupéré son statut de centre communautaire et sa force spirituelle influe sur le mode de vie. Les habitants travaillent avec plaisir en cohésion pour développer un tourisme écologique et culturel. Ils mettent l'accent sur la sagesse et la préservation du patrimoine par des activités telles que la médecine traditionnelle à base de plantes, la cuisine locale, la danse Manohra ou encore la conservation de l'architecture typique, du musée folklorique, du temple Wat Khlong Daen et de modes de vie traditionnels comme la pêche côtière.



Chaque samedi, Ban Khlong Daen accueille un marché le long des canaux où de nombreux touristes viennent faire des emplettes de nourritures et de souvenirs tout en admirant danses Manohra, théâtres d'ombres et bien d'autres spectacles hérités du Sud. Certains visiteurs entretiennent des relations plus étroites avec la communauté en logeant chez l'habitant et / ou en participant à des cérémonies religieuses.

Grâce à sa force et à son développement continu, la communauté bouddhiste de Khlong Daen a obtenu le prix de « Performance Exceptionnelle » en 2013 lors des « Thailand Tourism Awards » décernés par l'Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT).



Ban Khlong Daen today...

The rejuvenated Khlong Daen Community is a community of the Buddhist faith, now reflecting its good old days. Wat Khlong Daen has reclaimed its status as a community centre and a spiritual force in the shaping of the community's way of life. Members work happily together to develop eco and cultural tourism, with the emphasis on the conservation of local heritage and wisdom by such activities as traditional herbal medicine, local food, Manohra dance, local architecture, a folk museum, Wat Khlong Daen, and traditional lifestyles; such as, coastal fishing.

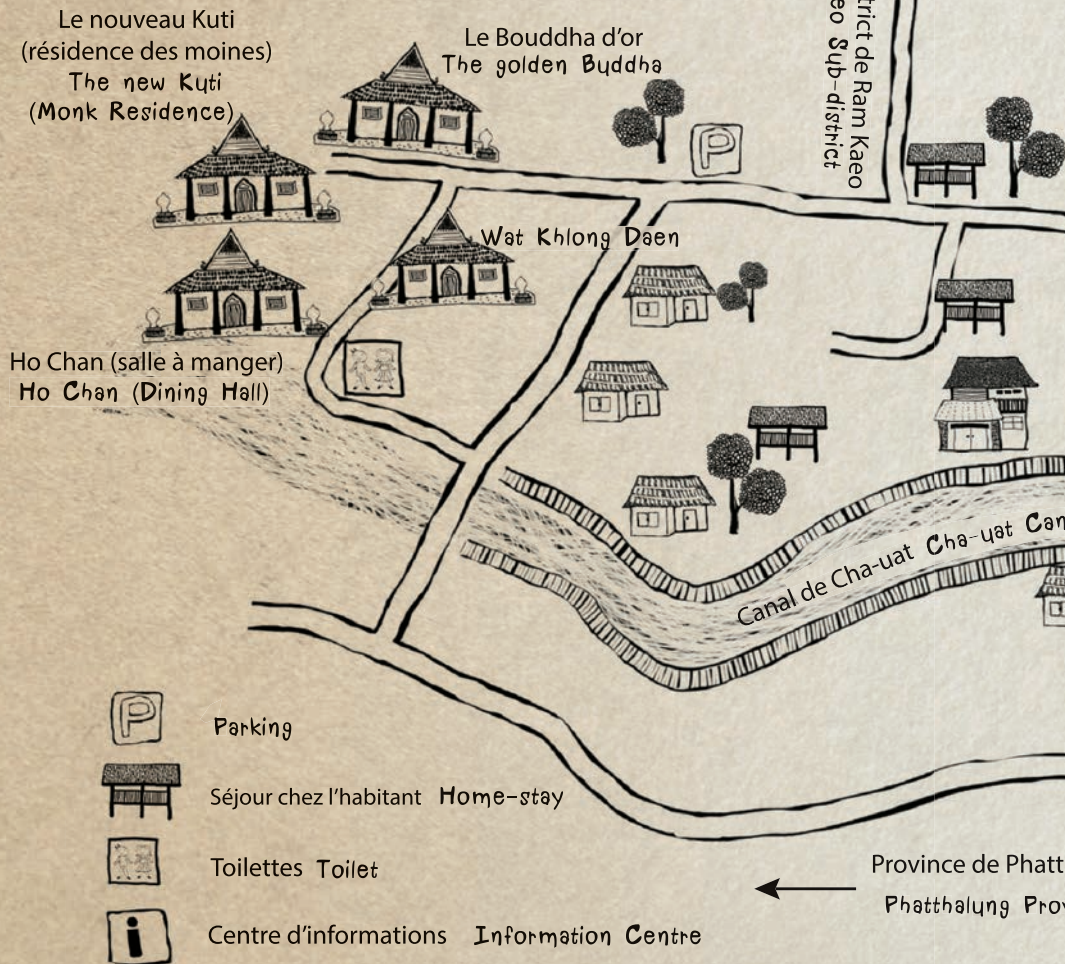


Every Saturday, Ban Khlong Daen hosts a market alongside the canals, patronised by a large number of tourists who enjoy shopping for food, souvenirs, and watching Manohra dance, shadow plays, and various other displays of southern heritage. Some visitors enjoy close relationships with the community by using home-stay accommodation and/or joining religious functions.

Through its strength and continuous development, the Khlong Daen Buddhist Community earned the Award of Outstanding Performance at the Thailand Tourism Awards in 2013 from the Tourism Authority of Thailand (TAT).

Carte de la communauté bouddhiste de Khlong Daen

Map of the Khlong Daen Buddhist Community





Canal de Pak Phānāng
Pak Phānāng Canal

Province de Nakhon Si Thammarat
Nakhon Si Thammarat Province

Marché le long du canal
Market along the canal

L'ancienne pharmacie
The ancient drugstore

La zone des 3 canaux et 2 provinces
The area of three canals and two provinces

Le pont en bois
The wooden bridge

Canal de Ranot
Ranot Canal

District de Ranot
Ranot District

halung
vince

Balade à pied, **navigation** le long des canaux, et apprentissage du mode de vie de Khlong Daen

Touring on foot, **cruising** along the canal, and learn the Khlong Daen way of life



Le marché du canal

Un marché se tient le long du canal tous les samedis de 15h00 à 21h00. On y trouve diverses spécialités locales et friandises comme d'anciennes recettes de poissons frits assaisonnés, de la farine rouge, les fameux Khanom Ko, Khanom Chak et Khanom Kho, de la banane pressée ou encore du riz gluant grillé.

Market along the canal

A market alongside the canal is held on Saturdays from three in the afternoon to nine in the evening. On offer are various local foods and sweetmeats; such as, an old recipe for seasoned fried fish, red flour, Khanom Ko, Khanom Chak, Khanom Kho, pressed banana, and grilled seasoned sticky rice.



Le musée du professeur Sayan

En 1952, un professeur nommé Sayan Chotsakhon commença à collectionner un assortiment d'ustensiles utilisés autrefois par les résidents de Khlong Daen, qu'il s'agisse de matériel de pêche ou d'objets ménagers. Ceux-ci sont désormais exposés dans un musée à l'abri de murs qui ont plus de 100 ans.

Teacher Sayan Museum

In 1952, a teacher named Sayan Cholsakhon started collecting an assortment of utensils and objects used by residents of Khlong Daen in the past, be they fishing implements or household items. These are now displayed in a museum in a house that is over 100 years old.



L'ancienne pharmacie

Dans le passé, il y avait de nombreuses pharmacies au sein de la communauté. Aujourd'hui, il n'en reste plus qu'une - la pharmacie Srisuk Osot - tenue par la même famille depuis quatre générations. On y trouve des médicaments anciens et à base de plantes dont la plupart sont des recettes héritées d'ancêtres chinois.

Ancient drugstore

In the past, there were numerous drugstores in the Khlong Daen Community. Now there is only one left, Srisuk Osot's Drugstore, run by a fourth generation resident. On offer are ancient and herbal medicines, many based on drug recipes inherited from Chinese ancestors.



Les séjours chez l'habitant

Diverses possibilités d'hébergement chez l'habitant sont proposées dans la communauté de Khlong Daen. Cela permet aux visiteurs de vivre et de partager le style de vie des locaux et de bavarder amicalement avec leurs hôtes.

Ban Khlong Daen home-stay

Various home-stay services are available at the Khlong Daen Community. These give visitors opportunities to experience and learn the lifestyles of the residents of Khlong Daen, complete with friendly chats with the hosts.

L'architecture ancienne

La plupart des maisons de Khlong Daen sont construites dans un style architectural typique en usage depuis plus de 50 ans. Les maisons en bois sont non attenantes ou regroupées en rangée.

Ancient architecture

Most houses in the Khlong Daen Community are built in a local architectural style that has been in use for over 50 years. Houses are in the forms of detached wooden houses and rows of wooden houses.



Naviguer sur les canaux et observer le mode de vie des habitants

Il est possible de faire un petit tour en bateau sur les canaux pour profiter de l'environnement naturel tout en observant les maisons de chaque côté du rivage et les techniques de pêches ancestrales, comme par exemple la pose de pièges et pieux pour attraper poissons et crevettes.

Cruising along the canal to observe the community's lifestyle

Cruise along the canals in natural surroundings observing the houses on both banks and the traditional fishing techniques; such as, setting traps and stakes for fish and prawns.



กลุ่มงานหัตถกรรม
ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน อ

Les figurines **Manohra** en argile, témoignages sculptés
d'un **art de la scène classique du Sud**

Manohra figures in clay, sculptural records
of an **classical southern performing art**



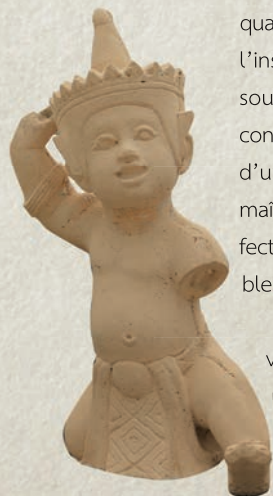
ปั้นปั้นในรา
ปีจักรสารณประโยชน์



D'un **art classique** du Sud... à des produits distinctifs de **Khlong Daen**

Les personnages en argile blanche évoquant la gestuelle Manohra sont le fruit de l'inspiration d'un vieux maître de danse du sous-district de Khlong Daen qui souhaitait conserver et raviver l'art et la culture. Il décida d'unir ses forces aux nouvelles générations de maîtres Manohra afin de créer des figurines effectuant 12 gestes de base, témoignages tangibles de cet art scénique.

Ces sculptures sont devenues des souvenirs prisés par les visiteurs admiratifs et sont une source de revenus importante pour la communauté.



From a classical southern performing art... to distinctive products of **Khlong Daen**

The white clay figures of Manohra classical performances were the results of inspirations by a senior master of Manohra in Khlong Daen Sub-district who wished to conserve and revive art and culture. The master later joined forces with new generations of Manohra masters in creating clay figures in 12 basic gestures as tangible records of the performing art. The figures have become sought after as souvenirs by impressed visitors and emerged as a sizable income-earner for the community.



La **collectivité du riz brun** dans la communauté bouddhiste de Khlong Daen

กลุ่มข้าวซ้อมมือ
ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน
องค์กรสาธารณประโยชน์



Une famille commença à produire du riz brun pour sa propre consommation. Puis, les voisins suivirent, reconnaissant les bienfaits sur la santé de ce type de riz.

Finalement, les riziculteurs constituèrent un groupe afin de contrôler la production de riz brun et l'emploi des méthodes traditionnelles comme le pilonnage du riz dans un mortier à l'aide d'un pilon en bois ou encore le battage du riz pilé avec un panier. Des techniques qui sont devenues rares de nos jours.



Les bienfaits du riz brun pour la santé : source importante d'énergie - Riche en vitamines, fibres et minéraux - Sans cholestérol - Antioxydant - Réduit les risques de maladies cardiovasculaires, de diabète, d'obésité - Aide à lutter contre les troubles du transit - Neuroprotecteur - Régulateur de tension artérielle - Amidon résistant - Bon pour la peau.



The Coarse Rice Group at the Khlong Daen Buddhist Community

One family started to produce coarse rice for its own household consumption. Later, neighbours recognised its health benefits and started to grow it also. Eventually, the farmers formed a group to control the production of coarse rice by traditional methods; such as, pounding the paddy in a mortar with a wooden pestle and threshing the pounded rice with a basket, techniques that have become rare these days.

The benefits of brown rice for health: Important source of energy - Rich in vitamins, fiber and minerals - No cholesterol - Antioxidant - Reduces the risk of cardiovascular disease, diabetes, obesity - Helps fight against transit disorders - Neuroprotective - Blood pressure control - Resistant starch - Good for skin.



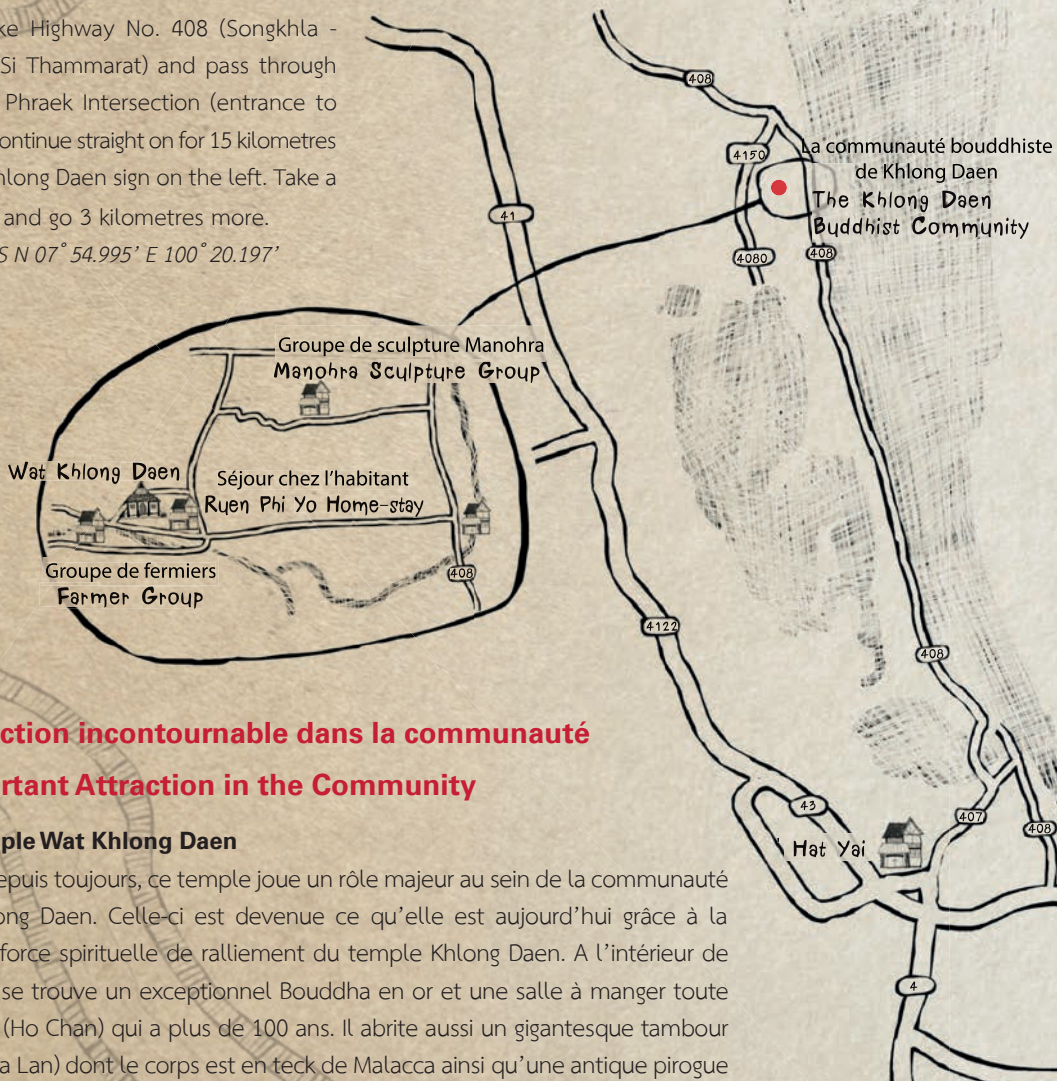
Informations de voyage

Prendre l'autoroute N°408 (Songkhla - Nakhon Si Thammarat) et passer l'intersection Rap Phraek (entrée vers Ranot). Continuer tout droit sur 15 km jusqu'au panneau indiquant Khlong Daen sur la gauche. Tourner à gauche et continuer sur 3 km.

Take Highway No. 408 (Songkhla - Nakhon Si Thammarat) and pass through the Rap Phraek Intersection (entrance to Ranot). Continue straight on for 15 kilometres to the Khlong Daen sign on the left. Take a left turn and go 3 kilometres more.

GPS N 07° 54.995' E 100° 20.197'

Travel Information



Attraction incontournable dans la communauté

Important Attraction in the Community

Le temple Wat Khlong Daen

Depuis toujours, ce temple joue un rôle majeur au sein de la communauté de Khlong Daen. Celle-ci est devenue ce qu'elle est aujourd'hui grâce à la grande force spirituelle de ralliement du temple Khlong Daen. A l'intérieur de celui-ci se trouve un exceptionnel Bouddha en or et une salle à manger toute en bois (Ho Chan) qui a plus de 100 ans. Il abrite aussi un gigantesque tambour (Phon Fa Lan) dont le corps est en teck de Malacca ainsi qu'une antique pirogue parfaitement conservée.



GPS N 07° 54.848' E 100° 18.352'

Wat Khlong Daen

Wat Khlong Daen has played a significant role in the Khlong Daen Community from the distant past. The Community has been revived to what it is today because of the actions of Wat Khlong Daen as an important spiritual rallying force. In the temple, there is a fine gold Buddha and an old dining hall aged more than 100 years. There is also a large drum named *Phon Fa Lan*, its body made of Malacca teak, and an ancient dugout boat which remains intact and complete.

Installations / Facilities

Séjour chez l'habitant, restaurants et magasins de souvenirs sont disponibles.

Home-stay services, food and souvenir shops are available.

Meilleure période / Travel season

Toute l'année. All year round.

Contacter la communauté bouddhiste de Khlong Daen / Contact Khlong Daen Community

Tel. : +668 9231 5281, +668 6958 2776

Pour plus d'informations / For more information

Office National du Tourisme de Thaïlande, bureau de Hat Yai (Tourism Authority of Thailand, Hat Yai Office)

Tourism Authority of Thailand, Hat Yai Office

Tel. : +66 7424 3747

Numéros d'urgence / Emergency Lines

Police touristique / Tourist Police

Tel. : 1155

Police des autoroutes / Highway Police

Tel. : 1193

Commissariat de police de Songkhla / Songkhla Provincial Police Station

Tel. : +66 7430 7092, +66 7430 7238

Hôpital de Songkhla / Songkhla Hospital

Tel. : +66 7433 8100





Tourism Authority of Thailand (TAT)
 1600 Petchaburi Road, Makkasan,
 Ratchathewi, Bangkok 10400 Thailand
 Tel. : +66 (2) 250 5500
 Fax : +66 (2) 250 5511
 E-mail : center@tat.or.th
 Website : www.tourismthailand.org

Office National du Tourisme de Thaïlande (TAT Paris)
 90, av. des Champs-Élysées
 75008 Paris
 Tél : +33 (0) 1 53 53 47 00
 Fax : +33 (0) 1 45 63 78 88
 Courriel : infosthaïlande@gmail.com
 Site Internet : www.tourismethaifr.com

ททท ประเทศไทย

amazon
THAILAND
 www.tourismthailand.org



Appendix 3

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) Community-Based Tourism (CBT)

คำถามสำหรับเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานใหญ่ กรุงเทพฯ
The interviewed questions for the Tourism Authority of Thailand (TAT), Bangkok
headquarter.

ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้
ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือ
ความยาวของคำตอบ

Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is
no limitation on word count or text length for your answers.

ส่วนที่ 1: การท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย (community-based tourism) Part 1: Community-based tourism in Thailand

1. ภาระงานและหน้าที่รับผิดชอบหลักของท่านต่อ ททท. คืออะไร?
1. What is your main job and responsibility to the TAT?
2. ท่านเกี่ยวข้องกับงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร?
2. How does your job relate to CBT promotion?
3. ททท. ริเริ่มจัดทำโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นครั้งแรกเมื่อไหร่?
3. When did the TAT first launch the CBT project?
4. ททท. ได้ให้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าอย่างไร?
4. According to the TAT, what is the definition of CBT?
5. เพราะเหตุใด ททท. จึงมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน?
5. Why does the TAT have a strategic plan to promote the CBT?
6. วัตถุประสงค์และเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของ ททท. คือ
อะไร?
6. What are the aims and objectives of the strategic plan regarding sustainable CBT?
7. อะไรคือปัจจัยสนับสนุนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เป็นที่นิยมสำหรับ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ?

7. What factors help to support and promote the CBT to be popular among Thai tourists and international tourists?
8. จุดขายที่สำคัญด้านไหนบ้างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ ททท. นำไปดำเนินการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ เช่นภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมไทย พิธีกรรม หรือด้านอื่น ๆ ?
8. What is the CBT selling point that the TAT applies to promote the market e.g. local wisdom, Thai culture, local culture, rituals or others?
9. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีจุดเน้นที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mainstream) หรือการท่องเที่ยวมวลชน (Mass tourism) อย่างไร?
9. How is CBT promotional marketing different from mainstream or mass tourism?
10. เพราะเหตุใด ททท. จึงดำเนินการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในตลาดต่างประเทศ?
10. Why does the TAT launch the CBT promotion in the global market?
11. นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสำหรับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในตลาดต่างประเทศคือกลุ่มใด?
11. Who are the intended tourists of the CBT in the global market?
12. ททท. มีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในตลาดต่างประเทศอย่างไร?
12. How does the TAT advertise and promote the CBT in the global market?
13. ททท. มีวิธีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อย่างไรในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรม ให้มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย?
13. How does the TAT promote the CBT in order to persuade international tourists with different backgrounds to visit the CBT villages in Thailand?
14. การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะให้ประโยชน์ใดบ้างกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ?
14. How does the CBT benefit international tourists?
15. ททท. กำหนดตัวชี้วัดใดเป็นเกณฑ์วัดความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในช่วงปี พ.ศ. 2559-2563?
15. What are key indicators that the TAT use to measure the CBT success between 2016-2020?
16. ตัวชี้วัดใดบ้างที่แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จในกลุ่มนักท่องเที่ยว

ต่างชาตินับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2559 เป็นต้นมา?

16. What are key indicators which reveal that the CBT has attained the goal in the international market since 2016?
17. ททท. ใช้แนวทางใดในการคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 7 แห่ง ซึ่งประกอบด้วย บ้านนาตันจัน ดอนไก่อดี บ้านบางพลับ บ้านห้วยแร้ง บ้านเชียง เกาะกลาง และคลองแดน เพื่อนำไปดำเนินการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน?
17. How did the TAT select the seven CBT villages to promote and advertise the CBT e.g., Ban Na Ton Chan, Don Kai di, Ban Bang Phlap, Ban Hui Raeng, Ban Chiang, Ko Klang and Klong Daen?
18. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของไทย เช่น บ้านนาตันจัน บ้านเชียง ดอนไก่อดี บ้านบางพลับ บ้านห้วยแร้ง เกาะกลาง และคลองแดน ได้ในวันและเวลาใดบ้าง
18. What day and time can tourists attend the tourist activities in these CBT villages e.g., Ban Na Ton Chan, Don Kai di, Ban Bang Phlap, Ban Hui Raeng, Ban Chiang, Ko Klang and Klong Daen?
19. ปัจจุบันกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของไทย เช่น บ้านนาตันจัน บ้านเชียง ดอนไก่อดี บ้านบางพลับ บ้านห้วยแร้ง เกาะกลาง และคลองแดน ได้มีการปรับเปลี่ยนไปจากที่บรรยายไว้ในโบรชัวร์อย่างไรบ้าง?
19. Nowadays, how have tourist activities changed and adapted from the given information in the CBT brochures e.g., Ban Na Ton Chan, Don Kai di, Ban Bang Phlap, Ban Hui Raeng, Ban Chiang, Ko Klang and Klong Daen?
20. นักท่องเที่ยวต่างชาติแบบกลุ่มและแบบส่วนบุคคล ต้องติดต่อใครถ้าประสงค์จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเหล่านี้
20. Whom do the solo travellers and group tours need to contact in order to visit these 7 CBT villages?
21. ททท. มีการอำนวยความสะดวกหรือให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ประสงค์เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเหล่านี้อย่างไร?
21. How does the TAT facilitate international tourists to travel to these 7 CBT villages?
22. ททท. อยากให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความประทับใจอย่างไรต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย?
22. What kind of impression does the TAT want international tourists to have towards these 7 CBT villages?

23. ท่านคิดว่าข้อจำกัดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยมีอะไรบ้าง
23. According to the TAT, what is the limitation of CBT in Thailand?

24. นอกจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว ททท. ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในรูปแบบใด
อีกบ้าง?
24. Apart from CBT, what other type of sustainable tourism does the TAT promotes and
advertise?

**ส่วนที่ 2: ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการแปลคู่มือท่องเที่ยวแหล่งชุมชนทั้ง 7 แห่ง ได้แก่ บ้าน
นาตันจัน ดอนไก่อดี บ้านบางพลับ บ้านห้วยแร้ง บ้านเชียง เกาะกลาง และคลองแดน**

**Part 2: The translation process of the CBT brochures; Ban NA Ton Chan, Don Kai Di, Ban
Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ban Chiang, Ko Klang and Klong Daen.**

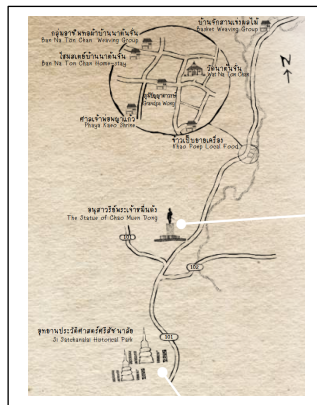
25. ททท. มีการทำงานร่วมกับนักแปลอย่างไร เพื่อให้นักแปลเข้าใจวัตถุประสงค์ของการแปลโบรชัวร์
การท่องเที่ยวโดยชุมชน?
25. How did the TAT work with the translators in order to help them understand the aims and
objectives of the CBT project?
26. เพราะเหตุใด ททท. จึงได้จัดทำการแปลโบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจากภาษาไทยเป็น
ภาษาอังกฤษ?
26. Why did the TAT translate the CBT brochures from Thai into English?
27. ททท. ใช้โบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนฉบับที่แปลเป็นภาษาอังกฤษในการประชาสัมพันธ์
ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ประเทศใดบ้าง?
27. What countries did the TAT distribute the CBT brochures in English to promote the CBT?
28. เพราะเหตุใด ททท. จึงไม่ใช่ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต้นฉบับของโบรชัวร์เพื่อนำเสนอแหล่ง
ท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 7 แห่งนี้ อันได้แก่ บ้านนาตันจัน บ้าน เชียง ดอนไก่อดี บ้านบางพลับ บ้านห้วย
แร้ง เกาะกลาง และคลองแดน?
28. Why did the TAT not write the original CBT brochures in English to promote these 7 CBT
villages e.g. Ban NA Ton Chan, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ban
Chiang, Ko Klang and Klong Daen?
29. เพราะเหตุใด ททท. จึงไม่ส่งโบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นฉบับภาษาไทยไปยังสำนักงาน
ททท.ท้องถิ่นในต่างประเทศ โดยให้สำนักงานท้องถิ่นแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาท้องถิ่นของ
ประเทศนั้น ๆ ?
29. Why did the TAT not distribute the original CBT brochures written in Thai to the TAT's
overseas local offices and then translate them from Thai into the local language of that

country?

30. ททท. มีวิธีการคัดสรรนักแปลที่แปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 7 แห่งนี้อย่างไร?
30. How did the TAT select the translators to translate these seven CBT brochures from Thai into English?
31. ททท. กำหนดหรือระบุคุณสมบัติพิเศษอะไรบ้างของนักแปลในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน?
31. What translators' qualifications did the TAT require to translate the CBT brochures?
32. เพราะเหตุใด ททท. จึงไม่ว่าจ้างนักแปลที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ที่สามารถอ่านเขียนภาษาไทยได้ในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน?
32. Why did the TAT not appoint a native speaker of English with knowledge of Thai to translate these CBT brochures from Thai into English?
33. เพราะเหตุใด ททท. ให้นักแปลชาวไทยเป็นผู้แปลโบรชัวร์จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ?
33. Why did the TAT appoint Thai translators to translate these CBT brochures from Thai into English?
34. ททท. ให้คำแนะนำในการแปลแก่นักแปลก่อนการแปลโบรชัวร์ท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไรบ้าง?
34. How did the TAT instruct the translators before translating the CBT brochures?
35. ททท. ได้อธิบายขั้นตอนการแปลให้กับนักแปลอย่างไรบ้าง?
35. How did the TAT explain the translation process to the translators?
36. ททท. มีวิธีการอย่างไรเพื่อให้นักแปลเข้าถึงฐานข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 7 แห่งนี้เพื่อช่วยนักแปลได้อ่านข้อมูลและเข้าใจลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ก่อนที่จะเริ่มแปล?
36. How did the TAT assist the translators to access the information of these seven CBT villages before translating in order to help them understand the features of these CBT villages?
37. ททท. มีการให้คำแนะนำในการแปลแก่นักแปลอย่างไรบ้างว่า เช่นส่วนไหนที่ควรเพิ่ม ควรตัดออก ส่วนไหนที่ต้องเน้นในเนื้อหาฉบับแปลภาษาอังกฤษ หรือคำแนะนำอื่น ๆ ?
37. How did the TAT give advice to the translators i.e. what to omit or what to add more in the English translation and what is the main focus of the content? What other advice did the TAT give to the translators?
38. ททท. ให้ความช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกแก่นักแปลในการแปลโบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้อย่างไรบ้าง?

38. How did the TAT facilitate the translators to translate these 7 CBT brochures?
39. ททท. ให้นักแปลดูตัวอย่างจากงานแปลที่ทำมาแล้วก่อนหน้านั้นอย่างไรบ้าง?
39. How did the TAT show the translators an example of the previous translation?
40. ททท. ได้มีการส่งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้กับนักแปลอ่านก่อนการแปลอย่างไร?
40. How did the TAT provide the extra information about the CBT villages to the translators before the translation process?
41. ททท. มีวิธีการอย่างไรที่ช่วยให้นักแปลติดต่อกลับมาในกรณีที่มีคำถามหรือข้อสงสัยในระหว่างแปลโบรชัวร์ทั้ง 7 เล่มนี้?
41. How did the TAT encourage the translators to contact the TAT when they had any inquiries while translating?
42. ททท. กำหนดระยะเวลาในการแปลโบรชัวร์ท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 7 เล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์แก่นักแปลนานแค่ไหน?
42. For how long did the TAT need the translators to complete these 7 CBT brochures: Ban NA Ton Chan, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ban Chiang, Ko Klang and Klong Daen?
43. ททท. มีวิธีการคัดเลือกนักเขียนสำหรับโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนฉบับภาษาไทยทั้ง 7 เล่มนี้อย่างไร?
43. How did the translators select the Thai writer to compose the original Thai text of the CBT brochures: Ban NA Ton Chan, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ban Chiang, Ko Klang and Klong Daen?
44. ททท. ใช้นักแปลกี่คนในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 7 เล่มนี้?
44. How many translators did the TAT appoint to translate these 7 CBT brochures: Ban NA Ton Chan, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ban Chiang, Ko Klang and Klong Daen?
45. ททท. ให้ความเห็นแก่นักแปลอย่างไรเมื่อได้อ่านฉบับแปลภาษาอังกฤษของโบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 7 แห่งนี้?
45. How did the TAT give the feedback and comments to the translators on the English translation of the CBT brochures?
46. ททท. มีขั้นตอนในการตรวจทานเนื้อหาการแปลโบรชัวร์เหล่านี้อย่างไร?

46. What is the TAT's proofreading and editing process of these CBT brochures?
47. นักท่องเที่ยวสามารถหาอ่านโบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 7 แห่ง ที่มีสองภาษาคู่กันคือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ได้จากที่ใดบ้าง?
47. Where can an audience read these Thai-English CBT brochures?
48. ททท. มีวิธีการคัดเลือกภาพประกอบโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 7 เล่ม ได้แก่ บ้านนาต้นจั่น ดอนไก่อดี บ้านบางพลับ บ้านห้วยแร้ง บ้านเชียง เกาะกลาง และคลองแดนอย่างไร?
48. How did the TAT select the pictures for these seven CBT brochures Ban NA Ton Chan, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ban Chiang, Ko Klang and Klong Daen?
49. ภาพที่ใช้ประกอบในโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 7 แห่งนี้มีความสำคัญและความเชื่อมโยงอย่างไรกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเหล่านี้?
49. How do the pictures presented in the CBT brochures relate to these CBT villages?
50. เพราะเหตุใดจึงใช้แผนที่ลายแทง (ดังรูปด้านล่าง) ประกอบโบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเหล่านี้?



50. Why was this map (as seen in the picture) used in the CBT brochures?

ขอบคุณค่ะ
Thank you.

Appendix 4

คำถามสำหรับผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชน

The interviewed questions for the project producer of the outsourced company

ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือความยาวของคำตอบ คำถามแต่ละชุดอ้างอิงตามโบรชัวร์ของแต่ละหมู่บ้าน

Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is no limitation on word count or text length for your answers. Each set of questions is related to each CBT village.

คำถามชุดที่ 1 ชุมชนบ้านนาตันจัน

Ban Na Ton Chan Community

ส่วนที่ 1: คำที่ถูกละโดยไม่มีการแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ

Part 1: Thai source texts were omitted in the English target texts

1. เพราะเหตุใดถึงละชื่อ คุณยายเครื่อง วงศ์สารสิน (น. 13) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
1. Why was the name of person 'Kreung Wongsarasin' (page 13) omitted in the English target text?

2. เพราะเหตุใดถึงละคำนำหน้าชื่อคำว่า 'คุณ' (คุณยาย น. 7) โดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
2. Why were the title 'Khun' (Mrs) and Khun Yai (granny, page 7) omitted in the English target text?

3. เพราะเหตุใดผักพื้นบ้าน เช่น ผักกั้นตง ผักตำลึง ผักหวานบ้าน (น. 13) จึงถูกละโดยแทนที่ด้วยคำแปลในภาษาอังกฤษว่า 'various local vegetables'?
3. Why were local vegetables (page 13) such as Colubrina Asiatica, Ivory Gourd and star gooseberry rewritten with 'various local vegetables'?

4. เพราะเหตุใดคำว่า แข่งลายสองพี่น้อง (น. 11) ซออู้ ซอด้วง (น. 12) ข้าวเกรียบปากหม้อ (น. 13) จึงถูกละโดยไม่มีการแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
4. Why were the devices 'Kheng Lai Song Phi Nong' (page 11, baskets made of bamboo strips), Sor Ou (page 12, low pitch bowed stringed instrument), Sor Duang (page 12, high

pitch bowed stringed instrument) and Khao Griap Pak Mor (page 13, steamed, stuffed rice noodle sheets) omitted in the English target text?

5. เพราะเหตุใดพิธีกรรมท้องถิ่น การละเล่นพื้นบ้าน เช่น การละเล่นเป็บໂຂກ การละเล่นงูกินหาง (น. 4) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
5. Why were local rituals, traditional leisure (page 4) such as Pep Khok and Ngu Kin Hang (page 4, running and catching game) omitted in the English target text?
6. เพราะเหตุใดคำที่เกี่ยวกับการแบ่งเขตการปกครองของไทย เช่น แขวง (แขวงมັกกะสัน) เขต (เขตราชเทวี) (น. 1) แคว้น (แคว้นโยนก) เมือง (เมืองเชียงแสน) (น. 4) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
6. Why were the administrative words (page 1) such as Khwang (district), Khet (county), Kwaen (region), Muang (page 4, city) omitted in the English target text?

ส่วนที่ 2: การทับศัพท์ภาษาไทยด้วยอักษรภาษาอังกฤษและการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย

Part 2: The transliteration and the translation of Thai culture-bound words

7. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า ชายผ้าถุง (น. 7) จากเนื้อเรื่อง เรื่องเล่าจากชายผ้าถุงว่า ‘the mud-stained peasants’ skirts’?
7. Why was the word ‘Chai Pha Thung’ (page 7, the bottom of Thai tube wrapped skirt) translated as ‘the mud-stained peasants’ skirts’?
8. เพราะเหตุใดคำว่า พระเจ้า ในคำว่า พระเจ้าหมื่นดั่ง (น. 15) ถึงใช้ทับศัพท์ในภาษาอังกฤษว่า ‘Chao’ แต่ทำไมคำว่า พระเจ้า ในคำว่า พระเจ้าติโลกราช (น. 15) จึงแปลว่า ‘king’?
8. Why were the words ‘Phra Chao Muen Dong (page 15, a general) transliterated as ‘Chao’ whereas the words ‘Phra Chao Ti Lok Ka Rart’ (page 15, a king or a ruler) was translated as ‘king’?
9. เพราะเหตุใดคำว่าพระเจ้าติโลกราชจึงเพิ่มคำอธิบายขยายความในฉบับแปลภาษาอังกฤษว่า ‘of Chiang Rai’ (น. 15) ในขณะที่ต้นฉบับภาษาไทยใช้เพียงคำว่า พระเจ้าติโลกราช?
9. Why were the words ‘Ti Lok Ka Rart King’ added with ‘of Chinag Rai’ whereas this is not added in the Thai source text?
10. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า คุณตา จาก คุณตาวงศ์ เสาบั้น (น. 12) ด้วยคำว่า ‘Grandpa Wong Saopan’ ทำไมจึงไม่ใช่คำแปลว่า Mr Wong Saopan?
10. Why were the words Khun (Mr) Ta (grandpa) Wong Saopan (page 12) translated as “Grandpa Wong Saopan’ but why not Mr Wong Saopan?

11. เพราะเหตุใดจึงทับศัพท์คำว่า ขิด (ลายขิด) (น. 10) ในภาษาอังกฤษว่า 'Khit'?
11. Why was the word 'Khit' (page 10, weaving technique) transliterated as 'Khit'?
12. เพราะเหตุใดคำว่า ดาวกระจาย ซึ่งใช้คำแปลว่า 'scattering stars' (น. 10) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ จึงไม่ไม่ได้หมายถึงดอกดาวกระจาย เช่นเดียวกับกับลายทอผ้าอื่น ๆ ในประเภทเดียวกันที่เป็นลายดอกไม้ เช่น ลายดอกพิกุล ลายดอกบัวใหญ่ ลายดอกผักแว่น ที่ใช้คำแปลในภาษาอังกฤษว่า Bullet wood flower, Great lotus flower, Pepperwort flower?
12. Why were the words 'Dao Kra Jai' (Mexican Aster flowers) translated as 'scattering stars' (page 10)? Why was it not translated as a flower 'Mexican Aster' in the English target text which refers to the flower pattern of the weaving patterns like the other patterns such as Bullet wood flower, Great lotus flower, Pepperwort flower?
13. เพราะเหตุใดคำว่า ผ้าถุง จึงใช้คำแปลในภาษาอังกฤษว่า 'peasant's skirt' (น. 7)?
13. Why were the words 'Pha Thung' (page 7, Thai traditional wrapped tube skirt) translated as 'peasant's skirt'?
14. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า สีกะปิ เป็น 'pale chocolate' (น. 10)?
14. Why were the words 'Si Ka Pi' (page 10, shrimp paste colour) translated as 'pale chocolate'?
15. เพราะเหตุใดคำว่า 'วัด' จากคำ 'วัดนาตันจัน' จึงแปลโดยการทับศัพท์ว่า 'Wat' (Wat Na Ton Chan) (น. 14) ในภาษาอังกฤษ?
15. Why was the word 'Wat' in Wat Na Ton Chan (page 14, Na Ton Chan temple) transliterated as 'Wat Na Ton Chan' in the English target text?
16. นักแปลใช้วิธีการแปลแบบใดในการแปลคำว่าข้าวเป็็บ (น. 13) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
16. What translation procedure did the translator use to translate the word 'Khao Poep' (page 13, stuffed noodle sheet)?
17. อะไรคือสิ่งที่ท้าทายที่สุดในการแปลโบรชัวร์ชุมชนบ้านนาตันจัน เพราะเหตุใด?
17. What is the most challenging thing to translate Ban Na Ton Chan CBT brochure and why?

ขอบคุณค่ะ

Thank you

Appendix 5

คำถามสำหรับผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชน

The interviewed questions for the project producer of the outsourced company

ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือความยาวของคำตอบ คำถามแต่ละชุดอ้างอิงตามโบรชัวร์ของแต่ละหมู่บ้าน

Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is no limitation on word count or text length for your answers. Each set of questions is related to each CBT village.

คำถามชุดที่ 2 ชุมชนบ้านเชียง

Ban Chiang Community

ส่วนที่ 1: คำที่ถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ

Part 1: Thai source texts were omitted in the English target texts

1. เพราะเหตุใดคำนำหน้าชื่อคำว่า นาย จากชื่อ นายบรรลุม นนตรีพิทักษ์ (น. 6) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?

1. Why was the title 'Nai' (page 6, Mr) in front of the name Banlu Montripitak omitted in the English target text?

2. เพราะเหตุใดพืชผลประจำท้องถิ่นเช่น ต้นตาล ลูกชิต (น. 4) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?

2. Why were the local plant (page 4) Sugar palm and palmaceae omitted in the English target text?

3. เพราะเหตุใดคำว่า ฤกษ์ยาม (น. 15) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?

3. Why was the word 'Lerk Yarm' (page 15, fortunate date and time) omitted in the English target text?

4. เพราะเหตุใดพิธีกรรมท้องถิ่นและพิธีกรรมทางพุทธศาสนา เช่น ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ ทำบุญขวัญข้าว บุญผะเหวดหรือบุญพระเวส ฟังเทศน์มหาชาติ ทำบุญสงกรานต์ (น. 13) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?

4. Why were the rituals and Buddhist ceremonies (page 13) such 'Heet Sip Song' (merit-making for twelve months), 'Khong Sip Si' (fourteen life principles for Buddhists), Tham Boon Khwan

Khao (rice goddess worship), 'Boon Pha Wet or Thet Ma Ha Chart' (a listen to the stories of Buddha's past life) and 'Tham Boon Song Kharn' (Thai New Year celebration) omitted in the English target text?

5. เพราะเหตุใดคำว่า สิริมงคล (น. 15) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
5. Why was the words 'Si Ri Mong Khon' (page 15, success and good fortune) omitted in the English target text?
6. เพราะเหตุใดการเล่นพื้นบ้าน เช่นการเล่นตั่งเต (น. 6) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
6. Why was the local leisure 'Tang Tae' (page 6, jumping and hopping) omitted in the English target text?

ส่วนที่ 2: การทับศัพท์ภาษาไทยด้วยอักษรภาษาอังกฤษและการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย

Part 2: The transliteration and the translation of Thai culture-bound words

7. เพราะเหตุใดจึงใช้คำทับศัพท์ในการแปลกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน ว่า 'Tai Phuan' (น. 12) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
7. Why was the word 'Tai Phuan' (page 12, minority tribe) transliterated as 'Tai Phuan' in the English target text?
8. เพราะเหตุใดจึงแปลอุปกรณ์จับสัตว์น้ำพื้นบ้าน สุ่ม เขิง ไช ข้อง ด้วยคำว่า 'receptacles' (น. 20) ทั้งหมด?
8. Why were the local devices to catch water animals (page 20) such as 'Sum' (bamboo coop), 'Kheng' (bamboo sieve), 'Sai' (bamboo cage) and 'Khong' (a fish basket with narrow top) rewritten with the word 'receptacles' in the English target text?
9. นักแปลใช้วิธีการแปลแบบใดในการแปลคำที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมท้องถิ่นและพิธีกรรมทางพุทธศาสนาในคำเหล่านี้ ทำบุญปริวาสกรรม ทำบุญเลี้ยงพระตักบาตร เลี้ยงผีบรรพบุรุษ บุญคุณลาน (น. 13)?
9. What translation procedures did the translators use to translate the ritual and religious ceremonies (page 13) such as 'Tham Boon Pa Ri Wat Sa Kham'(food offering during a monastic mediation period), 'Tham Boon Liang Phra Tak Bart' and 'Liang Phi Ban Pha Bu Rut' (make merit with food offerings to monks and ancestors' spirits) and 'Bun Khun Lan' (the celebration of the coming rice harvest)?
10. เพราะเหตุใดจึงแปลกริยาวลี ผูกด้ายขาว (น. 16) โดยการขยายความเพิ่มเติมในภาษาอังกฤษว่า 'to

tie the cords on the wrists of the visitors’?

10. Why was the verb phrase ‘Pook Dai Khao’ (tie the white cord) translated as ‘to tie the cords on the wrists of the visitors’?

11. นักแปลใช้แหล่งข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงจากไหน เพื่อช่วยแปลคำที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมท้องถิ่นและพิธีกรรมทางพุทธศาสนา?

11. Where did the translators have the information to help translate rituals and religious ceremonies?

12. เพราะเหตุใดจึงแปลกริยาวลี ทำบุญปรีวาสรกรรม (น. 13) โดยประโยค ‘the homes are blessed’?

12. Why was the verb phrase of ritual ‘Tham Bun Pari Wat Sa Kham’ (page 13, (food offering during a monastic mediation period) translated as ‘the homes are blessed’?

13. เพราะเหตุใดจึงแปลกริยาวลี เลี้ยงผีบรรพบุรุษ (น. 13) โดยนามวลี ‘ancestors’ spirits’?

13. Why was the verb phrase of ritual translated as ‘ancestors’ spirits’?

14. อะไรคือสิ่งที่ท้าทายที่สุดในการแปลโบรชัวร์ชุมชนบ้านเชียง เพราะเหตุใด?

14. What was the most challenging thing to translate Ban Chiang CBT brochure?

ขอบคุณค่ะ

Thank you

Appendix 6

คำถามสำหรับผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชน

The interviewed questions for the project producer of the outsourced company

ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือความยาวของคำตอบ คำถามแต่ละชุดอ้างอิงตามโบรชัวร์ของแต่ละเล่ม

Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is no limitation on word count or text length for your answers. Each set of questions is related to each brochure.

คำถามชุดที่ 3 ชุมชนดอนไก่ดี

ส่วนที่ 1: คำที่ถูกละโดยไม่มีการแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ

Part 1: Thai source texts were omitted in the English target texts.

1. เพราะเหตุใดคำว่า วิสุคามสีมา (น. 15) จึงถูกละโดยไม่มีการแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
1. Why was the word 'Wi Sung Kha Si Ma' (page 15, consecrated ground) omitted in the English target text?

ส่วนที่ 2: การทับศัพท์ภาษาไทยด้วยอักษรภาษาอังกฤษและการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย

Part 2: The transliteration and the translation of Thai culture-bound words

2. เพราะเหตุใดจึงแปลชื่อหมู่บ้านเบญจรงค์โดยการขยายความในภาษาอังกฤษว่า 'Bencharong Ceramics Village' (น. 2)?
2. Why was Bencharong village translated as 'Bencharong Ceramics Village'?
3. คำนำหน้าชื่อที่ใช้เรียกแบบไม่เป็นทางการ เช่น คุณลุง คุณป้า (น. 9) ได้แปลว่า 'uncle and auntie' ในภาษาอังกฤษ เพราะเหตุใดจึงไม่ใช่คำว่า Mr แทนคำว่า uncle และคำว่า Miss Mrs หรือ Ms แทนคำว่า auntie?
3. Why were the informal titles page 9 such as 'Khun Lung' (uncle) and 'Khun Pa' (auntie) translated as 'uncle and auntie'? Why were these titles not translated with formal title as 'Mr and Mrs or Ms?
4. เพราะเหตุใดคำว่า เทศบาล ในคำว่า ถนนเทศบาล (น. 8) จึงแปลทับศัพท์ในภาษาอังกฤษว่า

- 'Thetsaban road' แต่คำว่า เทศบาลในคำว่า เทศบาลเมืองกระทุ่มแบน (น. 14) ได้แปลว่า 'Municipality Office'?
4. Why was the word 'Thet Sa Ban' (page 8, municipality) transliterated as 'Thetsaban' from the word 'Thetsaban road, whereas the same word (page 14) 'Thet Sa Ban' from 'Thet Sa Ban Muang Kra Thum Ban' was translated as 'Municipality Office'?
5. เพราะเหตุใดคำเดียวกันในภาษาไทย คำว่าเครื่อง (น. 13) จากคำว่าเครื่องเบญจรงค์ ได้แปลว่า 'ware' แต่คำว่า เครื่อง จากคำว่า เครื่องลายคราม แปลว่า 'ceramics'?
5. Why was the word 'Khueang' translated as 'ware' in 'Bencharong ware' whereas the word 'Khueang' was translated as 'ceramics' in 'Lai Khram ceramics'?
6. เพราะเหตุใดลวดลายต่าง ๆ ของเบญจรงค์ เช่น ลายตราประจำยาม ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ลายประเพณี สงกรานต์ ลายคังฮี ลายเทพนมรสิงห์ ลายเทพนมร่า ลายพิกุลเกลียว ลายจักรี (น. 10) จึงแปลโดยการใช้คำทับศัพท์คำเหล่านี้ในภาษาอังกฤษโดยไม่มีคำอธิบายเพิ่มเติมว่า Prajam Yam, Phum Khao Bin, Songkran, Khang Hi, Thepphanom Norasing, Thepphanom Ram, Phikun Kliao, Chakri?
6. Why were Benching's painting patterns (page 10) such as 'Prajam Yam, Phum Khao Bin, Songkran, Khang Hi, Thepphanom Norasing, Thepphanom Ram, Phikun Kliao, Chakri' transliterated without explanation in the English target text?
7. เพราะเหตุใดจึงทับศัพท์คำว่าตำบล จากคำ ตำบลดอนไถ่ดี (น. 14) ในภาษาอังกฤษว่า 'Don Kai Di Tambon'?
7. Why was the administrative unit 'Tambon' (page 14) transliterated as 'Tambon' as can be seen in 'Don Kai Di Tambon'?
8. เพราะเหตุใดพิธีกรรมและกิจกรรมทางพุทธศาสนาเหล่านี้ เช่น ถือน้ำปฏิบัติธรรม พิธีสวดราหู พิธีครอบครุบูรพาจารย์ (น. 15) ถึงแปลด้วยคำว่า a variety of rites เพียงคำเดียว?
8. Why were the rituals and religious ceremonies (page 15) such as 'Thuesil Patitbattham, Suad Rahu, Khropkhu translated with 'a variety of rites'?
9. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า ตักบาตร (น. 7) โดยการใช้นามวลี 'offerings of morning alms to monks'?
9. Why was the 'Takbat' (page 7, food offering to the monks) translated as "offerings of morning alms to monks"?
10. อะไรคือสิ่งที่ท้าทายที่สุดในการแปลโบรชัวร์ชุมชนดอนไถ่ดี เพราะเหตุใด?
10. What was the most challenging thing to translate the Don Ki Di CBT brochure?

ขอบคุณค่ะ

Thank you

Appendix 7

คำถามสำหรับผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชน

The interviewed questions for the project producer of the outsourced company

ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือความยาวของคำตอบ คำถามแต่ละชุดอ้างอิงตามโบรชัวร์ของแต่ละหมู่บ้าน

Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is no limitation on word count or text length for your answers. Each set of questions is related to each CBT village.

คำถามชุดที่ 4 ชุมชนบ้านบางพลับ

Bang Bang Phlap Community

ส่วนที่ 1: คำที่ถูกละโดยไม่มีการแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ

Part 1: Thai source texts were omitted in the English target texts

1. เพราะเหตุใดคำว่าเหล้าขาว (น. 9) จึงถูกละโดยไม่มีการแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
1. Why were the words 'Lao Khao' (page 9, rice liquor) omitted in the English target text?

ส่วนที่ 2: การทับศัพท์ภาษาไทยด้วยอักษรภาษาอังกฤษและการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย

Part 2: The transliteration and the translation of Thai culture-bound words

2. เพราะเหตุใดคำว่ากราบไหว้ขอพร (น. 14) จึงถูกละโดยคำว่า 'worshipper' ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
2. Why were the words 'Krap Wai Kho Phon' (page 14, pay homage and make a wish) translated as 'worshipper' in the English target text?
3. เพราะเหตุใดจึงแปลทับศัพท์คำแบ่งเขตการปกครองของไทยคำว่า อำเภอ (น. 14) เป็น 'Amphoe' และคำว่า หมู่ เป็นคำว่า 'Mu' (น. 14) โดยไม่มีคำอธิบายเพิ่มเติม?
3. Why were the administrative units (page 14) 'Amphoe' and 'Mu' transliterated as 'Amphoe and Mu' without explanation in the English target text?
4. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า ผลไม้กลับชาติ (น. 11) แบบตรงตัวว่า 're-born fruits'?

4. Why was the words 'Phon La Mai Khlap Chart' (page 11) literally translated as 're-born fruits'?
5. เพราะเหตุใดคำว่าโบสถ์ซึ่งเป็นสิ่งก่อสร้างที่ใช้ประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทางพุทธศาสนา จากบริบทนี้ “บริเวณวัดมีโบสถ์ปรกโพธิ์ที่ถูกปกคลุม ด้วยรากของต้นโพธิ์ไทรไกรกร่าง” (น. 14) จึงแปลด้วยการทับศัพท์ว่า 'Bot' (Within the compound is Bot Prok Pho, an ordination hall covered by the roots of large Bodhi trees)?
5. Why was the word 'Bot' (page 14, ordination hall) transliterated as 'Bot' in this context: 'Within the compound is Bot Prok Pho, an ordination hall covered by the roots of large Bodhi trees'?
6. เพราะเหตุใดจึงแปลคำนำหน้าชื่อคำว่า คุณ จากชื่อ คุณฉวีวรรณ หัตถกรรม (น. 11) ด้วยคำว่า 'Ms' ทำไมจึงไม่แปลด้วยคำว่า 'Grandma, Auntie, Miss หรือ Mrs'?
6. Why was the title of the name 'Khun' (page 11) of Chawiwon Hattakam' not translated with 'Grandma, Auntie, Miss or Mrs'?
7. เพราะเหตุใดจึงทับศัพท์ชื่อของพันธุ์ส้มโอ พันธุ์ขาวใหญ่ (น. 7) เป็นภาษาอังกฤษว่า 'Khao Yai' (The pomelo of the Khao Yai) ?
7. Why was the name of the pomelo (page 7) transliterated as 'Khao Yai'?
8. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า ต้นโพธิ์ไทรไกร กร่าง (น. 14) ด้วยคำว่า 'large Bodhi trees' เพียงคำเดียว?
8. Why were four different types of trees 'Pho', 'Sai', 'Kai' and 'Krang' translated with same meaning as 'large Bodhi trees'?
9. เพราะเหตุใดจึงแปลวิธีการพับแบบรังแตน (น. 13) ด้วยคำว่า 'the papaya strips'?
9. Why was the folding technique called 'Rang Taen' translated as 'the papaya strips'?
10. อะไรคือสิ่งที่ท้าทายที่สุดในการแปลโบรชัวร์ชุมชนบ้านบางพลับ เพราะเหตุใด?
10. What was the most challenging thing to translate Ban Bang Phlap CBT brochure?

ขอบคุณค่ะ

Thank you

Appendix 8

คำถามสำหรับผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชน

The interviewed questions for the project producer of the outsourced company

ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือความยาวของคำตอบ คำถามแต่ละชุดอ้างอิงตามโบรชัวร์ของแต่ละหมู่บ้าน

Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is no limitation on word count or text length for your answers. Each set of questions is related to each CBT village.

คำถามชุดที่ 5 ชุมชนบ้านห้วยแร้ง

Ban Huai Raeng Community

ส่วนที่ 1: คำที่ถูกละโดยไม่มีการแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ

Part 1: Thai source texts were omitted in the English target texts

1. เพราะเหตุใดจึงละคำว่า สวนหมาก (น. 8) โดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
1. Why were the words 'Suan Mak' (page 8, betel palm orchard) omitted in the English target text?
2. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำนำหน้าชื่อ คุณ จากชื่อ คุณพรณี เข้มดี และคุณพาที ปันชู (น. 12) ใน ฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
2. Why were the title 'Khun' (page 12, Mr, Mrs, Miss, Mrs) omitted from the names 'Phanni Khendi and Phati Punchoo' in the English target text?

ส่วนที่ 2: การทับศัพท์ภาษาไทยด้วยอักษรภาษาอังกฤษและการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย

Part 2: The transliteration and the translation of Thai culture-bound words

3. เพราะเหตุใดจึงแปลขนมไทยท้องถิ่นคำว่า ขนมจาก (น. 7) โดยใช้ 'Khanom Chak-palmsweet'?
3. Why was the local dessert 'Khanom Chak' (page 7) translated as 'Khanom Chak-palmsweet'?
4. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่าวงอบ (น. 7) ว่า 'weaving hats' ?
4. Why was the word 'Ngop' (page 7, palm leaves wide brim hat) translated as 'weaving hat'?

5. เพราะเหตุใดจึงแปลพิธีกรรมการบวชต้นครุฑ (น. 7) แบบตรงตัวว่า ‘ordination of Cruz trees’?
5. Why was the ritual ‘Buad Ton Cruz’ (page 7) literally translated as ‘ordination of Cruz trees’?

6. เพราะเหตุใดจึงแปลกิจกรรมประจำท้องถิ่น การแทงกุ้ง (น. 8) ว่า ‘collecting shrimp’?
6. Why was the local activity ‘Taeng Kung’ (page 8, spear prawns) translated as ‘collecting shrimp’?

7. เพราะเหตุใดจึงแปลกริยาวลี ตกกุ้งก้ามกราม (น. 8) ในภาษาอังกฤษว่า ‘dropping bait for giant freshwater prawns’?
7. Why was the verb phrase ‘Tok Kung Kam Kram’ (page 8, prawning) translated as ‘dropping bait for giant freshwater prawns’ in the English target text?

8. อะไรคือสิ่งที่ท้าทายที่สุดในการแปลโบรชัวร์ชุมชนบ้านห้วยแร้ง เพราะเหตุใด?
8. What was the most challenging thing to translate Ban Huai Raeng CBT brochure?

ขอบคุณค่ะ

Thank you

Appendix 9

คำถามสำหรับผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชน

The interviewed questions for the project producer of the outsourced company

ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือความยาวของคำตอบ คำถามแต่ละชุดอ้างอิงตามโบรชัวร์ของแต่ละหมู่บ้าน

Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is no limitation on word count or text length for your answers. Each set of questions is related to each CBT village.

คำถามชุดที่ 6 ชุมชนเกาะกลาง

6. Ko Klang Community

ส่วนที่ 1: คำที่ถูกละโดยไม่มีการแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ

Part 1: Thai source texts were omitted in the English target texts

1. เพราะเหตุใดคำว่า จังหวัด จากคำว่าจังหวัดกระบี่ (น. 2) จึงโดนละในภาษาอังกฤษ และเหลือเพียงคำแปลว่า 'Krabai'?
1. Why was the word 'Changwat' (page 2, province) in 'Changwat Kabi' omitted in the English target text?
2. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำว่า รุนจับกุ้ง เรือผีหลอก (น. 6) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
2. Why were the words (page 6) 'Run Chap Kung' (push net) and 'Ruea Phi Lok' (boat with a side whiteboard) omitted in the English target text?
3. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำว่า ไสยศาสตร์ (น. 5) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
3. Why was the word 'Sai Ya Sart' (page 5, black magic) omitted from the English target text?

ส่วนที่ 2: การทับศัพท์ภาษาไทยด้วยอักษรภาษาอังกฤษและการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย

Part 2: The transliteration and the translation of Thai culture-bound words

4. เพราะเหตุใดถึงทับศัพท์ชื่อสถานที่ท่องเที่ยวเขาขนานน้ำ (น. 4) ว่า 'Khao Khanap Nam'?
4. Why was the name of the tourist place (page 4) transliterated as 'Khao Khanap Nam'?

5. เพราะเหตุใดจึงแปลคำนำหน้าชื่อที่ใช้เรียกอย่างไม่เป็นทางการคำว่า คุณตา จาก คุณตาหมาดตาม หมั่นคำ (น. 8) เป็น 'grandpa' และ คำนำหน้าชื่อ คุณยาย จาก คุณยายประจิม เล็กดำ (น. 13) เป็น 'grandma' โดยไม่ใช่คำว่า Mr แทนคำว่า คุณตา หรือ Miss, Mrs Ms แทนคำว่า คุณยาย?
5. Why was the informal title such as 'Khun Ta (page 9, Mr grandpa), from 'Khun Ta Matdap Mankha translated as 'grandpa' and 'Khun Yai' (page 13, Ms Grandma) from 'Khun Yai Prachim Lekdam' was translated as 'grandma'?
6. เพราะเหตุใดจึงแปล ข้าวสังข์หยด (น. 11) ด้วยคำว่า 'rice' เท่านั้น?
6. Why was the type of rice 'Khao Sang Yod' (page 11, conch shaped rice) translated as 'rice'?
7. เพราะเหตุใดจึงทับศัพท์คำว่า ผ้าปาเต๊ะ เป็น 'Pateh' ผ้าบาติก เป็น 'Batik' (น. 12) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
7. Why were the painting patterns (page 12) 'Pateh' (metal block pattern) and 'Batik' (canting tool) transliterated as 'Pateh' and 'Batik' in the English target text?
8. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า เรือหัวโพง (น. 4) ซึ่งเป็นเรือที่มีส่วนเด่นอยู่ที่หัวเรือ ด้วยคำว่า 'A traditional Andaman long-tail boat'?
8. Why was the word 'Ruea Hua Thong' (page 4, boat with a high prow) translated as 'a traditional Andaman long-tail boat'?
9. เพราะเหตุใดจึงแปลอาหารพื้นบ้านประจำท้องถิ่น เช่น หอยหวานต้มตะไคร้ แกงกะทิหอยจู้บแจ่ง หอยรอกต้มกะทิ (น. 13) โดยการแทนที่ด้วยอาหารประเภทอื่นที่แตกต่างออกไปเช่น 'chicken and saffron rice', 'steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf', and 'spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish'?
9. Why were the local dishes (page 13) rewritten with different types of foods? This can be seen in the dish 'Hoi Wan Tom Ta Khrai' (spotted Babylon sea snails in lemongrass soup) was translated as 'chicken and saffron rice', 'Kang Ka Ti Hoi Jup Jang' (sea snail curry) was translated as 'steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf' and 'Hoi Rak Tom Ka Thi' (Lingula sea snail in coconut milk soup) was translated as 'spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish.
10. อะไรคือสิ่งที่ท้าทายที่สุดในการแปลโบรชัวร์ชุมชนเกาะกลาง เพราะเหตุใด?
10. What was the most challenging thing to translate Ko Klang CBT brochure?

ขอบคุณค่ะ

Thank you

Appendix 10

คำถามสำหรับผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชน

The interviewed questions for the project producer of the outsourced company

ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือความยาวของคำตอบ คำถามแต่ละชุดอ้างอิงตามโบรชัวร์ของแต่ละหมู่บ้าน

Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is no limitation on word count or text length for your answers. Each set of questions is related to each CBT village.

คำถามชุดที่ 7 ชุมชนคลองแดน

7. Klong Daen Community

ส่วนที่ 1: คำที่ถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ

Part 1: Thai source texts were omitted in the English target texts

1. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำว่า ตาลโตนด (น. 15)?
1. why was the plant 'Tarn Ta Nod' (page 15, palmyra palm) omitted?
2. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำว่า เรือหางยาว (น. 15)?
2. Why was the word 'Ruea Hang Yao' (page 15, (boat with long rudder) omitted?
3. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำที่เป็นกิจกรรมทางพุทธศาสนา เช่น ธรรมสากัจฉา (น. 5) ตักบาตร ฟังธรรม (น. 10)?
3. Why were the religious activities omitted (pages 5 and 10)? This can be seen in the words 'Dhamma Sa Kat Cha' (Dhamma talk), 'Tak Bat' (food offering to the monks) and 'Fang Tham' (listen to the Buddha's teaching).
4. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำว่า วิถีพุทธ วิถีไทย?
4. Why were the words 'Wi Thi Phud' (Buddhist lifestyle) and 'Wi Thi Thai' (Thai lifestyle) omitted
in the English target text?

ส่วนที่ 2: การทับศัพท์ภาษาไทยด้วยอักษรภาษาอังกฤษและการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย

Part 2: The transliteration and the translation of Thai culture-bound words

5. เพราะเหตุใดขนมจึงแปลพื้นบ้าน เช่น ขนมลูกโดน ‘ขนมพิมพ์ ขนมป้าจี ขนมค่อม ขนมเทียน ขนมดอกกล้าเจียก (น. 14) โดยใช้คำว่า ‘pressed banana and grilled seasoned sticky rice’ ?
5. Why were local desserts (page 14) rewritten with ‘pressed banana and grilled seasoned sticky rice’? This can be seen in ‘Kha nom Luk Don’ (egg muffin), ‘Kha Nom Phim’ (waffle), ‘Khanom Pam Ji’ (coconut shredded in the sweet role), ‘Kha Nom Khom’ (stuffed custard), ‘Kha Nom Tian’ (coconut shredded in glutinous rice wrap) and ‘Kha Nom Dok Lam Chiak’ (stuffed glutinous role).
6. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า สำนักสงฆ์ จากคำว่าสำนักสงฆ์คลองแดน (น. 8) ด้วยคำว่าวัด ‘Wat’ (Wat Khlong Daen) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
6. Why were the words ‘Sam Nak Song Wat Khlong Daen’ (page 8, Khlong Daen temple) translated as ‘Wat Khlong Daen’?
7. เพราะเหตุใดจึงแปลคำสมณศักดิ์ที่ใช้นำหน้าชื่อพระภิกษุคำว่า พระมหา จากพระมหาปราโมทย์ จันทโชโต (น. 9) ด้วยคำว่า ‘The Venerable’ (The Venerable Phra Maha Pramot Chandajoto)?
7. Why the monk title ‘Phra Maha’ from ‘Phra Maha Pramot’ (page 9) was translated as ‘the Venerable’?
8. เพราะเหตุใดจึงแปลชื่อเรื่องนิยาย ลูกขวาน (น. 8) เป็น ‘The Blade of the Axe’?
8. Why was the name of the novel ‘Luk Kwan’ (axe) translated as ‘The Blade of the Axe’?
9. เพราะเหตุใดจึงแปลอุปกรณ์ตำข้าวคำว่า กระเดื่อง (น. 20) ด้วยคำว่า ‘a wooden pestle’?
9. Why was the device ‘Kra Dueang’ (page 20, a rice kick paddle) translated as ‘a wooden pestle’?
10. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า กระด้ง (น. 20) ด้วยคำว่า ‘a basket’?
10. Why was the word ‘Kra Dong’ (page 20, a woven tray basket) translated as ‘basket’?
11. เพราะเหตุใดจึงทับศัพท์ชื่อขนมท้องถิ่นโดยไม่มีคำอธิบายเพิ่มเติมในภาษาอังกฤษ เช่น ขนมกอก ขนมจาก ขนมโค (น. 14) เป็น Khanom Ko, Khanom Chak, Khanom Kho?
11. Why were the local desserts (page 14) transliterated without the explanation in the English target text? This can be seen in Khanom Ko (glutinous rice pudding with peanut topping), Khanom Chak (grilled glutinous rice flour) and Khanom Kho (glutinous rice balls coated with shredded coconut).

13. เพราะเหตุใดจึงแปลวิธีการจับสัตว์น้ำคำว่า การยกยอ ดักปลา ดักกุ้ง (น. 15) ด้วยคำว่า 'setting traps', 'stakes for fish' and 'stakes for prawns'?
13. Why the activities (page 15) 'Yok Yo' (lifting a fish net) was translated as 'setting traps', 'Dak Pa' (catching fish with a cage trap) was translated as 'stakes for fish', and 'Dak Kung' (catching fish with a cage trap) was translated as 'stakes for prawns'?
14. ร้านค้าทยอยปิดตัวลง วัดที่เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเริ่มเสื่อมโทรม (น. 5) จากบริบทนี้เพราะเหตุใดจึงไม่ทับศัพท์คำว่า 'วัด' ด้วย 'Wat' แต่แปลว่า Buddhist temple แทน (...shops closed down, and the Buddhist temple was left unattended and became dilapidated)?
14. Why was the word 'Wat' (page 5, temple) from the context 'shops closed down, and the The Buddhist temple was left unattended and became dilapidated' was translated as 'Buddhist temple'?
15. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า ธรรมสัญจร (น. 5) แบบตรงตัวว่า 'Mobile Dhamma or Dhamma on the Move'?
15. Why was the word 'Thamma San Chon' (page 5, the monk goes out of the temple and teaches Buddha's teaching) translated as 'Mobile Dhamma or Dhamma on the Move'?
16. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า อำเภอ ในคำว่า อำเภอระโนด (น. 5-6) ด้วยคำว่า 'district' (Ranot district)?
16. Why was the word 'Amphoe' from 'Amphoe Ranot' (page 5 and page 6, administrative unit) translated with 'district'?
17. อะไรคือสิ่งที่ท้าทายที่สุดในการแปลโบรชัวร์ชุมชนคลองแดน เพราะเหตุใด?
17. What is the most challenging thing to translate Klong Daen CBT brochure?

ขอบคุณค่ะ

Thank you

Appendix 11

คำถามทั่วไปสำหรับผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชน General questions for the project producer of the outsourced company about the translation of CBT brochures

ขอความกรุณาทำนตอบคำถามทั้งหมดโดยการพิมพ์คำอธิบาย เหตุผล และรายละเอียด ทั้งนี้
ท่านสามารถพิมพ์คำตอบได้ตามความยาวที่ท่านต้องการ โดยไม่จำกัดจำนวนคำ บรรทัด หรือ
ความยาวของคำตอบ

**Please answer the questions by typing the explanation, the reasons and details. There is
no limitation on word count or text length for your answers.**

**ส่วนที่ 1: การประสานงานระหว่างนักแปลกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก่อนการทำงาน
แปล**

Part 1: The cooperation between the translators and the TAT before translating process

1. คุณสมบัติข้อใดของนักแปลที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องการในการทำงานแปลโบรชัวร์การ
ท่องเที่ยวโดยชุมชน?
1. What qualification does the TAT require from the translators to translate the CBT brochures?
2. คุณวุฒิการศึกษาของนักแปลมีส่วนช่วยเอื้อประโยชน์ให้นักแปลอย่างไรบ้างในการแปลโบรชัวร์การ
ท่องเที่ยวโดยชุมชน?
2. How does an educational degree facilitate the translators to translate the CBT brochures?
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แจ้งวัตถุประสงค์ในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนแก่นัก
แปลว่าอย่างไรบ้าง?
3. How did the TAT inform the translators about the aims and objectives to translate the CBT
brochures?
4. ก่อนที่จะเริ่มแปลโบรชัวร์ทั้งเจ็ดเล่มนี้ นักแปลทราบได้อย่างไรว่าหัวข้อที่เป็นแก่นสาระสำคัญของการ
ท่องเที่ยวโดยชุมชนมีอะไรบ้าง เช่น พระพุทธศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือ
หัวข้ออื่น ๆ นอกเหนือจากนี้
4. Before translating the CBT brochures, how do the translators know what topic is the main
content of the CBT e.g. Buddhism, culture, customs, local wisdom or other content?

5. นักแปลทราบครั้งแรกเกี่ยวกับการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวชุมชนนี้ได้อย่างไร?
5. How did the translators first know about the translation of the CBT brochures?

6. มีนักที่ท่านที่ได้แปลโบรชัวร์ท่องเที่ยวชุมชนทั้งเจ็ดเล่มนี้?
6. How many translators translated the CBT brochures: Ban Na Ton Chan, Ban Chiang, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ko Klang and Klong Daen?

7. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำแนะนำแก่นักแปลอย่างไรบ้างก่อนที่จะแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน?
7. How did the TAT give advice to the translators before translating the CBT brochures?

8. นักแปลมีการเตรียมตัวอย่างใดก่อนการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งเจ็ดเล่มนี้?
8. What kind of preparation did translators do before translating the CBT brochures?

9. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำแนะนำแก่นักแปลอย่างไรบ้างในระหว่างการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน?
9. What advice did the TAT give to the translators while translating?

10. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำแนะนำแก่นักแปลอย่างไรบ้างหลังจากแปลโบรชัวร์ท่องเที่ยวชุมชนเสร็จแล้ว?
10. What advice did the TAT give to the translators after translating?

11. นักแปลได้รับข้อมูลและรายละเอียดของวัฒนธรรมท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผ้าหมักโคลนดินเผาบ้านเชียง หรือเครื่องเบญจรงค์มาจากแหล่งความรู้ที่ใดบ้าง?
11. Where did the translators have the detailed information about local culture and CBT products e.g. mud-stained cloth, Ban Chiang pottery or Bencharong ware?

12. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้เนื้อหาภาษาไทยที่เป็นภาษาต้นฉบับแก่นักแปลในรูปแบบไหนบ้าง เช่น โบรชัวร์ภาษาไทยที่มีภาพประกอบ ไฟล์ word document ภาษาไทย ไม่มีรูปภาพประกอบหรือ รูปแบบอื่น ๆ (โปรดระบุ)?
12. What kind of the original Thai text did the TAT provide to the translators e.g. Thai brochures with pictures, Thai texts in word document format with no pictures or other (please explain)?

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการแปล

Part 2: Translation process

13. ภาพประกอบที่ปรากฏในโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจากต้นฉบับภาษาไทยมีส่วนช่วยเอื้อ

ประโยชน์ต่อการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทยเป็นภาษาอังกฤษอย่างไรบ้าง?

13. How do the pictures in the original Thai text of CBT brochures help the translators to translate the words relating to Thai culture?
14. โดยรวมแล้วนักแปลใช้วิธีการใดบ้างในการแปลชื่อเฉพาะของบุคคลและสถานที่ท่องเที่ยวในโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเหล่านี้?
14. How did the translators translate the proper names of people and tourist places in the CBT brochures?
15. โดยรวมแล้วนักแปลใช้วิธีการใดบ้างในการแปลชื่อพืชพรรณท้องถิ่นของไทย?
15. How did the translators translate Thai local plants?
16. สิ่งที่ทำให้ท้าทายความสามารถในการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทยที่ปรากฏในโบรชัวร์ท่องเที่ยวชุมชนทั้งเจ็ดเล่มคืออะไร?
16. What is challenging to translate the words relate to Thai culture in the CBT brochures: Ban Na Ton Chan, Ban Chiang, Don Kai Di, Ban Bang Phlap, Ban Huai Raeng, Ko Klang and Klong Daen?
17. นักแปลใช้แหล่งข้อมูลที่ทำให้ความรู้ในการช่วยแปลความหมายของคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทยจากที่ใดบ้าง?
17. What kind of information source did the translators use to help translate the words relate to Thai culture?
18. พจนานุกรมฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษเล่มใดบ้างที่นักแปลใช้ในการแปล?
18. What Thai and English references did the translators use to translate the CBT brochures?
19. สิ่งใดคือปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้คำแปลของนักแปลในการแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย?
19. What influenced the translators' decision-making to choose the words to translate the words relate to Thai culture?
20. นักแปลใช้วิธีการใดในการตรวจสอบความหมายของคำแปล โดยเฉพาะคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทย?
20. How did the translators verify the translating meaning of the words related to Thai culture?
21. ในกรณีที่พจนานุกรมภาษาไทยไม่มีคำที่นักแปลต้องการค้น เช่น สีแดงอมฟ้าด สีกะปิ หรือลายสารภีพริกไทยจากโบรชัวร์บ้านนาต้นจั่น นักแปลมีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไร?
21. How did the translators solve the problems when some words do not exist in Thai reference

such as 'Si Daeng Om Fat' (dark red from plant), 'Si Ka Pi' (shrimp paste colour) or weaving pattern of 'Sara Phi Phrik Thai' (Negkassar and pepper)?

22. ผู้ตรวจทานการแปลฉบับภาษาอังกฤษให้แก่นักแปลใช้ภาษาแม่เป็นภาษาอะไร?
22. What is the mother language of the editor who proofread the translators' translation?

23. โดยรวมแล้วนักแปลมีการตัดสินใจอย่างไรในการละคำแปลคำศัพท์ที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทยในภาษาอังกฤษ เช่น อาหาร เครื่องมือ พิธีกรรมต่าง ๆ?
23. How did the translators make a decision to omit the words related to Thai culture in the English translation such as food, devices and rituals?

24. นักแปลมีการตัดสินใจอย่างไรว่าคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทยคำไหนที่ควรอธิบายเพิ่มเติมในภาษาอังกฤษ?
24. How did the translators make a decision to add explanation to words related to Thai culture in the English translation?

25. นักแปลมีการตัดสินใจอย่างไรว่าคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทยคำไหนที่ควรอธิบายเพิ่มเติมมาก เพิ่มเติมน้อย หรือไม่เพิ่มเติมคำอธิบายเลยในภาษาอังกฤษ?
25. How did the translators make a decision to add more or less explanation to Thai culture-bound words in the English translation?

26. เพราะเหตุใดคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทยบางคำถึงได้ใช้การแปลแบบทับศัพท์ในภาษาอังกฤษด้วย?
26. Why were some words related to Thai culture transliterated by using Roman characters in the English translation?

27. โดยรวมแล้วนักแปลใช้วิธีการใดแปลคำที่ผูกติดกับวัฒนธรรมไทยที่ไม่มีคำเทียบเคียงในภาษาอังกฤษ เช่น วัด ผ้าถุง โบสถ์?
27. How did the translators translate Thai culture-bound words which have no complete equivalence in English such as 'Wat' (Buddhist temple), 'Pha Thung' (Thai traditional wrapped tube skirt), or 'Ubosot' (ordination hall)?

28. เพราะเหตุใดจึงเลือกใช้การสะกดคำภาษาอังกฤษแบบ British English เช่นคำว่า centre ในโบสถ์ ท้องเที่ยวชุมชนฉบับแปลภาษาอังกฤษ?
28. Why was some content from the original Thai CBT brochures omitted in the English translation?

29. เพราะเหตุใดจึงเลือกใช้การสะกดคำภาษาอังกฤษแบบ British English เช่นคำว่า centre ในโบสถ์ ท้องเที่ยวชุมชนฉบับแปลภาษาอังกฤษ?

29. Why did the translators opt for British English by using the word 'centre' in English translation?
30. สิ่งที่นักแปลต้องคำนึงและระมัดระวังมากที่สุดในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน?
30. What were the translators concerned and aware of the most when translating the CBT brochures?
31. นักแปลใช้เวลาานเท่าใดในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งเจ็ดเล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์รวมระยะเวลาการตรวจทานแก้ไขภาษาอังกฤษด้วยตัวนักแปลเองด้วย?
31. How long did it take the translators to complete the translation of these 7 CBT brochures including self-proofreading?
32. กรุณาอธิบายและให้เหตุผลประกอบโดยละเอียดว่าสิ่งใดที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจของนักแปลในการเลือกใช้วิธีการแปล และการเลือกใช้คำแปลในภาษาอังกฤษ?
32. Please justify what influenced the translators the most to make a decision to select translation procedures and word choice to translate the CBT brochures from Thai to English?

ขอบคุณค่ะ

Thank you

Appendix 12

Culture-specific items from seven CBT brochures

1. Custom and Ritual

There are 22 CSIs related to custom, ritual and tradition. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English equivalents and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol 'Ø' refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	การอัญเชิญดวงวิญญาณเจ้าพ่อ พญาแก้ว (The worship of Phraya Kaew)	Ø	omission	Ban Na Ton Chan
2	ทำบุญเลี้ยงพระตักบาตร	make merit with food offerings to monks and ancestors' spirits	addition	Ban Chiang
3	เลี้ยงผีบรรพบุรุษ		addition	Ban Chiang
4	บุญคูณลาน	the celebration of the coming rice harvest	addition	Ban Chiang
5	บุญข้าวจี่	people make grilled sticky rice to offer to monks at the temple	addition	Ban Chiang
6	พิธีขึ้นบ้านใหม่	a housewarming ceremony	addition and generalisation	Ban Chiang
7	พิธีบายศรีสู่ขวัญ	the welcoming ceremony	addition and generalisation	Ban Chiang
8	ฮีตสิบสอง (merit making for twelve months)	Ø	omission	Ban Chiang
9	คองสิบสี่ (fourteen life principles for Buddhists)	Ø	omission	Ban Chiang
10	ทำบุญปรีวาสกรรม	Ø	omission	Ban Chiang

	(food offering during a monastic meditation period)			
11	ทำบุญขวัญข้าว (rice goddess worship)	∅	omission	Ban Chiang
12	บุญผะเหวด (บุญพระเวส) (listen to the stories of Buddha's past life)	∅	omission	Ban Chiang
13	ฟังเทศน์มหาชาติ (listen to the stories of Buddha's past life)	∅	omission	Ban Chiang
14	ฟังเทศน์	attend sermons	addition and generalisation	Ban Chiang
15	ตักบาตร	offerings of morning alms to monks	addition	Don Kai Di
16	สงกรานต์	Songkran, the traditional Thai New Year celebration	addition, borrowing and generalisation	Don Kai Di
17	ถือศีล	a variety of rites	rewriting	Don Kai Di
18	ปฏิบัติธรรม		rewriting	Don Kai Di
19	พิธีสวดราหู		rewriting	Don Kai Di
20	พิธีครอบครูบูรพาจารย์		rewriting	Don Kai Di
21	การบวชต้นครูช	ordination of Cruz trees	literal translation	Ban Huai Raeng
22	ฟังธรรม (listen to Dhamma, the Buddha's teaching)	∅	omission	Khlong Daen

Comparative Analysis: Custom, Ritual and Tradition

Thai ST-English TT segments 1

ST: การอัญเชิญดวงวิญญาณเจ้าพ่อพญาแก้วมาปกป้องรักษาคนภายในชุมชน

TT: The CSI and its context were omitted in the English TT.

The words การอัญเชิญดวงวิญญาณเจ้าพ่อพญาแก้ว (the worship of Phraya Kaew) was omitted in the English TT. This ritual is the belief in animism, especially late ancestors. People in Ban Ba Ton Chan community believe that when they worship the late warrior 'Phraya Kaew', they will be protected from bad things by this spirit.

Thai ST-English TT segments 2

ST: เช่น เดือนอ้าย ทำบุญปริวาสกรรม¹ พระสงฆ์จะเข้ามาปฏิบัติธรรมและชาวบ้านก็ถือโอกาสทำบุญเลี้ยงพระตักบาตร²และเลี้ยงผีบรรพบุรุษ³

TT: For example, in the first lunar month the homes are blessed, with monks invited to chant prayers and people make merit with food offerings to monks and ancestors' spirits²⁻³.

The religious term ทำบุญปริวาสกรรม¹ (food offering during a monastic mediation period) were omitted in the English TT. On the other hand, the CSIs ทำบุญเลี้ยงพระตักบาตร² and เลี้ยงผีบรรพบุรุษ³ were translated by adding extra description 'make merit with food offerings to monks and ancestors' spirits. The meaning of ทำบุญเลี้ยงพระตักบาตร² (food offering to the monks) is Buddhists' custom whereas the words เลี้ยงผีบรรพบุรุษ³ (food offering to ancestors' spirits) is animism.

Thai ST-English TT segments 3

ST: เดือนยี่ บุญคุณลาน¹เป็นการทำบุญขวัญข้าว²หลังเก็บเกี่ยว เดือนสาม บุญข้าวจี³ ชาวบ้านจะทำข้าวจีไปถวายพระและฟังเทศน์⁴เดือนสี่ บุญผะเหวด⁵ หรือบุญพระเวส⁶ มีกิจกรรมการฟังเทศน์มหาชาติ⁷ เดือนห้า ทำบุญสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งวิถีแบบดั้งเดิมนี้อย่างคงปรากฏอยู่ในชีวิตของชาวไทพวนบ้านเชียงจวบจนถึงปัจจุบัน

TT: The second lunar month is for the celebration of the coming rice harvest¹, followed by merit-making in the third lunar month when people make grilled sticky rice³ to offer to monks at the temple and attend sermons⁴.

These CSIs in Thai ST ทำบุญขวัญข้าว² (rice harvesting ceremony), บุญผะเหวด⁵ (listen to the stories of Buddha's past life) บุญพระเวส⁶ (listen to the stories of Buddha's past life) and ฟังเทศน์มหาชาติ⁷ (listen to the stories of Buddha's past life) were omitted in the English TT.

On the other hand, in the same context, บุญคุณลาน¹ was translated by addition 'the celebration of the coming rice harvest'. The CSI บุญข้าวจี³ were translated by addition 'merit-making in the third lunar month when people make grilled sticky rice'. The CSI ฟังเทศน์⁴ was translated by addition 'attend sermons'.

Thai ST-English TT segments 4

ST: เมื่อสร้างบ้านเสร็จ ต้องมีพิธีขึ้นบ้านใหม่ เพื่อความเป็นสิริมงคล เจ้าของบ้านจะบอกกล่าวเพื่อนบ้าน ให้มาร่วมพิธีตามฤกษ์ยาม

TT: When a new house is completed, there is a housewarming ceremony to which neighbours are invited.

This Thai CSI พิธีขึ้นบ้านใหม่ was translated by adding the description ‘a housewarming ceremony’. The house’s owner will invite the monks to bless the new house in order to live happily.

Thai ST-English TT segments 5

ST: การบายศรีสู่ขวัญ เป็นประเพณีทางศาสนาพราหมณ์ที่นิยมกระทำสืบต่อกันมายาวนาน ถือได้ว่าเมื่อทำพิธีนี้แล้วจะก่อให้เกิดความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต

TT: The welcoming ceremony is a Hindu tradition that has been observed since ancient times, with the tying of the consecrated cord around the person’s wrist as a sign of blessing.

The word บายศรีสู่ขวัญ was translated as ‘the welcoming ceremony’. The translation procedure is generalisation because this CSI บายศรีสู่ขวัญ is served as a welcoming ceremony in this context.

Thai ST-English TT segments 6

ST: ชาวไทพวนนับเป็นผู้ที่มีความศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างแรงกล้า เห็นได้จากงานประเพณีทำบุญทางพุทธศาสนาประจำทั้ง ๑๒ เดือนอย่าง ฮีตสิบสอง¹คองสิบสี่²

TT: The Tai Phuan people have strong Buddhist faith, as seen by their regular major merit-making traditions for each month of the year.

The words ฮีตสิบสอง¹ (merit-making for twelve months) คองสิบสี่² (fourteen life principles for Buddhists) were omitted in the English TT. The words ฮีตสิบสอง¹ (merit-making for

twelve months) refers to the Buddhists' ceremony in twelve months and คองสิบสี่² (fourteen life principles for Buddhists) means Buddhist etiquette for laymen.

Thai ST-English TT segments 7

ST: นอกจากนี้ยังสามารถพักโฮมสเตย์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านดอนไถ่ดี มีกิจกรรมตักบาตรตอนเช้า

TT: Home-stay accommodation is available for interested visitors who wish to experience the lifestyle of the residents of Don Kai Di, complete with the offerings of morning alms to monks

The word ตักบาตร (food offering to the monks) was translated by paraphrase using description 'offerings of morning alms to monks' in the English TT. The CSI ตักบาตร means putting things into the monks' food container (Praprom Kunakhorn, 2003; Royal Society of Thailand, 2020). Thai Buddhists believe that ตักบาตร is a merit-making for themselves, and for their late ancestors. The religious term ตักบาตร refers to food offering to the monks which takes place in the morning from 5 o'clock to 9 o'clock. The monks walk on the road carrying their alms and receive food offerings from Buddhists. Another option is for the Buddhists to go to monasteries to offer food to the monks.

Thai ST-English TT segments 8

ST: ด้วยการบอกเล่าปากต่อปากของผู้คนที่เลื่อมใสในความศักดิ์สิทธิ์ของเกจิอาจารย์เป็นที่นิยมในการมาถือศีล¹ปฏิบัติธรรม²และการทำพิธีกรรมต่าง ๆ อาทิ พิธีสวดราหู³ พิธีครอบครูบูรพาจารย์⁴ ตลอดจนพิธีตามวันสำคัญทางศาสนาต่าง ๆ

TT: Wat Tha Mai is a famous Buddhist temple. It hosts a variety of rites for individuals

and the local community¹²³⁴.

The Thai CSIs ถือนศีล¹ (following the Buddhist precepts) ปฏิบัติธรรม² (pray and meditate) พิธีสวดราหู³ (worship Rahu deity) and พิธีครอบครูบูรพาจารย์ (teacher's day ceremony) were rewritten by using one description in the English TT as 'a variety of rites for individuals and the local community'. The word ถือนศีล¹ (following the Buddhist precepts) refers to following the Buddhists precepts. The monks follow two hundred twenty-seven precepts, the nuns eight precepts and laymen five precepts. The Buddhist laymen observe five basic religious precepts as follows: 1) refrain from killing, 2) refrain from stealing 3) refrain from adultery 4) refrain from telling lies and 5) refrain from drinking alcohol. Another omission is the word ปฏิบัติธรรม² (pray and meditate) refers to integrating Dhamma (Buddhism's teaching) to daily life (Praphutthakosajarn, 2015), meditate or chant in Pali language or in Thai. The words พิธีสวดราหู³ (worship Rahu deity) is chanting for Rahu deity in order to bring good luck for life. The last CSI is พิธีครอบครูบูรพาจารย์ (teacher's day ceremony) refers to the ceremony for a Thai art performance. This ceremony is derived from Indian Brahmin.

Thai ST-English TT segments 9

ST: กิจกรรมหลักคือล่องแก่งทวนน้ำไปชมต้นครูซ มีการบวชต้นครูซเพื่อเป็นกุศโลบายในการรักษาป่า

TT: People's daily lives; such as rafting to observe the Cruz trees, ordination of Cruz trees as a strategy to protect the forests.

The translation procedure of the word ‘บวชต้นครูช’ (ordination Cruz tree) is a literal translation. The name of the tree ‘ครูช’ were transliterated into English ‘Cruz’ and the religious term ‘บวช’ (ordination) was literally translated to the English ‘ordination’.

Thai ST-English TT segments 10

ST: ผู้เฒ่าผู้แก่ตื่นแต่เช้าตักบาตร เข้าวัดฟังเทศน์ ฟังธรรม และร่วมพิธีกรรมทางศาสนา วัดคลองแดน จึงกลายเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชนและเป็นพลังสำคัญในการหล่อหลอมคนคลองแดนให้คงความเป็นวิถีพุทธ วิถีไทย อย่างสมบูรณ์

TT: Wat Khlong Daen has reclaimed its status as a community centre and a spiritual force in the shaping of the community’s way of life.

The words ฟังธรรม (a listen to Dhamma, the Buddha’s teaching) was omitted in the English TT. This CSI refers to an occasion when the monks deliver the sermons about Dhamma or the Buddha’s teaching.

2. Food

There are 20 CSIs related to food. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol ‘Ø’ refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	ข้าวเป็็บ	Khao Poep is an original delicacy only found at Ban Na Ton Chan. Rice is ground with a stone grinder into wet white	addition and borrowing	Ban Na Ton Chan

		flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream		
2	ก๋วยเตี๋ยวม้วน	Kuaytiao Bae- spread noodle based on a thick white rice cream like Khao Poep.	addition and borrowing	Ban Na Ton Chan
3	ข้าวเกรียบปากหม้อ (steamed, stuffed rice noodle sheets)	∅	omission	Ban Na Ton Chan
4	เหล้าขาว (rice liquor)	∅	omission	Ban Bang Phlap
5	ผลไม้กลับชาติ	This process and preservation of vegetables and fruits has given rise to the term re-born fruits'	literal translation+ addition	Ban Bang Phlap
6	ข้าวห่อกาบหมาก	palm bract rice wrappers	literal translation	Ban Huai Raeng
7	หอยหวานต้มตะไคร้	chicken and saffron rice	rewriting	Ko Klang
8	แกงกะทิหอยขี้แจง	steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf	rewriting	Ko Klang
9	หอยรอกต้มกะทิ	spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish	rewriting	Ko Klang
10	ขนมก้อ (glutinous rice pudding with peanut topping)	Khanom Ko	borrowing	Khlong Daen
11	ขนมจาก (grilled glutinous rice flour)	khanom Chak	borrowing	Khlong Daen
12	ขนมโค (glutinous rice balls coated with shredded coconut)	khanom kho	borrowing	Khlong Daen
13	แป้งแดง	red flour	literal translation	Khlong Daen
14	ขนมพิมพ์	pressed banana and grilled seasoned sticky rice	rewriting	Khlong Daen
15	ขนมดอกคำเจียก		rewriting	Khlong Daen
16	ขนมลูกโดน		rewriting	Khlong Daen

17	ขนมค่อม		rewriting	Khlong Daen
18	ขนมเทียน		rewriting	Khlong Daen
19	ขนมป้าจี้		rewriting	Khlong Daen
20	ยาแผนโบราณ	traditional herbal medicine	addition and generalisation	Khlong Daen

Comparative Analysis: Food

Thai ST-English TT segments 11

ST: ข้าวเป็บ ต้มตำรับของอร่อยที่หารับประทานได้ที่บ้านนาตันจันแห่งเดียวเท่านั้น การทดลองนำเอาข้าวเจ้าที่เป็นข้าวสาร มาโม่ด้วยโม่หินและกรอง ด้วยผ้าขาวบางจนเป็นครีมข้าวสีขาวยข้น

TT: Khao Poep is an original delicacy only found at Ban Na Ton Chan. Rice is ground with a stone grinder into wet white flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream.

A local speciality 'ข้าวเป็บ' (stuffed noodle) was directly borrowed by using transliteration as 'Khao Poep' in English TT. The extra information was added to the transliteration as 'Rice is ground with a stone grinder into wet white flour and screened through a white cloth to produce a thick white rice cream'. The extra description provides a brief meaning to explain this local dish.

Couple paired 12

ST: อาหารประจำถิ่นที่น่าลิ้มลองอีกอย่างคือ “ก้วยเตี่ยวแบ” ที่ใช้ครีมข้าวสีขาวยข้นเช่นเดียวกับข้าวเป็บ

TT: Another local delicacy is Kuaytiao Bae- spread noodle based on a thick white rice cream like Khao Poep.

The local dish ก๋วยเตี๋ยวม้วน (stuffed noodle wrap) was directly borrowed by using transliteration as ‘Kuaytiao Bae’ in English TT. However, this CSI “Kuaytiao Bae’ was added with the extra description as ‘spread noodle based on a thick white rice cream like Khao Poep’.

Couple paired 13

ST: นำมาหนึ่งเป็นแผ่นบาง ๆ บนผ้าขาวบางด้วยเตาฟืน คล้ายข้าวเกรียบปากหม้อ

TT: The mixture is cooked into flat cakes over a boiling pot topped with a white cloth on a traditional stove.

Thai local food ‘ข้าวเกรียบปากหม้อ’ (steamed, stuffed rice noodle sheets) was omitted in English TT.

Thai ST-English TT segments 14

ST: สูตรผสมนํ้าไพร่ไล่นอนและแมลง เหล้าขาว ๓๕ - ๔๐ ดีกรี: ๑ ส่วน

TT: The entire segment was omitted from the English TT.

The alcohol drink of locals called เหล้าขาว (rice liquor) was omitted. This homemade hard drink with no colour contains 35 % - 40% alcohol. It is a popular liquor among working-class people and in rural Thailand.

Thai ST-English TT segments 15

ST: จึงเป็นที่มาของชื่อ “ผลไม้กลับชาติ” นั่นเอง ต่อมาได้มีการจัดตั้ง “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลไม้กลับชาติ” ขึ้นเพื่อเผยแพร่การทำผักผลไม้แช่อิ่มและเป็นการอนุรักษ์องค์ความรู้นี้ให้อยู่คู่ชุมชนต่อไป

TT: This process and preservation of vegetables and fruits has given rise to the term re-born fruits, and the formation of the Community Enterprise of Re-born Fruits Group to develop the preservation of vegetables and fruits and conserve a body of knowledge within the community.

The translation procedure of ‘ผลไม้กลับชาติ’ (fruit preservation) is a literal translation.

The words ‘ผลไม้กลับชาติ’ (fruit preservation) was literally translated as ‘re-born fruit’.

The term ‘re-born’, or reincarnation refers to the Buddhist belief. The translation procedure of Buddhist belief ‘กลับชาติ’ (Kap Chart: reincarnation, rebirth) was a literal

translation in the English TT as ‘re-born’. The word ‘กลับชาติ’ (Kap Chart: reincarnation,

rebirth) in the Thai ST is a Buddhist term which means reincarnation or rebirth from a process in the ‘Wheel of life’. The word reincarnation or rebirth is the belief that people are reborn in the so-called next life elsewhere, either human or animals based on merit making during this present life (Rāhula, 1972, pp. 33–34; Cambridge English Dictionary,

2020). The author uses a metaphor ‘กลับชาติ’ (Kap Chart: reincarnation, rebirth) to

describe the process of fruits and vegetable preservation in the CBT village. Therefore, the translator translated this Buddhist term with ‘re-born’.

Thai ST-English TT segments 16

ST: บ้านข้าวห่อกาบหมาก

TT: Home of Palm Bract Rice Wrappers

The translation procedure of the proper noun ข้าวห่อกาบหมาก (food wrapped in bract) was literally translated 'Palm Bract Rice Wrappers'. The word 'ข้าว' (rice) was translated in English as 'rice', 'ห่อ' (wrap) was translated as 'wrapper', 'กาบ' (bract) was translated as 'bract' and 'หมาก' (palm) was translated as 'palm'. The noun ข้าวห่อกาบหมาก (food wrapped in bract) refers to using a betel nut palm's bract to wrap the food.

Thai ST-English TT segments 17

ST: อาหารที่เกาะกลางนั้นส่วนใหญ่เป็นอาหารมุสลิมผสมผสานกับวัตถุดิบที่ส่งตรงจากทะเล ไม่ว่าจะเป็น หอยหวานต้มตะไคร้¹ แกงกะทิหอยจู้บแจง² หอยรากต้มกะทิ³ รับประทานคู่กับผักสดปลอดสารพิษที่ส่งตรงจากสวนครัวหลังบ้าน

TT: Food at Ko Klang is special - a combination of Southern and Muslim dishes, including chicken and saffron rice¹, steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf², and spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish³, all made up of produce fresh from the sea and the garden beyond the backdoor.

The translation procedure of local dishes 'หอยหวานต้มตะไคร้' (spotted Babylon sea snails in lemongrass soup) 'แกงกะทิหอยจู้บแจง'² (sea snail curry) and 'หอยรากต้มกะทิ'³ (Lingula sea snail in coconut milk soup) was rewritten by using different types of food in the English TT as 'chicken and saffron rice'¹, 'steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf'², and

'spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish'³. The word 'หอยหวานต้มตะไคร้' (spotted Babylon sea snails in lemongrass soup) refers to a clear soup of sea snails called 'Spotted Babylon' with pounded lemon grass, shallots and garlic. The local dish 'หอยหวานต้มตะไคร้' (spotted Babylon sea snails in lemongrass soup) was replaced with another type of dish in the English TT 'chicken and saffron rice'¹. The second local dish 'แกงกะทิหอยจู้บแจง'² (sea snail curry) was translated by using another type of dish in the English TT 'steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf'². The local dish 'แกงกะทิหอยจู้บแจง'² (sea snail curry) refers to a thick soup of coconut milk with sea snails called 'horn shell' combined with mixed a spice paste made from grounded red chilis, lemon grass, garlic and shallots. The local dish 'แกงกะทิหอยจู้บแจง'² (sea snail curry) was replaced with another type of food in the English TT 'steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf'². The last local dish is (Lingula sea snail in coconut milk soup) and was translated by using another type of food in the English. The word 'หอยรากต้มกะทิ'³ (Lingula sea snail in coconut milk soup) refers to a thick soup of coconut milk with sea snails called 'Lingula anatina' mixed with pounded garlic, shallot and tamarind paste. The local dish 'หอยรากต้มกะทิ'³ (Lingula sea snail in coconut milk soup) was replaced with another type of food in the English TT 'spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish'³.

Thai ST-English TT segments 18

ST: มีอาหารและขนมพื้นบ้านที่ชาวคลองแดนร่วมกันอนุรักษ์มาจำหน่าย เช่น ปลาทอดทรงเครื่อง (สูตรโบราณ) แป้งแดง¹ ขนมก้อ² ขนมจาก³ ขนมลูกโดน⁴ ขนมโค⁵ ขนมพิมพ์⁶ ขนมป้าจี้⁷ ขนมค่อม⁸ ขนมเทียน⁹ ขนมดอกจำเริญ¹⁰ เป็นต้น

TT: On offer are various local foods and sweetmeats; such as, an old recipe for seasoned fried fish, red flour¹, Khanom Ko², Khanom Chak³, Khanom Kho⁵, pressed banana, and grilled seasoned sticky rice.

The translation procedure of local food ‘แป้งแดง’¹(fermented fish) was literally translated as ‘red flour’ whereas ‘ขนมกอก’² (glutinous rice pudding with peanut topping), ‘ขนมจาก’³ (grilled glutinous rice flour), ‘ขนมโค’⁵ (glutinous rice balls coated with shredded coconut) were transliterated as Khanom Ko², Khanom Chak³, Khanom Kho⁵. Thai desserts such as ‘ขนมลูกโดน’⁴ (egg muffin) ‘ขนมพิมพ์’⁶ (waffle) ‘ขนมป่าจี้’⁷ (coconut shredded in the sweet role), ‘ขนมค่อม’⁸ (stuffed custard), ‘ขนมเทียน’⁹ (coconut shredded in glutinous rice wrap) and ‘ขนมดอกคำเจียก’¹⁰ (stuffed glutinous role) were translated by rewriting with another type of desserts in the English TT as ‘pressed banana and grilled seasoned sticky rice’.

Thai ST-English TT segments 19

ST: เมื่อคนในชุมชนต่างมีจิตใจรักในบ้านเกิดของตนเอง ศรัทธาในพระพุทธศาสนา ทำให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันพัฒนาบ้านคลองแดนจนเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ที่เน้นการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาของคนในคลองแดน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องยาแผนโบราณ อาหารท้องถิ่น การรำมโนราห์ สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นพิพิธภัณฑสถานบ้าน วัดคลองแดน และวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม เช่น การยกยอ และการแจวเรือออกหาปลา เป็นต้น

TT: Members work happily together to develop eco and cultural tourism, with the emphasis on the conservation of local heritage and wisdom by such activities as traditional herbal medicine, local food, Manohra dance, local architecture, a folk

museum, Wat Khlong Daen, and traditional lifestyles; such as, coastal fishing.

The translation of the noun ยาแผนโบราณ (medicine from Thai herbs) was added by using extra description 'traditional herbal medicine'. The generalisation procedure was applied by using the word medicine in the English TT. The word medicine is a superordinate word which give the similar purpose if usage in the English TT. However, it does not give the exact meaning to the words ยาแผนโบราณ (medicine from Thai herbs). The word ยาแผนโบราณ (medicine from Thai herbs) refers to the medicine that is permitted for use with human and animals (Ministry of Public Health, 2020; Royal Society of Thailand, 2020). This Thai style medicine is registered as a 'traditional medicine' and confirmed by Ministry of Public Health. The knowledge of making this traditional medicine is passed on from generation to generation and not gained from academic institutes (Ministry of Public Health, 2020). The main ingredients of this traditional medicine are plants and herbs.

3. Political and Religious Administration

There were 19 CSIs related to political and religious administration. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol 'Ø' refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	แขวง (district)	Ø	omission	Ban Na Ton Chan

2	เขต (county)	∅	omission	Ban Na Ton Chan
3	แคว้น (region in the past)	∅	omission	Ban Na Ton Chan
4	เมือง (city)	∅	omission	Ban Na Ton Chan
5	จังหวัด	province	generalisation	Ban Na Ton Chan
6	ที่ว่าการอำเภอ	District Office	addition and generalisation	Ban Na Ton Chan
7	พระเจ้า	king	generalisation	Ban Na Ton Chan
8	พระเจ้าหมื่น (a general)	Chao Muen	borrowing	Ban Na Ton Chan
9	เจ้าหมื่น (aristocratic rank)	Chao Muen	borrowing	Ban Na Ton Chan
10	กรม	department	generalisation	Ban Chiang
11	กอง	division	generalisation	Ban Chiang
12	ภาค	region	generalisation	Ban Chiang
13	เทศบาล	Municipality Office	addition and generalisation	Don Kai Di
14	เทศบาลตำบล	Tambon Administrative Organisation Office	addition, borrowing and generalisation	Don Kai Di
15	องค์การบริหารส่วนตำบล	Sub-district Administrative Organisation	addition and generalisation	Ban Huai Raeng
16	หัวเมือง (outskirt city)	∅	omission	Ban Huai Raeng
17	หมู่ (area number)	Mu	borrowing	Ban Bang Phlap
18	อำเภอ	district	generalisation	Khlong Daen
19	เจ้าอาวาส	abbot	generalisation	Khlong Daen

Comparative Analysis: Political and Religious Administration

Thai ST-English TT segments 20

ST: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ๑๖๐๐ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี
กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐

TT: Tourism Authority of Thailand 1600 Phetchaburi Road, Makkasan, Ratchathewi,
Bangkok 10400 Thailand

Thai administrative words แขวง (district) and เขต (county) in the English TT were omitted in the English TT.

Thai ST-English TT segments 21

ST: เมื่อ ๒๐๐ ปีก่อน สี่ครอบครัวจากแคว้นโยนก เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ได้เดินทางข้ามเขาสูง
แล้วลูกเล่าเพื่อหาดินแดน แห่งใหม่

TT: Two centuries ago, four families from Yonok in Chiang Saen, Chiang Rai province,
crossed the mountains in search of a new place to settle.

Thai administrative words แคว้น (region in the past) and เมือง (city) in the English TT were omitted in the English TT.

Thai ST-English TT segments 22

ST: และในช่วงเวลาเดียวกัน มีอีกสามครอบครัวจากเมืองลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้เดินทางมาพบกับ
ดินแดนที่มีภูเขากลางหมู่บ้าน

TT: At the same time, three families from Laplae in Uttaradit province also started
their search for a fresh place to live.

The administrative word จังหวัด (province) was translated as 'province'. In Thailand, the word จังหวัด (province) is an administrative unit of the Thai government. Nowadays, there are 76 provinces in Thailand (Department of Provincial Administration, 2015). In each province, a governor is officially nominated by the Ministry of Interior. The word จังหวัด จังหวัด (province) in the English TT was translated with 'province' in order to give a similar meaning.

Thai ST-English TT segments 23

ST: จากที่ว่าการอำเภอศรีสัชนาลัย ตามทางหลวงหมายเลข ๑๐๒ (สายอุตรดิตถ์-ศรีสัชนาลัย)

TT: From Si Satchanalai District Office, follow Highway No. 102 (Si Satchanalai-Uttaradit)

The word ที่ว่าการอำเภอ (city centre office) was translated with 'District Office' in the English TT. The word 'office' gives the general meaning to refer to the building of office. The word อำเภอ (the second type of administrative area) was translated as district in order to give the similar meaning, even though the meaning of district is not completely equivalent to the original word.

Thai ST-English TT segments 24

ST: ภายหลังต้องโทษประหารเพื่อแสดงความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อพระเจ้าติโลกราช

TT: He was executed in 1479 as a display of his honesty and loyalty to King Tilokarat of Chiang Rai.

Thai word พระเจ้า (king or aristocratic rank in the past) was translated by using the word 'King' in the English TT. The word king can give a similar meaning to the word พระเจ้า (king or aristocratic rank). The word พระเจ้า (king or aristocratic rank in the past) in this context was translated with a general word 'king'.

Thai ST-English TT segments 25

ST: อนุสาวรีย์พระเจ้านมื่น¹ตั้ง เจ้าหนื่น²ตั้งนครผู้สร้างเมืองตั้งซึ่งมีความเก่งกล้าทางด้านการสู้รบ
เชี่ยวชาญในการจับช้างและใช้ช้างศึก

TT: The Statue of Chao Muen¹ Dong. Chao Muen² Dong was the founder of the town of Dong, renowned for his prowess in battle and expertise in controlling war elephants.

The hierarchical title of in the past is พระเจ้านมื่น¹ (a general) and เจ้าหนื่น² (aristocratic rank) were borrowed by using transliteration 'Chao Muen' in English TT. The word พระเจ้านมื่น¹ (a general) is a title of the soldiers and the word and เจ้าหนื่น² (aristocratic rank) is a rank given to the king's men.

Thai ST-English TT segments 26

ST: ในปี ๒๕๑๐ ได้เริ่มมีการขุดค้นอย่างจริงจัง โดยกอง¹โบราณคดี กรม²ศิลปากร ทำให้พบเจอหลักฐานทางโบราณคดีประเภทต่าง ๆ มากมาย ทั้งโครงกระดูก ภาชนะดินเผาเขียนลาย

โบราณวัตถุที่ทำด้วยหินและเหล็กจากนั้นได้ส่งตัวอย่างเศษภาชนะดินเผาเขียนลายไปตรวจสอบหาอายุที่มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ปรากฏว่าโบราณวัตถุที่ถูกขุดพบมีอายุระหว่าง ๗,๐๐๐ ถึง ๕,๐๐๐ ปีมาแล้ว

TT: In 1967, the Division¹ of Archaeology of the Fine Arts Department² started serious excavations in the area leading to the discovery of much archaeological evidence dating back 7,000 to 5,000 years.

The word กอง¹ (administrative unit) refers to a small unit, administrative organisation of Thai government which depends on a bigger unit called กรม² (administrative unit). The word กอง¹ (administrative unit) was translated with a hyponym 'division' which cannot give the exact meaning in English TT. In the same context, the word กรม² (administrative unit) means the governmental organisation which controls กอง¹ (administrative unit). The word กรม² (administrative unit) was translated with the hyponym 'Department' in the English TT. The word 'department' has a general meaning which refers to a part of the organisation (Cambridge English Dictionary, 2020). The words division and department are not the complete equivalence of the original words.

Thai ST-English TT segments 27

ST: โดยแบ่งการจัดแสดงออกเป็นหัวข้อใหญ่ ๆ คือการจัดแสดงสมัยก่อนประวัติศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและการจัดแสดงสมัยก่อนประวัติศาสตร์วัฒนธรรมบ้านเชียง

TT: These exhibits are divided into the Pre-historic Era of the Northeastern Region and Pre-historic Ban Chiang Culture.

In Thailand, the geography is separated into 6 parts: the north, the east, the northeast, the west, the south and central. Each part of Thailand is called ภาค (section, part) which refer to the administrative unit. The word ภาค (section, part) was translated with the hyponym 'region' in order to give a similar meaning in English. However, the word 'region' cannot render the entire administrative concept of ภาค (section, part) in Thailand.

Thai ST-English TT segments 28

ST: เจอหอนาฬิกาให้เลี้ยวซ้ายผ่านเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน

TT: When you see the clock tower, turn left past the Khathum Baen Municipality Office

The translation procedure of เทศบาล (administrative unit) was translated by using the words 'Municipality Office' which provide the similar meaning in the English TT. The word เทศบาล (administrative unit) refers to a local Thai governmental organisation. The municipality refers to 'a city or town with its own local government, or the local government itself (Cambridge English Dictionary, 2020). However, the translation 'Municipality' is not a complete equivalent of เทศบาล (administrative unit). The word เทศบาล (administrative unit) means a local administration based on the decentralisation of Thai politics.

Thai ST-English TT segments 29

ST: กลุ่มหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถดีจะอยู่ตรงข้ามกับที่ทำการเทศบาลตำบลดอนไถดี

TT: The Don Kai Di Bencharong Ceramics Village Group is opposite the Don Kai Di
Tambon Administrative Organisation Office.

The administrative organisation เทศบาลตำบล (sub-district council) was translated as ‘Tambon Administrative Organisation Office’ in the English TT. Thai word ตำบล (sub-district) was borrowed in the English TT by using transliteration ‘Tambon’. The word เทศบาล (administrative unit) was translated into ‘Administrative Organisation Office’ in the English TT which describe the similar meaning of the original word. The words เทศบาลตำบล (sub-district council) refers to a local administration based on decentralisation of Thai politics. This local organisation is located in the outskirts but not in a city centre area where a city hall situated (Department of Local Administration, 2015). Although, the translation in the English TT ‘Tambon Administrative Organisation Office’ is not a complete equivalent of เทศบาลตำบล (sub-district council).

Thai ST-English TT segments 30

ST: องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยแร้ง

TT: Huai Raeng Sub-district Administrative Organisation

The administrative organisation องค์การบริหารส่วนตำบล (sub-district administration) was translated as ‘Tambon Administrative Organisation Office’ in the English TT. Thai word ตำบล (sub-district) was borrowed in the English TT by using transliteration ‘Tambon’.

The word องค์การบริหาร was translated into 'Administrative Organisation' in the English TT which describe the similar meaning of the original word. The words องค์การบริหารส่วนตำบล (sub-district administration) refers to a local administration based on decentralisation of Thai politics. This local organisation is located in the outskirts but not in a city centre area where a city hall situated (Department of Local Administration, 2015). Although, the translation in the English TT 'Sub-district Administrative Organisation' is not a complete equivalent of เทศบาลตำบล (sub-district administration).

Thai ST-English TT segments 31

ST: ต่อมาฝรั่งเศสได้เข้ามายึดหัวเมืองตราดเป็นตัวประกัน

TT: Later, the French seized Trat and recognised the forests as a treasured resource

The administrative word หัวเมือง (outskirt city) was omitted in the English TT. The word หัวเมือง (outskirt city) refers to a small city in the past that surrenders to a city that conquers it. It is a dependent city and ruled by the conqueror. This administration หัวเมือง (outskirt city) was first applied during the Sukhothai kingdom period in the mid-13th century (Britannica, 2020).

Thai ST-English TT segments 32

ST: บ้านบางพลับตั้งอยู่หมู่ที่ ๔ ตำบลบางพรม อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

TT: Ban Bang Phlap is located at Mu 4, Tambon Bang Phrom, Amphoe Bang

Khonthi, Samut Songkhram province.

The word หมู่ (area number) by using transliteration as ‘Mu’ in the English TT. Thai characters หมู่ (administrative unit in outskirts) were changed to English ‘Mu’ without extra information. The word ‘หมู่’ (area number) refers to an administrative unit in outskirts of the Thai government which includes many villages located in a nearby area. The transliteration does not explain what the original words ‘Mu’ from the Thai ST means in the English TT but does facilitate the readers’ pronunciation of Thai words in English.

Thai ST-English TT segments 33

ST: ในปี ๒๕๐๖ คนจีนจากโพ้นทะเลและคนท้องถิ่น เริ่มอพยพย้ายถิ่นฐานมายังพื้นที่บริเวณคู้่งน้ำที่เป็นทางแยกของเส้นทางสัญจรทางน้ำโดยแยกออกเป็นสามคลองคือ คลองปากพนังไหลสู่อำเภอหัวไทรและอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช คลองระโนดไหลสู่อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา และคลองชะอวดไหล สู่อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

TT: The river splits into three major canals, Khlong Pak Phanang flowing to Hua Sai and Pak Phanang districts in Nakhon Si Thammarat province, Khlong Ranot to Ranot district in Songkhla province, and Khlong Cha-uat to Cha-uat district in Nakhon Si Thammarat.

The word อำเภอ (administrative unit in the outskirts) was translated into ‘district’ in the English TT. The word อำเภอ (administrative unit in the outskirts) refers to an administrative unit in outskirts of the Thai government. The word ‘district’ can give a similar meaning to the word อำเภอ (administrative unit in the outskirts), but it does not give the exact meaning to the original word.

Thai ST-English TT segments 34

ST: พระมหาปราโมทย์ จันทโชโต เจ้าอาวาสวัดคลองแดน

TT: The Venerable Phra Maha Pramot Chandajoto, the current Abbot of Wat Khlong Daen

The noun เจ้าอาวาส (the head of the temple) was translated into ‘Abbot’ in the English TT.

The word ‘Abbot’ can provide a similar meaning to เจ้าอาวาส (the head of the temple). The word ‘Abbot’ refers to ‘a man who is the head of an abbey or monks’. However, the word เจ้าอาวาส (the head of the temple) refers to a Buddhist monk who is officially entitled by the Sangha Supreme Council of Thailand (The Sangha Supreme Council of Thailand, 2020).

4. Tools

There were 16 CSIs related to devices, equipment and tools. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol ‘Ø’ refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	เข่ง	Kheng, a round, open, bamboo work basket to carry their produce	addition, borrowing and generalisation	Ban Na Ton Chan
2	เข่งผิว	outer bamboo skin	rewriting	Ban Na Ton Chan

3	เข่งลาย	mixed skin and pulp baskets	addition and generalisation	Ban Na Ton Chan
4	เข่งลายสองพี่น้อง (outer bamboo skin baskets and mixed skin and pulp baskets)	∅	omission	Ban Na Ton Chan
5	กระติบข้าว	handy rice containers	addition and generalisation	Ban Chiang
6	สะดุ้ง	traps	generalisation	Ban Chiang
7	สุ่ม	receptacles	rewriting	Ban Chiang
8	เขิง		rewriting	Ban Chiang
9	ไซ		rewriting	Ban Chiang
10	ข้อง		rewriting	Ban Chiang
11	โปะน้ำตื้น	shallow water bamboo stake traps	addition and generalisation	Ko Klang
12	ลอบปู	trapping crabs	rewriting	Ko Klang
13	ลอบ	shallow water traps	addition and generalisation	Ko Klang
14	รูนจับกุ้ง (push net)	∅	omission	Ko Klang
15	กระเดื่อง	wooden pestle	addition and generalisation	Khlong Daen
16	กระด้ง	basket	generalisation	Khlong Daen

Comparative Analysis: Tools

Thai ST-English TT segments 35

ST: นอกจากทอผ้าไว้สวมใส่เอง ชาวบ้านยังมีอาชีพทำสวนทำไร่และด้วยอาชีพนี้ ทำให้เกิดภูมิปัญญา
การสาน “เข่ง” จากไม้ไผ่ ภาชนะที่ใช้ใส่ผลผลิต

TT: Apart from weaving cloth for their own use, villagers who are farmers have also
developed wisdom and skills in weaving Kheng, a round, open, bamboo work
basket to carry their produce.

The word เข่ง (container made of bamboo) was directly borrowed in English TT by using transliteration ‘Kheng’ with adding extra information ‘a round, open, bamboo work basket’. In this context ‘Kheng’ was replaced by the general word ‘basket’ but its meaning is described by adding extra information ‘a round, open, bamboo work basket to carry their produce’.

Thai ST-English TT segments 36

ST: “เข่งผิว¹” ซึ่งใช้ผิวเปลือกนอกของปล้องไผ่ เพราะมีความทนทานกว่าไว้ใส่ของหนัก ส่วนฤดูเก็บเกี่ยว
กะหล่ำปลี ละมุด จะสาน “เข่งลาย²” ที่ใช้ทั้งผิวและเนื้อในของปล้องไผ่ สำหรับบรรจุของที่มี
น้ำหนักเบา การสานเข่งผิวนั้นจะมีเคล็ดลับคือนำไผ่ย่างไฟอ่อนๆ ให้เกิดควัน วิธีนี้ทำให้ไผ่ทนแดด
และสามารถเก็บไว้ใช้งานได้ ๒ ถึง ๓ ปี เข่งทั้งสองชนิดนี้ชาวบ้านเรียกกันว่า “เข่งลายสองพี่น้อง³”

TT: Outer bamboo skin¹ is used because of its durability for heavy fruits; such as,
mangosteen and durian, while mixed skin and pulp baskets² are woven for the
harvest of vegetables, like cabbages, and more delicate fruits; such as, sapodilla.

The word เข่งผิว¹ (a container made of the outer layer of bamboo strips) was rewritten into ‘outer bamboo skin’. The word เข่งลาย² (a container made of bamboo strips) was

translated into ‘mixed skin and pulp baskets²’ in the English TT. The general word ‘baskets’ was added with extra information to describe the feature of เข่งลาย² (a container made of bamboo strips). The word เข่งลายสองพี่น้อง³ (outer bamboo skin baskets and pulp baskets) refers to these two types of baskets were omitted in the English TT.

Thai ST-English TT segments 37

ST: แต่ที่เห็นได้ทั่วไปคือการสานกระบุงข้าวจากไม้ไผ่ที่หาได้ง่ายตามท้องไร่ปลายนานา

TT: Most common is the weaving of handy rice containers made from bamboo, an easily accessible raw material.

The word ‘กระบุงข้าว’ (container for cooked sticky rice) was translated with a hyponym ‘containers’ in the English TT and the words ‘handy rice’ were added in order to describe its feature’. The general word ‘containers’ is used to provide a similar purpose of usage to the original Thai ST. The word ‘containers’ is modified with the adjective ‘handy’ and the noun ‘rice’ in order to describe that this container is an object to hold or keep cooked sticky rice so that the rice is not dry and hard.

Thai ST-English TT segments 38

ST: เมื่อว่างเว้นจากการทำไร่ทำนา แทบทุกคร้วเรือนจะนั่งสานเครื่องใช้ไม้สอยไว้ใช้งาน เช่น สานแห สานตะดุ้ง¹ สานสุ่ม² สานเข็ง³ สานไซ⁴ สานข้อง⁵ และเครื่องมือจับสัตว์น้ำชนิดต่าง ๆ

TT: When free from the toils of working in the fields, orchards, or plantations, the people weave items for their use; such as nets, traps¹, receptacles^{2,3,4,5}, and implements of various types.

The word ‘ตะอั้ง’¹ (a square fish net) was translated with a hyponym ‘traps’. This general word refers to a device to catch people or animals and thus prevent their escape (Cambridge English Dictionary, 2020). The purpose of usage of ‘traps’ is like ‘ตะอั้ง’¹ (a square fish net) that is designed to catch fish. The other words in the Thai ST which refer to the tools to catch aquatic animals such as ‘อั้ง’² (bamboo coop), ‘อั้ง’³ (bamboo sieve), ‘อั้ง’⁴ (bamboo cage), ‘อั้ง’⁵ (a fish basket with narrow top) were translated by rewriting with the hyponym receptacles^{2,3,4,5} in the English TT. The meaning of ‘receptacles’ is brief and general which can provide a similar meaning to the original Thai CSIs.

Thai ST-English TT segments 39

ST: สังเกตได้ว่าคนเกาะกลางจะถูกปลุกฝั่งและมีชีวิตกับทะเลมาตั้งแต่อ่อนแต่อก จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้คนจะมีอาชีพประมงชายฝั่ง คือการวางอวนปลา การทำโป๊ะน้ำตื้น การทำกระชังปลา การวางลอบปู

TT: Most people, at some stage, work in coastal fisheries, setting fishing nets, building shallow water bamboo stake traps, breeding fish in cages, trapping crabs

The translation of the words ‘โป๊ะน้ำตื้น’ (a fishnet cage) is described in the English TT as ‘shallow water bamboo stake traps’. The noun ‘โป๊ะน้ำตื้น’ (a fishnet cage) refers to a device constructed from bamboo canes or long sticks along a shoreline. Nets are attached and are used to trap aquatic animals. Local people in Ko Klang community employ this shallow water trap to catch any kinds of aquatic animals for their living. The translation

in the English TT ‘shallow water bamboo stake traps’ provides general information about this trap.

Thai ST-English TT segments 40

ST: สังเกตได้ว่าคนเกาะกลางจะถูกปลุกฝั่งและมีชีวิตกับทะเลมาตั้งแต่อ่อนแต่ออก จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้คนจะมีอาชีพประมงชายฝั่ง คือการวางอวนปลา การทำโป๊ะน้ำตื้น การทำกระชังปลา การวาง ลอบปู

TT: Most people, at some stage, work in coastal fisheries, setting fishing nets, building shallow water bamboo stake traps, breeding fish in cages, trapping crabs

The translation of the word ‘ลอบปู’ (a crab trap) in the English TT is rewritten by using ‘trapping crabs’. The noun ‘ลอบปู’ (a crab trap) refers to catching tool which is a cage with small hole nets to catch serrated mud crabs and blue swimmer crabs in mangrove forests. The local device called ‘ลอบปู’ (a crab trap) was translated with ‘trapping crabs’ in order to provide general information for the English TT audience.

Thai ST-English TT segments 41

ST: สำหรับลอบมีความน่าสนใจเป็นพิเศษ ด้วยภูมิปัญญา ที่สั่งสมมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ลอบลักษณะต่าง ๆ ถูกเลียนแบบแหล่งที่อยู่ตามธรรมชาติของสัตว์น้ำแต่ละชนิด เช่น ลอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสมีไว้สำหรับตักปู ลอบทรงกระบอกมีไว้สำหรับตักปลาตุกทะเล และลอบครึ่งวงกลมมีไว้สำหรับตักปลาหมึก เป็นต้น

TT: Shallow water traps are especially interesting. Based on wisdom passed down from the ancestors, the traps are in various forms that imitate the marine animals’ natural habitats; such as, a square stake trap for crabs, cylindrical for coral catfish, and semi-circular for squid.

The translation of the word ‘ลอบ’ (a trap) in the English TT is ‘Shallow water traps’. The word ‘ลอบ’ (a trap) refers to a woven catching tool for shallow water made of bamboo or rattan strips. The translation of ‘ลอบ’ (a trap) in the English TT uses the word ‘traps’ in order to demonstrate the similar purpose of usage. The word ‘traps’ were added with the extra words ‘shallow water’ to describe its condition.

Thai ST-English TT segments 42

ST: พออายุได้สี่ถึงห้าปีพ่อแม่ก็จะพาไปลงรุนจับกุ้งโดยให้กินนอนอยู่บนเรือ

TT: The entire segment was omitted.

The noun ‘รุนจับกุ้ง’ (a push net) is omitted in the English TT. The word ‘รุนจับกุ้ง’ (a push net) refers to shrimp catching tool. It is a triangular structure made of bamboo canes. A net is tied to form a bag net. The net is tied with bamboo trunks in a square shape, and it is placed in the front of the boat to catch shrimps.
used to catch shrimps in the sea.

Thai ST-English TT segments 43

ST: จนรวมตัวกันเป็นกลุ่มในที่สุด ความพิเศษของการทำข้าวซ้อมมือของที่นี่คือยังใช้เครื่องมือโบราณทุกกระบวนการ ตั้งแต่การกะเทาะเปลือกโดยการนำ ไปตำในครกด้วยกระเดื่องหรือสากไม้จนกระทั่งการล่อนแกลบออกด้วยกระตัง² ซึ่งวิธีนี้ ในปัจจุบันแทบจะไม่มีให้เห็นแล้ว

TT: Eventually, the farmers formed a group to control the production of coarse rice by traditional methods; such as, pounding the paddy in a mortar with a wooden

pestle¹ and threshing the pounded rice with a basket², techniques that have become rare these days.

The translation of the CSI ‘กระเดื่อง’¹ (a rice kick paddle) was translated in the English TT by using the description as ‘a wooden pestle’. The word ‘กระเดื่อง’¹ (a rice kick paddle) refers to a device made of a tree trunk, the lower part used as a pedal is holed in order to insert an axis that is fixed with the pillars on both ends. A pedal can move up and down or rotate from left to right when stepped on. The upper part of the tree trunk is holed in order to insert a large solid piece of wood used as a pestle (Nawawan, 2015). The translation ‘wooden pestle’ in the English TT provides a brief and general meaning to describe the original Thai CSI. Another Thai CSI in this context is the word ‘กระด้ง’² (a woven tray basket). The CSI was translated by using the general word ‘a basket’ in the English TT. This CSI refers to a flat, rounded container made of woven bamboo strips and framed with bamboo outer skin or bamboo strips. This equipment is normally used to thresh rice grain from husks. The word ‘basket’ gives a similar purpose of usage in English.

5. Art

There were 14 CSIs related to art. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol ‘Ø’ refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	ก้านขด	artistic spiral wires	addition	Ban Chiang
2	ตลาดน้ำ	floating markets	addition and generalisation	Don Kai Di
3	ตราประจำยาม (flower motif)	Prajam Yam	borrowing	Don Kai Di
4	พุ่มข้าวบิณฑ์ (lotus bud shaped)	Phum Khao Bin	borrowing	Don Kai Di
5	คังฮี (lotus petal motif)	Khang Hi	borrowing	Don Kai Di
6	เทพนมรสิงห์ (dancing angle and lions)	Thepphanom Norasing	borrowing	Don Kai Di
7	เทพนมรำ (dancing angle)	Thepphanom Ram	borrowing	Don Kai Di
8	พิกุลเกลียว (flower threads)	Phikun Kliao	borrowing	Don Kai Di
9	จ๊กรี (daisy flowers)	Chakri	borrowing	Don Kai Di
10	เบญจรงค์	Bencharong or five-coloured ceramics	addition, borrowing and generalisation	Don Kai Di
11	เครื่องลายคราม	Lai Khram ware	borrowing and generalisation	Don Kai Di
12	หลวงพ่อบนิมณี (jewel Buddha statue)	Luangpho Ninmani	borrowing	Ban Bang Phlap
13	รังแตน	papaya strips	rewriting	Ban Bang Phlap
14	องค์พระทอง	fine gold Buddha	addition	Klong Daen

Comparative Analysis: Art

Thai ST-English TT segments 44

ST: ลวดลายที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมรอบตัวมนุษย์ เช่น ลายใบไม้ ลายดอกไม้ ลายก้านขด ที่พัฒนามาจากลายกันหอย ลายวงปีไม้ และลายสัตว์

TT: Motifs inspired by nature or the environment; such as foliage or floral designs, artistic spiral wires developed from shell patterns, wood rings, and animal skin patterns.

Thai word ‘ลายก้านขด’ (spiral motif) is translated in the English TT by using description as ‘artistic spiral wires’. The word “ลายก้านขด” (spiral motif) refers to a circle pattern in Thai fine arts especially in painting, sculpture and carving. The spiral motif can be from plant stem or from snail shell. The translation in the English TT ‘artistic spiral wires’ describes general feature and give short meaning to the original Thai word.

Thai ST-English TT segments 45

ST: ในสมัยรัชกาลที่ ๒ และรัชกาลที่ ๕ แต่ก็มี การออกแบบลวดลายใหม่ เพื่อสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี เช่น ลายตลาดน้ำ และการละเล่นสงกรานต์ เป็นต้น

TT: Traditional patterns of the Second and Fifth Reigns, but also have new designs relating to culture and traditions; such as, floating markets and Songkran, the traditional Thai New Year celebration.

The word ‘ลายตลาดน้ำ’ (a painting of market where merchandise is sold from boats) is translated by using the general word ‘market’ and adding the extra description ‘floating’ to give a particular character of the market. The translation in the English TT ‘floating markets’ gives short and general meaning to the original Thai CSI.

Thai ST-English TT segments 46

ST: ยุคสมัยของลวดลายเบญจรงค์ ลายตราประจำยาม

TT: Era of Bencharong ceramic patterns: Prajam Yam

The noun ‘ตราประจำยาม’ (a flower motif) was borrowed in the English TT by using transliteration as ‘Prajam Yam’. This words ‘ตราประจำยาม’ (a flower motif) refers to a Thai painting pattern of a flower. The transliteration does not explain what the original word from the Thai ST means but the transliteration facilitates the TT readers to pronounce this word.

Thai ST-English TT segments 47

ST: ยุคสมัยของลวดลายเบญจรงค์: ลายพุ่มข้าวบิณฑ์

TT: Era of Bencharong ceramic patterns: Phum Khao Bin

The words ‘พุ่มข้าวบิณฑ์’ (lotus bud shaped) was borrowed by using transliteration. The transliteration of Thai CSI “พุ่มข้าวบิณฑ์” (lotus bud shaped) facilitate the TT audience to pronounce these words but it does not provide the extra information to explain what it is in the English TT. This CSI refers to Buddhist architectural feature in a monastic area that is placed on the top of the stupa. In Don Kai Di brochure, the words ‘พุ่มข้าวบิณฑ์’ (lotus bud shaped) refers to a lotus bud shaped motif in Thai art regarding sculpture, painting and carving.

Thai ST-English TT segments 48

ST: ยุคสมัยของลวดลายเบญจรงค์: ลายคั้งฮี

TT: Era of Bencharong ceramic patterns: Khang Hi

The word ‘คั้งฮี’ (lotus petal motif) was translated by using transliteration. The word ‘คั้งฮี’ (lotus petal motif) refers to Thai traditional painting of lotus petal-shaped. The transliteration in the English TT does not provide the meaning to explain the original word but it facilitates the readers pronunciation this Thai word.

Thai ST-English TT segments 49

ST: ยุคสมัยของลวดลายเบญจรงค์: ลายเทพนมรสิงห์

TT: Era of Bencharong ceramic patterns: Thepphanom Norasing

The translation procedure of ‘เทพนมรสิงห์’ (dancing angle and lions) is borrowing by using transliteration as ‘Thepphanom Norasing’ in the English TT. The word ‘เทพนมรสิงห์’ refers to the motif of angle joins both hand palms and being placed in the middle of the chest. The transliteration does not explain what the original word from the Thai ST means in the English TT but does facilitate the readers’ pronunciation of Thai words in English.

Thai ST-English TT segments 50

ST: ยุคสมัยของลวดลายเบญจรงค์: ลายเทพนมรำ

TT: Era of Bencharong ceramic patterns: Thepphanom Ram

The translation procedure of ‘เทพนมรำ’ (dancing angle) is borrowing by using transliteration. Thai characters ‘เทพนมรำ’ (dancing angle) were changed to English Thepphanom Ram. The dancing in this context represents both hands joined together and being placed in the middle of the chest. The transliteration ‘Thepphanom Ram’ does not explain the original word but does facilitate the readers’ pronunciation of Thai words in English.

Thai ST-English TT segments 51

ST: ยุคสมัยของลวดลายเบญจรงค์: ลายพิกุลเกลียว

TT: Era of Bencharong ceramic patterns: Phikun Kliao

The translation procedure of ‘พิกุลเกลียว’ (flower threads) is borrowing by using transliteration. Thai characters were changed to Raman letters in the English TT as ‘Phikun Kliao’. This CSI refers to a painting motif of Asian Bulletwood flower threads. The transliteration ‘Phikun Kliao’ does not explain what the original word means but it facilitates the readers’ pronunciation of Thai words in English.

Thai ST-English TT segments 52

ST: ยุคสมัยของลวดลายเบญจรงค์: ลายจ๊กรี

TT: Era of Bencharong ceramic patterns: Chakri

The translation procedure of ‘จ๊กรี’ (daisy flowers) is borrowing by using transliteration.

In this context, the word represents a painting of creeping flowers that look like daisies.

The transliteration ‘Chakri’ does not explain what the original word means in the English

TT, but it facilitates the readers’ pronunciation of Thai words in English.

Thai ST-English TT segments 53

ST: แต่สิ่งหนึ่งที่โชคชะตาพรากไปจากพวกเขาไม่ได้ นั่นคือฝีมือการทำเครื่องเบญจรงค์และความเพียรพยายาม

TT: But this closure could not take away from this community its delicate craft skills and determination to make Bencharong or five-coloured ceramics.

The translation procedure of the words ‘เบญจรงค์’ (five-colour painting) is borrowing by

using transliteration. The transliteration ‘Bencharong’ in this context was added with the

extra information ‘five-coloured ceramics’ in the English TT in order to describe this Thai

CSI. The five primary colours of ‘Bencharong’ are ‘black, red, white, green (sometimes

indigo) and yellow. A hyponym word ‘ceramics’ was used to describe ‘Bencharong’

because it is similar to ceramics.

Thai ST-English TT segments 54

ST: ความแตกต่างของเครื่องเบญจรงค์ กับเครื่องลายคราม คือ เครื่องเบญจรงค์เป็นการเขียนลายลงบนเคลือบ เรียกว่า “เขียนลายบนเคลือบ” แต่เครื่องลายครามคือ การเขียนลายก่อนแล้วจึงค่อยเคลือบ หรือที่เรียกกันว่า “เขียนลายใต้เคลือบ”

TT: The difference between the Bencharong ware and the painted ceramics of Lai Khram ware is that the pattern of the former is drawn on the glaze but in Lai Khram, the pattern is drawn before glazing or drawn under the glaze.

The words ‘เครื่องลายคราม’ (blue and white colour ware) were transliterated as ‘Lai Khram’ and added by a general word as ‘ware’. This CSI refers to pottery painted with blue and white colour underglaze. The word ‘ware’ was added to provide similar meaning in the English TT.

Thai ST-English TT segments 55

ST: บริเวณวัดมีโบสถ์ปรกโพธิ์ที่ถูกปกคลุมด้วยรากของต้นโพธิ์โทรไกรกร่าง ภายในมีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่ชาวบ้านเรียกว่า “หลวงพ่อนิลมณี”

TT: Within the compound is Bot Prok Pho, an ordination hall¹ covered by the roots of large Bodhi trees, with a Buddha image called Luangpho Ninmani enshrined inside the hall.

The word “หลวงพ่อนิลมณี” (jewel Buddha statue) was transliterated as ‘Luangpho Ninmani’. The word ‘Luangpho Ninmani’ refers to the statue of the Buddha. The transliteration in the English TT helps the audience to pronounce this CSI but it does not provide any meaning to the word.

Thai ST-English TT segments 56

ST: ขั้นตอนการทำมะละกอลับชาติ

๑. เลือกมะละกอแก่ มีสีส้มแต่เนื้อยังแข็งอยู่
๒. หั่นแล้วพับเป็นรังแตน

TT: Steps in making re-born raw papaya

1. Select a mature papaya fruit with firm flesh.
2. Slice and fold the papaya strips.

The word ‘รังแตน’ (weaving pattern) was translated with ‘papaya strips’ in the English TT.

The literal meaning of ‘รังแตน’ (weaving pattern) means the wasps nest, ‘รัง’ (Rang) means nest and ‘แตน’ (Taen) is wasps. In this context, This CSI refers to a weaving motif in Thai art. The translation of the word ‘รังแตน’ (weaving pattern) in the English TT is ‘the papaya strips’ which provides a short and general definition to the original Thai CSI.

Thai ST-English TT segments 57

ST: วัดคลองแดน มีส่วนร่วมกับประวัติศาสตร์ชุมชนคลองแดนมาแต่ครั้งอดีต ที่ชุมชนคลองแดนฟื้นฟูขึ้นมาได้ทุกวันนี้เพราะมีวัดคลองแดนเป็นศูนย์รวมจิตใจอันสำคัญ ภายในวัดมี องค์พระทอง ที่มีเนื้อทองดงาม หอฉัน อายุ ๑๐๐ กว่าปี ลักษณะเป็นหอไม้ทั้งหลัง สร้างจากไม้เคี่ยม ไม้หลุมพ้อ และไม้ยาง

TT: Wat Khlong Daen has played a significant role in the Khlong Daen Community

from the distant past. The Community has been revived to what it is today because of the actions of Wat Khlong Daen as an important spiritual rallying force. In the temple, there is a fine gold Buddha and an old dining hall aged more than 100 years.

The words ‘องค์พระทอง’ (golden Buddha statue) was translated by using description in the English TT as ‘a fine gold Buddha’. This CSI refers to a statue of Buddha covered with gold. The translation in the English TT as ‘a fine gold Buddha’ gives a general and short meaning to the original Thai CSI.

6. Clothes

There were 12 CSIs related to clothes. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol ‘Ø’ refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	การยกดอก	woven pattern with specific dyed yarns	addition	Ban Na Ton Chan
2	สีกะปิ	pale chocolate	rewriting	Ban Na Ton Chan
3	แดงอมฟ้าด	reddish	rewriting	Ban Na Ton Chan
4	ผ้าถุง	peasants' skirts	addition and generalisation	Ban Na Ton Chan
5	ลายขีด	Khit pattern	addition and borrowing	Ban Na Ton Chan
6	เสื้อมือซ่อม	simple farmers' shirts	addition and generalisation	Ban Chiang
7	ผ้าขาวม้า	multi-purpose woven cloth as a belt	addition and generalisation	Ban Chiang
8	โจงกระเบน	cloth pulled up between the legs	addition	Ban Chiang
9	มัดหมี่	Matmee tie-dyed cloths	addition and borrowing	Ban Chiang

10	งอบ	weaving hats	addition and generalisation	Ban Huai Raeng
11	ผ้าปาเต๊ะ	Pateh	borrowing	Ko Klang
12	ผ้าบาติก	Batik	borrowing	Ko Klang

Comparative Analysis: Clothes

Couple paired 58

ST: สีสันจากธรรมชาติ สีสันต่าง ๆ ที่เราเห็นบนผ้าหมักโคลน ล้วนแล้วแต่มาจากธรรมชาติ ที่หาได้ง่ายใกล้บ้าน ใบมะม่วงสีเขียวแก่ ใบจันทน์สีเขียวอ่อน ใบสะเดาสีโอลด์โรส ใบหูกวางสีเขียวครีม แก่นขนุนสีเหลือง เปลือกมังคุดสีม่วง เปลือกสะเดาสีกะปิ¹ ลูกมะเกลือสีดำ ไม้เพกาสีเหลืองใบไม้ฝางแดงอมฝาด²

TT: Pigment from nature. Various tones seen on the mud-soaked textile come from natural, easily-accessible materials: mango leaf (deep green), Chan leaf (light green), Neem tree leaf (old rose), tropical Almond leaf (yellowish-green), mangosteen rind (purple), Neem tree bark (pale chocolate)¹, ebony tree fruit (black), Damocles tree wood (greenish-yellow), Sappanwood (reddish)².

The specific colour in Thai culture ‘สีกะปิ’ (shrimp paste colour)¹ was translated by rewriting with ‘pale chocolate’ in the English TT. The word ‘สีกะปิ’ means shrimp paste, a Thai condiment made from opossum shrimp and krill that are fermented with salt. The colour of shrimp paste is light brown. The translation of shrimp paste colour is ‘pale chocolate’ provides a similar colour in the English TT. Another colour in this context is Sappanwood (reddish). The colour in the Thai ST is ‘แดงอมฝาด’¹(red) was translated by rewriting with a new word as ‘reddish’. This colour refers to the red colour derived from the red flowers of a plant called is *Lumnitzera littorea* (Jack) Voigt. The translation by using a ‘reddish’ can describe the ST colour for the English TT audience.

Thai ST-English TT segments 59

ST: ผู้หญิงสวมเสื้อแขนกระบอก นุ่งผ้าย้อมคราม ผู้ชายสวมเสื้อม่อฮ่อม¹ นุ่งกางเกงย้อมคราม
 ขาก้วย และคาดผ้าขาวม้า²

TT: Women wear long-sleeved blouses and long indigo-dyed skirts, and men wear
simple farmers' shirts¹ and indigo-dyed trousers, with a multi-purpose woven
 cloth as a belt².

The word เสื้อม่อฮ่อม¹ (collarless indigo cotton shirt) was translated with a hyponym 'shirts' with extra description added as 'simple farmers'. The general word 'shirt' gives an equivalent function for a top in the English TT. The word เสื้อม่อฮ่อม¹ (collarless indigo cotton shirt) refers to a unisex cotton top dyed in a dark indigo colour from a local plant. By adding the extra words 'simple farmers' helps the TT audience to picture its feature. In the same context, another Thai CSI is ผ้าขาวม้า² (sash) was translated by adding description as 'a multi-purpose woven cloth as a belt' in the English TT. The word ผ้าขาวม้า² (sash) refers to a multi-use colourful woven chequered cloth. It can be tied around the waist, hip, head or shoulder.

Thai ST-English TT segments 60

ST: แต่หากเป็นงานทางการหรืองานสำคัญที่ให้เกิดเกียรติเจ้าภาพ ผู้หญิงจะนุ่งผ้าชั้นมัดหมี่ คาดเข็มขัด
 เงินส่วนผู้ชายนุ่งโจงกระเบน ย้อมครามมัดหมี่ หรือถ้าหากเป็นงานบุญที่วัด ทั้งหญิงและชายจะ
 สวมเสื้อขาวสะอาดตา

TT: But for formal occasions or important functions, women wear long skirts made of
 Matmee textile and silver belts, and men wear long indigo-dyed Matmee cloth

pulled up between the legs.

The translation procedure of the word โจงกระเบน (old traditional Thai style bottoms) was translated by adding the description as 'long cloth pulled up between the legs'. The word โจงกระเบน refers to a piece of cloth tied around the bottom, the end of the cloth is folded then pulled back and tuck it in.

Thai ST-English TT segments 61

ST: ช่างทอผ้าบ้านเชียงขึ้นชื่อเรื่องการทอผ้ามัดหมี่

TT: Textile weavers of Ban Chiang are renowned for their weaving of Matmee tie-dyed cloths.

The translation procedure of the word ผ้ามัดหมี่ (dye the tied yarn) is borrowing or loan words by using transliteration with extra description. Thai characters มัดหมี่ were changed to English alphabets 'Matmee' and the description 'tie-dyed cloths' was added in order to describe its feature.

Thai ST-English TT segments 62

ST: ตัดใบจากมาทำประโยชน์นานาชนิด เช่น มวนยาเส้น ทำขนมจาก ทำงอบ หรือแม้กระทั่ง นำใบจากมาุงหลังคาบ้าน

TT: cutting palm leaves used in rolling local cigarettes, wrapping a special sweetmeat called Khanom Chak-palm sweet, weaving hats, and roofing.

The translation procedure of the word ‘งอบ’ (wide brim palm leave hat) was translated by using the general word ‘hat’ and the description ‘weaving’ was added to modify it. The CSI ‘งอบ’ (wide brim palm leave hat) means to a hat because it is put on the head. The word ‘งอบ’ (wide brim palm leave hat) refers to a wide brim hat made of dried palm leaves and bamboo strips frame. The farmers use this hat to work in a farm or a paddy field.

Thai ST-English TT segments 63

ST: มีความแตกต่างคือ “ผ้าปาเต๊ะ¹” จะใช้บล็อกลายโลหะประทับลายผ้า มีลวดลายซับซ้อนวิจิตรสวยงาม ส่วน “ผ้าบาติก²” จะใช้ชานตั้งใส่เทียนร้อนเขียนลายผ้า มีลวดลายสวยงามเช่นกัน

TT: The difference is in the pattern-making. In the production of Pateh¹, metal blocks with intricate and complex designs are used, while for Batik² patterns are made with a tool called a canting that contains hot wax for application on the cloth.

The translation procedure of the proper nouns ‘ปาเต๊ะ’¹ and ‘บาติก’² is borrowing by using transliteration with a description. Thai characters ‘ปาเต๊ะ’¹ and ‘บาติก’² were changed to Roman alphabets in the English TT as ‘Pateh’¹ and ‘Batik’². The extra information about the process of these handmade patterns was added in the context.

7. Building

There were 11 CSIs related to buildings. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to render these CSIs. The symbol ‘Ø’ refers to omission when the ST items are dropped in the TT

equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	ใต้ถุน	The space under the elevated house.	addition	Ban Chiang
2	เขีย	In front of the sleeping area is a broad, open but covered veranda called <u>sia</u> which serves as an area for dining and welcoming visitors.	addition and borrowing	Ban Chiang
3	ชาน	A wooden floor at a lower level, called <u>chan</u> , runs from the house to the kitchen on the side.	addition and borrowing	Ban Chiang
4	ศาลา	pavilion	generalisation	Ban Chiang
5	โบสถ์มหาอุด	ancient ordination hall	addition and generalisation	Don Kai Di
6	วิสุงคามสีมา (consecrated ground)	∅	omission	Don Kai Di
7	อุโบสถ	ordination hall	addition and generalisation	Ban Huai Raeng
8	กุฏิพระ	<u>Kuti</u> monk residence	addition, borrowing and generalisation	Khlong Daen
9	หอฉัน	dining hall	generalisation	Khlong Daen
10	สำนักสงฆ์วัด (monastery)	Wat	borrowing	Khlong Daen
11	วัด	Buddhist temple	addition and generalisation	Khlong Daen

Comparative Analysis: Building

Thai ST-English TT segments 64

ST: ด้วยเรือนไม้หลังคาทรงบ้าน ใต้ถุนสูง หน้าซานเป็นบันได ทางขึ้น-ลง ใต้ถุนเรือนสูง ใช้เป็นสถานที่ให้ผู้หญิงได้ทอผ้า

TT: The houses are made of wood with a low roof and set up on posts. The space under the elevated house is used by the women for their weaving looms.

The word ‘ใต้ถุน’ was translated by using description as ‘The space under the elevated house’. This Thai CSI refers to an ‘old-fashioned Thai style houses with open space under the house. The space under the house can be used is for different activities such as working, napping, meeting, dining or keeping domestic animals. The translation in the English TT as ‘The space under the elevated house’ can provide a brief meaning to the original word.

Thai ST-English TT segments 65

ST: หน้าห้องนอนเป็นระเบียงโล่งระดับเดียวกันมีหลังคาคลุมเรียกว่า ‘เซีย’ ใช้เป็นทั้งที่ร่วมวงทานข้าวต้อนรับผู้มาเยือน

TT: In front of the sleeping area is a broad, open but covered veranda called sia which serves as an area for dining and welcoming visitors.

The translation procedure of the word ‘เซีย’ is borrowing by using transliteration ‘sia’ in the English TT. The transliteration was added with extra description as ‘In front of the sleeping area is a broad, open but covered veranda’ and ‘an area for dining and welcoming

visitors'. The description provides a brief meaning for the TT audience in order to understand its feature and function.

Thai ST-English TT segments 66

ST: จากซ้ายจะเป็นพื้นไม้ลดระดับลงไปเรียกว่า 'ชาน' แล่นต่อจากเรือนไปยังครัวด้านข้าง

TT: A wooden floor at a lower level, called chan, runs from the house to the kitchen on the side.

The translation procedure of the word 'ชาน' is borrowing by using transliteration. Thai characters 'ชาน' were changed to 'chan' in the English TT. The transliteration was added with extra description as 'A wooden floor at a lower level. The description helps the TT audience understand its feature' and 'runs from the house to the kitchen on the side'. The description provides a brief meaning for the TT audience in order to understand its feature and function.

Thai ST-English TT segments 67

ST: นอกจากนี้ยังมีศาลาทรงบัวกลางน้ำขนาดใหญ่

TT: A massive pavilion in a lotus flower-style has been built in the middle of the reservoir

The word 'ศาลา' was translated with a general word 'pavilion' in the English TT. The word 'ศาลา' refers to Thai architecture building without a wall. In this context, this building refers to a multi-purpose Buddhist shelter in the monastic area where the monks use to

perform Buddhist ceremonies. The translation with a general word in the English TT as 'pavilion' can provide similar meaning to the original word.

Thai ST-English TT segments 68

ST: วัดนางสาวมีความน่าสนใจคือโบสถ์มหาอุดโบราณที่มีฐานโค้งเป็นรูปเรือสำเภาก่ออิฐ

TT: Wat Nang Sao is a place of interest. It is an ancient ordination hall in brick and stucco built on a curved base resembling a barge, with only one entrance and exit door.

The word 'โบสถ์มหาอุด' was translated by using a general word as 'hall' and adding the word 'ordination' to modify it. The word 'โบสถ์มหาอุด' is a Buddhist architecture that refers to particular building without windows and only has one door for entry and exit. The translation of 'โบสถ์มหาอุด' in the English TT as 'ordination hall' can describes its purpose of usage and feature.

Thai ST-English TT segments 69

ST: วัดท่าไม้ ได้รับพระราชทาน วิสุงคามสีมา (คือแผ่นดินที่ประกาศตามพระบรมราชโองการที่พระเจ้าแผ่นดินพระราชทานแก่สงฆ์) เมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๗ วัดท่าไม้ มีชื่อเสียงระดับประเทศ ด้วยการบอกเล่าปากต่อปากของผู้คนที่เลื่อมใสในความศักดิ์สิทธิ์ของเกจิอาจารย์เป็นที่นิยมในการมาถือศีลปฏิบัติธรรมและการทำพิธีกรรมต่างๆ อาทิ พิธีสวด تراหุ พิธีครอบครูบูรพาจารย์ ตลอดจนพิธีตามวันสำคัญทางศาสนาต่างๆ

TT: Wat Tha Mai is a famous Buddhist temple. It hosts a variety of rites for individuals and the local community.

The word ‘วิสุงคามสีมา’ (consecrated ground) was omitted in the English TT. The word ‘วิสุงคามสีมา’ (consecrated ground) refers to the consecrated land that the king gives to monks in order to build ordination hall in the monastery.

Thai ST-English TT segments 70

ST: ภายในวัดมีข้าวของเครื่องใช้สมัยโบราณให้ชม มีอุโบสถสวยงามอยู่ริมคลองขุด ซึ่งเป็นเส้นทางน้ำที่งดงาม รวมทั้งมีท่าเรือขนาดใหญ่และมีสะพานแขวนให้เดินชมธรรมชาติสองฝั่งคลอง

TT: There is a display of ancient utensils and a fine ordination hall situated on Khlong Khut in a scenic water setting complete with a large quay and a hanging bridge.

The word อุโบสถ was translated by using a general word ‘hall’ and adding the word ‘ordination’ to show the purpose of usage. The word อุโบสถ refers to a monastery building in which ecclesiastical acts or ceremonies are performed. The translation in the English TT as ‘ordination hall’ provides brief information about the original word.

Thai ST-English TT segments 71

ST: กุฏิพระหลังใหม่

TT: The new Kuti monk residence

The translation procedure of the word ‘กุฏิพระ’ (monk cell) is borrowing and addition. Thai characters ‘กุฏิ’ were changed in the English TT as ‘Kuti’. The transliteration was

added with the general word ‘residence’. The word ‘monk’ was added to describe the purpose of usage. This Buddhist term refers to ‘an abode or a cell of a Buddhist monk or novice and a monk’s lodging.

Thai ST-English TT segments 72

ST: วัดคลองแดน มีส่วนร่วมกับประวัติศาสตร์ชุมชนคลองแดนมาแต่ครั้งอดีต ที่ชุมชนคลองแดนฟื้นฟูขึ้นมาได้ทุกวันนี้เพราะมีวัดคลองแดนเป็นศูนย์รวมจิตใจอันสำคัญ ภายในวัดมี องค์พระทอง ที่มีเนื้อทองดงาม หอฉัน อายุ ๑๐๐ กว่าปี ลักษณะเป็นหอไม้ทั้งหลัง สร้างจากไม้เคี่ยม ไม้หลุมพ้อ และไม้ยาง

TT: Wat Khlong Daen has played a significant role in the Khlong Daen Community from the distant past. The Community has been revived to what it is today because of the actions of Wat Khlong Daen as an important spiritual rallying force. In the temple, there is a fine gold Buddha and an old dining hall aged more than 100 years.

The word ‘หอฉัน’ was translated by using the general word ‘dining hall’. The word ‘หอฉัน’ refers to ‘a refectory where the monks and novices can have their meals and chant. The word ‘dining hall’ can give a similar purpose of usage of the original word.

Thai ST-English TT segments 73

ST: หลังจากที่ม๊คนจีนและคนในท้องถิ่นอพยพมาตั้งถิ่นฐานนั้น ได้มีการก่อตั้งสำนักสงฆ์วัดคลองแดน

TT: Chinese travellers and local Thais settled in the area midway through the 19th century and Wat Khlong Daen was established in 1887.

The translation procedure of the word สำนักสงฆ์วัด (temple) is borrowing by using Thai Buddhist term 'Wat' without any description in the English TT. In this context, the word 'Wat' is directly borrowed in the English TT by using transliteration 'Wat' without adding extra information to describe it. The word สำนักสงฆ์วัด (temple) refers to a type of monastic residence, a monks' lodging that has not been granted by the Thai king (The Buddhist Faith National Office, 2009; The Sangha Supreme Council of Thailand, 2020).

Thai ST-English TT segments 74

ST: จวบจนเวลาผ่านไป เมื่อการคมนาคมเข้าถึง มีทางหลวงสาย ๔๐๘ ตัดผ่าน หลายๆ อย่างเริ่มเปลี่ยนแปลงการสัญจรทางน้ำเปลี่ยนเป็นการสัญจรทางบก ผู้คนที่เคยอาศัยอยู่ริมคลอง ค่อยๆ โยกย้ายออกไปจนเกือบหมด ร้านค้าทยอยปิดตัวลง วัดที่เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเริ่มเสื่อมโทรม สะพานไม้ที่เคยแข็งแรงก็ผุกร่อน บ้านเรือนไร้ผู้คนเหลือเพียงแต่ผู้เฒ่าผู้แก่ที่อยู่เฝ้าเรือนชานอย่างหงอยเหงา

TT: When land access was established by the construction of Highway No. 408, things started to change at Ban Khlong Daen, as canal links were replaced by road traffic. Residents along the canals gradually moved elsewhere, shops closed down, and the Buddhist temple was left unattended and became dilapidated as the only people that remained were the elderly people looking after their old homes.

The translation procedure of the word 'วัด' (monastery area for the monks) is addition because the description 'Buddhist temple' was added to explain the original word. The word 'วัด' (Monastery area for the monks) refers to the compound where the monks live and perform Buddhist events.

8. Belief

There were 7 CSIs related to belief. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol 'Ø' refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	ฤกษ์ยาม (fortunate date and time)	Ø	omission	Ban Chiang
2	สิริมงคล (success and good fortune)	Ø	omission	Ban Chiang
3	ธรรมะ (Buddha's teaching)	Ø	omission	Ban Chiang
4	ไสยศาสตร์ (black magic)	Ø	omission	Ko Klang
5	ธรรมสากัจฉา (Dhamma talk)	Ø	omission	Khlong Daen
6	เทศนาธรรม	preaching	generalisation	Khlong Daen
7	ธรรมะสัญจร	Mobile Dhamma or Dhamma on the Move	addition and borrowing	Khlong Daen

Comparative Analysis: Belief

Thai ST-English TT segments 75

ST: เมื่อสร้างบ้านเสร็จ ต้องมีพิธีขึ้นบ้านใหม่เพื่อความเป็นสิริมงคล¹ เจ้าของบ้าน จะบอกกล่าวเพื่อนบ้านให้มาร่วมพิธีตามฤกษ์ยาม²

TT: When a new house is completed, there is a housewarming ceremony to which neighbours are invited.

The words สิริมงคล (auspicious thing) and ‘ฤกษ์ยาม’ (fortunate date and time) were omitted in the English TT. The word สิริมงคล (auspicious thing) refers to a good thing that will bring luck and success to life. The word ‘ฤกษ์ยาม’ (fortunate date and time) means a Thai style of calculation using astrology to determine luck and success in selecting the best day and time for a ceremony such as a wedding ceremony, ordination ceremony or royal coronation ceremony.

Thai ST-English TT segments 76

ST: นอกจากนี้ยังมีศาลาทรงบัวกลางน้ำขนาดใหญ่ไว้สำหรับเผยแพร่ธรรมะ ที่มีหลักสูตรอบรมการปฏิบัติธรรมให้กับบุคคลทั่วไปและนักเรียนนักศึกษา

TT: A massive pavilion in a lotus flower-style has been built in the middle of the reservoir for the conduct of training courses on Dhamma practice offered to the general public and students.

The word ‘ธรรมะ’ (Buddha’s teaching) was omitted in the English TT. This Buddhist term ‘Dhamma’ refers to what the Buddha taught.

Thai ST-English TT segments 77

ST: หากเอ่ยถึงเกาะกลาง ต้องเอ่ยถึงเขาขนาบน้ำที่อยู่คู่ประวัติศาสตร์เกาะกลางและจังหวัดกระบี่มาช้านาน หนึ่งเรือจากเกาะกลาง ๑๕ นาที ก็จะได้พบกับเขาขนาบน้ำลักษณะเป็นภูเขาหินปูนสองลูกสูงตั้งเด่นขนาบทะเล คนเก่าคนแก่บอกเล่าปากต่อปากว่า สมัยก่อนคนที่มีความเชื่อทางไสยศาสตร์ เช่นครูหนังตะลุง ครูโนราห์และครูรองเงิ้ง จะมาทำพิธีกันที่นี่เพราะเป็นที่ศักดิ์สิทธิ์

TT: The island is named Ko Klang. The locals are mostly Muslims and care for each other in accordance with Muslim beliefs. Surrounded by rich natural resources in

the sea and mangrove forests, the residents mostly work in coastal fisheries, breed fish in enclosures, and grow rice for household consumption and sale to neighbours.

The word ‘ไสยศาสตร์’ (black magic) was omitted in the English TT. The word ‘ไสยศาสตร์’ (black magic) refers to the belief in animism, supernatural power, magic and miracle that are irrelevant to Buddhism.

Thai ST-English TT segments 78

ST: ในการเดินทางไปพบพระวาสนแต่ละครั้ง จะไม่ใช้วิธีเทศนาธรรม เพราะชาวบ้านอาจไม่เข้าใจ แต่จะใช้วิธี “ธรรมสภาัจฉา” คือ ปุจฉา วิสัชนา เป็นการถามตอบ ชาวบ้านสามารถเข้าใจได้ง่าย

TT: He refrained from preaching on these visits but opted for question and answer sessions to make Dhamma easier to understand.

The Buddhist term ‘ธรรมสภาัจฉา’ (Dhamma talk) was omitted in the English TT. The Buddhist term ‘ธรรมสภาัจฉา’ (Dhamma talk) means discussion about the Buddhism, Dhamma and religious discussion. The Buddhist term Dhamma means the teaching of the Buddha regarding the law of general rule that states what always happens when the same conditions exist (Praprom Kunakhorn, 2003; Nawawan, 2015; Cambridge English Dictionary, 2020).

Thai ST-English TT segments 79

ST: ในการเดินทางไปพบพระวาสนแต่ละครั้ง จะไม่ใช้วิธีเทศนาธรรม เพราะชาวบ้านอาจไม่เข้าใจ แต่จะใช้วิธี “ธรรมสภาัจฉา” คือ ปุจฉา วิสัชนา เป็นการถามตอบ ชาวบ้านสามารถเข้าใจได้ง่าย

TT: He refrained from preaching on these visits but opted for question and answer sessions to make Dhamma easier to understand.

The words ‘เทศนาธรรม’ were translated by using a general word ‘preaching’. The word ‘preaching means a religious speech especially given by a priest or minister in a church (Cambridge English Dictionary, 2020). The Buddhist term ‘เทศนาธรรม’ (Dhammadesanna) refers to the monks present and explain about what the Buddha taught. Using ‘in the English TT can provide a generic meaning to explain the original word.

Thai ST-English TT segments 80

ST: ต่อมาพระมหาปราโมทย์ จันทโชโต เจ้าอาวาสวัดคลองแดนองค์ปัจจุบัน ได้ใช้ปัญญาในการแก้ไขปัญหา
ปัญหานี้โดยเลือกที่จะเป็นฝ่ายเดินทางไปหาฆราวาสเอง หรือที่เรียกว่ากิจกรรม “ธรรมะสัญจร”

TT: basis. The Venerable Phra ha Pramot Chandajoto, the current Abbot of Wat Khlong Daen, solved this problem by going to the residents in their homes, initiating a unique activity called Mobile Dhamma or Dhamma on the Move.

The translation procedure of the word ‘ธรรมะสัญจร’ is addition by using a description. The words ‘ธรรมะสัญจร’ were described in the English TT as ‘Mobile Dhamma or Dhamma on the Move’. In this context, this CSI refers to a monk travelling to visit Buddhist laymen in order to converse about the teachings of the Buddha. The description ‘Mobile Dhamma or Dhamma on the Move’ in English can provide a general meaning to the original words.

9. Leisure

There were 7 CSIs related to leisure. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	ตุ๊กตาบาร์โหน	balancing doll on a high bar	addition and generalisation	Ban Na Ton Chan
2	การละเล่นเป็บไขก (running and catching game)	∅	omission	Ban Na Ton Chan
3	การละเล่นงูกินหาง (running and catching game)	∅	omission	Ban Na Ton Chan
4	การเล่นตั้งเต (jumping and hopping)	∅	omission	Ban Chiang
5	ร้องเงิ่ง (traditional dancing and singing performance)	∅	omission	Ko Klang
6	หนังตะลุง	shadow play	generalisation	Khlong Daen
7	มโนราห์	Manohra classical performances	addition, borrowing and generalisation	Khlong Daen

Comparative Analysis: Leisure

Thai ST-English TT segments 81

ST: แต่ที่โดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจใครหลายคนคือ “ตุ๊กตาบาร์โหน” ของเล่นไม้ที่คุณตาคิดค้นและประดิษฐ์ด้วยตนเอง วิธีการเล่นคือ บีบปลายด้านล่างของไม้ ตุ๊กตาก็จะโหนแกว่งราวกับคนกำลังโหนบาร์ในท่าทางต่าง ๆ

TT: However, his main product is the balancing doll on a high bar. Complete with a

simple mechanism, by simply pressing the bottom of the handle, the doll rotates and balances like a gymnast on the high bar.

The local toy ‘ตุ๊กตาบาร์โหน’ (wooden puppet on a balance beam) was translated by using description as ‘balancing doll on a high bar’. The addition provides general meaning to the CSI.

Thai ST-English TT segments 82

ST: ปัจจุบันบ้านนาตันจันเติบโตแตกขยายเป็น ๓๗๐ หลังคาเรือน วิถีของชาวบ้านพึ่งพาอาศัยกัน อย่างเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แบ่งปันกันดุจพี่น้อง ใช้ชีวิตพอเพียง เข้าตรู่ตื่นตักบาตร จากนั้นไปสวนไปไร่ เก็บพืชผักผลไม้มาเพื่อใช้หุงหาเป็นอาหารในครัวเรือน ถ้าเหลือจึงนำไปขาย ส่วนผ้าถุง ผ้าถุงที่สวมใส่ก็ทอใช้กันเองในชีวิตประจำวัน มีขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นของตนเอง มีการเล่นต่าง ๆ อาหารประจําถิ่น และมีความเชื่อต่าง ๆ เฉพาะตน เช่น การอัญเชิญดวงวิญญาณเจ้าพ่อพญาแก้วมาปกปักรักษาคนภายในชุมชน การกินข้าวเป็็บ การละเล่นเป็็บโขก¹ (ลักษณะคล้าย การละเล่นงูกินหาง)² เป็นต้น

TT: From this humble beginning, the Ban Na Ton Chan Community has grown to include 370 households. Residents live amicably as an extended family, helping and sharing with one another and leading a true sufficiency lifestyle. They get up early in the morning to offer food to the monks before going to their farms to pick fruit and vegetables for their own consumption, with any excess being sold at the market.

The translation of the words ‘การละเล่นเป็็บโขก’¹ (running and catching game) and ‘การละเล่นงูกินหาง’² (running and catching game) were omitted in the English TT. These CSIs refer to the leisure for local children.

Thai ST-English TT segments 83

ST: เมื่อยามฝนตก สายน้ำจะชะเศษดินที่เกาะอยู่ตามชั้นส่วนเครื่องปั้นดินเผา ปริศนาซึ่งจะปรากฏ ลวดลายเขียนสีที่งดงามขึ้น แต่ยังมีไม่มีใครใครจะใส่ใจมากนัก เด็ก ๆ เอามาเล่นตั่งเตราวกับเป็น สิ่งของที่พบเจอโดยง่าย

TT: The whole ST segment was omitted in the English TT.

The entire segment was omitted, and the CSI was also omitted. The word ตั่งเต (jumping and hopping) refers to a game for children to play together.

Thai ST-English TT segments 84

ST: คนเก่าคนแก่บอกเล่าปากต่อปากว่า สมัยก่อนคนที่มีความเชื่อทางไสยศาสตร์ เช่นครูหนังตะลุง ครูโนราห์และครูรองเง็ง จะมาทำพิธีกันที่นี่เพราะเป็นที่ศักดิ์สิทธิ์

TT: The whole ST segment was omitted in the English TT.

The entire segment was omitted, and the CSI was also omitted. The word ‘รองเง็ง’ refers to the local performance and leisure in the south of Thailand. It is a traditional dancing and singing performance of a team, a couple, male and female.

Thai ST-English TT segments 85

ST: ปูนปั้นรูปมโนราห์เกิดจากแรงบันดาลใจของครูมโนราห์เก่าแก่ในตำบลคลองแดนที่ต้องการ อนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม จึงร่วมมือกับครูมโนราห์รุ่นใหม่ในการสร้างสรรค์ปูนปั้นรูป มโนราห์เด็กในท่ารำต่าง ๆ เพื่อบันทึกเป็นความรู้ไว้ไม่ให้สูญหาย

TT: The white clay figures of Manohra classical performances were the results of inspirations by a senior master of Manohra in Khlong Daen Sub-district who wished to conserve and revive art and culture.

The word มโนราห์ (traditional dancing) was borrowed and added with the extra information in the English TT. Thai characters were changed in Roman alphabets in the English TT as 'Manohra'. The extra description was added to explain its meaning as 'classical performances'. The translation in the English TT provides the generic meaning to the original word.

10. Work

There were six CSIs related to work. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol 'Ø' refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	การแทงกุ้ง	collecting shrimp	rewriting	Ban Huai Raeng
2	ตกกุ้งก้ามกราม	dropping bait for giant freshwater prawns	addition	Ban Huai Raeng
3	การสักหอย	collection clams	rewriting	Ko Klang
4	การยกยอ	setting traps	rewriting	Khlong Daen
5	ดักปลา	stakes for fish	rewriting	Khlong Daen
6	ดักกุ้ง	stakes for prawns	rewriting	Khlong Daen

Comparative Analysis: Work

Thai ST-English TT segments 86

ST: โฮมสเตย์ที่เปิดให้เรียนรู้วิถีชีวิตริมคลอง ทั้งการแทงกุ้ง¹ และตกกุ้งก้ามกราม²

TT: Here you can experience the lifestyle along the canal, including collecting shrimp¹ and dropping bait for giant freshwater prawns².

The translation procedure of the words ‘แทงกุ้ง’¹ (jabbing prawns) is rewriting by providing the information ‘collecting shrimps’. The words ‘ตกกุ้งก้ามกราม’² (catching prawns) is addition by using the extra description as catching prawns. These 2 CSIs refer to a method of catching prawns.

Thai ST-English TT segments 87

ST: สังเกตได้ว่าคนเกาะกลางจะถูกปลุกฝังและมีชีวิตกับทะเลมาตั้งแต่อ่อนแต่ออก จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้คนจะมีอาชีพประมงชายฝั่ง คือการวางอวนปลา การทำโป๊ะน้ำตื้น การทำกระชังปลา การวางลอบปูและการสักหอย

TT: Most people, at some stage, work in coastal fisheries, setting fishing nets, building shallow water bamboo stake traps, breeding fish in cages, trapping crabs, and/or collecting clams.

The translation procedure of the word ‘การสักหอย’ (digging clams) is rewriting by using the description ‘collecting clams’ in the English TT. The word ‘การสักหอย’ (digging clams) refers to poking a stick into the sand during low tides in order to catch sea snails.

Thai ST-English TT segments 88

ST: หรือจะนั่งเรือหางยาวล่องชมธรรมชาติ สถาปัตยกรรมบ้านเรือนริมสองฝั่งคลอง หรือวิถีประมง
พื้นบ้าน เช่น การยกยอ¹ ดักปลา² ดักกุ้ง³ เป็นต้น

§TT: Cruise along the canals in natural surroundings observing the houses on both
banks and the traditional fishing techniques; such as, setting traps¹ and stakes for
fish and prawns^{2,3}.

The translation procedure of the words ‘การยกยอ’¹(lifting up a fish net), ‘ดักปลา’²(catching fish with a cage trap) and ‘ดักกุ้ง’³ (catching prawns with a cage trap) is rewriting by using a description in the English TT. The words ‘การยกยอ’¹(lifting up a fish net) was rewritten as ‘setting traps’¹, the words ‘ดักปลา’² (catching fish with a cage trap) was rewritten as ‘stakes for fish’ and ‘ดักกุ้ง’³ (catching prawns with a cage trap) was rewritten as ‘stakes for prawns’. The translation of these local works provides general information about catching water animals.

11. Vehicle

There were four CSIs related to the vehicle. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol ‘Ø’ refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	รถสามล้อพ่วงข้าง	Motorcycles with a side car	addition	Ko Klang
2	เรือหัวโทง	A traditional Andaman long-tail boat (Ruea Hua Thong)	addition, borrowing and generalisation	Ko Klang
3	เรือผีหลอก (boat with a side whiteboard)	∅	omission	Ko Klang
4	เรือหางยาว	cruise	rewriting	Khlong Daen

Comparative Analysis: Vehicle

Thai ST-English TT segments 89

ST: บนเกาะมีรถจักรยานยนต์รับจ้าง รถสามล้อพ่วงข้าง ให้บริการ

TT: Motorcycles with a side car can be hired on the island.

The translation procedure of the words ‘รถสามล้อพ่วงข้าง’ (a shelter motorcycle with a one-wheel sidecar) is addition by using description in the English TT ‘Motorcycles with a side car’. The local people in Ko Klang community invented ‘รถสามล้อพ่วงข้าง’ (a shelter motorcycle with a one-wheel sidecar) in order to transport the tourists.

Thai ST-English TT segments 90

ST: เรือเป็นอีกสิ่งทีขาดไม่ได้ในวิถีประมง เรือประมงที่เกาะกลางมีหลายชนิดไม่ว่าจะเป็นเรือผีหลอก¹ เรือแจวและเรือหัวโทง² ซึ่งมีความโดดเด่นที่สุดและโด่งดังไปไกลถูกใช้ในหลายจังหวัด

TT: Boats are an indispensable part of the community’s lifestyle. Fishing boats at Ko Klang are varied, including rowing boats (Ruea Chaeo), and Andaman long-tail boats (Ruea Hua Thong² being the most prominent.

The translation procedure of the words ‘เรือผีหลอก’ (boat with white side boards) is omission. The words ‘เรือผีหลอก’ (boat with white side boards) refers to a boat with the white painted boards attached with one gunwale in a tilted position, and a net is stretched over on the other side of a gunwale. This boat is used to catch fish at nighttime. Half of the whiteboard is in the water so that when fish hit the board, they jump into the boat. The net prevents the fish from jumping out of the boat. Another CSI in the same segment is the words ‘เรือหัวโทง’³ (boat with a high prow) were translated by using transliteration as ‘Ruea Hua Thong’) with the extra information as ‘a traditional Andaman long-tail boats’. This boat is unique on the Andaman sea. It has a higher prow in order to help maintain balance and speed in high waves and strong winds

Thai ST-English TT segments 91

ST: หรือจะนั่งเรือหางยาวล่องชมธรรมชาติ สถาปัตยกรรมบ้านเรือนริมสองฝั่งคลอง หรือวิถีประมง
พื้นบ้าน เช่น การยกยอ ดักปลา ดักกุ้ง เป็นต้น

TT: Cruise along the canals in natural surroundings observing the houses on both
banks and the traditional fishing techniques; such as, setting traps and stakes for
fish and prawns.

The translation procedures of the words ‘เรือหางยาว’ (boat with long rudder) is rewriting by using the word ‘cruise’ in the English TT. This CSI refers to a long rudder at the back of the boat. The word ‘เรือหางยาว’ (boat with long rudder) was rewritten with the verb ‘cruise’ in the English TT in order to signify sightseeing on the boat.

12. Musical instruments

There were three CSIs related to vehicle. They are illustrated in the tables below which reveal CSIs in Thai ST, their English TT and translation procedures applied to deal with these CSIs. The symbol 'Ø' refers to omission when the ST items are dropped in the TT equivalent (Hatim and Munday, 2019, p. 20). I provided the translation in English to the omission and borrowing by using transliteration.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	ซอด้วง (low pitch bowed stringed instrument)	Ø	omission	Ban Na Ton Chan
2	ซออู้ (high pitch bowed stringed instrument)	Ø	omission	Ban Na Ton Chan
3	โพนฟ้าลั่น	large drum named Phon Fa Lan	addition, borrowing and generalisation	Khlong Daen

Comparative Analysis: Musical instruments

Couple paired 92

ST: คุณตามีฝีมือในงานไม้ ทั้งแกะไม้เป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ และยังสามารถประดิษฐ์เครื่องดนตรีไทยเช่น ซออู้¹ ซออู้² ได้ด้วย

TT: Now, in his late 80s, he uses his woodworking skills to produce carved animals.

In this segment, two Thai musical instruments ซออู้¹ (low pitch bowed stringed instrument) and ซออู้² (high pitch bowed stringed instrument) were omitted in English TT. The word ซออู้¹ (low pitch bowed stringed instrument) refers to a Thai traditional musical bowed instrument that gives low pitch with 2 strings. The word ซออู้² (high

pitch bowed stringed instrument) means a Thai traditional musical bowed instrument that gives high pitch with 2 strings.

Thai ST-English TT segments 93

ST: นอกจากนี้ยังมี โพนฟ้าลั่น กลองขนาดใหญ่ทำจากไม้หลุมพอ และ เรือขุดโบราณ ที่ยังคงความสมบูรณ์ สวยงาม เป็นต้น

TT: There is also a large drum named Phon Fa Lan, its body made of Malacca teak, and an ancient dugout boat which remains intact and complete.

The translation procedure of Thai musical instrument of ‘โพนฟ้าลั่น’ (big drum) is borrowing by transliterating with description. Thai characters were transliterated to Roman alphabets in the English TT as ‘Phon Fa Lan’. The transliteration was added with the extra description as ‘a large drum’ in order to provide general meaning to the original word.

13. Gesture and habit

There was 1 CSI related to gesture and habit. It is illustrated in the tables below which reveal CSI in Thai ST, its English TT and the translation procedure applied to deal with this CSI.

N.	Thai ST	English TT	Procedure	CBT
1	กราบไหว้	worshippers	rewriting	Ban Bang Phlap

Comparative Analysis: Gesture and Habit

Thai ST-English TT segments 94

ST: บริเวณวัดมีโบสถ์ปรกโพธิ์ที่ถูกปกคลุมด้วยรากของต้นโพธิ์โอบโอบรายรอบ ภายในมีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่ชาวบ้านเรียกว่า “หลวงพ่อนิลมณี” เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ มีผู้คนหลั่งไหลมากราบไหว้ขอพรกันมากมาย

TT: Within the compound is Bot Prok Pho, an ordination hall covered by the roots of large Bodhi trees, with a Buddha image called Luangpho Ninmani enshrined inside the hall. This Buddha image is much revered, with worshippers coming daily from many places.

Thai gesture ‘กราบไหว้’ (pay homage) was rewritten with the word ‘worshippers’. The word ‘กราบไหว้’ (pay homage) refers to a gesture when paying homage to the Buddha. This gesture signifies high respect to the Buddha. The words ‘กราบไหว้’ (pay homage) was rewritten as ‘worshippers’ in order to provide a similar meaning in this context.

Appendix 13

Process-Oriented DTS: Interview transcripts

Omission

28. เพราะเหตุใดเนื้อหาบางส่วนจากโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจากต้นฉบับภาษาไทยจึงโดนละ

โดยไม่แปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ? (ภาคผนวก: คำถามทั่วไป)

28. Why were some content from the original Thai CBT brochures omitted in the English translation? (Appendix: general question)

Project producer: ที่ต้องละเนื้อหาบางส่วนของภาษาไทยก็ต้องทำ content ให้กระชับที่สุดเพราะ เนื้อที่โครตจำกัดมาก ๆ อะไรที่ไม่ได้ใจความ หมายความว่าคือไม่ได้ทำให้ภาพรวม overview ขาดตกบกพร่องเราก็จะทำสิ่งนั้นๆ เช่นแบบถ้าเราไม่มีชื่อเขาแต่เนื้อหา fact ต่างๆมันยังอยู่ก็ตัดได้...บางที่ ต้องดูก่อนว่าก่อนหน้ามันถูกเขียนมาอย่างไรมันเป็นเหมือนเรื่อง pattern การเขียนงานด้วย หน้า 2 ไม่ใส่ตรงนี้เพราะ art work ไม่สวย มันทำให้ยาวกว่าคำว่า friend ทำให้ไม่สวย...เนื้อที่ของ art work คือเวลาเราพิมพ์งานเราพิมพ์บน A4 ไซ้ใหม่ บางทีพอเราพิมพ์ไปสลิปบรรทัดแต่พอมาตัด art มันยัดไม่เข้าเนื้อที่ต้องตัดออกไปอีกสามบรรทัดให้เหลือเจ็ดแล้วถามว่าสามบรรทัดที่ตัดออกไปอะมันเป็นเรื่องแบบมหากาพย์มาก เพราะว่าทำยังไงให้ตัดสามบรรทัดแล้วข้อมูลยังเป็นสลิปบรรทัดนี้ก็ออกปะ...

Project producer: The translators applied omission because the content presented in the English brochures must be concise to fit in minimal space. If anything in the Thai ST is not the main thing or does not have an impact on the overview of the content, we will omit them in the English translation. This is fine as long as omission does not cause

a problem for the overall content. We used deletion because the length affects the artwork's space. We type the translation on A4 size, and these texts are transferred in the artwork format which is less than A4. As a result, the texts that exceed the provided space will be removed during bleeding in art. They were cut if the text lengths did not fit in the provided space. For example, some texts will be cut if the English translation exceeds the limited space. The omission is really problematic and challenging. The problem is how I can present the information content of the whole text when some parts of them are omitted?

Figure 55. Thai ST and English translation: omission due to the limited space in the CBT brochures.

5. เพราะเหตุใดพิธีกรรมท้องถิ่น การละเล่นพื้นบ้าน เช่น การละเล่นเป็บโขก การละเล่นงูกินหาง (น. 4) จึงถูกละโดยไม่มีคำแปลในฉบับแปลภาษาอังกฤษ? (ภาคผนวก: บ้านนาตันจัน)

5. Why were local rituals and traditional leisure (page 4) such as Pep Khok and Ngu Kin Hang (page 4, running and catching game) omitted in the English target text?
(Appendix: Ban Na Ton Chan)

Project producer: เราไม่แปลและลำคำเหล่านี้แค่เฉพาะในงานนี้ ไม่ใช่ในงานใน documentary หรือสารคดีที่พูดเกี่ยวกับการละเล่นพื้นบ้านไทยอันนี้คืออีก topic หนึ่งอย่าเอามาปนกัน คืองานชิ้นนี้มันเป็น การแปลงานโฆษณาที่เป็น content marketing เราไม่ได้ลงรายละเอียดลึก เรากำลังคุยกันเรื่องชุมชน แต่ถ้าเราเจาะลึกเรื่องพวกนี้มันจะกลายเป็นว่าเราเบี่ยงเบน focusing point ไปกลายเป็นว่าไปเจาะลึก

เรื่องการเล่นพื้นบ้านการเล่นเป็บโขก มันจะกลายเป็นว่า focal point ของงานมันจะถูกไล่ไป คือภาพรวม objective ของงาน เราต้องการให้โฟกัสของงานไปที่ภาพรวมของชุมชนว่าไปที่ไหนอยู่ทำอะไรได้บ้างเขาเป็นใคร เขามีอะไร กิจกรรมอะไร ของเด่นเค้าคืออะไร เพราะฉะนั้นอะไรที่เราจะไปเหมือนกับการเล่นคือ ปาว ๆ ๆ ไปลึกมาก ๆ คืออ้าวมันจะเบี่ยงเบนประเด็นไปแล้ว...ซึ่งถ้าวันหนึ่งถ้าเป็น documentary อธิบายให้ได้หมดเลยว่าบุญขวัญข้าว เป็บโขกคืออะไรเริ่มตั้งแต่เมื่อไหร่

Project producer: We do not apply omission with every work but only for this CBT project. This work is not a documentary text or a documentary on a TV programme that talks about Thai folk leisure in detail. This work is for advertising based on content marketing. This work does not provide an explanation of Thai folk leisure in detail. We are talking about the CBT community. If we delve into presenting Thai culture in detail, it seems that we divert the focus point. We do not want to delve into folk leisure; otherwise, the work's focal point and objective weaken. Thus, we want to focus on presenting an overview of the CBT community. When you come here, what can you do, who are the locals, what they have, what tourist activities you can do or what their specialities are. Therefore, some words related to Thai culture were omitted. If we explain them all, we have to dig into very deep detail. Oh! It diverts the focal point. If this work is a documentary text, the word 'Boon Kwan Kao' (rice harvest ritual) or 'Pep kok' (running and chasing game) will be thoroughly explained, what they are and when they start.

Figure 56. Thai ST and English translation: omission due to translation of Advertisement.

4. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำว่า วิถีพุทธ วิถีไทย? (ภาคผนวก: คลองแดน)

4. Why were the words 'Wi Thi Phud' (Buddist lifestyle) and 'Wi Thi Thai' (Thai lifestyle) omitted in the English target text? (Appendix: Klong Daen)

Project producer: เนี่ยเพราะมันจะเป็นคำตอบเดียวกันทั้งหมดเลย คือว่าคือว่าอธิบายยังไงดีอะเดี๋ยวนะ อาจจะมีในตอนต้นใหม่ไม่แน่ใจ คือถ้าเราแปลถ้าเราพูดครั้งแรกก่อนแล้วที่เหลือเราจะไม่พูดซ้ำอะ ไม่แน่ใจคือว่ามันมีการเม้นช้ก่อนครั้งนึงก่อนหรือเปล่า...การละคำ ชุมชนวิถีพุทธคิดว่าเขาพูดไว้แล้วตั้งแต่แรก community of the bouddhist faith คือมันเล่าไปแล้ว ไปหมดแล้วไม่ต้องแปลซ้ำอีก

Project producer: The same words that appear many times in the Thai ST were omitted in the English TT. These words appear at the beginning of the brochure and then they appear again on the same page. If we have translated and mentioned these words already, we do not mention them again. For example, the omission of the word ชุมชนวิถีพุทธ (Chumchon wit hi put: Buddhist community) in the Khlong Daen brochure, I think it was translated and mentioned earlier as 'Community of Buddhist Faith' in the brochure. As a result, it was omitted in the next paragraph on the same page. If some words are translated and presented, then there is no need to repeat them again on the same page.

Figure 57. Thai ST and English translation: omission to avoid repetition.

3. เพราะเหตุใดจึงละคำโดยไม่แปลคำว่า 'ไสยศาสตร์' (น. 5) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ? (ภาคผนวก: เกาะกลาง)

3. Why was the word 'Sai Ya Sart' (page 5, black magic) omitted from the English target text? (Appendix: Ko Klang)

Project producer: ละคำว่า สิริมงคล ไสยศาสตร์ ฤกษ์ยาม ก็เหมือนกันอันนี้มันเป็นความเชื่อ ถ้าเป็นเรื่องของความเชื่ออะไรที่สุดโต่งเราจะไม่ได้แปล...ฝรั่งเขาไม่มีความเชื่อเหมือนคนไทย พวกนี้จะไม่เขียนเข้าไป ถ้าเขียนเข้าไปมันก็จะแบบต้องมึนงงเลยว่าต้องมีวิจารณ์ญาณในการอ่าน อะไรที่เป็นเกี่ยวกับความเชื่อพวกนี้จะละในภาษาอังกฤษ

Project producer: Some words related to belief, ritual and ceremony, such as 'Sirimongkon' (glory and auspicious), 'Saiyasard' (black magic) and 'Lerkyarm' (good and lucky time), were removed from the English translation. These words were omitted because they present supernatural powers from Thai culture. When the words represent supernatural powers, we do not translate them. These words are not introduced in the English translation. This is because the foreigners do not have the same belief as Thai people. If we want to add them in the English translation, there must be a warning text in parentheses that requires a critical reading from the audience. We will omit anything related to this kind of belief in supernatural powers in the English translation.

Figure 58. Thai ST and English translation: omission of supernatural powers.

Appendix 14

Rewriting

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แจ้งวัตถุประสงค์ในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนแก่นักแปลว่าอย่างไรบ้าง? (ภาคผนวก: คำถามทั่วไป)

3. How did the TAT inform the translators about the aims and objectives of the CBT brochures' translation? (Appendix: general question)

Project producer: การแปลงานให้กับททท.เนี่ยไม่เหมือนกับงานแปลทั่วไปเพราะมันคือ Content Marketing คือวัตถุประสงค์ให้แปลแบบเป็นเนื้อหาทางการตลาด น่าอ่านน่าติดตาม ไม่เวิ่นเว้อ ไม่หนัก ไม่โหดแต่อ่านแล้วสบาย สนุก น่าติดตาม เน้นการตลาด งานเราไม่ใช่งานแปลคืออ่านแล้วเอามาเขียนใหม่เขียนขึ้นมาใหม่อีกครั้งเพื่อให้ดูว่ามันไม่ใช่งานแปล มันต้องอ่านแล้วเข้าใจว่าจะสื่ออะไร เอามาเขียนใหม่เล่าให้เขาฟัง มันเลยตอบคำถามทำไมไม่ใช่คำนี้คำนั้น อยากบอกว่ามันไม่ใช่งานแปลร้อยเปอร์เซ็นต์ ภาษาไทยเขียนให้คนไทยอ่าน ภาษาอังกฤษให้ฝรั่งอ่าน

Project producer: The translation for the TAT is unlike a general translation because it is content marketing. Its objective is to translate into content marketing that aims to attract audiences. The CBT content must be concise and entertaining because it focuses on marketing. The translators did not transfer all Thai STs to English translation. The translators have to rewrite some original Thai texts in English. Rewriting the Thai source text does not make the English read like a translation. While reading the Thai STs, we must understand what needs to be chosen to communicate with the English readers. Then we rewrite and tell the story to the English TT audience. The Thai text is for Thai readers, whereas the English translation is for foreigners.

Figure 59. Thai ST and English translation: rewriting for a content marketing.

3. เพราะเหตุใดผักพื้นบ้าน เช่น ผักกัณฑ์ ผักตำลึง ผักหวานบ้าน (น. 13) จึงถูกละโดยแทนที่ด้วยคำแปลในภาษาอังกฤษว่า ‘various local vegetables’? (ภาคผนวก: บ้านนาตันจัน)

3. Why were local vegetables (page 13) such as Colubrina Asiatica, Ivory Gourd and star gooseberry rewritten with ‘various local vegetables’? (Appendix: Ban Na Ton Chan)

Project producer: การเขียนใหม่ย่อเข้าไปอีกแต่ใจความเดิม เขียนขึ้นมาใหม่ตามเนื้อหาทางภาษาไทย ขอกระชับไม่เว้นแหว่ ยัดเยียดเพราะเนื้อที่เราจำกัดมาก คือถ้าภาษาอังกฤษมันยาวเกินเราก็เริ่มเขียนใหม่ไป แต่ถ้าภาษาไทยยาวเกินเราก็เขียนภาษาไทยใหม่ คือแล้วแต่ว่าอะไรมันเกินมา เช่น ทำไมผักพื้นบ้าน ผักกัณฑ์ ผักตำลึง ผักหวาน ในข้าวเป็นอาหารท้องถิ่นของ บ้านนาตันจัน จึงแปลแบบนี้ เนี่ยคะเราใช้พื้นที่เขียนไม่พอก็เลยเป็น various local vegetables มันก็คือ local อยู่ดี คือที่นี่ถ้าเราไปบอกผักกัณฑ์ ผักตำลึง ผักหวาน แล้วมันก็มีคำถามต่อยอดอีกจะว่าแล้วมันคือผักยังงี้ คนอ่านแล้วชื่อสามัญคืออะไรแล้วชื่อวิทยาศาสตร์คืออะไร เราไม่สามารถอธิบายได้ว่าคืออะไรเพราะเนื้อที่เราไม่พอ

Project producer: Rewriting some words together can save the space in the brochure and make the translation shorter than the Thai source text. However, rewriting needs to present the same main idea based on the original Thai source text. Rewriting in the English translation is short and concise because we have limited space in the brochure. When the English translation exceeds the edge of the page during bleeding, I have to rewrite the English TT to make it fit into the space. For example, the ingredients of a speciality in Ban Na Ton Chan village such as ‘ผักตำลึง’ (Ivy gourd), ‘ผักกัณฑ์’ (Colubrina Asiatica) and ‘ผักหวานบ้าน’ (Melientha sauvis) were translated together with one

meaning as ‘various local vegetables’. We do not want to translate these vegetables one by one; otherwise, we need to explain what they are and how they look. Although these three types of vegetables were rewritten with one meaning as ‘various local vegetables’, the meaning is still based on the Thai source text because they are local vegetables. We rewrite some words together because we are concerned about the space of the CBT brochures.

Figure 60. Thai ST and English translation: rewriting due to limited space in the CBT brochures.

6. เพราะเหตุใดจึงแปลกิจกรรมประจำท้องถิ่น การแทงกุ้ง (น. 8) ว่า ‘collecting shrimp’? (ภาคผนวก: บ้านห้วยแร้ง)

6. Why was the local activity ‘Taeng Kung’ (page 8, spear prawns) translated as ‘collecting shrimp’? (Appendix: Ban Huai Raeng)

Project producer: เราจะเลี่ยงใช้คำทั้งหมดที่สื่อหรือสื่อความรุนแรงไม่เอา การแทงกุ้ง คือ การเอา ฉมวกแทงกุ้ง แปลเป็น collection shrimps เพราะ เราจะเลี่ยงใช้คำทั้งหมดที่สื่อหรือสื่อความรุนแรง เลี่ยงเพราะว่ามันดูทารุณสัตว์ มัน sensitive สำหรับต่างชาติ เรื่องของสิ่งมีชีวิตเราก็จะใช้คำที่มันไม่ รุนแรงแต่ก็ยังคงความหมายอยู่ เราพยายามใช้ศัพท์ที่ไม่ทำร้ายไม่ aggressive kill เรื่องนี้สำคัญนะ คำศัพท์ที่ negative aggressive สองแง่สองง่ามเราจะเลี่ยงทั้งหมดเลย เราจะเลี่ยงหมดเลยไม่มี negative สองแง่สองง่ามให้มันล่อ เชิงลบไม่เอาเลย เพราะว่าเป็นองค์กร ททท. และเราไม่ยากให้องค์กรโดนตำหนิว่ามันมีข้อความ aggressive ข้อความสื่อพฤติกรรมเป็นตัวอย่างไม่ดี ทั้ง ๆ ที่มันไม่ใช่

ว่าไม่ดี มันเป็น local way of life เรารู้อะไรด้วยประสบการณ์ เราทำงานกับ ททท. มานานมากแล้วว่า ด้วยแบบสไตล์ที่ไม่ใช่ททท. ทั้งนี้ตัวเราด้วยแหละเพราะว่าเราเรียน journalism มาโดยตรงเรียนด้านการเขียนโดยตรง มันมีเทคนิคของการเลือกใช้คำการใช้คำที่เบี่ยงเบนคำที่หนักแล้วออกไปแต่ยังคงความหมายเดิม

Project producer: The translators translate local work such as ‘แทงกุ้ง’ (Taeng Kung: spear shrimp with a harpoon) to ‘collecting shrimps’ and ‘สักหอย’ (Sak Hoi: spear clams with a stick) to ‘collecting clams’. This is because we will avoid all words that signify killing and aggression in the CBT brochures. We avoid using violent words when they relate to animal killing. Although Thai people understand that killing animals is a local way of life of people in the CBT villages, we do not present this in the English translation. These words may be sensitive to foreign readers. Regarding living things, we opt for non-harmful and non-aggressive vocabulary. This translation is for the Tourism Authority of Thailand (TAT), and we do not want the TAT to be criticised for exhibiting aggressive messages. We know what to avoid from work experience with the TAT and we know the TAT’s style. I studied journalism and writing for journalism. I learned word choice techniques by rewording to deviate from negative words but still contain a similar meaning to the original message.

Figure 61. Thai ST and English translation: rewriting to avoid presenting negative words.

9. เพราะเหตุใดจึงแปลอาหารพื้นบ้านประจำท้องถิ่น เช่น หอยหวานต้มตะไคร้ แกงกะทิหอยจู้บแจ่ง หอยรอกต้มกะทิ (น. 13) โดยการแทนที่ด้วยอาหารประเภทอื่นที่แตกต่างออกไปเช่น ‘chicken and

saffron rice', 'steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf', and 'spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish'? (ภาคผนวก: เกาะกลาง)

9. Why were the local dishes (page 13) rewritten with different types of foods? This can be seen in the dish 'Hoi Wan Tom Ta Khrai' (spotted Babylon sea snails in lemongrass soup) was translated as 'chicken and saffron rice', 'Kang Ka Ti Hoi Jup Jang' (sea snail curry) was translated as 'steamed glutinous rice wrapped in local palm leaf' and 'Hoi Rak Tom Ka Thi' (Lingula sea snail in coconut milk soup) was translated as 'spicy soup of coconut cream with coconut topping and salty fish'. (Appendix: Ko Klang)

Project producer: การแปลอาหารประจำท้องถิ่น แกงหอยหวาน หอยรอก หอยจับแฉง เป็นแกงไก่ แทนเพราะหอยพวกนี้มันเป็นอาหารตามฤดูกาล ไม่ใช่หอยที่หาง่ายๆ หอยหวาน หอยรอกไม่มีตลอดเลยไม่กล้าใส่ เดียวมันจะกลายเป็นว่าเราให้ข้อมูลเท็จ ข้อมูลที่ไม่ stable อันนี้เป็นการกันตัวเองด้วยส่วนหนึ่ง แล้วก็กันให้กับชุมชนด้วย เลยใส่ไก่ไปเพราะมีตลอด นักแปลไม่กล้ายืนยันเพราะถ้าไปแล้วไม่มีกิน เลยอยากให้มีอาหารที่กินแน่นอน ที่แปลแบบนี้ไม่เกี่ยวกับว่าต่างชาติไม่กล้ากินหอยพวกนี้ เพราะหน้าตามันดูน่ากลัว เพราะหอยพวกนี้เวลาเอามาทำอาหารกินก็ไม่ได้เห็นหน้ามันแล้วค่ะ แต่ถามว่าทำไมภาษาไทยมีเพราะว่าคนไทยเข้าใจพวกนี้ ว่าเป็นอาหารตามฤดูกาล แต่ต่างชาติอาจจะไม่เข้าใจคือวัฒนธรรมมันต่างกัน

Project producer: These seasonal foods from the CBT villages were rewritten with everyday food. The sea snails were rewritten with chicken. This is not because the sea snails look unappealing to foreigners. When they are cooked, the tourists cannot recognise them. These local dishes have sea snails as the main ingredient. These sea snails are not available out of season. Therefore, they were rewritten with 'chicken' in

the English TT because chicken is available. The translators cannot guarantee the availability of seasonal foods in the CBT village when tourists visit the village. Therefore, the translators opted for the food that the tourists could have all year round. This is the way to protect the translators and the CBT community. Thai tourists and foreign tourists are different. Thai tourists understand that these sea snails are seasonal, and they are not available all year round. In contrast, foreign tourists might not know this. If they visit the village and miss these local dishes, they might think the CBT brochure provides false information.

Figure 62. Thai ST and English translation: rewriting specialities with everyday food.

Appendix 15

Borrowing

3. เพราะเหตุใดจึงแปลทับศัพท์คำแบ่งเขตการปกครองของไทยคำว่า อำเภอ (น. 14) เป็น ‘Amphoe’

และคำว่า หมู่ เป็นคำว่า ‘Mu’ (น. 14) โดยไม่มีคำอธิบายเพิ่มเติม? (ภาคผนวก: บ้านบางพลับ)

3. Why were the administrative units (page 14) ‘Amphoe’ and ‘Mu’ transliterated as ‘Amphoe and Mu’ without an explanation in the English target text? (Appendix: Ban Bang Phlap)

Project producer: การยืมคำไทยโดยการทับศัพท์เป็นภาษาอังกฤษโดยเฉพาะคำที่แบ่งเขตการปกครองของไทย อันไหนที่เทียบภาษาอังกฤษได้ก็ใช้อันนั้น เช่นคำว่า จังหวัดใช้ province ส่วนตัวแขวง เขต อันนี้บอกว่าเป็น editor มองว่าใช้ไม่เหมือนกันและพอใช้ไม่เหมือนกันก็ต้องเริ่มอธิบายอีกแล้วว่าคืออะไร เขต แขวงก็มาอธิบายอีกด้วยเนื้อที่ที่จำกัดมันเป็น content marketing ไม่ใช่สารคดี เราไม่สามารถบรรยายได้แบบทุกอย่างแล้วเรามีเนื้อที่จำกัดอันนี้สำคัญมาก จึงทับศัพท์อำเภอก็อำเภอ เหมือนตำบล แนวคิดอันเดียวกันเลย

Project producer: Most administrative words of Thai politics were borrowed with transliteration in the English characters. Some political terms were borrowed because the editor, a native speaker of English, ascertains these Thai words do not have the exact equivalence in English. These Thai political terms such as the words ‘Khwaeng’ (a district in Bangkok) and ‘Khet’ (a sub-district in Bangkok), ‘Amphoe’ (a district out of Bangkok) and ‘Tambon’ (sub-district out of Bangkok) represent typical Thai politics.

These words do not have an exact equivalence in English. These terms were borrowed in the English translation by using transliteration without description.

Figure 63. Thai ST and English translation: Figure 54. borrowing due to lack of exact equivalence to English translation.

11. เพราะเหตุใดจึงทับศัพท์คำว่า ขิด (ลายขิด) (น. 10) ในภาษาอังกฤษว่า 'Khit'? (ภาคผนวก: บ้านนาตันจัน)

11. Why was the word 'Khit' (page 10, weaving technique) transliterated as 'Khit'?

(Appendix: Ban Na Ton Chan)

Project producer: ลายขิดเป็นหัวข้อ มีคำอธิบายภาษาอังกฤษ แต่ไม่สามารถใส่ความยาวในหัวข้อได้ ต้องอธิบายทีหลัง มันเป็นชื่อเฉพาะและอยากให้ผู้อ่านเรียกแบบนี้ ชื่อเฉพาะอยากให้เรียกแบบนี้ อยากให้รู้ว่าเป็นชื่อของมัน ต้องรู้ชื่อต้องรู้จักชื่อ จะได้เรียกถูก อีกอย่างสำคัญมากคือเราไม่อาจมาอธิบายได้ยาว เพราะหัวข้อไม่สามารถใส่คำอธิบายได้ เพราะอย่างลายขิด เราก็อธิบายว่าเป็นลายขิดที่แตกแยกออกไปหลายลายเป็นวิธีการทอผ้าแตกไปมากมาย pattern แต่วิธีการทอคือแบบเดียวกันคือการขิด เป็นลายตรงนี้ก็คือเราเอาแต่จุดหลักจุดสำคัญ significant มาเป็น headline

Project producer: The names of place and products were borrowed because they are proper nouns. It is a proper name for a place and a product. For example, the word ขิด (Khit: weaving pattern) is a proper name referring to a motif on a Thai skirt. We want the English TT readers to know its name and call it by its name because it is a promoted product. However, we added extra information in the brochure to explain what 'Khit'

is. The word 'Khit' refers to various weaving motifs. We employed 'Khit' and added extra information because it is the main content and a significant feature.

Figure 64. Thai ST and English translation: borrowing proper nouns of promoted products.

คำถามต่อเนื่อง: ทำไมนักแปลไม่แปลชื่อหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน สถานที่ท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นภาษาอังกฤษ?

Follow-up question: Why did the translators not translate the names of CBT villages, tourist spots and CBT products into English?

Project producer: ททท สั่งให้ใช้วัด น้ำตกก็น้ำตก วิหารก็วิหารไปเลย เหตุผลเพราะว่า ง่ายๆเลยคนที่ถือโบรชัวร์อ่านแล้วยากไปวัดนี้ถ้าเป็นชื่อเฉพาะ เช่น วัดนาตันจันแล้วไปพูดกับคน local ว่า where is Na Ton Chan Temple? คนท้องถิ่นอาจจะไม่เข้าใจแต่ถ้าถามว่า Where is Wat Na Ton Chan? คนท้องถิ่นก็เข้าใจอธิบายทางได้เป็นเรื่องของการสื่อสารถ้าเป็นแบบนี้ก็ใช้ วัด น้ำตก เพราะเวลาฝรั่งไปถามทางเขาจะได้ใช้คำเหล่านี้ เพราะคนท้องถิ่นอาจไม่รู้ภาษาอังกฤษ แต่ถ้าออกเสียงตามคำอ่าน คนท้องถิ่นก็เจอได้ เช่น where is Nam tok Aerawan? ชาวบ้านก็จะเข้าใจ ทททแนะนำให้ใช้แบบนี้เพราะเวลาต่างชาติไปถามทางก็จะได้ตรงตัวไปเลย กรณีที่เป็นชื่อเฉพาะททท ให้ใช้แบบนี้เลย เดี่ยวคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวเข้าใจไม่ตรงกันอีก เพราะเค้าเหมือนกับว่าเดี๋ยวหาไม่เจอเวลาไปถามชาวบ้าน

Project producer: Another reason that the Tourism Authority of Thailand (TAT) prescribed using transliteration of the proper name of places was to avoid confusion

between local people and tourists. For example, if we translated the CBT village 'Wat Ban Na To Chan' to 'Temple of Millettia Brandisiana Villages', local people do not know this English name. The translation can confuse local people if the tourists ask a question 'Where is the Temple of Millettia Brandisiana Villages?' instead of 'Where is Wat Ban Na Ton Chan?'. On the contrary, if the foreigners ask a question 'Where is Wat Ban Na Ton Chan?', the local people will immediately recognise Thai words 'Wat Ban Na Ton Chan' and they can indicate the direction. In order to avoid the confusion between local people and the tourists, we do not translate the proper names.

Figure 65. Thai ST and English translation: borrowing by using transliteration can avoid confusion between locals and foreigners.

Appendix 16

Generalisation

คำถามต่อเนื่อง: ทำไมนักแปลได้แปลคำที่ไม่มีคำเทียบเคียงตรงตัวของคำเหล่านี้ในภาษาอังกฤษ เช่น

คำว่า อุโบสถ เป็นคำว่า an ordination hall หอฉัน dining hall ผ้าถุง skirt หรืออบ hat

Follow-up question: Why did the translators translate some words that do not have one-on-one translation in English, such as ‘Ubosot’ to an ordination hall, ‘Ho chan’ to a dining hall, ‘Phathung’ to skirt or ‘Ngop’ to a hat?

Project producer: อุโบสถ ภาษาอังกฤษ ordination hall หอฉัน dinning hall มันเป็นคำที่เราใช้มาตลอดเราใช้คำนี้เป็นคำมาตรฐานทั่วไป ด้วยความที่เราเข้าใจว่ามันคือเข้าใจง่ายสุดใช้ทำพิธีบวชจริงๆ...ใช้คำว่าผ้าถุงว่า skirt เพราะว่าเข้าใจง่าย นุ่งแล้วก็เหมือน skirt คือวิธีการนุ่งเหมือน skirt ก็เลยใช้คำนี้...งอบ แปลว่า hat ดูจากวิธีการใช้ในการสวมที่ศีรษะ ใช้ที่หัวอย่างเดียวและคำว่า hat มัน general มันบอกได้ว่าลักษณะมันเป็นอย่างไร...กระดิ่งแปลว่าตระกร้า วิธีการใช้เหมือนกันเอาไว้ใส่ของ ภาชนะใส่ของหน้าที่ของมันคือเอาไว้ใส่ของ

Project producer: The word ‘อุโบสถ’ (Ubosot) in Ban Huai Raeng CBT brochure was translated to ordination hall and ‘หอฉัน’ (Ho Chan) in Khlong Daen CBT brochure was translated to dining hall. We use these words because they are general and standard words although ‘หอฉัน (Ho Chan) is a multifunctional hall. Likewise the word ผ้าถุง (Pha Thung: tube skirt) in the Ban Na Ton Chan CBT brochure, it was translated as a skirt because it is easy to understand, and it is worn like a skirt. The way to wear it is like a

skirt. With regard to the word งาม (Ngop: woven palm leaves brim hat), it was translated as a hat in Ban Huai Raeng brochure because we look at the usage. Ngop is worn on a head and the word 'hat' is a general word which can display it. Likewise, 'กระด้ง' (Kradong) is similar to a basket used to carry things.

Figure 66. Thai ST and English translation: generalisation for the same purpose of usage.

Appendix 17

Addition

8. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า เรือหัวโทง (น. 4) ซึ่งเป็นเรือที่มีส่วนเด่นอยู่ที่หัวเรือ ด้วยคำว่า ‘A traditional Andaman long-tail boat’? (ภาคผนวก: เกาะกลาง)

8. Why was the word ‘Ruea Hua Thong’ (page 4, boat with a high prow) translated as ‘a traditional Andaman long-tail boat’? (Appendix: Ko Klang)

Project producer: เรือหัวโทง A traditional Andaman long-tail boat เราอยากให้รู้ว่าเรือชนิดนี้มันมีเฉพาะที่อันดามันเท่านั้น ตามภูมิศาสตร์ในฝั่งอ่าวไทยไม่มี มันมีแค่ฝั่งอันดามัน เราเลยกล้าใช้คำนี้ ที่ใช้คำว่าอันดามันเพราะทะเลที่ติดฝั่งอันดามันเท่านั้นฝั่งอ่าวไทยไม่มี ส่วนอื่นๆเป็นเรือยาวๆหางยาวที่มันมีที่บังคับหางเสือ คือ long tail มีการใส่คำว่า traditonal เข้าไปด้วยคือ ต้องการให้รู้ว่าเป็น traditional ของฝั่งอันดามัน ให้มันลึกเข้าไปอีก เฉพาะถิ่นที่สำคัญคืออธิบายชัดเจนให้รู้ว่าอยู่ฝั่งอันดามันเท่านั้น

Project producer: The boat ‘Ruea Hua Thong’ was translated as a traditional Andaman long-tail boat. This is because we want to inform the English audience that this kind of boat is only available around the Andaman seacoast. According to the geography, this type of boat is not found around the Gulf of Thailand seacoast. It is only available in the Andaman seacoast. We strongly recommend using the word ‘Andaman’ to clarify the boat because it is specific on the Andaman seacoast only. The other part of the boat, the long tail, controls the helm. This part was translated as ‘long tail’. The word ‘traditional’ was added in order to inform the English readership that the boat is unique to the Andaman seacoast. We want to give more specific information for this local boat. The

importance of the translation of 'Ruea Hua Thong' to 'a traditional Andaman long-tail boat' is to explain precisely that it is from the Andaman seacoast.

Figure 67. Thai ST and English translation: addition to signifying the uniqueness.

16. นักแปลใช้วิธีการแปลแบบใดในการแปลคำว่าข้าวเป็็บ (น. 13) ในฉบับแปลภาษาอังกฤษ?

(ภาคผนวก: บ้านนาตันจัน)

16. How did the translator translate the word 'Khao Poep' (page 13, stuffed noodle sheet) (Appendix: Ban Na Ton Chan)

Project producer: อาหารที่ต้องให้คำอธิบายเพิ่มเติมเพราะเราเลือกว่าอันนี้คือ signature ของงานชิ้นนี้ด้วย คือมันเป็นเหมือนเรื่องสำคัญเรื่องใหญ่ในการที่มาแล้วห้ามพลาด ในเมื่อความสำคัญลงการเราต้องให้พื้นที่เยอะหน่อยอธิบายให้มากขึ้น มันคือหนึ่งในตัวละครนางของเรื่องต้องชูหน่อย คำที่เราให้ความสำคัญต้องอธิบายเพิ่ม เช่นคำว่า 'ข้าวเป็็บ' เป็นเนื้อหาเด่นอันหนึ่งในโบรชัวร์คือเราต้องให้ข้อมูลความสำคัญคือเราชูมันขึ้นมาเป็นตัวเอกของเรื่องเราต้องอธิบายไม่ใช่การยกตัวอย่าง แต่ถ้าเราจะเขียนว่า เช่นข้าวเป็็บ ก๋วยเตี๋ยวแบบ มันก็จะกลายเป็นว่าไม่สำคัญทันทีอ่านแล้วรู้สึกงั้นๆ เป็นแค่การยกตัวอย่างและสิ่งนี้ไม่มีความสำคัญเลย คือรู้แค่ว่ามีแต่ไม่มีอะไรเด่นๆ แต่ถ้าเราให้ความสำคัญมัน เช่นถ้าไปบ้านนาตันจันแล้วห้ามพลาดในการกินข้าวเป็็บเด็ดขาดและข้าวเป็็บคืออะไรเราก็ต้องอธิบายเพิ่ม เวลาจะอธิบายเพิ่มอะไร บริบทอันนั้น position ของสิ่งนั้นสำคัญมากแค่ไหนสำหรับชุมชน ถ้าสิ่งนั้นสำคัญมากๆต้องอธิบายยาว ถ้าปานกลางพอรู้หน่อย แต่ถ้าไม่สำคัญเป็นการยกตัวอย่างภาพรวมว่าร้านนี้ขายอะไรบ้างก็ไม่อธิบายขั้นตอนการทำ มันคือลำดับความสำคัญของข้อมูล ความสำคัญของ

ข้อมูลที่เป็นจุดขายของโบรชัวร์ ด้วยเหตุนี้ข้อมูลที่ลำดับความสำคัญที่เป็น content ว่าเราจะเสนออะไร สำคัญมากก็อธิบายมาก สำคัญน้อยก็อธิบายน้อย

Project producer: The food requires further explanation because it is a signature product. When food is important content, we must give more space to explain more about it. It is one of the main topics of a story, so we must promote it. The product that we promote needs more description. For example, a local signature ข้าวเป็บ (Khao Poep: stuffed noodle sheet) which is one of the important contents in the CBT brochure; we must provide more information. The point is we introduce this local food as the main character of the story. We must explain what Khao Poep' is. This is a promoted product, not a peripheral detail in the brochure. If we present a local food ข้าวเป็บ (Khao Poep: stuffed sheet noodles) without any description, it seems that it is not an important product at all. When we promote 'Khao Poep' of Ban Na Ton Chan village, we encourage the tourists to try 'Khao Poep' and we need to explain more about what it is. When giving more information and a longer description, it shows that this food is very important. On the contrary, if they represent a peripheral detail, they are not explained. The food without any detailed information is not important content. We want the audience to recognise its importance by adding more information about it. The length of the information depends on the content of the products. If they are promoted content, we will present them with more explanation.

Figure 68. Thai ST and English translation: additional lexis for promoted products.

9. เพราะเหตุใดจึงแปลวิธีการพับแบบรังแตน (น. 13) ด้วยคำว่า ‘the papaya strips’? (ภาคผนวก: บ้านบางพลับ)

9. Why was the folding technique ‘Rang Taen’ translated as ‘the papaya strips’?

(Appendix: Ban Bang Phlap)

Project producer: สาเหตุการแปลที่เพิ่มเติมคำอธิบายลงไปเนื่องจาก เราก็อยากให้มีข้อมูลเพิ่มเติม เพราะว่าคนอ่านไม่ใช่คนไทยต้องให้ข้อมูล extended เพื่อให้มันมีข้อมูลสำหรับเขามากขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น วิธีการพับเหมือนรังแตน เราก็ใช้วิธีดูว่าคนไทยเข้าใจว่าคืออะไรแต่เราก็ไม่จำเป็นต้องแปลตรงตัวเป๊ะเหมือนภาษาไทยคือเราบอกว่า papaya strips ทำให้มันเป็น strips เห็น process เป็นการสานแบบนี้ แต่คนไทยบอกเป็นรังแตน พอเป็นภาษาอังกฤษเราไม่ต้องใช้รังแตนเพราะคนอ่านเขาไม่ใช่คนไทย เราเข้าใจแต่เค้าไม่เข้าใจ

Project producer: We added more information to some Thai words because the English readers are not Thai. For example, the word รังแตน (Rang Taen: weaving a wasp nest shape) in Ban Bang Phlap CBT brochure does not have any information about it. This Thai word can be literally translated as a ‘wasp nest’ which refers to a folding technique. We know that our Thai audience understands what it is. It is unnecessary to explain this word in the Thai source text. Whereas the English audience may not know what it is. In the English translation, this word รังแตน (Rang Taen) was translated with the ‘papaya strips’ which associates with pictures of a villager weaving papaya strips. For Thai audience, we use Thai word รังแตน (Rang Taen) without any description. On

the contrary, we cannot introduce this word without description in English translation because the readers are non-Thai. We understand what it is, but they do not.

Figure 69. Thai ST and English translation: addition for a non-Thai audience.

Appendix 18

Literal Translation

4. เพราะเหตุใดจึงแปลคำว่า ผลไม้กลับชาติ (น. 11) แบบตรงตัวว่า ‘re-born fruits’? (ภาคผนวก: บ้านบางพลับ)

4. Why were the words ‘Phon La Mai Khlap Chart’ (page 11) literally translated as ‘re-born fruits’? (Appendix: Ban Bang Phlap)

Project producer: การแปลคำว่าผลไม้กลับชาติ อันนี้โครตยากเลย ชาวบ้านเอาคำศัพท์ทางพระพุทธศาสนามาใช้ เป็นการเล่นคำแบบผลไม้กลับชาติ การเล่นคำเป็น content marketing เป็นหัวใจของงานเลย จะเคร่งเครียดไม่ได้ ชาวบ้านเขามีสำนวนเขามีความสร้างสรรค์ ทำให้มันดูน่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์ แปลยังไงดีด้วยภาษาไทยก็งงอยู่แล้วผลไม้กลับชาติคืออะไร คือกลับมาเกิดได้ด้วยหรือ คือจากรสขมทำให้เป็นหวาน reborn fruit เพราะว่ากลับมาเกิดก็เป็นพุทธศาสนานะ เอาคำพระพุทธศาสนามาใช้ คือกลับมาเกิด เราเลยอิงกับตรงนี้ แต่เราก็อธิบายว่า มันคืออะไรในเนื้อหาภาษาไทยมันอธิบายไปอยู่แล้ว คนอ่านเขาเข้าใจอยู่แล้ว...เหมือนกันกับการบวชต้นครูช ที่แปลตรงตัว เพราะว่าถ้าไม่แปลตรงตัวเนียโครตยาว แต่ตรงนี้มีการอธิบายมาก่อนอยู่แล้วว่าต้นครูชคืออะไร มันอธิบายต่ออยู่แล้ว คำอธิบายก็มีแล้วก็ได้ตรงตัวอย่างเดียว

Project producer: The translators literally translated some Thai words. The translation of the word ‘reborn fruit’ ผลไม้กลับชาติ (Phon La Mai (fruit) Kap Chart (rebirth) is really challenging. Local people adapted the Buddhist term กลับชาติ (Kap Chart: rebirth) as a wordplay ‘reborn fruit’. Wordplay is part of content marketing and content marketing is the heart of the CBT brochure project. The brochure content needs to be entertaining.

Local people have the creativity to make this Thai word interesting and unique. It is quite challenging for us how to translate these words. Actually, these words can cause confusion to some Thai audience. Then we have to ask the question ourselves 'what is a 'reborn fruit? and 'can fruit be reborn?'. In Ban Bang Phlap CBT brochure, the fruit has been processed from bitter to sweet. Being reborn is a belief in Buddhism, so we used the Buddhist term 'reborn' for the product. Consequently, we opted for the literal translation in English as 'a reborn fruit' because it is short. However, we also explained in detail in the Thai source text about this fruit preservation technique. This is as same as the literal translation of 'ordination of Cruz trees'. If we do not use a literal translation, the translation in the English TT will be quite long due to lengthy description.

Figure 70. Thai ST and English translation: literal translation to provide short lexical meaning.

Appendix 19

Function-Oriented DTS: Interview Transcripts

Outsourcing a company

25. ททท. มีการทำงานร่วมกับนักแปลอย่างไร เพื่อให้นักแปลเข้าใจวัตถุประสงค์ของการแปลโบรชัวร์
การท่องเที่ยวโดยชุมชน?

25. How did the TAT work with the translators in order to help them to understand the aims and objectives of the CBT project?

ททท.: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไม่ได้จ้างนักแปล ในการผลิต คู่มือการท่องเที่ยวชุมชน เพราะเราจ้าง บริษัทเอกชน ที่มีประสบการณ์การทำงานทำงาน ที่เกี่ยวข้องกับ งานนี้ โดยขั้นตอนแรกเชิญบริษัทผู้รับจ้างเข้าร่วมประชุมเพื่อทำความเข้าใจ และร่วมกันออกแบบรูปเล่ม รวมถึงวัตถุประสงค์ในการจัดทำ จากนั้น จะเป็นกระบวนการจัดจ้าง ผู้รับจ้าง ให้ดำเนินการผลิต เราให้บริษัทลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูล เขียนต้นฉบับภาษาไทย แปล ทำภาพประกอบให้เสร็จสิ้น ภายในวันที่กำหนด ไว้ในสัญญาจ้าง

TAT: The TAT did not employ translators to produce the CBT brochures. The TAT outsourced a private company whose previous work is relevant to this project. The workflow for the CBT project is first; we invited the outsourced company to join a meeting for mutual understanding on the objectives of publishing the CBT brochures, including the brochure design. Then, when the outsourced company signed the employment contract with the TAT, they had to complete all work processes and hand in ten CBT brochures on the due date. The work process of the CBT project is fieldwork

in the CBT villages, writing the Thai ST, translating it into English TT, formatting, editing and printing.

Figure 71. Thai ST and English translation of Thai ST interview question and answer concerning the TAT outsourced a private company to produce the CBT brochures.

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แจ้งวัตถุประสงค์ในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนแก่นักแปลว่าอย่างไรบ้าง?

3. How did the TAT inform the translators about the aims and objectives to translate the CBT brochures?

Project producer: คือโปรเจกต์นี้ ททท ไม่ได้จ้างนักแปลต้องบอกก่อน เขาจ้างบริษัทที่ทำภาพรวมทั้งหมดส่วนการแปลเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของบริษัท คือเขาจ้างบริษัทที่มาทำเป็น umbrella ส่วนนักแปลเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของ the whole project ททท. มองหาบริษัทที่ถนัดทางด้านชุมชน เพราะเขาเห็นเราทำงานด้านชุมชนมาโดยตลอดเขาก็เลยจ้าง คือเขาไม่ได้จ้างนักแปลแต่เขาจ้างบริษัท และบริษัทเป็นผู้จัดจ้างนักแปล

Project producer: I want to mention that the TAT did not directly commission the translators for this CBT project. The TAT outsourced the company to deal with the whole CBT project. The translators are one component of the company contributing to the entire CBT project. The TAT appointed the company to work on this project, not the translators. The company recruited translators.

Figure 72. Thai ST and English translation of interview question and answer concerning the TAT outsourced a private company to produce the CBT brochures.

Appendix 20

Company's Qualifications

คำถามต่อเนื่อง: ททท. กำหนดหรือระบุคุณสมบัติพิเศษอะไรบ้างของบริษัทที่มาผลิตโบรชัวร์การ

ท่องเที่ยวโดยชุมชน?

Follow-up interview question: What qualifications that the TAT required from the outsourced company to produce the CBT brochures?

ททท.: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้คัดเลือกบริษัท ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ในการสร้างสรรค์ เรื่องราว การจัดพิมพ์ ความสามารถในการ เขียนและเรียบเรียง ถึงภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำงานกับ บริษัท มาแล้วก็ประมาณ 6-7 ปีมาแล้ว นานพอสมควร ก่อนหน้านั้นบริษัท ก็ทำงานกับ project อื่นกับกองอื่นๆอยู่บ้าง เขามีความถนัดความชำนาญเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนอยู่พอสมควร ถ้าหาก ททท. มีเรื่องหรือ ปรับเพิ่มเติม ทางบริษัทก็ยินดีรับฟัง ไม่มี ทำที่ว่าไม่ยากทำ ทำงานตรงเวลา มีการวางแผน ตรงเวลา ชัดเจน ตั้งใจ มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน ตรงไปตรงมา

TAT: The TAT chose the company qualified to work on content marketing, including publishing experience, the ability to write the original Thai source texts, and knowledge of translating into English. The TAT has worked with the company for six or seven years, and the company is good at community tourism. When we asked the company to adjust or modify work, the company did it for us and was willing to do that. The company is disciplined, honest and punctual.

Figure 73. Thai ST and English translation of interview question and answer of the TAT concerning company's qualifications for the TAT.

คำถามต่อเนื่อง: คุณสมบัติข้อใดของบริษัทที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องการในการผลิตโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน?

Follow-up interview question: What qualifications that the TAT required from your company?

Project producer: บริษัททำงานชุมชนมาตั้งแต่แรกเริ่ม งานแรกคือ agro tourism เป็นเรื่องของชุมชน ซึ่งทำเกี่ยวกับแม่โขง tourism วัฒนธรรมชุมชน พอมาอันนี้เขาก็ต้องมามองหาบริษัทที่ถนัดทางด้านชุมชนและงานหลักที่เด่นๆของเราก็คืองานด้านชุมชน เพราะเขาเห็นเราทำงานด้านชุมชนมาโดยตลอดเขาก็เลยจ้างบริษัท และวิธีการที่เขาเลือกบริษัททำเพราะททท. เห็นว่าเวลาเราทำงานเราเข้าถึงชุมชนจริงๆ เราเข้าถึงคืออะไรเราซื้อใจชุมชนได้โดยที่เราเข้าไปโดยที่เราไม่เคยเบียดเบียนเขา คือแบบเข้าเมืองตาหลิวต้องหลิวตาตาม คือเราไม่เอาความเป็นตนเมืองเอาไปใส่ในชุมชนไม่เลย คำกินยังงี้ คำอยู่อย่างไร คำแต่งตัวอย่างไรเราเคารพคำเราให้เกียรติคำ และทำให้ชุมชนนั้นเปิดใจที่จะเล่าทุกอย่างตั้งแต่เรื่องของบรรพบุรุษตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันทำให้บริษัทเราได้ข้อมูลที่เป๊ะได้ข้อมูลที่นำเสนอใจได้ข้อมูลที่เหมือนไม่มีใครก๊อปปี้มาได้หาจากกูเกิลไม่ได้ เราเขียนสด

Project producer: The company had worked on a community project before. Our first community-based project was agro-tourism, promoting cultural tourism in the Mekong community. For the community-based tourism project, the TAT looked for a company specialising in community tourism. The TAT has seen our previous tourist brochures before. We were selected because the TAT found that we can definitely access the

community. The accessibility that I mean is we can gain trust from the community by not taking advantage of them, nor taking them for granted. We gain trust by making them feel comfortable. We do not take our city dweller persona to the community villages. We show honour and respect for how they are, live, and dress. As a result, they were open-minded and told us ancestors' stories. They told us everything; we had exact and interesting information that could not be found from Google search. Consequently, we wrote new information from scratch.

Figure 74. Thai ST and English translation of interview question and answer of the Project producer concerning company's qualifications for the TAT.

Appendix 21

Content marketing

5. เพราะเหตุใด ททท. จึงมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน?

5. Why does the TAT have a strategic plan to promote CBT?

ททท.: อ้างอิงจาก ยุทธศาสตร์ชาติ ปีสิบปี ประเด็นการท่องเที่ยว พ.ศ 2561-2565 ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรม ดังนั้น การท่องเที่ยวชุมชน จึงถูกนำมาส่งเสริม และพัฒนาในมิติของการท่องเที่ยว ททท. ทำ PR marketing ทั้งนี้ททท.ไปทำในส่วนพัฒนาทางด้านกายภาพได้ไม่มากนัก เลยต้องใช้content marketing ในการทำการตลาด เวลาที่ททท. ทำงาน คือ คัดเลือกชุมชน ๆ การท่องเที่ยวชุมชนเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ (Nich Market) นำเสนอให้ตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะจุดสำคัญคือการคัดเลือก กิจกรรมที่น่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าที่ระลึก การคมนาคม ความสะอาด ความปลอดภัยเป็นต้น และเอาชุมชน มาจัดเป็นหมวด เป็น theme เป็น theme เขียน content เนื้อหาทางการตลาดขึ้นมาใหม่ เพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ที่ทางททท. ทำวิจัยไว้แล้ว

TAT: Thailand launched a 20-year strategic plan for tourism; the TAT plans to promote creative and cultural tourism between 2018-2022. Subsequently, the TAT promotes community-based tourism (CBT). The TAT is a governmental organisation which puts out public relations and marketing to promote tourism in Thailand. However, the TAT may not be able to physically develop the CBT villages that much. As a result, the TAT uses content marketing to promote the CBT villages. The TAT applies content marketing by using content to tell a story. It is a marketing tool to promote CBT (a niche

market) to meet the requirement of the intended tourists. The CBT villages are carefully selected. The first step is to choose communities that meet the TAT's criteria concerning people in the village, scenery, sanitary condition, facilities, safety, transportation and tourist activities. Then they are categorised and themed. Finally, the content for marketing will be written in Thai for these CBT villages to persuade Thai domestic tourists. The TAT conducted research on domestic tourists' behaviours before writing content.

Figure 75. The Thai ST and English translation of interview question and answer of the TAT concerning a marketing strategy to promote CBT in Thailand.

คำถามต่อเนื่อง: 3.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แจ้งวัตถุประสงค์ในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยว โดยชุมชนแก่บริษัทว่าอย่างไรบ้าง?

Follow-up interview question: 3. How did the TAT inform the company about the aims and objectives to translate the CBT brochures?

Project producer: อันนี้เป็นโจทย์ ททท ตั้งแต่ต้นอยู่แล้วอยากให้เราเล่าเรื่อง มาจากองค์กรเขาอยากให้เราเล่าเรื่อง มันเป็น content marketing ทททอยากให้เล่าความเป็นมาตั้งแต่แรกเริ่มมันเป็นยังไง แต่พอเราฟังเรื่องเล่ามันก็มาอยู่ที่เราแล้วไง ว่าเราจะเอามานำเสนออย่างไรทำให้การเล่าเรื่องจบแล้วมีความภูมิใจจบแล้วมีคุณค่าของเรื่องไม่ให้อบบแบบเศร้าหรือน่าสมเพช อยากให้ดูว่ามันรันหมดแต่สุดท้ายแล้วมันฟื้นฟูมากลับมาอย่างดีงาม เป็นเรื่องของความภูมิใจ ทททอยากให้มีการเล่าเรื่องสำหรับโครงการนี้แต่โครงการอื่นก็ไม่มี บางอันก็ไม่ดราม่า เช่นบ้านเชียง บางอันบางแหล่งก็ไม่มี

Project producer: The TAT instructed us to tell the story for the CBT project because it is content marketing. The TAT wanted us to tell the story of the CBT villages. The TAT wanted us to narrate the story from the beginning because readers should know the background of the CBT villages. We want to tell the audience that some CBT villages faced difficulty before gaining success so that the visitors see the value of the CBT villages. It is not just a visit. Tourists can access the village's soul, culture, and history. Once we know the story of the CBT villages, it depends on us how we will present it. The CBT village narratives have a successful ending with pride which creates story value, not ending with sadness. It is a pride story. Not all of these CBT brochures have an emotional and dramatic plot, such as Ban Chiang village.

Figure 76. Thai ST and English translation of interview question and answer of the Project producer concerning a marketing strategy to promote CBT in Thailand.

Appendix 22

Fieldwork to CBT Villages

36. ททท. มีวิธีการอย่างไรเพื่อให้ให้นักแปลเข้าถึงฐานข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 7 แห่งนี้เพื่อช่วยนักแปลได้อ่านข้อมูลและเข้าใจลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ก่อนที่จะเริ่มแปล?

36. How did the TAT assist the translators to access the information of these seven CBT villages before translating in order to help them understand the features of these CBT villages?

ททท.: เรามอบหมายให้บริษัทลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูล การถ่ายภาพ การหารือร่วมกับชุมชน ขอ อนุญาต ทุกอย่าง โดยที่กระบวนการนี้ต้องแจ้งให้ ททท. ทราบทุกกระบวนการ ททท. ประสานงาน ล่วงหน้าไปยังชุมชน ก่อนที่จะลงพื้นที่ หรือในบางโอกาสจะมีเจ้าหน้าที่ จาก ททท. ร่วมเดินทางไปด้วย เพื่อประสานงานและแนะนำผู้รับจ้าง ให้กับชุมชน ได้รู้จักอย่างเป็นทางการ ททท. อาจไม่มีจำนวน บุคลากรและเวลามากพอในการทำอะไรทั้งหมด เลยจำเป็นต้อง outsource บริษัททำ เพราะว่า ทำงานได้ง่ายขึ้นเร็วขึ้น อันนี้คือการท่องเที่ยวชุมชน ส่วนหนึ่งบุคลากรไม่พอ ใช้เวลานานจริงๆ บุคลากรก็ไม่มีพอ ครั้งแรกก่อนที่จะลงพื้นที่ ทางบุคลากรของ ททท. ทั้งจากส่วนกลางหรือพื้นที่ ต้อง ลงไป แนะนำ สร้างความรู้จัก ให้กับบริษัทและชุมชนได้รู้จักกัน เพื่อขออนุญาตอย่างเป็นทางการ เพื่อ ช่วยประชาสัมพันธ์หรือทำการการตลาด PR

TAT: The TAT assigned the company to make a field trip to the CBT villages because the company needed to collect information, take photos, discuss with the villagers and ask for their permission on everything related to them and the villages. The TAT has limited time and staff to produce the CBT brochures because this CBT project takes

time. Consequently, the TAT outsourced the company to facilitate the work process within time constraints. The TAT will inform the CBT gatekeepers earlier before the company's fieldwork. The TAT wants the company and the villagers to know each other. The TAT staff from the headquarter or the staff from a local office of the TAT will always assist the company to the CBT villages for a field trip. This was the first time when The TAT officially introduced the company to the villagers and asked their permission to ask for information and take photos for the public relations of the CBT village.

Figure 77. Thai and English translation of interview question and answer of the TAT concerning field trip to the CBT villages.

11. นักแปลได้รับข้อมูลและรายละเอียดของวัฒนธรรมท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผ้าหมักโคลน ดินเผาบ้านเชียง หรือเครื่องเบญจรงค์มาจากแหล่งความรู้ที่ใดบ้าง?

Interview question: 11. Where did the translators get detailed information about local culture and CBT products, such as mud-stained cloth, Ban Chiang pottery or Bencharong ware?

Project producer: ทุกคนที่ทำงานนี้ลงพื้นที่หมด ยกเว้นถ้านักแปลงานเยอะและชนกัน ก็จะไม่ได้ไป แต่จะอ่านจากข้อมูลภาษาไทย แต่นักเขียนภาษาไทยทุกคนต้องลงพื้นที่ แต่นักแปลถ้าลงได้ก็ลงหมด คือเราเป็นทีมใหญ่จะพาลงหมด สุดทำงานมันเจ๋งที่สุดงานจึงออกมาแบบดี บางทีงานเพิ่มเข้ามา เพราะเขาเห็นของจริง ถ้าโทรคุย ถ้ามีความขยันด้วย มันอาจเสียเงินเยอะแต่ไม่เห็น้อยตอนจบมาก เพราะเราซื้อความถูกต้องความสะดวกซื้อเวลาซื้อความรวดเร็วเพราะทำงานกับ ททท ทำท่องเที่ยว

ชุมชนนี้แค่สามเดือนเองนะทุกอย่าง และงานต้องมีคุณภาพด้วย เดินทางในสามเดือน รวมพิมพ์ ทำทุกอย่าง งาน art งานแปล แต่ถ้าเรา manage ดีๆ เราเข้าใจเนื้องาน เราจับต้นชนปลายบริหารงานดีๆ คุณภาพงานห้ามตก

Project producer: Everybody who worked on this project needed to do the fieldwork in ten CBT villages, including a Thai text writer and the translators. This field trip is necessary. Although the company has a large staff, everybody has to do the fieldwork in the CBT villages, including the translators. However, if the translators have a tight schedule and are very busy with the other project, they can skip the fieldwork. Ultimately, we will have good quality work and more information from seeing the real things. The field trip is quite pricey, but it is worth the work process when we have the accurate information for the CBT brochures. The correct information helps us to work faster and saves us time working on correcting mistakes from inaccurate information. We did not have much time because we needed to complete everything within three months for the CBT project, including fieldwork, writing Thai ST, English translation, artwork and publishing.

Figure 78. Thai ST and English translation of interview question and answer of the Project producer concerning a field trip to the CBT villages.

Appendix 23

Translators' qualification

31. ททท. กำหนดหรือระบุคุณสมบัติพิเศษอะไรบ้างของนักแปลในการแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยว
โดยชุมชน?

Interview question: 31. What qualifications does the TAT require from the CBT translators?

ททท.: โดยหลักการ ททท. ไม่ได้ มี การกำหนดหรือระบุคุณสมบัติ พิเศษสำหรับนักแปล โดยจะเลือก
ดูที่ประสบการณ์ในภาพรวม ผลงานที่ เคยทำมา พร้อมกับการคัดเลือกบริษัทที่มี คุณสมบัติ ครบถ้วน
ในการ สร้างสรรค์ เรื่องราว (Content) การจัดพิมพ์ การเรียบเรียง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
ททท. มอบหมายหน้าที่ในการคัดสรรนักแปลกับบริษัทผู้ผลิต Content ทั้งนี้ นักแปลจะต้องมี ความ
เชี่ยวชาญและการใช้ ภาษาท่องเที่ยว

TAT: The TAT focuses on previous work experiences; we look for a company that meets our requirement to create a story from content, including writing Thai text, English translation and publishing. The TAT commissioned and assigned the company to recruit the translators. The TAT does not require any specific qualifications from the translators. However, the translators for this project must have expertise in language for tourism.

Figure 79. Thai ST and English translation of interview question and answer of the TAT concerning a requirement of translators' qualifications.

1. คุณสมบัติข้อใดของนักแปลที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องการในการทำงานแปลโบรชัวร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน?

Interview question: 1. What qualification does the TAT require from the translators to translate the CBT brochures?

Project producer: เราเลือกนักแปลเพื่อให้ตอบโจทย์เกี่ยวกับสิ่งที่ ทททต้องการ คนแปลก็ต้องมีความซื่อสัตย์ honesty เป็นอันดับหนึ่งต้องมาก่อนว่าหนึ่งต้องซื่อสัตย์กับงานที่ตัวเองทำต้องซื่อสัตย์กับชุมชน ต้องซื่อสัตย์กับทุกสิ่งทุกอย่างบนโลกใบนี้ ต้องซื่อสัตย์กับข้อมูล และต้องเป็นนักแปลที่มีค่อนข้างมี creative writing ต้องมีลูกล่อลูกชนเพราะบางทีมันแปลตรงตัวไม่ได้ต้อง creative ต้องขยัน ใส่ใจ ประมาทแต่นี้ก็สุดยอดแล้ว นักแปล ไม่ได้จบการแปลแต่จบ เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ เราไม่สนใจปริญญา แต่ภาษาอังกฤษก็ต้องดี เราดูออก เจอมาเยอะจนรู้ว่าอันไหนแปลออกมาดี เอาประสบการณ์เป็นหลักไม่เอาคุณวุฒิเลย เอาประสบการณ์มาจากการที่แปลงานเก่ามาแล้ว หรือว่าความสนใจของเขา เราดูออก เจอมาเยอะจนรู้ว่าอันไหนแปลออกมาดี เจอมาเยอะการเป็นนักแปลสามารถบอกนิสัยได้เลย บอกได้หมด ด้วย ว่ารายละเอียด ใส่ใจแค่ไหน เรา จ้าง professional จ้างคนที่เก่งอยู่แล้ว เพราะอยากได้งานดี ไม่ได้จ้างเด็กเพิ่งจบใหม่เพราะว่าเรามีเวลาจำกัดแค่เก้าสิบวันจะมาใช้เด็กใหม่มาทำงานนี้ไม่ได้ แต่ถ้าเราได้ professional มาทำงานแล้วเราแทบจะไม่ได้แนะนำอะไรให้เค้าเลยเพราะเราบอกว่าเชื่อใจและมั่นใจว่าเขาจะทำได้ดี นักแปลทำงานมาเยอะ เขาเป็นมืออาชีพและแปลงานด้านวัฒนธรรมอยู่แล้วมีทุนเดิมอยู่แล้ว มีความรู้มากกว่าเรามาก นักแปลจะรู้ว่า ททท เอาอะไรไม่เอาอะไร ก็กลับมาที่เดิมว่าเขา มีประสบการณ์อยู่แล้ว คือเขาเป็น Professional เขาไม่ต้องเตรียมตัวมาก มันเป็นอัตโนมัติไปแล้ว เพราะเขามีทักษะอยู่แล้ว

Project producer: Our job is to select the translators who meet the TAT's requirements. The translators must have honesty which is the first quality. The translators must be honest with their job and the community. In addition, they must have creative writing techniques because the work is not a literal translation. They must be creative, diligent, and attentive. This qualification is more than enough. Our translators do not have degrees in translation, but they have degrees in economics and science. I do not focus on a specific degree because I look at their previous translation or interest. We do not require a degree in translation at all. However, they must have a good command of English. I can tell which translation is good because I have seen so many. The translation can display the translators' behaviour and exactly how much they pay attention to their work. I selected experienced translators to work on this CBT project. I do not recruit apprentice translators because I have limited time to teach them. These freelance translators are professionals who usually translate cultural work and have more knowledge about Thai culture and touristic content than I do. They know the TAT's requirements. I recruited professional translators because I can rely on them. I have no worries because they are knowledgeable about translation topics. They do not need to prepare much; they know by heart and are very skilful.

Figure 80. Thai ST and English translation of interview question and answer of the Project producer concerning requirement of translators' qualifications.

Appendix 24

CBT translation

คำถามต่อเนื่องของผู้ควบคุมการผลิตโบรชัวร์: คุณมีวิธีการเลือกหัวข้อการแปลด้านการท่องเที่ยวชุมชน ให้แก่นักแปลแต่ละคนอย่างไร?

Follow-up interview question with the project producer: How did you choose the CBT topic for each translator?

Project producer: เราใช้วิธีโทรหาทีละคนและพูดแบบเดียวกันเพราะว่าแต่ละคนหัวข้อต่างกัน ถึงแม้ว่าจุดประสงค์ในการแปล CBT เหมือนกันเช่น พี่แปลชุมชนนี้หัวข้อ เนื้อหามันเป็นแบบนี้ นะคือมัน customise จึงเลือกที่จะโทรคุย เราจะดูว่าอันนี้ถ้าเป็นเกี่ยวกับธรรมชาติ ก็ให้ A แต่ถ้าเป็นงานด้านวัฒนธรรมก็ให้ B และถ้าเป็นงาน general ก็ให้ C ทำก็จะดูว่าแต่ละคนมีสไตล์ ความชอบ ภูมิหลัง แต่ยังไงนักแปลทุกคนก็แปลได้หมดแล้ว แต่เราจะพิเศษนิดหนึ่งคือเรามองว่าคนไหนชอบลุย ชอบสนุก ชอบการแปลธรรมชาติ เขาก็จะมีความสุขในการทำงาน แปลออกมาได้เร็ว และเป็นศัพท์ที่เขาถนัดเขา ไม่ต้องไปเปิดหาคำศัพท์ใหม่ โดยที่ไม่ต้องไปเริ่มหาศัพท์ใหม่อีก put the right person for the right job

Project producer: I assigned the CBT brochures for each translator through a phone call. Each CBT brochure does not have the same focus and content. For example, if the content is about nature, I assign this content to translator A. On the other hand, if the content is related to cultural translation, I will give it to translator B. If the content is general, I give it to translator C. My decision is mainly based on their expertise, style, personal preference, and previous translation. However, they can translate any

content, but I am a bit more selective. I know each translator's expertise and preference quite well. When they work with the topic they like, they are happy with the job and get the work done quickly. This is because they are familiar with the vocabulary in their translation area and do not need to research the terminology. In addition, they have prior knowledge about the job. I think I put the right person for the right job.

Figure 81. Thai ST and English translation of interview question and answer of the Project producer concerning assignment of the CBT translation for the translators.

Appendix 25: Translation Advice

34. ททท. ให้คำแนะนำในการแปลแก่นักแปลก่อนการแปลโบรชัวร์ท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไรบ้าง?

Interview question: 34. How did the TAT instruct the translators before translating the CBT brochures?

ททท.: ส่วนที่ททท. แจกกับทางบริษัทคือ คำพูดบางอย่าง ที่อาจจะกระทบกับชุมชน ยกตัวอย่างเช่น หนังสืออาหารการกิน การแต่งกาย ทำไมกินอาหารดิบ หรือ ทำไมไม่ใส่เสื้อ อะไรพวกนี้ ก็พยายามเลี่ยงไม่ยากให้ไปโฟกัส เพราะว่า อาจจะกระทบกับชุมชน ททท. ไม่ให้ใช้ เพราะว่า ถ้าเป็น joke ของไทยแต่ถ้าแปลออกมาเป็นภาษาอังกฤษก็อาจจะทำให้ฝรั่งเข้าใจยาก อาจจะยาก เน้นสิ่งที่เราอารมณ์ใช้ภาพประกอบ เขียนให้เห็นภาพ ใช้คำที่ ดึงดูดใจ ภาษาไม่สุภาพตัดออกเลย ททท.: นักท่องเที่ยวต่างชาติมาไทย อยากให้พูดทับศัพท์ไปเลย เพราะว่าถ้าเขาบอกว่า 'Milletia Brandisiana Kurz Village' และไม่พูดว่าบ้านนาตันจัน คนท้องถิ่นก็จะไม่เข้าใจ แต่ถ้าเป็นบ้านนาตันจันก็จับใจเลย ทับศัพท์จะได้ไม่งง ไม่แปลชื่อเฉพาะ

TAT: The TAT informed the outsourced company to avoid some information which affects the CBT village's image. For example, local people eat undercooked meat or men who are shirtless. The TAT avoid using Thai jokes in the CBT brochures because they may be difficult for foreigners to understand their meaning in English. The TAT wants the texts to describe the pictures and be persuasive to arouse the audience. There must not be impolite language, and the proper names of the tourist places are transliterated but not translated. When the foreigners use transliteration, it is understood by local people. For example, if we translate 'Ban Na Ton Chan' in English as 'Milletia Brandisiana Kurz Village', local people do not understand English. On the other hand,

the transliteration 'Ban Na Ton Chan' is immediately understood and not confusing for local people.

Figure 82. Thai ST and English translation of interview question and answer of the TAT concerning the TAT's advice before translation.

คำถามต่อเนื่อง: คุณได้ให้คำแนะนำในการแปลแก่นักแปลขณะที่แปลโบรชัวร์ท่องเที่ยวโดยชุมชน
อย่างไรบ้าง?

Follow-up interview question: What advice did you give to the translators while translating?

Project producer: อันดับแรกคือไม่ขอแปลแบบตรงตัวให้เขียนขึ้นมาใหม่ตามเนื้อหาภาษาไทย เพราะเป็น content marketing มันมีความโยกย้าย ลดเพิ่ม ปรับคำได้ สองก็ขอกระชับไม่เวิ่นว้อ ยึด ย่อเพราะเนื้อหาที่เราจำกัดมาก requirement ต่างๆของ ทททคืออะไรเช่นการทับชื่อเฉพาะ แบบนี้ ตัวอักษรที่ใช้ transliterate ใช้ของราชบัณฑิตนะ เราพยายามใช้ศัพท์ที่ไม่ทำร้ายไม่ aggressive kill เรื่องนี้สำคัญนะคำศัพท์ที่ negative aggressive สองแง่สองง่ามเราจะเลี่ยงทั้งหมดเลย เราจะเลี่ยงหมดเลย ไม่มี negative สองแง่สองง่ามให้มันล่อ เชิงลบไม่เอาเลย ไม่ได้ให้คำแนะนำอะไรมาก ให้เอาไปทำส่งตรงเวลาพอคะ ด่วนๆๆ เร็วเสร็จยังไม่มีแนะนำอะไรทั้งสิ้น เขาเก่งอยู่แล้ว ให้เวลานักแปลเล่มละมากที่สุดไม่เกินห้าวัน นักแปลแต่ต้องการรู้ว่าโปรเจกเกี่ยวกับอะไร ความยาวแค่ไหน ส่งเมื่อไหร่แค่นั้น

Project producer: I first told the translators not to opt for literal translation. They can rewrite the original Thai text in English but rewriting in English must be based on the original Thai text. The Thai text can be adjusted, omitted or rewritten because it is a

translation of content marketing. Secondly, the English translation must be concise due to the space limitation. Furthermore, the other requirement from the TAT, such as the transliteration of the proper names in English, must be based on the Royal Society of Thailand, and negative, aggressive words and innuendos must be avoided. I do not give them much advice. I just assigned the job and asked them to submit it on time. I told them it was an urgent job and asked them to finish as quick as possible. They translated one CBT village brochure within five days maximum. They just need to know what the translation project is about, the length of translation and the due date.

Figure 83. Thai ST and English translation of interview question and answer of the Project producer concerning the Project producer's advice before translation.

Appendix 26

Proof-Reading and Editing

22. ผู้ตรวจทานการแปลฉบับภาษาอังกฤษให้แก่นักแปลใช้ภาษาแม่เป็นภาษาอะไร?

Interview question: 22. What is the mother language of the editor who proofread the English translation of the CBT brochures?

Project producer: เราใช้วิธีตรวจสอบโดยการอ่านแล้วดูว่าเราเข้าใจตรงกันไหมแล้วดูว่า editor อ่านแล้วเข้าใจไหมเป็น editot เป็นคนอังกฤษ อยู่เมืองไทยมานานสิบปีแล้ว แต่เขาไม่เข้าใจวัฒนธรรมไทยมากเท่าไร บางที editor ก็แนะนำว่าใช้แบบนี้ น่าจะดีกว่า ถ้า editor อ่านแล้วไม่เข้าใจ ก็แก้ภาษา ดูเนื้อหา สำนวน ดูหมดทุกสิ่งทุกอย่าง รวมหมดเลย บางอันไม่เข้าใจเขาก็ส่งมาถามยาวมาก และ editor ก็จะมีการปรับเปลี่ยนคำของนักแปลตามแบบฉบับภาษาอังกฤษของเขา

Project producer: I verified the translation by cross-checking with my company's editor to see whether our understanding of the meaning in the English translation is similar. Our editor is a native speaker of British English from the UK who has been in Thailand for a long time but does not entirely understand Thai culture. The editor sometimes did not understand the meaning of the English translation; consequently, the editor provided a new translation instead. In addition, the editor proofreads and edits English grammar, idioms and expressions, including changing word choices based on the editor's English style.

Figure 84. Thai ST and English translation of interview question and answer concerning the company's proofreading and editing after the translation.

46. ททท. มีขั้นตอนในการตรวจทานเนื้อหาการแปลโบรชัวร์เหล่านี้อย่างไร?

Interview question: 46. What is the TAT's proofreading and editing process for these CBT brochures?

ททท.: แม้ว่า ททท. ได้จัดจ้างบริษัทให้ผลิต คู่มือการท่องเที่ยวชุมชน แต่ททท. ก็ไม่ปล่อยให้บริษัททำงานแต่เพียงลำพัง การตรวจทาน ของททท. มีจำนวนสองขั้นตอนดังนี้ 1. ตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ 2. ให้ หน่วยงานภายใน ของ ททท. ที่รับผิดชอบการตรวจสอบภาษาอังกฤษว่าใช้ได้ถูกต้อง ตามหลักภาษาหรือไม่ คำแนะนำ จะเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้รับจ้าง ได้นำงานเข้ามาเสนอแก่ททท. ทราบ และททท. จะมีการแนะนำในประเด็นต่างๆ เช่น การใช้คำ การสื่อความหมาย ที่จะทำให้ชาวต่างชาติเข้าใจ ความ เหมาะสมของเนื้อหา ความครบถ้วนของข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูลเป็นต้น ฝ่ายที่ตรวจทานเป็นเจ้าหน้าที่คนหนึ่ง เป็น native speaker of English ชาวออสเตรเลีย คอยตรวจเนื้อหา เป็น ฝ่ายที่อยู่ไทยมานาน ซึ่งเข้าใจภาษาไทยพอสมควร เวลาให้ข้อมูล ไปก็ให้ ทางภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งเขาก็จะเอามาเทียบกัน บางครั้ง ก็มีงานภาษาต่างประเทศ ที่เป็น พนักงานของ ททท. ก็ให้กองงานภาษาต่างประเทศ ตรวจproofread งานด้วยอีกครั้งหนึ่ง คือจากหลายทาง คอยตรวจให้สำหรับ final process

TAT: Although the TAT commissioned the company to produce and publish the CBT brochures, the TAT did not completely leave the company to work alone. The TAT provided suggestions once to the company (whose job was also the translation) when the company handed in the pre-printing brochures. The TAT gave feedback and comments on word choices, understanding of communication for the international readership, and the appropriate and complete contents, including accurate information. The English translation was proofread and edited to correct grammar,

style and translation which did not make sense. The TAT employed an Australian native English speaker to proofread and edit the translation for the final process. This Australian editor has been in Thailand for a long time and understands the Thai language. The TAT gave the editor both the original Thai texts and the English translation. The editor can look at the Thai texts and compare them with the English translation. In addition, the TAT also has Thai staff from a division of Foreign Language who proofread the English translation. The TAT has several ways of proofreading. TAT's proofreading is the final process of the CBT brochures.

Figure 85. Thai ST and English translation of interview question and answer of the TAT concerning TAT's proofreading and editing of the pre-printing CBT brochures.

Appendix 27

TAT's Feedback on CBT brochures

คำถามต่อเนื่อง: ททท. ได้ให้คำแนะนำข้อเสนอแนะประเภทไหนบ้างหลังจากที่ได้ตรวจทานคู่มือการ
ท่องเที่ยวชุมชนแล้ว

Follow-up interview question: What kind of feedback did the TAT give on the CBT
brochures?

Project producer: ททท. ตรวจทานทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการ
ทำงานสุดท้ายของททท. ททท. ไม่ได้แนะนำให้ปรับเนื้อหา ซึ่ง editor ของททท. ปรับแก้ เป็นเกี่ยวกับ
พวกเครื่องหมายวรรคตอน เป็น writing style ที่ไม่ได้เกี่ยวกับเนื้อหาหรือสำนวนที่เราแปลผิดพลาด
หรืออะไร ส่วนใหญ่เป็นเรื่อง article a an the คอมมา ไม่ได้แก้ content ของโบรชัวร์

Project producer: The TAT proofread the Thai ST and the English translations. The final
proofreading is from the TAT. When the TAT returned the pre-printing CBT brochures
with feedback and comments to the company, the TAT did not provide comments on
translation meaning. However, they gave feedback on punctuations, articles and
writing style. They did not give feedback on the contents and translation idioms nor
mentioned that our translation was wrong.

**Figure 86. Thai ST and English translation of interview question and answer of
the Project producer concerning the TAT's feedback and comments on the
translation of the CBT brochures.**

Glossary

The definition of the terms at the alphabetically ordered entry for the terms used in this study.

Term	Definition
Addition	A length of lexical element was added to translate the Thai CSIs into the English TT.
Authenticity	The quality of being real is used in tourism promotion to persuade the tourists to experience the local people, culture and places of a tourism destination.
Borrowing	A transliteration of Thai CSIs by using Roman characters in the English TT helps non-Thai readership to pronounce them in Thai.
CBT	Community-based tourism is an alternative to sustainable tourism in Thailand, encouraging people to visit villages in rural areas.
Content Marketing	A marketing strategy used to promote the CBT villages through storytelling. The main content of each CBT village, such as a historical site, culture and products, is promoted through narratives.
Couplet	Term coined by Newmark (1988). A combination of two or more translation procedures that a translator uses to translate one CSI at a time.

CSI	A culture-specific item, coined by Aixelá (1996), is an item restricted to the source culture and has no exact translation into the target culture or target language.
DTS	A branch of Translation Studies, developed by Toury (1995, 2012), is based on a direct experience or observation rather than on theory. DTS aims to identify general characteristics of the translation phenomenon. DTS has three main foci: product-oriented DTS (see Product-oriented DTS), process-oriented DTS (see Process-oriented DTS) and function-oriented DTS (see Function-oriented DTS). The study of these three main foci can explain the connection between them.
Exoticism	The perception used in tourism promotion generally means being different and unique from other people, such as geography, food or culture. Specially, things come from foreign country.
Function-Oriented DTS	The investigation of the broader context of translation rather than text, such as a commissioner, a text user or intended audience.
Generalisation	A translation of CSI by using a superordinate in the English TT can include the meaning of the Thai ST CSI.
Interrelationship	The relationship or connection between product-oriented DTS, process-oriented DTS and function-oriented DTS. (see DTS)

Literal translation	A translation of each word separately by adhering closely to a basic lexical meaning rather than the interpretation from its context.
Office of the Royal Society of Thailand	The national academy is in charge of academic works of the governmental organisations in Thailand, such as research, publishing Thai references, prescribing transliteration of Thai words in Roman characters and other educational services.
Omission	Absence of ST element in the TT. In this thesis, the symbol Ø (Hatim and Munday 2019) refers to omission.
Otherness	The experience of being and feeling different in language, culture or way of life from one's own.
Process-Oriented DTS	The investigation of the translator's mind in order to discover decision-making while translating.
Product	A translated text.
Product-Oriented DTS	The examination of a translated text.
Rewriting	Four types of rewriting 1. Rewriting by using the words with related meaning 2. Rewriting by using the words with unrelated meaning 3. Rewriting two or more CSIs with one general meaning 4. Rewriting by toning down the language
Segment	The parts of the Thai ST and the English TT in which CSIs exist.

Semantic Shift	The meaning of the CSIs has changed when they are translated into a target text from specific and implicit to general and explicit.
ST Source Text	The primary or original text that a translator translates into another language.
Staged Authenticity	A tourist activity, performance, or show is created and prepared for tourists.
Storytelling	Narratives in CBT advertising. Descriptions of connected series of tourist activities, real people and products in the CBT villages.
TAT	The Tourism Authority of Thailand is a governmental organisation which promotes Thai tourism in domestic and worldwide markets.
Text-based Interview	The questions are sent via email to an interviewee who will provide the answers with written texts and send them back to the interviewer.
Translation Procedure	A translator uses a method or technique to translate one language to another.
Transliteration	The act or process of writing ST words using the TT alphabet in order to help the TT readers to pronounce the ST words.
TT Target Text	The translation of a primary or original source text, the translated text.

Workflow	The initial conception of the brochures and subsequent work from translation to publication and the decisions made during this process.
----------	---

References

- Abbas (2008) 'Thai gesture'. Available at: <https://0-www-jstor-org.catalogue.libraries.london.ac.uk/action/doBasicSearch?Query=Thai+gesture>.
- Adams, K. *et al.* (2015) 'Tourism discourse and medical tourists' motivations to travel', *Tourism Review*, 70(2), pp. 85–96. Available at: <https://doi.org/10.1108/TR-04-2014-0015>.
- Agorni, M. (2012a) 'Questions of mediation in the translation of tourist texts', *Altre Modernità*, 0(0), pp. 1–11. Available at: <https://doi.org/10.13130/2035-7680/1963>.
- Agorni, M. (2012b) 'Tourism communication: the translator's responsibility in the translation of cultural difference', *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(4), pp. 5–11. Available at: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.048>.
- Agorni, M. (2016) 'Tourism across languages and cultures: accessibility through translation', *Cultus: the Intercultural Journal of Mediation and Communication*. Edited by D. Katan and C. Spinzi, 2(9). Available at: https://www.cultusjournal.com/files/Archives/Cultus9_2016_2/Agorni_%20cultus%20_9_Volume_2_2016.pdf.
- Aixelá, J.F. (1996) 'Culture-specific items on translation', in R. Álvarez and M.C.-Á. Vidal (eds) *Translation, power, subversion*. Clevedon: Multilingual Matters Ltd, pp. 52–78.
- Ajtony, Z. (2015) 'Dilemmas of cultural mediation: a case study of tourism', *Acta Universitatis Sapientiae, Philologica*, 7(2). Available at: <https://doi.org/10.1515/ausp-2015-0046>.
- Alizadeh, A. (2011) 'Bridging cultures: tourism and the art of translation', in *International Proceedings of Economics Development & Research; 2011. 2011 International Conference on Social Science and Humanity*, Singapore: IACSIT Press, pp. 261–264. Available at: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/74744670/bridging-cultures-tourism-art-translation>.
- Alves, C. de O. (1997) 'An analysis of the translation of a study about the travel and tourism industry in Latin America', *Cadernos de Tradução*, 1(2), pp. 411–420. Available at: <https://doi.org/10.5007/%25x>.
- An, S., Kerr, G. and Jin, H.S. (2019) 'Recognizing Native Ads as Advertising: Attitudinal and Behavioral Consequences', *Journal of Consumer Affairs*, 53(4), pp. 1421–1442. Available at: <https://doi.org/10.1111/joca.12235>.
- Andereck, K.L. (2005) 'Evaluation of a tourist brochure', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18(2), pp. 1–13. Available at: https://doi.org/10.1300/J073v18n02_01.

Andereck, K.L. (2009) 'Tourists' perceptions of environmentally responsible innovations at tourism businesses', *Journal of Sustainable Tourism*, 17(4), pp. 489–499. Available at: <https://doi.org/10.1080/09669580802495790>.

Anderson, J. (2016) 'Strategies for strangeness: crime fiction, translation and the mediation of "national" cultures', *The Translator*, 22(2), pp. 221–231. Available at: <https://doi.org/10.1080/13556509.2016.1184881>.

Anderson, S.J. (2005) 'Emotions for sale: cigarette advertising and women's psychosocial needs', *Tobacco Control*, 14(2), pp. 127–135. Available at: <https://doi.org/10.1136/tc.2004.009076>.

Angelelli, Claudia. (2004) 'Revisiting the Interpreter's Role: a study of conference, court, and medical interpreters in Canada, Mexico, and the United States', in *Revisiting the interpreter's role: a study of conference, court, and medical interpreters in Canada, Mexico, and the United States*. Philadelphia : John Benjamins,. Available at: <https://0-ebookcentral-proquest-com.catalogue.libraries.london.ac.uk/lib/ulondon/detail.action?docID=623062#>.

Angelelli, C.V. (2006) 'Validating professional standards and codes: challenges and opportunities', *Interpreting. International Journal of Research and Practice in Interpreting*, pp. 175–193. Available at: <https://doi.org/10.1075/intp.8.2.04ang>.

Anna, N. *et al.* (2018) 'Pragmatics of translating tourism discourse texts', *SHS Web of Conferences*, 50. Available at: <https://doaj.org/article/66dab0684af34ba19a12c549678a794f>.

Archibald, M.M. (2016) 'Investigator triangulation: a collaborative strategy with potential for mixed Methods research', *Journal of Mixed Methods Research*, 10(3), pp. 228–250. Available at: <https://doi.org/10.1177/1558689815570092>.

Ardila, J.A.G. (2011) 'Meaning in Language. An Introduction to Semantics and Pragmatics', *Journal of Pragmatics*, 43(10), pp. 2670–2672. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.03.014>.

Armstrong, N. (2005) *Translation, linguistics, culture: a French-English handbook*. Edited by S. Bassnett and E. Gentzler. Clevedon [England]; Buffalo: Multilingual Matters (Topics in translation).

Baker, M. (2010) *Critical readings in translation studies*. London: Routledge.

Baker, M. (2011) *In other words: a coursebook on translation*. 2nd edn. Routledge, Taylor & Francis Group.

Baker, M. (2018) *In other words: a coursebook on translation*. 3rd edn. London: Routledge, Taylor & Francis Group.

Baker, M. and Malmkjær, K. (eds) (2001) *Routledge encyclopedia of translation studies*. 1st edn. London: Routledge.

Baker, M. and Saldanha, G. (2009) *Routledge encyclopedia of translation studies*. 2nd ed. London: Routledge.

Barron's Educational Series, Inc. (2009) 'Cream tea'.

Barry, J.M. (2015) *Social Content Marketing for Entrepreneurs*. New York, United States: Business Expert Press. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulondon/detail.action?docID=1911680>.

Bassano, C. *et al.* (2019) 'Storytelling about places: tourism marketing in the digital age', *Cities*, 87, pp. 10–20. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.025>.

Bassnett, S. (2002) *Translation studies*. 3rd edn.

Bassnett, S. (2004) 'Travelling and translating', *World Literature Written in English*, 40(2), pp. 66–76. Available at: <https://doi.org/10.1080/17449850408589391>.

Bassnett, S. (2011) *The translator as cross-cultural mediator*. Oxford University Press. Available at: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199239306.013.0008>.

Bastin, George.L. (2001) 'Adaptation', in M. Baker and K. Malmkjær (eds) *Routledge encyclopedia of translation studies*. 1st edn. London: Routledge, pp. 5–8.

Becken, S. (2005) 'The role of tourist icons for sustainable tourism', *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), pp. 21–30. Available at: <https://doi.org/10.1177/1356766705050840>.

Bergman, M. (2008) *Advances in mixed methods research*. 1 Oliver's Yard, 55 City Road, London EC1Y 1SP: SAGE Publications Ltd. Available at: <https://doi.org/10.4135/9780857024329>.

Bernardini, S. (2001) 'Think-aloud protocols in translation research: Achievements, limits, future prospects', *Target. International Journal of Translation Studies*, 13(2), pp. 241–263. Available at: <https://doi.org/10.1075/target.13.2.03ber>.

Bertills, Y. (2003) *Beyond identification: proper names in children's literature*. Åbo: Åbo Akademi University Press. Available at: <https://bibbild.abo.fi/ediss/2003/BertillsYvonne.pdf>.

Blackstock, K. (2005) 'A critical look at community-based tourism', *Community Development Journal*, 40(1), pp. 39–49. Available at: <https://doi.org/10.1093/cdj/bsi005>.

Boldrini, L. (2020) *Cream tea*. Available at: <https://www.gold.ac.uk/ecw/staff/l-boldrini/> (Accessed: 21 May 2021).

- Bonds, A.B. (2008) *Beijing opera costumes: the visual communication of character and culture*. Honolulu, UNITED STATES: University of Hawaii Press. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulondon/detail.action?docID=3413320>.
- Britannica (2020) *Encyclopædia*. Available at: <https://www.britannica.com/place/Ayutthaya-kingdom-Thailand> (Accessed: 9 September 2020).
- British library (2019) *Buddhism: origins, traditions and contemporary life*. Edited by J. Igunma and S. san May. London, UK. Available at: <https://www.amazon.co.uk/Buddhism-Origins-Traditions-Contemporary-Life/dp/0712352341> (Accessed: 7 January 2021).
- Brito, P.Q. and Pratas, J. (2015) 'Tourism brochures: linking message strategies, tactics and brand destination attributes', *Tourism Management*, 48, pp. 123–138. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.013>.
- Brummett, B. (2019) 'Techniques of close reading', in. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc, pp. 1–24. Available at: <https://doi.org/10.4135/9781071802595>.
- Bryman, A. (2012) *Social research methods*. 5th edn. OUP Oxford.
- Calkin, S. (2014) 'Mind the "gap year": a critical discourse analysis of volunteer tourism promotional material', *Global Discourse*, 4(1), pp. 30–43. Available at: <https://doi.org/10.1080/23269995.2013.855008>.
- Cambridge English Dictionary (2020) *Online vocabulary*. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/baguette> (Accessed: 23 April 2020).
- Campbell, L. (2020) 'Semantic change and lexical change', *Historical Linguistics*, p. 27.
- Candela, G. and Figini, P. (2012) *The economics of tourism destinations*. Heidelberg: Springer (Springer texts in business and economics).
- Cappelli, G. (2007) 'The translation of tourism-related websites and localization: problems and perspectives.', p. 23.
- Cappelli, G. (2013) 'Travelling words: languaging in English tourism discourse', in A. Yarrington, S. Villani, and J. Kelly (eds) *Travels and Translations*. Brill | Rodopi. Available at: https://doi.org/10.1163/9789401210164_022.
- Cesiri, D. (2016) 'Promoting Venice through digital travel guidebooks: a case study of texts written in English and Italian', 1(9), pp. 49–67.
- Cesiri, D. (2017) 'Representing Venice's local culture to international tourists: the use of the "languaging" technique in websites in English', *Annali di Ca' Foscari. Serie occidentale*, 51, pp. 195–216. Available at: <https://doi.org/10.14277/2499-1562/AnnOc-51-17-11>.

Chang, V.C.-Y. and Chen, I.-F. (2023) 'Translation directionality and the Inhibitory control model: a machine learning approach to an eye-tracking study', *Frontiers in Psychology*, 14, p. 1196910. Available at: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1196910>.

Chemin, M. and Mbiekop, F. (2015) 'Addressing child sex tourism: the Indian case', *European Journal of Political Economy*, 38, pp. 169–180. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2015.02.005>.

Chesterman, A. (2009) 'The name and nature of translator studies', *HERMES - Journal of Language and Communication in Business*, (42), pp. 13–22. Available at: <https://doi.org/10.7146/hjlc.v22i42.96844>.

Chesterman, A. (2017a) 'Beyond the particular (2004)', in *Reflections on Translation Theory: Selected Papers 1993 - 2014*. Amsterdam/Philadelphia, NETHERLANDS, THE: John Benjamins Publishing Company. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulondon/detail.action?docID=4841906> (Accessed: 16 August 2023).

Chesterman, A. (2017b) 'Problems with strategies (2005)', in *Reflections on Translation Theory: Selected Papers 1993 - 2014*. Amsterdam/Philadelphia, NETHERLANDS, THE: John Benjamins Publishing Company. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulondon/detail.action?docID=4841906> (Accessed: 16 August 2023).

Chunlei, X. (2019) 'Cross-culture in tourism English translation', *Education Research Frontier*, 9(3), pp. 106–109.

Cohen, E. (1987) 'Alternative tourism-a critique', *Tourism Recreation Research*, 12(2), pp. 13–18. Available at: <https://doi.org/10.1080/02508281.1987.11014508>.

Cohen, E. (2007) "'Authenticity" in tourism studies: après la Lutte', *Tourism Recreation Research*, 32(2), pp. 75–82. Available at: <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081279>.

Cohen, E. and Cooper, R.L. (1986) 'Language and tourism', *Annals of Tourism Research*, 13(4), pp. 533–563. Available at: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90002-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90002-2).

Cómitre Narváez, I. and Zambrana, J.M.V. (2014) 'How to translate culture-specific items: a case study of tourist promotion campaign by Turespaña', *The Journal of Specialised Translation* [Preprint], (21). Available at: http://www.jostrans.org/issue21/art_comitre.pdf.

Cooper, D. (1994) 'Portraits of paradise: themes and images of the tourist industry', *Southeast Asian Journal of Social Science*, 22, pp. 144–160.

- Creswell, J.W. (2014) *Research design: qualitative, quantitative & mixed methods approaches*. 5th edition, International student edition. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Cronin, M. (2000) *Across the lines: travel, language, translation*. Cork, Ireland: Cork University Press.
- Cronin, M. (2010) 'Knowing one's place: travel, difference and translation', *Translation Studies*, 3(3), pp. 334–348. Available at: <https://doi.org/10.1080/14781700.2010.496932>.
- Dann, G. (1996) *The language of tourism: a sociolinguistic perspective*. Wallingford, Oxon: Wallingford, Oxon: CAB International.
- Dann, G.M.S. (2000) 'Differentiating destinations in the language of tourism: harmless hype or promotional irresponsibility?', *Tourism Recreation Research*, 25(2), pp. 63–75. Available at: <https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014912>.
- Dann, G.M.S. (2001) 'Targeting seniors through the language of tourism', *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3–4), pp. 5–35. Available at: https://doi.org/10.1300/J150v08n03_02.
- De Marco, A. (2015) 'Are green-lipped mussels really green? Touring New Zealand food in translation', *The Translator*, 21(3), pp. 310–326. Available at: <https://doi.org/10.1080/13556509.2015.1103098>.
- DeCuir-Gunby, J.T., Marshall, P.L. and McCulloch, A.W. (2011) 'Developing and using a codebook for the analysis of interview data: an example from a professional development research project', *Field Methods*, 23(2), pp. 136–155. Available at: <https://doi.org/10.1177/1525822X10388468>.
- Dehejia, V. (1990) 'On modes of Visual narration in early Buddhist art', *The Art Bulletin*, 72(3), p. 374. Available at: <https://doi.org/10.2307/3045747>.
- Deighton, J., Romer, D. and McQueen, J. (1989) 'Using drama to persuade', *Journal of Consumer Research*, 16(3), pp. 335–343.
- Department of Local Administration (2015) *Local administration*. Available at: <http://www.dla.go.th/index.jsp> (Accessed: 27 August 2020).
- Department of Provincial Administration (2015) *Department of Provincial Administration*. Available at: https://www.dopa.go.th/main/web_index (Accessed: 15 August 2020).
- Dickins, J., Hervej, S.G.J. and Higgins, I. (2017) *Thinking Arabic translation: a course in translation method: Arabic to English*. Second edition. London; New York: Routledge.
- Doherty, S. (2018) 'Analysing variable relationship and time-cost data in eye-tracking studies of translation processes and products', in C. Walker and Federico M. Federici (eds)

Eye tracking and multidisciplinary studies on translation. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, pp. 71–94. Available at: <https://doi.org/10.1075/btl.143.03tei>.

Dumitrascu, E. and Maruntelu, L.-C. (2016) 'Discourse analysis of the multi-voiced tourist guide: discursive particularities of guided tours', *Ovidius University Annals: Economic Sciences Series*, (2), pp. 204–208.

Durán Muñoz, I. (2012) 'Analysing common mistakes in translations of tourist texts (Spanish, English and German)', *On Omázein*, 26, pp. 335–349.

Edelheim, J.R. (2007) 'Hidden messages: a polysemic reading of tourist brochures', *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), pp. 5–17. Available at: <https://doi.org/10.1177/1356766706071202>.

Fadeeva, Z. (2005) 'Translation of sustainability ideas in tourism networks: Some roles of cross-sectoral networks in change towards sustainable development', *Journal of Cleaner Production*, 13(2), pp. 175–189.

Federal Department of Home Affairs (2016) 'La pétanque, j'adore ça !', *Swiss confederation*, p. 75.

Fijo León, M.I. and Fuentes Luque, A. (2013) 'A Corpus-based approach to the compilation, analysis, and translation of rural tourism Terms', *Meta: Journal des traducteurs*, 58(1), p. 212. Available at: <https://doi.org/10.7202/1023817ar>.

Flusser, V. and Roth, N.A. (2014) *Gestures*. Minneapolis, UNITED STATES: University of Minnesota Press. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulondon/detail.action?docID=1701706>.

Francesconi, S. (2011) 'Images and writing in tourist brochures', *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(4), pp. 341–356. Available at: <https://doi.org/10.1080/14766825.2011.634914>.

Frias, C., Silva, C. and Seabra, C. (2020) 'The impact of storytelling on cultural tourists' motivations, authenticity and involvement', in F.D. Cravidão and N.P. dos Santos (eds) *Management of world heritage sites, cultural landscapes and sustainability*. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing, pp. 338–353. Available at: http://whelf-primo.hosted.exlibrisgroup.com/openurl/44WHELFLNW/44WHELFLNW_services_page?u.ignore_date_coverage=true&rft.mms_id=991056917202419.

Fuadi, C. (2016) 'Foreignization and domestication strategies in cultural term translation of tourism brochures', 6(2), pp. 171–188.

Fullerton, J. and Kendrick, A. (2017) 'Country reputation as a moderator of tourism advertising effectiveness', *Journal of Marketing Communications*, 23(3), pp. 260–272. Available at: <https://doi.org/10.1080/13527266.2014.973436>.

- Gardner, B. and Rebar, A.L. (2019) 'Habit formation and behavior change', in Gardner, B. and Rebar, A. L., *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*. Oxford University Press. Available at: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190236557.013.129>.
- Garzone, G. (2017) 'Food, culture, language and translation', *Journal of Multicultural Discourses*, 12(3), pp. 214–221. Available at: <https://doi.org/10.1080/17447143.2017.1364255>.
- Ghimire, K.B. (2001) *The native tourist: mass tourism within developing countries*. London: Earthscan Publications.
- Girčienė, J. (2017) 'New loanwords in Lithuanian tourism discourse', *Žmogus ir Žodis = People and the Word*, 19(1). Available at: <http://search.proquest.com/docview/2007679533/>.
- Goddard, A. (2002) *The language of advertising: written texts*. 2nd ed. London: Routledge (Intertext).
- Griffiths, P. (2006) *An introduction to English semantics and pragmatics*. Edinburgh: Edinburgh : Edinburgh University Press.
- Guiziou, M.-C.D. (2002) 'Tourism and translation: the case of brochures', *Revista de Linguas para Fines Especificos*, 9–10(Mar-Apr), pp. 59–73.
- Hall, C.M. and Lew, A.A. (1998) *Sustainable tourism : a geographical perspective*. Harlow: Addison Wesley Longman.
- Hatim, B. and Munday, J. (2019) *Translation: an advanced resource book*. Second edition. London; New York, NY: Routledge (Routledge applied linguistics).
- Hatton, M.J. et al. (1999) *Community-based tourism in the Asia-Pacific*. Toronto: School of Media Studies at Humber College.
- Hervey, S.G.J. and Higgins, I. (2002) *Thinking French translation a course in translation method*. 2nd edn. London; New York: Routledge. Available at: <https://www-taylorfrancis-com.gold.idm.oclc.org/books/9780203167120>.
- Hitchcock, M., King, V.T. (Victor T. and Parnwell, M. (1993) *Tourism in South-East Asia*. London: London: Routledge.
- Hogg, G., Liao, M.-H. and O'Gorman, K. (2014) 'Reading between the lines: Multidimensional translation in tourism consumption', *Tourism Management*, 42, pp. 157–164. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.005>.
- House, J. (2008) 'Beyond intervention: universals in translation?', *undefined* [Preprint]. Available at: </paper/Beyond-Intervention%3A-Universals-in-Translation-House/b338103dc183b4b0652abcadaf31cf8e44eb5e2c>.

Hulsbosch, M., Bedford, E. and Chaiklin, M. (2009) 'Asian material culture in context', in *Asian Material Culture*. Amsterdam, NETHERLANDS, THE: Amsterdam University Press, pp. 9–15. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulondon/detail.action?docID=474229>.

Hunt, S.D. (1976) 'Informational vs. persuasive advertising: an appraisal', *Journal of Advertising*, 5(3), pp. 5–8. Available at: <https://doi.org/10.1080/00913367.1976.10672644>.

Hvelplund, K.T. (2014) 'Eye tracking and the translation process: reflections on the analysis and interpretation of eye-tracking data', *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*, pp. 201–223. Available at: <https://doi.org/10.6035/MonTI.2014.ne1.6>.

Inggs, J. (2003) 'From Harry to Garri: strategies for the transfer of culture and ideology in Russian translations of two English fantasy stories', *Meta: journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal*, 48(1–2), pp. 285–297. Available at: <https://doi.org/10.7202/006975ar>.

Inghilleri, Moira. (2012) *Interpreting justice: ethics, politics, and language*. New York : Taylor & Francis Group.

Insight Guides (2019) *Insight guides India*, *eBooks.com*. Available at: <https://www.ebooks.com/en-gb/book/209766033/insight-guides-india-travel-guide-ebook/insight-guides/> (Accessed: 12 May 2020).

Irimiea, S. (2011) 'The language of tourism websites', *Studia Universitatis Babes-Bolyai, Geographia*, (2), p. 205.

Jafari, J. (2000) *Encyclopedia of tourism*. Routledge.

Jettmarová, Z., Piotrowska, M. and Zauberga, I. (1997) 'New advertising markets as target areas for translation', in M. Snell-Hornby, Z. Jettmarová, and K. Kaindl (eds) *Translation as intercultural communication: selected papers from the EST Congress, Prague 1995*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company (Benjamins Translation Library). Available at: <https://doi.org/10.1075/btl.20>.

Jones, J.Philip. (1998) *How advertising works: the role of research*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE.

Jory, P. (2002) 'The Vessantara Jataka, barami, and the Bodhisatta-kings: the origin and spread of a Thai concept of power', *Crossroads: An Interdisciplinary Journal of Southeast Asian Studies*, 16(2), pp. 36–78.

Juvonen, P. and Koptjevskaja-Tamm, M. (2016) *The lexical typology of semantic shifts*. Berlin/Boston, GERMANY: De Gruyter, Inc. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulondon/detail.action?docID=4644616>.

Katan, D. (2004) *Translating cultures: an introduction for translators, interpreters, and mediators*. 2nd ed. Manchester, UK ; Northampton, MA: St. Jerome Pub.

Katan, D. (2012) 'Translating the tourist gaze: from heritage and "culture" to actual encounter', *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(4), pp. 83–95. Available at: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.055>.

Katan, D. (2016a) 'Translating for outsider tourists: cultural informers do it better', 2(9), pp. 63–90.

Katan, D. (2016b) 'Translation at the cross-roads: time for the transcreational turn?', *Perspectives*, 24(3), pp. 365–381. Available at: <https://doi.org/10.1080/0907676X.2015.1016049>.

Katan, D. (2018) 'Defining culture, defining translation', in S.-A. Harding and O.C. Cortés (eds) *The Routledge Handbook of Translation and Culture*. 1st edn. New York, NY : Routledge, 2018. | Series: Routledge handbooks in translation and interpreting studies: Routledge, pp. 17–47. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315670898-2>.

Kelly, D. (1997) 'The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints', *TRANS. Revista de Traductología*, 0(2), pp. 33–42. Available at: <https://doi.org/10.24310/TRANS.1998.v0i2.2354>.

Kémenes, Á. (2015) 'Translation of Transylvanian culture-specific items into English', *Acta Universitatis Sapientiae, Philologica*, 7(2), pp. 35–45. Available at: <https://doi.org/10.1515/ausp-2015-0045>.

Kern, F.G. (2018) 'The trials and tribulations of applied triangulation: weighing different data sources', *Journal of Mixed Methods Research*, 12(2), pp. 166–181. Available at: <https://doi.org/10.1177/1558689816651032>.

Khantisaro, P.M. (2018) *A study of influence of Mahachat custom to Buddhists in Lamplaimas district, Buriram province*. Mahachulalongkornrajavidyalaya University.

Khlaikaew, K. (2014) 'The cultural tourism management under context of world heritage sites: stakeholders' opinions between Luang Prabang communities, Laos and Muang-kao communities, Sukhothai,Thailand', *Procedia Economics and Finance*, p. 10.

King, V.T. (2018) 'Tourism and Erik Cohen in Thailand: comparisons, impacts, mobilities and encounters', 14(2), pp. 1–38.

Kolar, T. and Zabkar, V. (2010) 'A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing?', *Tourism Management*, 31(5), pp. 652–664. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.010>.

Komninos, N. (2016) 'Intercultural communication in tourism promotion', *Cultus: the Intercultural Journal of Mediation and Communication*. Edited by D. Katan, 2(9). Available

at:

https://www.cultusjournal.com/files/Archives/Cultus9_2016_2/Agorni_%20cultus%20_9_Volume_2_2016.pdf.

Kontogeorgopoulos, N. (2004) 'Ecotourism and mass tourism in Southern Thailand: spatial interdependence, structural connections, and staged authenticity', *GeoJournal*, 61(1), pp. 1–11.

Konttinen, K., Veivo, O. and Salo, P. (2020) 'Translation students' conceptions of translation workflow in a simulated translation company environment', *The Interpreter and Translator Trainer*, 14(1), pp. 79–94. Available at: <https://doi.org/10.1080/1750399X.2019.1619218>.

Koops, T. *et al.* (2017) 'Child sex tourism – prevalence of and risk factors for its use in a German community sample', *BMC Public Health*, 17(1), p. 344. Available at: <https://doi.org/10.1186/s12889-017-4270-3>.

Kristensen, T. (2002) 'Localisation and tourist brochures', *Perspectives*, 10(3), pp. 193–205. Available at: <https://doi.org/10.1080/0907676X.2002.9961444>.

Lai, C.-J. and Chang, L.-Y. (2023) 'The effects of students' employment of translation principles and techniques on English-Chinese sight translation performance: an eye-tracking and interview study', *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), p. 100542. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100542>.

Lefevere, André. (1992) 'Translation, rewriting and the manipulation of literary fame', 1 January, pp. 0–0.

Leppihalme, R. (1997) *Culture bumps: an empirical approach to the translation of allusions*. Clevedon: Multilingual Matters (Book, Whole).

Leung, P. (2003) 'Child sex Tourism', *Tourism Recreation Research*, 28(2), pp. 83–87. Available at: <https://doi.org/10.1080/02508281.2003.11081407>.

Li, Q., Wu, R. and Ng, Y. (2022) 'Developing culturally effective strategies for Chinese to English geotourism translation by corpus-based interdisciplinary translation analysis', *Geoheritage*, 14(1), p. 6. Available at: <https://doi.org/10.1007/s12371-021-00616-1>.

LO, S. (2021) 'Translation approaches in rendering names of tourist sites', *International Journal of Comparative Literature & Translation Studies*, 9(1), pp. 31–47. Available at: <http://dx.doi.org/10.7575/aiac.ijclts.v.9n.1p.31>.

MacCannell, D. (1973) 'Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings', *American Journal of Sociology*, 79(3), pp. 589–603.

MacCannell, D. (1999) *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley, Calif.: Berkeley, Calif.

- MacCannell, D. (2001) 'Remarks on the commodification of cultures', in V.L. Smith and M. Brent (eds) *Hosts and guests revisited*, pp. 380–390. Available at: http://www.bisu.edu.cn/UploadFiles/General_UploadFiles/200811/20081103103936154.pdf.
- Magablih, K., Abulhaiha, L.A. and Saleh, M.A. (2010) 'Interpretation strategies used by Jordanian tourist guides to handle cultural specificity in tourism material', (1), p. 12.
- Maitland, S. (2015) 'Culture in translation: the case of British Pathé News', *Perspectives*, 23(4), pp. 570–585. Available at: <https://doi.org/10.1080/0907676X.2015.1056813>.
- Maitland, S. (2017) *What is cultural translation?* (Bloomsbury advances in translation).
- Maitland, S. (2019) 'Imagining otherness: on translation, harm and border logic', *The Translator*, pp. 1–14. Available at: <https://doi.org/10.1080/13556509.2019.1615690>.
- Malenkina, N. and Ivanov, S. (2018) 'A linguistic analysis of the official tourism websites of the seventeen Spanish Autonomous Communities', *Journal of Destination Marketing & Management* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.007>.
- Malmkjær, K. (2005) 'Mapping and approaching translation studies', pp. 17–42.
- Malmkjær, K. (2017) 'Semantics and translation', in K. Malmkjær (ed.) *The Routledge Handbook of Translation Studies and Linguistics*. 1st edn. Routledge, pp. 31–44. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315692845-3>.
- Marco, J. (2019) 'The translation of food-related culture-specific items in the Valencian corpus of translated literature (COVALT) corpus: a study of techniques and factors', *Perspectives*, 27(1), pp. 20–41. Available at: <https://doi.org/10.1080/0907676X.2018.1449228>.
- Mareck, M. (2014) 'Native advertising', *Research World*, 2014(45), pp. 23–25. Available at: <https://doi.org/10.1002/rwm3.20084>.
- Martín, M.C. and Phelan, M. (2009) 'Interpreters and cultural mediators – different but complementary roles'.
- Mei, X.Y., Hågensen, A.-M.S. and Kristiansen, H.S. (2020) 'Storytelling through experiencescape: creating unique stories and extraordinary experiences in farm tourism', *Tourism and Hospitality Research*, 20(1), pp. 93–104. Available at: <https://doi.org/10.1177/1467358418813410>.
- Meister, L. (2018) 'On methodology: how mixed methods research can contribute to translation studies', *Translation Studies*, 11(1), pp. 66–83. Available at: <https://doi.org/10.1080/14781700.2017.1374206>.

- Merkaj, L. (2015) 'Translation of tourism texts with argumentative and persuasive techniques', *Translation Studies*. Edited by E. Croitoru and M. Neagu, 16, p. 76.
- Merkaj, L., Croitoru, E. and Neagu, M. (2015) 'Translation of tourism texts with argumentative and persuasive techniques', *Translation Studies*, 16, p. 76.
- Merriam-Webster (2020) *habit, online dictionary*. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/habit>.
- Middleton, V.T.C. (1988) *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Oxford : Heinemann Professional.
- Mihalic, T. (2016) 'Sustainable-responsible tourism discourse – towards “responsustable” tourism', *Journal of Cleaner Production*, 111, pp. 461–470. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>.
- Min-Hsiu, L. (2018) 'Tourism translation', in C. Sin-wai (ed.) *An Encyclopedia of Practical Translation and Interpreting*. Chinese University Press, pp. 271–296. Available at: <https://www.jstor.org/stable/j.ctvbtzp7q.11>.
- Ministry of Public Health (2020) *Thai traditional medicine*. Available at: <https://www.fda.moph.go.th/sites/drug/Shared%20Documents/Manuals/guideline-registration-Traditional-Medicine.pdf> (Accessed: 25 September 2020).
- Ministry of Thai Culture (2015) *Bai Sri: a ritual item for ceremony*. Available at: https://www.m-culture.go.th/young_th/article_view.php?nid=367.
- Molina, L. and Hurtado Albir, A. (2002) 'Translation techniques revisited: a dynamic and functionalist approach', *Meta : Journal des traducteurs / Meta : Translators' Journal*, 47(4), pp. 498–512. Available at: <https://doi.org/10.7202/008033ar>.
- Moorkens, J. (2018) 'Eye-tracking as a measure of cognitive effort for post-editing of machine translation', in C. Walker and Federico M. Federici (eds) *Eye tracking and multidisciplinary studies on translation*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, pp. 55–70. Available at: <https://doi.org/10.1075/btl.143.03tei>.
- de Muijnck, W. (2010) 'Valuation by behaviour', *Philosophical Explorations*, 13(2), pp. 141–155. Available at: <https://doi.org/10.1080/13869791003764054>.
- Müller, C. et al. (2013) *Body - language - communication: an international handbook on multimodality in human interaction*. Berlin/Boston, GERMANY: De Gruyter, Inc. Available at: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulondon/detail.action?docID=1498688>.
- Munday, J. (2001) *Introducing translation studies: theories and applications*. London; New York: Routledge.

- Munday, J. (2004) 'Advertising: some challenges to translation theory', *The Translator*, 10(2), pp. 199–219. Available at: <https://doi.org/10.1080/13556509.2004.10799177>.
- Munday, J. (2009a) 'The concept of the interpersonal in translation', p. 13.
- Munday, J. (2009b) *The Routledge companion to translation studies*. New York: Routledge.
- Munday, J. (2016) *Introducing translation studies: theories and applications*. Fourth Edition. Abingdon, Oxon: Routledge. Available at: <http://www.vlebooks.com/vleweb/product/openreader?id=Goldsmiths&isbn=9781317431404>.
- Muñoz Gómez, E. (2020) 'Non-professional translation in an Irish business setting: Considerations for global theory and national policy', *Translation Studies*, 13(2), pp. 197–215. Available at: <https://doi.org/10.1080/14781700.2020.1745678>.
- Muñoz, I.D. (2012) 'Analysing common mistakes in translations of tourist texts (Spanish, English and German)', *Onomázein*, (26), pp. 335–349.
- Napu, N. (2016) 'Translating tourism promotional texts: translation quality and its relationship to the commissioning process'. Edited by D. Katan and C. Spinzi, 2(9). Available at: <http://www.cultusjournal.com/index.php/current-issue>.
- Napu, N. and Pakaya, U. (2021) 'Examining translation problems in Indonesian tourism brochures: a case from Gorontalo', *Premise: Journal of English Education and Applied Linguistics*, 10(1), pp. 65–77. Available at: <https://doi.org/10.24127/pj.v10i1.3104>.
- Nawawan, P. (2015) 'Thai dictionary "Klang Kham"'. Bangkok, Thailand: Amarin Printing and Publishing.
- Nejad, A.P. and Khorian, H. (2019) 'Exploring strategies used by Costello in rendering cultural elements while translating "The Blind Owl"', *International Journal of English Language and Translation Studies*, 7(1), pp. 99–106.
- Neshkovska, S. and Kitanovska-Kimovska, S. (2018) 'Translating culture', *HORIZONS.A*, 22, pp. 165–174. Available at: <https://doi.org/10.20544/HORIZONS.A.22.1.18.P14>.
- Newmark, P. (1988) *A textbook of translation*. Harlow: Longman.
- Ng, S. (2015) 'Gendered by design: Qipao and society 1911-1949', *Costume*, 49(1), pp. 55–74. Available at: <https://doi.org/10.1179/0590887614Z.00000000063>.
- Nielsen, J.H., Shapiro, S.A. and Mason, C.H. (2010) 'Emotionality and semantic onsets: exploring orienting attention responses in advertising', *Journal of Marketing Research*, 47(6), pp. 1138–1150. Available at: <https://doi.org/10.1509/jmkr.47.6.1138>.

- Nilnoppakun, A. and Ampavat, K. (2016) 'Is Pai a sustainable tourism destination?', *Procedia Economics and Finance*, 39, pp. 262–269. Available at: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30322-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30322-7).
- O'Brien, S. (2009) 'Eye tracking in translation process research: methodological challenges and solutions', in A.L. Jakobsen, I.M. Mees, and I.M. Mees (eds) *Methodology, technology and innovation in translation process research: a tribute to Arnt Lykke Jakobsen*. Frederiksberg: Samfundslitteratur (Copenhagen studies in language, 38).
- O'Connell, D., Julia (2005) *Children in the global sex trade*. Cambridge: Cambridge: Polity.
- Olalla-Soler, C. (2019) 'Using translation strategies to solve cultural translation problems. Differences between students and professional translators', *Perspectives*, 27(3), pp. 367–388. Available at: <https://doi.org/10.1080/0907676X.2018.1549574>.
- Olohan, M. and Davitti, E. (2017) 'Dynamics of Trusting in translation project management: leaps of faith and balancing acts', *Journal of Contemporary Ethnography*, 46(4), pp. 391–416. Available at: <https://doi.org/10.1177/0891241615603449>.
- Olsen, K. (2008) 'The Maori of tourist brochures representing indigenoussness', *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(3), pp. 161–184. Available at: <https://doi.org/10.1080/14766820802553152>.
- Öztemel, F. and Kurt, M. (2017) 'Transmission of cultural specific items into English translation of "Dear Shameless Death" by Latife Tekin', *ERIC International Journal of Languages' Education and Teaching*, 5(1), p. 302.
- Pâcleanu, A.-M. (2013) 'Communist censorship and the political element(s) in the Romanian variants of the plumed serpent', *Translation Studies*. Edited by E. Croitoru and M. Neagu, 16, pp. 84–91.
- Paül i Agustí, D. (2018) 'Characterizing the location of tourist images in cities. differences in user-generated images (Instagram), official tourist brochures and travel guides', *Annals of Tourism Research*, 73, pp. 103–115. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.001>.
- Petrušionė, L. (2012) 'Translation of culture-specific Items from English into Lithuanian: the case of Joanne Harris's Novels', *Studies About Languages*, 0(21), p. 49. Available at: <https://doi.org/10.5755/j01.sal.0.21.2305>.
- Plaza-Lara, C. (2022) 'Competences of translation project managers from the academic perspective: analysis of EMT programmes', *The Interpreter and Translator Trainer*, 16(2), pp. 203–223. Available at: <https://doi.org/10.1080/1750399X.2021.1987085>.
- Pons, P.O., Crang, M. and Travlou, P. (2009) *Cultures of mass tourism: doing the Mediterranean in the age of banal mobilities*. Farnham, Surrey: Farnham, Surrey.

- Pookaiyudom, G. (2013) 'The integrated learning of community-based tourism in Thailand', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 106, pp. 2890–2898. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.334>.
- Poon, A. (1993) *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford: Wallingford: CAB International.
- Praphutthakosajarn (2015) 'Dhamma', *Dhamma*. Available at: <https://www.payutto.net/book/> (Accessed: 27 August 2020).
- Praprom Kunakhorn (2003) 'Thai-English Buddhist dictionary'. Available at: <https://www.tipitaka.org/thai/Dhamma2.pdf> (Accessed: 27 August 2020).
- Princeton University Press (2013) 'The Princeton dictionary of Buddhism'.
- Pritchard, A. and Morgan, N. (1998) *Tourism promotion and power: creating images, creating identities*. Chichester: Chichester.
- Pulizzi, J. (2014) *Epic content marketing: how to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Pym, A. (2010) *Exploring translation theories*. 2nd edn. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315857633>.
- Rāhula, W. (1972) *What the Buddha taught*. Oxford: Oneworld. Available at: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/exeter/detail.action?docID=1824347>.
- Rezaei, M. and Kuhi, D. (2014) 'Strategies employed in translation of tourist guidebooks culture-specific items from Persian into English', *Theory and Practice in Language Studies; London*, 4(4), pp. 750–757.
- Robinson, D. (1998) 'Literal approaches', in M. Baker and G. Saldanha (eds) *Routledge encyclopedia of translation studies*. 2nd ed. London: Routledge, pp. 125–127.
- Royal Society of Thailand (2020) *Dictionary of the royal society of Thailand*. Available at: <https://dictionary.apps.royin.go.th/>.
- Saldaña, J. (2009) *The coding manual for qualitative researchers*. Los Angeles, Calif: Sage.
- Saldanha, G. (2018) 'Literary tourism: Brazilian literature through anglophone lenses', *Translation Studies*, 11(3), pp. 245–260. Available at: <https://doi.org/10.1080/14781700.2018.1434086>.
- Saldanha, G. and O'Brien, S. (2014) *Research methodologies in translation studies*. London: Routledge.

Salim, M.A.B., Ibrahim, N.A.B. and Hassan, H. (2012) 'Language for tourism: a review of literature', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 66, pp. 136–143. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.255>.

Salkind, N. (2010) *Encyclopedia of Research Design*. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 United States: SAGE Publications, Inc. Available at: <https://doi.org/10.4135/9781412961288>.

Shepherd, R. (2002) 'Commodification, culture and tourism', *Tourist Studies*, 2(2), pp. 183–201. Available at: <https://doi.org/10.1177/146879702761936653>.

Sin, H.L. and Minca, C. (2014) 'Touring responsibility: The trouble with "going local" in community-based tourism in Thailand', *Geoforum*, 51, pp. 96–106. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.10.004>.

Smith, V. and Klein-Braley, C. (1997) 'Advertising-a five-stage strategy for translation', p. 22.

Snell-Hornby, M. (2006) *The turns of translation studies: new paradigms or shifting viewpoints?* Amsterdam; Philadelphia: J. Benjamins Pub (Benjamins translation library, v. 66).

Sriudon, S. (2017) *Bai Sri from fresh flowers*. Available at: <https://www.naiin.com/product/detail/221778>.

Sroyetch, S. (2016) 'The mutual gaze: Host and guest perceptions of socio-cultural impacts of backpacker tourism: A case study of the Yasawa Islands, Fiji', *Journal of Marine and Island Cultures*, 5(2), pp. 133–144. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.imic.2016.09.004>.

Sulaiman, M.Z. (2014a) 'Translating the style of tourism promotional discourse: a cross cultural journey into stylescapes', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 118, pp. 503–510. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.069>.

Sulaiman, M.Z. (2014b) 'Translating urban tourist icons across cultures: An english-malay perspective', in. Available at: <https://doi.org/10.17576/GEMA-2014-1403-10>.

Sulaiman, M.Z. (2016) 'The misunderstood concept of translation in tourism promotion', *The International Journal of Translation and Interpreting Research*, 8(1), pp. 53–68. Available at: <https://doi.org/10.12807/ti.108201.2016.a04>.

Sulaiman, M.Z. and Wilson, R. (2018) 'Translating tourism promotional materials: a cultural-conceptual model', *Perspectives*, pp. 1–17. Available at: <https://doi.org/10.1080/0907676X.2018.1437193>.

Sulaiman, M.Z. and Wilson, R. (2019) *Translation and tourism: strategies for effective cross-cultural promotion*. Singapore: Springer Singapore. Available at: <https://doi.org/10.1007/978-981-13-6343-6>.

TAT (2014) *Tourism product*. Available at: <https://tourismproduct.tourismthailand.org/en> (Accessed: 19 July 2021).

Teixeira, C.S.C. and O'Brien, S. (2018) 'Chapter 3. Overcoming methodological challenges of eye tracking in the translation workplace', in C. Walker and F.M. Federici (eds) *Eye tracking and multidisciplinary studies on translation*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, pp. 33–54. Available at: <https://doi.org/10.1075/btl.143.03tei>.

Tellis, G.J. (2004) *Effective advertising: understanding when, how, and why advertising works*. Thousand Oaks, Calif; London; SAGE (Book, Whole).

Tepelus, C.M. (2008) 'Social responsibility and innovation on trafficking and child sex tourism: morphing of practice into sustainable tourism policies?', *Tourism and Hospitality Research*, 8(2), pp. 98–115.

Terestyényi, E. (2011) 'Translating culture-specific items in tourism brochures', *SKASE Journal of Translation and Interpretation*, 5(2), pp. 13–22.

The Austrian Red Cross (2022) *Thailand Maps: ecoi.net*. Available at: <https://www.ecoi.net/en/countries/thailand/maps/?page=3> (Accessed: 25 January 2022).

The Buddhist Faith National Office (2009) *Monastic area in Thailand*. Available at: http://sta.onab.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=337&Itemid=348.

The Sangha Supreme Council of Thailand (2020) *The Sangha Supreme Council of Thailand*. Available at: <http://mahathera.onab.go.th/index.php?url=about>.

Thomas, G. (2017) *How to do your research project: a guide for students*. Third edition.. Los Angeles : SAGE.

Torresi, Ira. (2010) *Translating promotional and advertising texts*. Manchester; Kinderhook, NY: St. Jerome Pub. Available at: https://www.jostrans.org/issue14/rev_torresi.pdf.

Tourism Alliance (2019) *UK tourism statistics 2019*. Available at: https://www.tourismalliance.com/downloads/TA_408_435.pdf.

Tourism Authority of Thailand (2018) 'E-Brochure'. Available at: <https://www.tourismthailand.org/>.

Tourism Authority of Thailand (2019) *TAT Strategic Plan 2019-2021*. Available at: https://api.tat.or.th/upload/policy_market_plan/live.

Tourism Authority of Thailand (2020) 'TAT Review Magazine', *TAT Review Magazine*. Available at: <https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-direction-2020/>.

Toury, G. (1995) *Descriptive translation studies and beyond*. Revised edition. Amsterdam: John Benjamins.

Toury, G. (2012) *Descriptive translation studies and beyond*. John Benjamins.

Tseng, M.-L. *et al.* (2018) 'Assessing sustainable tourism in Vietnam: a hierarchical structure approach', *Journal of Cleaner Production*, 195, pp. 406–417. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.198>.

Turzynski-Azimi, A. (2020) 'Constructing the image of Japan as a tourist destination: translation procedures for culture-specific items', *Perspectives*, pp. 1–19. Available at: <https://doi.org/10.1080/0907676X.2020.1758734>.

Urry, J. and Larsen, J. (2011) *The tourist gaze 3.0*. 3rd ed. Los Angeles ; London: SAGE.

Valdeon, R. (2009) 'Translating informative and persuasive texts', *Perspectives-studies in Translatology*, 17, pp. 77–81. Available at: <https://doi.org/10.1080/09076760903122611>.

Valérie, Z. (2009) 'La tour octogonale du Wat Mahathat à Ayuthya : un témoin des liens entre Ayuthya et le Lan Na et d'un courant de dévotion à Metteyya ?', *Arts Asiatiques*, 64, pp. 57–77.

Vallabhaneni, M.R. (2015) 'Indian caste system: historical and psychoanalytic views', *The American Journal of Psychoanalysis*, 75(4), pp. 361–381. Available at: <https://doi.org/10.1057/ajp.2015.42>.

Venuti, L. (1995) *The translator's invisibility : a history of translation*. London: London: Routledge.

Venuti, L. (2000) *The translation studies reader*. Edited by L. Venuti. Available at: www.dawsonera.com.

Vermeer, H. (2008) 'Is translation a linguistic or a cultural process?', p. 11.

Vermeer, H.J. (1994) *Translation today: old and new problems*. Translation Studies: An Interdiscipline: Selected papers from the Translation Studies Congress, Vienna, 1992. Edited by M. Snell-Hornby, F. Pöchhacker, and K. Kaindl. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company (Benjamins Translation Library). Available at: <https://doi.org/10.1075/btl.2>.

Vinay, J.-P. and Darbelnet, J. (1995) *Comparative Stylistics of French and English: A methodology for translation*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company (Benjamins Translation Library). Available at: <https://doi.org/10.1075/btl.11>.

Walker, C. (2018) 'Chapter 1. Introduction', in C. Walker and F.M. Federici (eds) *Eye tracking and multidisciplinary studies on translation*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.1075/btl.143.01wal>.

Wall, A. and Spinuzzi, C. (2018) 'The art of selling-without-selling: understanding the genre ecologies of content marketing', *Technical Communication Quarterly*, 27(2), pp. 137–160. Available at: <https://doi.org/10.1080/10572252.2018.1425483>.

Walsh, J. (2016) 'World history: a comprehensive reference set'.

Wang, Y. (2017) 'A study on Chinese-English translation of red tourism texts', *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science*, 0(eiem). Available at: <https://doi.org/10.12783/dtssehs/eiem2017/16070>.

Watts, S. (2014) 'User skills for qualitative analysis: perspective, interpretation and the delivery of impact', *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), pp. 1–14. Available at: <https://doi.org/10.1080/14780887.2013.776156>.

Whitney-Squire, K. (2016) 'Sustaining local language relationships through indigenous community-based tourism initiatives', *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8–9), pp. 1156–1176. Available at: <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1091466>.

World Travel and Tourism Council (2019) *One in five Thai baht spent is in Travel and Tourism according to new WTTC research*, WTTC. Available at: <https://www.wttc.org>.

Young, M. (1999) 'The Social Construction of Tourist Places', *Australian Geographer*, 30(3), pp. 373–389. Available at: <https://doi.org/10.1080/00049189993648>.

Zahrawi, S.Z. (2018) 'Maintaining cultural identity in translated literary texts: strategies of translating culture-specific items in two Arabic plays', *AWEJ for Translation & Literary Studies*, 2(2), pp. 2–16. Available at: <http://dx.doi.org/10.24093/awejtls/vol2no2.1>.

Zhang, B. (2012) 'On Chinese-English translation of culture-loaded tourism publicities: a perspective of cultural manipulation theory', *Theory and Practice in Language Studies; London*, 2(11), pp. 2342–2348.