

จากวรรณกรรมคลาสสิกสู่หนังสือขายดี : การผลิตสามก๊กให้เป็น
สินค้าหลังปี 2540

从中国经典到泰国畅销书：1997 年后泰国
《三国演义》书籍的商品化

From Chinese classic to Thai best sellers:

The Commondification of the Romance of Three
Kingdoms (Samkok) in post-1997 Thailand

ยศไกร ส.ตันสกุล¹

บทคัดย่อ: บทความนี้ มุ่งศึกษาวัฒนธรรมการผลิตใหม่ของหนังสือด้วยบริบททางสังคม โดย
ยกกรณีศึกษาเรื่อง “สามก๊ก” การผลิตใหม่จากวรรณกรรมคลาสสิกสู่หนังสือขายดี หลังจาก
วิกฤติเศรษฐกิจ “ต้มยำกุ้ง” และการคอร์ปชั่นทางการเมืองในปี พ.ศ.2540 โดยวิธีการสำรวจ
ตลาดหนังสือที่เกี่ยวข้อง และความสัมพันธ์ระหว่างบริบทของสังคมกับ นักเขียน นักอ่าน และ
ผู้ผลิต และศึกษาจากตัวอย่างของสามก๊กสองฉบับที่ขายดีและมีชื่อเสียงมาก ซึ่งได้ตีแผ่
ความคิดของชนชั้นนำไทยสองกลุ่ม ได้แก่ เจ้าสัว และ ขุนศึก ให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย
นั่นคือ “สามก๊กฉบับนักบริหาร” หนังสือคู่มือที่มีชื่อเสียงมาก และ “สามก๊กฉบับคนขาย
ชาติ” หนังสือเสียดสีการเมืองไทย งานทั้งสองฉบับนี้เป็นผลจากการนำชุดความรู้และภูมิ
ปัญญาจีนในสามก๊กมาผลิตใหม่สู่หนังสือขายดี ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สามก๊กเป็น
วรรณกรรมคลาสสิกเพียงเรื่องเดียวในสังคมไทยที่ประสบความสำเร็จในการผลิตใหม่สู่หนังสือ

¹ ยศไกร ส.ตันสกุล นักศึกษาปริญญาโทภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Yosakrai S.tansakul, 泰国法政大学历史系硕士研究生。

Yosakrai S.tansakul, M.A. Candidate in History Department, Faculty of Liberal Arts, Thammasart University, Thailand

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

ขายดีด้วยกระแสนิยม “บุรพาทิวัฒน์” ในฐานะภูมิปัญญาจีนหรือชุดความรู้ที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนอ่านเพื่อแก้ไขปัญหาและเป็นวิธีสู่การประสบความสำเร็จในชีวิตได้ และยังได้สร้างแบรนด์สินค้าของตนเองเพื่อการสร้างกลุ่มนักเขียนและนักอ่านสืบทอดต่อไปได้ด้วย

คำสำคัญ: สามก๊ก ผลิตให้เป็นสินค้า หนังสือขายดี ชุดความรู้ บุรพาทิวัฒน์

摘要: 本文试图对中国经典小说《三国演义》在泰国的商品化，尤其是它在 1997 年泰国经济危机后的生产和消费加以讨论。自 19 世纪《三国》在泰出版以来，一直深受泰国读者的欢迎，而且事实上《三国》还成为泰国商人和政治人物获取知识的一种来源。1997 年经济危机以后，“东方化”的概念流行，强调东方的知识和价值，并成为被广泛讨论的话题。本文指出 1997 年的经济危机促成了中国经典书籍，特别是《三国》在泰国的生产和消费。这从当两本《三国》泰文书籍的畅销可知，其中一本是《管理经商的三国》，讲三国与商业运作，一本是《卖国贼的三国》，用三国来进行政治讽刺。这两本书都是从三国的故事主线发展出来的，同时又有自己特殊的目的，它们都将中国经典小说三国商品化，成为一种现成的可以实践的知识。

关键词: 《三国演义》；商品化；畅销书；知识；东方化

Abstract: This article attempts to examine the commodification of the Chinese classic “The Romance of the Three Kingdoms,” or *Samkok* in Thai, with particular focus on the production and consumption of Thai best sellers on *Samkok* after the economic crisis in 1997. It demonstrates that although circulated in Thai society since the nineteenth century, *Samkok* has never lost

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พฤษภาคม 2557

it popularity among Thai readers. In fact, *Samkok* has become a source of knowledge for Thai entrepreneurs and politicians, or what Craig J. Reynolds called, “Tycoons” and “Warlords”. After the economic crisis in 1997, the idea of “Orientalization” that emphasizes knowledge and value of the East has become a matter of much discussion. Therefore, this article argues that the economic crisis in 1997 gives rise to the popularity of production and consumption of books that stem from Chinese classics, especially *Samkok*. This can be seen from the case of study of two Thai best sellers: “*Samkok* for the executives”—a popular how-to business book, and “*Samkok* for the traitors”—a famous political parody book. Both are developed from the storyline of *Samkok* with specific purposes, which commodify the Chinese classic *Samkok* into Thai best sellers for being a source of ready-made knowledge.

Keywords: The Romance of Three Kingdoms; commodification; best sellers; source of knowledge; Orientalization

บทนำ

ในปีพ.ศ. 2556 กรุงเทพมหานครกลายเป็นเมืองหลวงซึ่งได้รับการณรงค์และโฆษณาจากรัฐบาลให้เป็น “เมืองหนังสือโลก หรือ เมืองแห่งการอ่าน” จึงเป็นสิ่งยืนยันและแสดงให้เห็นว่าการอ่านหนังสือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ อย่างไรก็ตาม จากกระแสความตื่นตัวในการเข้าร่วมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) การณรงค์ให้กรุงเทพเป็นเมืองหนังสือโลกและการอ่านแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาสู่ความเป็นศิวิไลซ์ของสังคมไทยยิ่งขึ้น เพราะหนังสือและการอ่านถือว่าเป็นค่านิยมและวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเป็นประเทศที่มี

ประชากรมีคุณภาพและมีความเจริญ มีความเป็นสากลใกล้เคียงกับค่านิยมของชาติมหาอำนาจตะวันตก และเป็นที่การยอมรับในสังคม

ในขณะเดียวกัน วงวิชาการไทยกลับมีการศึกษาประวัติศาสตร์หนังสือน้อยมากเท่าที่ปรากฏนั้นจะเป็นการศึกษาในเชิงวรรณกรรมเป็นส่วนใหญ่ งานที่ศึกษาด้านการผลิตและการบริโภคยังมีจำนวนไม่มากนัก¹ เช่นเดียวกับงานที่ศึกษาหนังสือกับบริบทของสังคมก็ปรากฏน้อยมาก จึงนับว่าสวนทางกับความพยายามในการรณรงค์ให้กรุงเทพเป็นเมืองหนังสือและการอ่าน รวมถึงการพัฒนาการอ่านหนังสือของคนไทยให้ก้าวหน้าขึ้นอย่างที่ควรจะเป็น

ดังนั้น จึงนำไปสู่การตั้งข้อสังเกตต่อวัฒนธรรมการอ่านหนังสือของคนไทย ซึ่งแท้จริงแล้วคนไทยมีวัฒนธรรมการอ่านอยู่มาก ดังจะเห็นได้จากตามร้านหนังสือทั่วไป หนังสือประเภทนิยาย คู่มือ (How-To) การลงทุน และสุขภาพ มียอดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ หากย้อนไปจะพบว่าหนึ่งในจุดเริ่มต้นสำคัญของการผลักดันการอ่านหนังสือในสังคมไทย นั่นคือการเริ่มต้นการจัดงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งเริ่มขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ. 2515 แล้วได้รับการตอบรับที่ดีมาตลอด จนกระทั่งขยายเพิ่มเป็นงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติตั้งแต่ปีพ.ศ. 2539 และยังคงจัดเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

ในอีกด้านหนึ่ง ผลกระทบจากวิกฤติการณ์เศรษฐกิจ “ต้มยำกุ้ง” และการคอร์รัปชันทางการเมืองในปีพ.ศ. 2540 ก็มีผลสำคัญต่อการทำให้เกิดกระแสนิยมของหนังสือคู่มือ (How-To) ได้กลายเป็นหนังสือขายดีที่ได้รับความนิยมในชนชั้นกลางของกรุงเทพมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะหนังสือคู่มือแนะนำการบริหารธุรกิจ และการพัฒนาตนเองเพื่อการประสบความสำเร็จ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้เขียนหนังสือประเภทนี้มักจะเป็นผู้ประสบความสำเร็จและ

¹ ยกตัวอย่างงานศึกษาของ ธนาพล ล้อมอภิชาติ. *ประวัติศาสตร์การเมืองของวาทกรรมหนังสือดี*. อ่าน. 1(3), (ก.ค.-ธ.ค.2551) และ เกรก เจ เรย์ โนลด์. *เจ้าลัวและขุนศึก สามก๊กฉบับนายครู*. สถาบันไทยคดี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ การแสดงปาถกฐาทางวิชาการชุดไทยคดีซีรีส์ 2, (11 ม.ค. 2536) และ ถาวร ลิกขโกศล. *สักจุดยุทธจักรมังกรหยก*. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์. 2543
ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

มีชื่อเสียงในสังคม จึงกลายเป็นค่านิยมและความเชื่อไปโดยปริยายว่าวิธีการและแนวคิดในหนังสือคู่มือเหล่านี้จะเป็นกลวิธีและเคล็ดลับสู่ความสำเร็จที่สามารถใช้งานและแก้ไขปัญหาได้จริง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่สังคมกำลังเผชิญวิกฤตต่างๆ อีกทั้งหนังสือประเภทนี้ยังมุ่งเน้นการย่อความรู้ซึ่งเข้าใจได้ยากให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่ายด้วย¹

ดังนั้น บทความนี้จึงมุ่งศึกษาวัฒนธรรมการผลิตใหม่และบริบทหนังสือจากบริบททางสังคม โดยยกกรณีศึกษาเรื่อง “สามก๊ก” ซึ่งเป็นวรรณกรรมจินยอดนิยมในสังคมไทย จากการสำรวจพบว่าหนังสือเกี่ยวกับสามก๊กเป็นจำนวนมากขึ้นทุกวัน² แทบทุกฉบับได้ถูกเขียนขึ้นใหม่ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างไป เช่น เสียดสีทางการเมือง หรือเป็นหนังสือคู่มือแนะนำวิธีสู่ความสำเร็จในการบริหาร หรือพัฒนาภาวะผู้นำ เป็นต้น จะเป็นได้ว่ามีคำแนะนำรู้ในวรรณกรรมเช่นสามก๊กมาช่วยให้ง่ายขึ้น เพื่อให้เข้าถึงคนทั่วไปได้ง่ายและเผยแพร่ออกไปในวงกว้าง สิ่งเหล่านี้เป็นรูปแบบการผลิตหนังสือสามก๊กในยุคใหม่ที่มีตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งก็คือนักอ่านทั่วไปซึ่งอิงกับกระแสนิยมในสังคม โดยเฉพาะหลังจากวิกฤติเศรษฐกิจและคอร์รัปชันทางการเมือง ในปีพ.ศ. 2540 ทำให้ค่านิยมตะวันออกหรือกระแสบูรพาภิวัตน์ (Orientalization) ได้รับความนิยมและเป็นที่สนใจขึ้นมา ความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตหนังสือสามก๊กกับสังคมไทยหลังปี 2540 เห็นได้อย่างเด่นชัดจากการศึกษาหนังสือสามก๊ก 2 ฉบับที่มีชื่อเสียง ได้แก่ สามก๊กฉบับนักบริหาร และ สามก๊กฉบับคนขายชาติ เพราะเป็นตัวอย่างของการผลิตขึ้นใหม่ที่อิงกระแสนิยมในสังคมและหลุดออกมาจากต้นฉบับวรรณกรรมสามก๊กดั้งเดิมอย่างชัดเจน

¹ จากการสำรวจตลาดหนังสือประเภทคู่มือตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2556 หนังสือคู่มือมักขึ้นอยู่บนทำเนียบหนังสือขายดีประจำร้านหนังสือแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงและมีสาขามากอยู่ภายในตัวเมืองกรุงเทพและรอบปริมณฑล เช่น นายอินทร์ ซีเอ็ด และ B2S เป็นต้น

² เครก เจ. เรย์โนลด์ส. เจ้าสัว ขุนศึก คักคินา ปัญญาชน และคนสามัญ รวมบทความประวัติศาสตร์: แนวคิดและวิธีการศึกษาของ เครก เจ. เรย์โนลด์ส. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 2556. หน้า 242-246. ในบทความของเครก ได้อ้างอิงผลงานของสุนันท์ พวงพุ่ม จากการสำรวจหนังสือสามก๊กประเภทต่างๆก่อนปี 2530

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

จากวรรณกรรมคลาสสิกสู่วรรณกรรมยอดนิยม

เรื่องสามก๊กเป็นวรรณกรรมอิงพงศาวดาร เกี่ยวกับเรื่องราวความวุ่นวาย การทำสงคราม และการรวบรวมแผ่นดินให้เป็นเอกภาพในประวัติศาสตร์จีน โดยบอกเล่าเรื่องราวตั้งแต่ปลายราชวงศ์ฮั่น ซึ่งแผ่นดินได้แตกแยกออกเป็นสามแคว้น แล้วทำสงครามดำเนินต่อเนื่องไปเกือบศตวรรษ จนกระทั่งแผ่นดินกลับมารวมเป็นหนึ่งได้อีกครั้งภายใต้ราชวงศ์จิ้น

นอกจากนี้ สามก๊กยังเป็นที่รู้จักในฐานะตัวแทนการขับเคลื่อนของวัฒนธรรมจีนออกไปสู่เอเชียและทั่วโลก วรรณกรรมชุดนี้ได้รับการพิมพ์เผยแพร่ตั้งแต่สมัยต้นราชวงศ์หมิง ในช่วงศตวรรษที่ 14 โดยวรรณกรรมสามก๊กฉบับแรกนั้น ประพันธ์ขึ้นโดยหลอก้วนจง จากนั้นก็ได้รับการยกย่องให้กลายเป็น 1 ใน 4 วรรณกรรมชิ้นเอกของจีน¹ จากนั้นความนิยมของเรื่องสามก๊กก็ได้แพร่กระจายออกไปสู่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและเอเชียอาคเนย์ โดยผ่านการอพยพของชาวจีนโพ้นทะเล ซึ่งมีส่วนสำคัญในการนำเรื่องสามก๊กเข้าไปเผยแพร่ด้วย ในปัจจุบันแม้แต่ประเทศจีนเอง สามก๊กได้ถูกประยุกต์และผลิตขึ้นใหม่ในฐานะสินค้ากลายเป็นหนังสือขายดีมากกว่าจะเป็นวรรณกรรมคลาสสิก จึงเป็นรูปแบบการผลิตขึ้นใหม่ของชุดความรู้จีน อิทธิพลเช่นนี้เองก็ส่งผลกระทบมาสู่สังคมไทยเช่นกัน แต่กลับพบว่ามียังสามก๊กเท่านั้นที่สามารถผลิตขึ้นใหม่ด้วยบริบทเช่นนี้ได้ต่อเนื่อง และยังคงได้รับความนิยมในสังคมไทยจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม สมเด็จพระยาตากษานาภาพฯ ทรงอธิบายว่าการเผยแพร่สามก๊กในสังคมไทยช่วงต้นรัตนโกสินทร์นั้น นอกจากเป็นวรรณกรรมเพื่อความบันเทิงแล้วยังเพื่อให้เป็นตำราพิชัยสงครามทางการทหารและการปกครองอีกด้วย ดังนั้นสามก๊กจึงเป็นหนังสือที่อ่านในชนชั้นปกครองเป็นหลักและได้รับความนิยมแพร่หลายมาก จนทำให้มีการ

¹ Rafe de Crespigny. *The Three Kingdoms and Western Jin: A History of China in the Third Century AD*. Canberra: Faculty of Asian Studies, Australian National University, 1990. pp 12-15. เครก กล่าวอ้างว่าเป็นงานศึกษาด้านนี้มีหลักฐานและความน่าเชื่อถือมากที่สุด เกี่ยวกับเรื่องนี้ โปรดดูจาก เครก เจ. เรย์โนลด์ส. *เรื่องเดิม*. 2556. หน้า 288
ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

คัดลอกเก็บไว้ในบรรดาเจ้านายและชนชั้นปกครอง¹ ต่อมาเมื่อหมอบรัดเลย์ได้ก่อตั้งโรงพิมพ์ก็เริ่มพิมพ์นิยายพงศาวดารจีนแปลไทยขายเป็นจำนวนมาก ซึ่งหนังสือแนวพงศาวดารจีนเล่มแรกที่พิมพ์ขายก็คือสามก๊กนั่นเอง โดยการพิมพ์นั้นอาศัยการขอต้นฉบับที่คัดลอกเก็บไว้ของเจ้านายพระองค์ต่างๆ มารวบรวมเพื่อทำการพิมพ์จำหน่าย ซึ่งในการพิมพ์ครั้งแรกนั้น รัชกาลที่ 5 ทรงช่วยเหลือไว้ 50 ชุด แล้วพระราชทานให้แก่ราชโอรสและราชธิดา แสดงให้เห็นความใส่ใจต่อการอ่านสามก๊กของชนชั้นสูงหรือเชื้อพระวงศ์ไทยมาตั้งแต่โบราณ ส่วนหนึ่งเพราะคนไทยชื่นชอบสามก๊กอยู่แล้ว ไม่เพียงแต่ชนชั้นสูงที่เคยอ่านมาก่อน สามัญชนก็ยังรู้จักเรื่องสามก๊กผ่านทางจิวด้วยเช่นกัน ดังนั้นเมื่อมีหนังสือสามก๊กพิมพ์ขายก็ทำให้ผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีผู้พิมพ์หนังสือขายมากขึ้นไปด้วย จากนั้นเรื่องจีนแปลไทยก็กลายเป็นที่นิยมมาก ส่วนหนึ่งเพราะคนไทยที่รู้ภาษาอังกฤษหรือตะวันตกยังมีน้อย และคนไทยก็มีความเชื่อว่าภูมิปัญญาจีนมีคุณค่าอยู่มาก²

กระทั่งในปีพ.ศ. 2471 สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพฯ ทรงจัดให้ข้าราชการชั้นใหม่เพื่อถวายในงานพระสุเมรุของพระปิตุจฉาเจ้าฯ มีราชบัณฑิตยสภาเป็นผู้ดำเนินการด้วยการนำสามก๊กฉบับหมอบรัดเลย์พิมพ์ครั้งที่ 1 เป็นต้นฉบับหลักในการชำระ แต่เนื่องจากหนังสือไม่ครบ จึงต้องตามหากับบรรดาเจ้านายและผู้สะสมหนังสืออื่นๆ เพื่อนำมาจัดพิมพ์จึงลุล่วงได้ หลังจากนั้นสามก๊กฉบับสมบูรณ์ครบทั้งเรื่องซึ่งเคยเผยแพร่อยู่ในชนชั้นสูงและเคยพิมพ์ขายโดยหมอบรัดเลย์ก็ได้เริ่มกลับมาพิมพ์เผยแพร่อีกครั้ง แต่การพิมพ์เผยแพร่ครั้งนี้เริ่มต้นในรูปแบบหนังสืองานศพ จึงไม่ได้มีเป้าหมายที่จะทำเพื่อเผยแพร่ไปสู่คนทั่วไปเป็นหลัก แต่การพิมพ์ครั้งนี้เป็นจุดเริ่มของการจัดทำรูปเล่ม ภาพประกอบ แผนที่ประเทศจีน ซึ่งสมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพฯ ได้จัดทำหนังสือตำนานสามก๊กสำหรับใช้เป็นคู่มือประกอบการ

¹ สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพฯ. *ตำนานหนังสือสามก๊ก*. กรุงเทพฯ: บรรณาการ. 2506. หน้า 20.

² สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพฯ. *เรื่องเดิม*. หน้า 47-48.

³ สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพฯ. *เรื่องเดิม*. หน้า 21-22

อ่านไว้โดยเฉพาะ กลายเป็นหนังสือซึ่งเขียนเกี่ยวกับสามก๊กและเป็นงานศึกษาค้นคว้าเล่มแรกในประเทศไทย¹

จนกระทั่งในปีพ.ศ. 2480 ยาขอบ (โชติ แพร่พันธุ์) นักเขียนและนักหนังสือพิมพ์ชื่อดังในประเทศไทย เจ้าของผลงานนิยายอิงพงศาวดารซึ่งมีชื่อเสียงโด่งดังคือเรื่อง “ผู้ชนะสิบทิศ” เป็นบุคคลแรกที่นำสามก๊กมาทำให้กลายเป็นวรรณกรรมชาวบ้านซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมาก โดยใช้กลวิธีการเล่าเรื่องสามก๊กแบบนักเล่านิทานข้างถนนในชุมชนจีน ซึ่งเรียกว่า “วณิพก”² เป็นวิธีการนำเรื่องสามก๊กมาแยกย่อยเพื่อเล่าเรื่องตัวละครที่คนไทยรู้จักและคุ้นเคยอยู่ก่อนแล้วด้วยลีลาและภาษาที่เข้าใจง่ายแบบนักเล่านิทาน³ แล้วเขียนลงหนังสือพิมพ์เป็นตอนๆ เริ่มตั้งแต่ปีพ.ศ. 2480 จากนั้นจึงพิมพ์รวมเล่มขาย ดังนั้นสามก๊กของยาขอบจึงมีชื่อเรียกว่า สามก๊กฉบับวณิพก ผลคือสามก๊กฉบับนี้สามารถเข้าถึงคนทั่วไปได้ เนื่องจากอ่านง่ายและสนุก จึงกลายเป็นที่นิยม และเป็นหนังสือขายดีซึ่งได้รับการพิมพ์ซ้ำต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงยุคปัจจุบัน⁴

ต่อมาในปีพ.ศ. 2493 ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช นักการเมืองและนักเขียนชื่อดัง ได้เขียน “สามก๊กฉบับนายทุน” ขึ้นมา เป็นนักเขียนอีกผู้หนึ่งซึ่งได้นำสามก๊กมาผลิตขึ้นใหม่ให้เป็นหนังสือขายดี โดยเป็นนักเขียนคนแรกในประเทศไทยที่ใช้วิธีการเขียนแนวย่อล้อ นักการเมือง และยังเป็นการเขียนเพื่อโต้ตอบสามก๊กฉบับวณิพกของยาขอบ⁵ โดยใช้กลวิธีในการนำตัวละครฝ่ายผู้ร้ายอย่าง “โจโฉ” และตัวละครที่ไม่สำคัญนักอย่าง “เบ้งเฮ็ก” มาตีความใหม่แล้วเปรียบเทียบกับการเมืองไทยในเวลานั้น เพื่อเสียดสี จอมพล ป. พิบูลสงคราม

¹ ยศกร ส.ตันสกุล. จดหมายเหตุสามก๊กฉบับเฒ่าโง่. กรุงเทพฯ: ประชาชน. 2556. หน้า 365-366.

² เกรก เจ. เรย์โนลด์ส. เรื่องเดิม. 2556. หน้า 266-267

³ ยาขอบ (โชติ แพร่พันธุ์). สามก๊กฉบับวณิพก: จุลล่ง สุภาพบุรุษจากเสียงसान. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า. 2547. หน้า 21-23

⁴ สืบได้จากจำนวนพิมพ์ซ้ำ สามก๊กฉบับวณิพกของยาขอบ พิมพ์ซ้ำมากกว่า 15 ครั้ง และยังคงวางจำหน่ายจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2557)

⁵ Malinee Dilokwanich. *Samkok: A Study of Thai Adaptation of a Chinese Novel*. Ph.D. dissertation: University of Washington. 1983. pp 255-266.

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

ผู้นำของประเทศไทยในเวลานั้น¹ จึงทำให้ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ กลายเป็นนักเขียนอีกคนที่เขียนงานเกี่ยวกับสามก๊กแล้วกลายเป็นหนังสือขายดี และมีชื่อเสียงเป็นที่จดจำมาจนกระทั่งปัจจุบัน

ผลงานของ ยาขอบ และ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ มีชื่อเสียงมากในช่วงหลังสงครามโลก ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดขึ้นเพราะนักเขียนทั้งสองคนเป็นผู้มีชื่อเสียงอยู่แล้ว และมีกลวิธีในการเขียนซึ่งทำให้เข้าถึงง่ายและได้รับความนิยมด้วย ตัวอย่างเช่น การตั้งฉายาให้แก่ตัวละครใน สามก๊กฉบับวณิก ซึ่งยาขอบเป็นบุคคลแรกที่ริเริ่มกลวิธีนี้โดยใช้ภาษาและคำอธิบายลักษณะของตัวละคร ซึ่งทำให้ผู้อ่านเห็นบุคลิกและคุณลักษณะเด่นของตัวละครได้ชัดเจน ส่งผลให้คนอ่านทั่วไปสามารถจดจำได้ง่าย พูดแล้วติดปาก ฟังแล้วติดหู แม้ว่าจะยังไม่ได้เริ่มอ่านเรื่องราวก็ตาม ตัวอย่างเช่น “เล่าปี่ ผู้พนมมือทั้งสิบทิศ” หรือ “โจโฉ ผู้ไม่ยอมให้โลกทรยศ”² เป็นเทคนิคการใช้ภาษาเชิงวรรณกรรมซึ่งส่งผลในการสร้างภาพลักษณ์ให้ตัวละครสามก๊ก ฉายาดังกล่าวซึ่งยาขอบตั้งให้ตัวละครสามก๊กเหล่านี้ ก็ยังได้รับการนำมาอ้างอิงโดยนักเขียนรุ่นถัดมาอยู่เสมอ สำหรับผู้อ่านเองก็คุ้นเคยกับฉายาเหล่านี้ไปแล้วด้วย³

ขณะเดียวกัน สาเหตุที่ สามก๊กฉบับนายทุนของ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ กลายเป็นที่นิยมได้นั้น นอกจากเป็นเพราะความสามารถเชิงวรรณกรรมของผู้เขียนเองแล้ว ยังเป็นเพราะกลวิธีการนำตัวละครในเรื่องสามก๊กมาเปรียบเทียบกับการเมืองไทยทางอ้อม และการใช้ภาษาบรรยายสภาพการต่อสู้ทางเมืองที่เข้าใจง่ายสำหรับคนอ่าน เป็นเสมือนการตีแผ่การเมือง โดยอาศัยสามก๊กซึ่งเป็นวรรณกรรมที่กำลังเป็นที่นิยมสำหรับชาวบ้านอันเป็นผลมาจาก

¹ Malinee Dilokwanich. 1983. pp 266-267. เกรก เจ เรย์โนลด์ส ได้เสริมว่าข้อสังเกตของ มาลินี ดิลกวนิช ในประเด็นซึ่ง คึกฤทธิ์ ปราโมช เขียนถึงโจโฉว่า แท้จริงแล้วต้องการนำไปเปรียบเทียบกับ จอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นประเด็นที่ต้องศึกษาต่อไป เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาของหนังสือสามก๊กฉบับนายทุน ที่จงใจเชิดชู โจโฉ ซึ่ง คึกฤทธิ์จึงโจ่งใจระบุว่าเขียนขึ้นเพราะต้องการแสดงให้เห็นว่า หล่อกว่างจึงผู้เขียนนิยายเป็นผู้สร้างให้เล่าปี่เป็นพระเอกแล้วให้โจโฉเป็นผู้ร้าย จึงต้องการเขียนสามก๊กโดยพลิกเรื่องกลับในอีกมุมบ้าง ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากการเขียนเชิงยั่วล้อภายในบริบทของสังคมเวลานั้น การเขียนวิจารณ์ผู้นำโดยตรงย่อมไม่เป็นผลดี จึงเห็นด้วยกับข้อสังเกตของ มาลินี ในประเด็นนี้

² จากใน สามก๊กฉบับวณิก ยาขอบได้ตั้งฉายาให้แก่ตัวละครทั้ง 18 คนไว้แตกต่างกัน ซึ่งด้วยเทคนิคการใช้ภาษาเชิงวรรณศิลป์อันยอดเยี่ยมของยาขอบแล้ว จึงส่งผลให้ทุกตัวละครมีความโดดเด่นและเป็นที่จดจำได้ง่ายสำหรับคนทั่วไป

³ ตั้งข้อสังเกตว่า ภาพลักษณ์ของตัวละครสามก๊กที่ยาขอบสร้างโดยตั้งฉายาให้นี้ ได้พัฒนากลายเป็นเสมือนกับแบรนด์ของตัวละครสามก๊กที่นักเขียนรุ่นถัดไปใช้ และคนอ่านจดจำได้ง่าย เกิดเป็นวัฒนธรรมของการตั้งฉายาให้ตัวละครไปด้วย

ความสำเร็จของสามก๊กฉบับวณิชกของยาขอบในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกัน สามก๊กของม.ร.ว.คึกฤทธิ์ จึงอาจถือได้ว่าเกิดขึ้นภายใต้กระแสความนิยมของสามก๊กในตลาดหนังสือเข้าเสริมด้วย แต่เนื่องจากความที่ใช้แนวทางการเขียนซึ่งแตกต่างไปจากยาขอบมาก จึงทำให้สามก๊กฉบับนายทุนมีความโดดเด่นเฉพาะตัวไม่แพ้สามก๊กฉบับวณิชกเช่นกัน

ปรากฏการณ์ดังกล่าว ทำให้มีนักเขียนจำนวนไม่น้อยพยายามเดินตามรอยชื่อเสียงและความนิยมของการเขียนหนังสือสามก๊กซึ่งได้รับการปูทางไว้แล้ว นักเขียนรุ่นถัดมาพยายามผลิตผลงานโดยเขียนลงทีละตอนลงในคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ก่อนที่จะรวมเป็นเล่มเหมือนกับยาขอบ และมีการเขียนแบบเสียดสีการเมืองเหมือนกับฉบับของม.ร.ว.คึกฤทธิ์เช่นเดียวกัน แต่ขณะเดียวกัน ก็เริ่มมีการถกเถียงกรองขุดความรู้ในสามก๊กออกมาตีแผ่ให้เข้าใจง่ายมากขึ้นจากผลงานของกลุ่มนักเขียนรุ่นถัดไป¹

การแสวงหาความรู้ในสามก๊ก

แม้ว่าจะมีการผลิตสามก๊กขึ้นเพื่อให้เข้าถึงคนทั่วไปได้ง่าย แต่สามก๊กในแต่ละฉบับก็ไม่ได้ละทิ้งคุณค่าแบบดั้งเดิมแต่อย่างใด นั่นคือการเป็น “ชุดความรู้” (Source of Knowledge) สำหรับให้ผู้คนได้นำไปใช้ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงอธิบายไว้ว่า เดิมทีแล้วเป้าหมายหลักของการแปลและพิมพ์สามก๊กนั้น ก็เพื่อใช้เป็นตำราพิชัยสงครามทางด้านการทหารและการปกครองสำหรับให้ชนชั้นน่านำได้ศึกษา สิ่งนี้เกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนสมัยรัชกาลที่ 1 ที่เด่นชัดมาก

¹ หลังปีพ.ศ.2500 หนังสือสามก๊กเริ่มนำความรู้ กลยุทธ์ ที่อยู่ในวรรณกรรมออกมาตีแผ่มากขึ้น ลดความเป็นวรรณกรรมลง เพียงแต่ใช้เทคนิคการเขียนเชิงวรรณกรรมด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายในการอธิบายชุดความรู้ในสามก๊ก ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

เกี่ยวกับการนำกลยุทธ์ในเรื่องสามก๊กมาใช้ในการทำสงครามในยุคสมัยนั้น¹ แต่ชุดความรู้นี้ก็ไม่ได้มีการแตกแยกสาขาย่อออกไปใช้ในรูปแบบอื่นเท่าใดนัก ดังนั้นจึงถือได้ว่าก่อนหน้าปี พ.ศ.2500 สถานะหลักของสามก๊กคือการเป็นชุดความรู้ที่มีความแตกต่างกันสองชั่ว กล่าวคือการเป็นวรรณกรรมสำหรับใช้เป็นตำราพิชัยสงครามทางทหารและการปกครองให้แก่ชนชั้นนั้ได้แก่ สามก๊กฉบับเจ้าพระยาพระคลัง (หน) และ อีกรูปแบบคือการเป็นวรรณกรรมเพื่อความบันเทิง เสียตสันักการเมือง มุ่งเน้นการอ่านสนุกให้แก่คนทั่วไป ได้แก่ สามก๊กฉบับวณิกสามก๊กฉบับนายทุน เป็นต้น

การแสวงหาความรู้จากสามก๊กมากกว่ามุ่งหวังเฉพาะด้านวรรณกรรมหรือความบันเทิงอย่างชัดเจนนั้น เริ่มเกิดขึ้นในช่วงหลังปีพ.ศ. 2500 และมีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนในช่วงเวลานั้นเช่นกัน กล่าวคือในเวลานั้น ลัทธิคอมมิวนิสต์กำลังเฟื่องฟูและเติบโตขึ้นอย่างมากในประเทศจีนนับตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา ในช่วงเวลาเดียวกันนั้น ประเทศไทยเองก็มีการเปลี่ยนแปลงชั่วคราว เมื่อผู้นำประเทศคือ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ทำการปฏิวัติชิงอำนาจมาจาก จอมพล ป.พิบูลสงคราม จากเหตุการณ์นี้ได้ส่งผลให้ สังข์ พัทโนทัย ผู้เป็นบุคคลสำคัญของรัฐบาลที่มีความรอบรู้เรื่องจีนและเป็นที่ปรึกษาทางการเมืองคนสนิทของ จอมพล ป.พิบูลสงคราม ต้องโดนคุมขังเป็นเวลาหลายปีไปด้วย อย่างไรก็ตาม สังข์ได้อาศัยช่วงเวลาที่ถูกคุมขังนี้อย่างคุ้มค่า ด้วยการค้นคว้าและเขียนงานเกี่ยวกับสามก๊กในเชิงกลยุทธ์ทางทหารและการปกครอง โดยร่วมมือกับผู้รู้ด้านภาษาจีนที่โดนคุมขังด้วยกัน ภายหลังเมื่อสังข์ได้รับการปล่อยตัว ผลงานนี้ก็ได้รับการตีพิมพ์เป็นหนังสือในปีพ.ศ. 2512 ซึ่งสามก๊กฉบับนี้ใช้ชื่อว่า “พิชัยสงครามสามก๊ก”² เป็นหนังสือที่มุ่งอธิบายเรื่องราวในสามก๊กด้วยกลยุทธ์ทางทหารและการปกครองเป็นหลัก

¹ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาเทววงศ์วโรปการฯ ตำนานหนังสือสามก๊ก. กรุงเทพฯ: บรรณาคาร. 2506. หน้า 30. อธิบายตัวอย่างการทำสงครามในสมัยพระเจ้าตากสินและรัชกาลที่ 1 ซึ่งทรงใช้กลยุทธ์ทางทหารเหมือนที่ปรากฏในเรื่องสามก๊ก

² สังข์ พัทโนทัย. พิชัยสงครามสามก๊ก. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ. 2512. หน้า 16-17

ประเด็นสำคัญที่ไม่อาจมองข้ามได้คือ สังขัจฉิตเป็นบุคคลผู้มีความรู้ด้านจีนที่มีความสามารถและเคยเป็นที่ปรึกษาทางการเมืองคนสนิทของ จอมพล ป. พิบูลสงคราม อีกด้วย จึงส่งผลให้การผลิตสามก๊กฉบับนี้ ถือว่าเป็นการมองผ่านสายตาของนักยุทธศาสตร์เป็นสำคัญ สามก๊กฉบับนี้จึงเป็นจุดเริ่มของการนำชุดความรู้ในสามก๊กมาย่อยให้ง่ายขึ้น แล้วตีแผ่ให้คนทั่วไปได้มีโอกาสเข้าใจกลยุทธ์ทางทหารและการปกครองรวมถึงกลอุบายในสามก๊กได้ง่ายและเป็นรูปธรรมมากขึ้น อีกทางหนึ่งก็เป็นการสร้างเข้าใจความคิดของชนชั้นนำไทยและนักการเมืองไทยไปโดยปริยาย เพราะความรู้ในสามก๊กเป็นสิ่งที่ชนชั้นนำไทยโดยเฉพาะนักการเมืองและนักการทหารได้ศึกษาและยังคงใช้เรื่อยมา ข้อเสนอสนับสนุนคือ มีการศึกษากลยุทธ์สามก๊กโรงเรียนเสนาธิการทหารด้วย¹

อย่างไรก็ตาม หลังการเปิดประเทศของจีน ไทยได้เริ่มฟื้นความสัมพันธ์กับจีนอีกครั้ง การค้าของไทยจึงได้เชื่อมโยงกับจีนอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน มีการลงทุนในจีนมากขึ้น การเติบโตนี้ดำเนินไปพร้อมกับการเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก หรือที่เรียกว่า “มังกรน้อย” ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีคนเชื้อสายจีนเข้าไปอยู่และมีอิทธิพลในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ และมีวัฒนธรรมจีนเป็นรากฐานอยู่มาก ประกอบไปด้วย ฮองกง ไต้หวัน สิงคโปร์ และเกาหลีใต้ ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยภายใต้การนำของรัฐบาลในสมัยของพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรี จึงมีความมุ่งมั่นและทะเยอทะยานที่จะนำประเทศไทยเข้าร่วมในกระแสการเติบโตนี้ด้วย ภายใต้สโลแกนที่จะทำให้ไทยเป็น “เสือตัวที่ห้าแห่งเอเชีย”

ในปีพ.ศ. 2532 ทองแถม นาถจำนง นักเขียน นักแปล และนักหนังสือพิมพ์ผู้มีความรู้ในเรื่องจีน ได้เรียบเรียง แปล และเขียนหนังสือเรื่อง “กลยุทธ์สามก๊ก: คัมภีร์การบริหารในภาวะสงคราม” เป็นคนแรกที่น่าสามก๊กมาปรับประยุกต์เป็นหนังสือประเภท

¹ เกรก เจ. เรย์โนลด์ส. *เรื่องเดิม*. 2556. หน้า 249-250

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

“คู่มือ” (How-To) ในประเทศไทย¹ ซึ่งกลายเป็นหนังสือขายดีและได้รับการพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง² โดยใช้กลวิธียืมความรู้จากสามก๊กมาอธิบายในหลักการบริหารและกลยุทธ์ต่างๆ ให้เข้าใจง่ายสำหรับผู้อ่านทั่วไป สิ่งนั้นนับว่าเป็นกลยุทธ์การเขียนหนังสือของนักเขียนในการขยายตลาด ซึ่งนำไปสู่กระบวนการสร้าง “แบรนด์สินค้า” สำหรับสามก๊กให้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในตลาดหนังสือ และเป็นจุดเริ่มของการทำให้สามก๊กจากวรรณกรรมยอดนิยมในสมัยของ ยาชอบ และ คิกฤทธิ ให้เป็นหนังสือขายดีซึ่งนำความรู้ภายในสามก๊กมาใช้ได้จริงสำหรับคนทั่วไปด้วย ต่อมาในปีพ.ศ. 2535 บุญศักดิ์ แสงระวี นักเขียน นักหนังสือพิมพ์ผู้รู้ด้านจีนอีกผู้หนึ่ง ได้นำต้นฉบับจีนมาเรียบเรียงและแปลเป็นภาษาไทยใช้ชื่อว่า “ศิลปะการบริหารคนในสามก๊ก” และกลายเป็นหนังสือขายดี ได้รับการพิมพ์ซ้ำหลายครั้งเช่นเดียวกัน³

หนังสือทั้งสองเล่มได้ทำให้เกิดรูปแบบการผลิตสามก๊กขึ้นใหม่ในประเทศไทย ภายใต้บริบทของการเป็นชุดความรู้สำเร็จรูปภายใต้กระแส “บูรพาภิวัตน์” (Orientalization)⁴ ซึ่งได้กลับขึ้นมาในช่วงเวลานี้ โดยมีปัจจัยหลายประการ หนึ่งในสาเหตุสำคัญเป็นผลมาจากการเปิดประเทศของจีนและความเติบโตทางเศรษฐกิจอันรวดเร็วของจีน ทำให้ได้รับความสนใจอย่างมากจากทั่วโลก ดังนั้นจึงทำให้สามก๊กซึ่งเป็นหนึ่งในตัวแทนภูมิปัญญาจีนที่มีชื่อเสียงยังได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นในแง่ของการเป็นแหล่งความรู้ซึ่งสามารถใช้ได้จริง การผลิตสามก๊กขึ้นใหม่ในช่วงเวลานี้จึงมุ่งเน้นการย่อยชุดความรู้จากสามก๊กเพื่อนำมาอธิบายหลักการบริหารและวิธีสู่การประสบความสำเร็จ

อย่างไรก็ตาม หลังจากวิกฤติเศรษฐกิจ “ต้มยำกุ้ง” ในปีพ.ศ. 2540 ได้ปรากฏหนังสือสามก๊กประเภทคู่มือ รวมไปถึงแนวคิดแบบจีนเช่น ชุนวู (ชุนจื่อ) และ ขงจื่อ เพิ่มจำนวนบนร้านหนังสือขึ้นเป็นจำนวนมาก และหลายฉบับนั้นได้กลายเป็นหนังสือขายดีและ

¹ เกรก เจ เรย์โนลด์ส. *เรื่องเดิม*. 2556. หน้า 276-277

² ทองแถม นาถจำนง. *กลยุทธ์สามก๊ก: คัมภีร์นักบริหารในภาวะสงคราม*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า. 2532. พิมพ์ซ้ำถึงปี พ.ศ. 2550 มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป

³ บุญศักดิ์ แสงระวี. *ศิลปะการใช้คนในสามก๊ก*. กรุงเทพฯ: ก.ไก่. 2532. พิมพ์ซ้ำถึงปี พ.ศ. 2550 มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป

⁴ Matichon Group. “ดร.เอนก” เปิดยุทธศาสตร์ประเทศไทยในยุค “บูรพาภิวัตน์”. 14 มิ.ย. 2554.

http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1308062374&grpid&catid=02&subcatid=0202.

หนังสือแนะนำอีกด้วย จากการสำรวจระหว่างปีพ.ศ. 2540-2556 มีหนังสือสามก๊กประเภทนี้มากกว่า 20-30 ฉบับ จึงหมายความว่าหนังสือเกี่ยวกับสามก๊กเกิดขึ้นมากกว่า 3-4 ฉบับในแต่ละปี¹ ดังนั้นจากกระแสนิยมนี้จึงส่งผลให้นักเขียนและผู้รู้ด้านจีนหลายคนในยุคถัดมาพยายามเขียนหนังสือหนังสือสามก๊กประเภทคู่มือมากขึ้นเพราะเชื่อว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านและสามารถนำไปใช้ในชีวิตได้จริงและอิงกระแสบูรพาภิวัตน์เพื่อให้หนังสือขายดีไปด้วย

ในปีพ.ศ. 2535 สุขสันต์ วิเวกเมธากร นักเขียนและผู้รู้ด้านจีน ได้ใช้นามปากกา เล่าชวนหัว เขียนหนังสือสามก๊กฉบับคนเดินดิน² โดยใช้กลวิธีการเขียนแบบเสียดสีนักรการเมืองและพยายามอธิบายเล่ห์กลทางการเมืองผสมการวิพากษ์วิจารณ์ตัวละครสำคัญในสามก๊กแล้วโยงเข้ากับการเมืองไทยอย่างชัดเจน สุขสันต์เริ่มเขียนถึงตัวละครแรกคือ “ขงเบ้ง” โดยใช้ชื่อเรื่องว่า เปิดหน้ากากขงเบ้ง เนื่องจากขงเบ้งเป็นตัวละครในสามก๊กที่มีชื่อเสียงสำหรับคนไทยว่าเป็นผู้มีสติปัญญาล้ำเลิศและยังเป็นนักการเมืองและนักปกครองที่ซื่อตรง แต่สุขสันต์ได้ตีความใหม่ว่าแท้จริงแล้วขงเบ้งไม่ได้เก่งกาจเช่นนั้น แท้จริงแล้วขงเบ้งเป็นนักการเมืองที่ชอบเล่นพรรคพวกและเก่งในการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูดีเหมือนนักการเมืองไทยบางคน³ ดังนั้นสามก๊กฉบับนี้นอกจากมุ่งเสียดสีการเมืองแล้ว ยังเชื่อแน่ว่าผู้เขียนมุ่งหวังผลทางการตลาดว่าจะเป็นหนังสือขายดีได้ เพราะใช้กลวิธีการเขียนด้วยลีลาภาษาซึ่งเน้นความเร้าใจและสะใจสำหรับการตีแผ่กลยุทธ์ของนักการเมืองไทยไปด้วย

¹ จากการสำรวจหนังสือเกี่ยวกับสามก๊กทั้งหมดตั้งแต่ปีพ.ศ.2540 มีความน่าสนใจว่า หนังสือสามก๊กประเภทคู่มือ มีจำนวนมากกว่าสามก๊กประเภทอื่นอย่างชัดเจนและมีอัตราการผลิตมากขึ้น มีการพิมพ์ออกมามากกว่า 2-3 ฉบับในแต่ละปี จนกระทั่งถึงปีพ.ศ.2557 สามก๊กประเภทคู่มือ ก็ยังพิมพ์ออกมาเรื่อยๆ และยังมีการนำฉบับเก่ามาพิมพ์ซ้ำใหม่อีกด้วย

² สุขสันต์ วิเวกเมธากร. *เปิดหน้ากากขงเบ้ง สามก๊กฉบับคนเดินดิน*. กรุงเทพฯ: เกล็ดไทย, 2535.

³ สุขสันต์ วิเวกเมธากร. *เรื่องเดิม*. 2535. จากในงานของสุขสันต์นี้ มีการเขียนเสียดสีและวิจารณ์ ขงเบ้งตลอดทั้งเล่ม และยังพยายามโยงเข้าหานักการเมืองไทยตลอดเวลา ผลงานสามก๊กเล่มอื่นของสุขสันต์ก็ล้วนใช้กลวิธีการเขียนเช่นเดียวกัน เชื่อว่าเป็นหนึ่งในสาเหตุสำคัญทำให้หนังสือขายดี หลายเล่มนั้นมีการพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

จากจุดนี้แสดงให้เห็นว่า สามก๊กได้กลายเป็นแบรนด์สินค้าในสังคมไทย โดยมีอิทธิพลสำคัญมาจากวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ.2540 ภายใต้บริบทของการเป็นชุดความรู้ที่สามารถตอบสนองความต้องการในการแก้ไขปัญหาและเป็นแนวทางสู่ความสำเร็จให้ผู้คนและยังเป็นช่องทางในการแสดงออกทางการเมืองด้วยความสนใจสำหรับสามัญชนด้วยการตีแผ่กลยุทธ์ทางการเมืองและโยงเข้าหาทางการเมืองไทยอีกด้วย นอกจากนี้ในแง่ของการเป็นหนังสือขายดีนั้นก็ทำให้เกิดค่านิยมสำหรับนักเขียนและสำนักพิมพ์ว่าชื่อของสามก๊กที่ปรากฏบนหัวหนังสือจะช่วยสร้างโอกาสให้หนังสือขายดีได้ตั้งแต่นั้นมา

สามก๊กฉบับนักบริหาร “เจ้าสัว”

หลังจากวิกฤติเศรษฐกิจ “ต้มยำกุ้ง” ในปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ค่านิยมแนวคิดแบบตะวันตกจึงไม่พ่นเป็นที่สงสัยสำหรับการนำใช้การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในประเทศไทย ขณะเดียวกันค่านิยมตะวันออกและภูมิปัญญาแบบจีน หรือเรียกว่า “บุรพาภิวัตน์” (Orientalization) ได้กลับมาเป็นที่สนใจของผู้คนทั่วไปและในเชิงวิชาการ เพื่อการศึกษาและนำมาใช้ในสาขาวิชาต่างๆ โดยเฉพาะวงการธุรกิจของไทย¹

ซึ่งสามก๊กได้ถูกเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดตัวเลือกหนึ่งสำหรับการศึกษาและยกย่องภูมิปัญญาจีนในสังคมไทย สาเหตุหลักเพราะสามก๊กมีรากฐานความนิยมในการเข้าถึงคนทุกระดับอยู่แต่เดิมแล้ว และยังใช้เป็นตำราพิชัยสงครามของชนชั้นสูงมาตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์ ขณะเดียวกัน ความสำเร็จของคนไทยเชื้อสายจีน โดยเฉพาะ “กลุ่มเจ้าสัว” ซึ่งเป็นผู้กุมเศรษฐกิจที่สำคัญในสังคมไทยมากกว่า 5 ทศวรรษ ก็ยิ่งเชื่อได้ว่าเป็นหนึ่งในแรงกระตุ้นสำคัญที่มีผลต่อความสนใจมากขึ้นในการศึกษาภูมิปัญญาจีนจากในสามก๊กเพื่อใช้

¹ ยศไกร ส.ต้นสกุล. *เรื่องเดิม*. หน้า 388-413. จากตารางสรุปได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 สามก๊กได้ผลิตขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก กล่าวคือ อย่างน้อย 2-3 ฉบับในแต่ละปี และยิ่งเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ในปี พ.ศ.2556 มีพิมพ์ขึ้นอย่างน้อย 10 ฉบับด้วยกัน ทั้งจากเขียนขึ้นใหม่และนำของเก่ากลับมาพิมพ์ซ้ำ

ตอบสนองความต้องการของผู้คนส่วนมากในสังคมไทย หลังจากได้ประสบช่วงเวลาวิกฤติทางเศรษฐกิจมาแล้ว

ในปีพ.ศ. 2540 เจริญ วรรณะสิน บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมไทย จากการเป็นอดีตนักแบดมินตันทีมชาติ นายกสมาคมแบดมินตัน และ ประธานกรรมการบริหารบริษัท ซี.เอส. เอ มาร์เก็ตติ้ง คอนซัลติ้ง จำกัด ได้เริ่มเผยแพร่ “สามก๊กฉบับนักบริหาร” โดยเริ่มออกอากาศทางโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ สามก๊กฉบับของเจริญได้สอดแทรกการวิเคราะห์หลักบริหาร แนวคิด และอธิบายกลวิธีต่างๆในเรื่องสามก๊กสำหรับการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาซึ่งคนทั่วไปสามารถนำมาใช้ในชีวิตและสังคมได้จริง¹

ผลงานฉบับนี้มีชื่อเสียงมาก จากนั้นจึงตีพิมพ์เป็นหนังสือเพื่อจำหน่ายในเวลาต่อมา กล่าวได้ว่าสามก๊กฉบับนี้ผลิตขึ้นโดยมีอิทธิพลของวิกฤติเศรษฐกิจต้มยำกุ้งอย่างเด่นชัดที่สุดเป็นฉบับแรก ด้านเทคนิคการเขียนและนำเสนอ เจริญได้ย่อความรู้ในสามก๊กให้เข้าใจง่าย เป็นกลวิธีการเขียนเพื่อให้เป็นหนังสือขายดีโดยอยู่ภายใต้การตอบสนองความต้องการของผู้คนในสังคมไทยเวลานั้น ได้แก่ความสนใจความรู้ของคนทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิดและวิธีการสู่การแก้ไขปัญหาและประสบความสำเร็จโดยเร็วจากผู้บริหารและนักธุรกิจมืออาชีพ ซึ่งการที่เจริญ เป็นผู้มีชื่อเสียงในสังคมไทยอยู่แต่เดิม และยังมีสถานะเป็นเจ้าของผู้หนึ่งในสังคมไทยด้วยแล้ว จึงไม่ใช่เรื่องยากในการทำให้ผู้คนมีความรู้สึกว้าสามก๊กฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือในด้านการนำภูมิปัญญาจีนในเรื่องสามก๊กมาใช้สำหรับหลักการบริหารเพื่อประสบความสำเร็จไปโดยปริยาย

ในขณะเดียวกัน สามก๊กฉบับนี้ก็ผลิตขึ้นเพื่อบริบทของความบันเทิงด้วย โดยใช้กลวิธีนำเสนอผ่านทางละครโทรทัศน์สามก๊กชุดปีพ.ศ. 2537 ซึ่งเป็นชุดที่มีชื่อเสียงและคนทั่วไปรู้จักมากที่สุด เจริญได้อธิบายแนวคิดด้านการบริหารในสามก๊ก โดยนำเอาเนื้อหาและ

¹ เจริญ วรรณะสิน. สามก๊กฉบับนักบริหาร เล่มที่ 1. กรุงเทพฯ: วิสคอมเฮ้าส์. 2552. หน้า 143.

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

เรื่องราวของตัวละครหลัก ที่มาทีไปของเหตุการณ์แล้วย่อยเป็นบรรยายสรุป จัดทำเป็น DVD เพื่อขายเป็นชุด และยังใช้โฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการขายและทำการตลาดประกอบไปด้วยกัน หรือทำสารคดีและวิดีโอขนาดสั้น โดยเจริญร่วมกับนักวิชาการและผู้รู้ด้านสามก๊ก ได้กล่าวยกย่องและอธิบายถึงความสำคัญและประโยชน์ของสามก๊กต่อสังคมไทย¹

ดังนั้น สามก๊กฉบับนักบริหารจึงมีวัตถุประสงค์สำคัญในการพยายามสร้างให้มีความครบวงจรสำหรับสาระบันเทิง โดยไม่จำเป็นต้องอ่านเพียงอย่างเดียว เป็นรูปแบบการทำตลาดให้แก่วรรณกรรมจีนซึ่งเชื่อว่าการคำนวณไปถึงข้อจำกัดเกี่ยวกับวัฒนธรรมการอ่านคนไทย ในการเข้าถึงคนทั่ว จึงหาทางออกด้วยการให้คนทั่วไปสามารถดูและฟังผ่านภาพเคลื่อนไหวของละครชุดสามก๊กทดแทนได้ ขณะเดียวกันหากต้องการสาระความรู้ที่จะนำไปใช้งาน ก็มีกรย่อยความรู้ในเรื่องแล้วอธิบายเป็นความรู้สำเร็จรูปไว้ให้ด้วย

ตัวอย่างการอธิบายหลักการบริหารจากเนื้อหาในวรรณกรรม เช่น เหตุการณ์ครั้งโจโฉบุกไปชิงเมืองซีจิ๋วด้วยความแค้นส่วนตัว เมื่อครั้งบิดาตนถูกทหารของโตเกียมเจ้าเมืองซีจิ๋วสังหาร แต่เนื่องจากเล่าปี่ได้ยกกองทัพมาช่วยโตเกียม และยังมีลิโป้อาศัยจังหวะที่โจโฉไม่อยู่ลอบชิงเมืองของโจโฉมา ทำให้โจโฉต้องเสียเวลาชิงเมืองกลับมาจากลิโป้ ต่อมาเมื่อโจโฉคิดจะยกทัพกลับไปโจมตีซีจิ๋วอีกครั้งเพื่อแก้แค้นให้สำเร็จ แต่ขุนฮกผู้เป็นขุนซื้อของโจโฉได้เสนอแนะว่าไม่ควรทำ อีกทั้งเวลานี้มีข่าวว่าฮ่องเต้กำลังโดนลิดูและกฤษฎีกาทหารไล่ล่าและคิดจะลอบปลงพระชนม์ จึงเห็นว่าเป็นเรื่องใหญ่ที่ควรจะต้องดำเนินการก่อน เพราะเวลานี้ฮ่องเต้กำลังตกยาก โจโฉควรจะรีบชูธงกองทัพธรรม เชิดชูฮ่องเต้เพื่อชักนำผู้คน จึงเป็นยุทธศาสตร์ที่เยี่ยมยอด ถ้าเราไม่ทำ คนอื่นก็จะชิงตัดหน้าทำแทน โจโฉเห็นด้วยจึงตัดสินใจยกเลิกการแก้แค้นส่วนตัวแล้วนำทหารเข้าไปช่วยเหลืฮ่องเต้แล้วปราบลิดูและกฤษฎีกาจนราบคาบ แล้วโจโฉจึงรับพระราชโองการจากฮ่องเต้ และประกาศว่าตนเองจะทำเพื่อบ้านเมือง

¹ หากพิมพ์คำว่า “สามก๊กฉบับนักบริหาร” ลงบนระบบค้นหาของเว็บไซต์กูเกิล www.google.co.th จะพบคลิปวิดีโอการบรรยายสามก๊กฉบับนักบริหารของ เจริญ วรธนเสน และหน้าเพจที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างตาม URL เช่น <http://www.youtube.com/watch?v=KBUZUW0QBmU>

ทดแทนคุณค่าในการปราบปรามกบฏ จากเหตุการณ์นี้ เจริญได้อธิบายว่า “คนเราหากคิดทำการใหญ่ต้องมีรากฐานที่มั่นคงก่อนจะขยายไปทำสิ่งอื่น เมื่อได้เปรียบจึงค่อยรุกหน้า แต่ถ้าเสียเปรียบก็ให้อยู่นิ่ง แล้วสุดท้ายจึงจะได้ชัยชนะ”¹ (เป็นแนวคิดที่มีความสอดคล้องกับหลักการบริหารแบบตะวันตก ฟิลิปป์ คอตเลอร์ นักคิดด้านธุรกิจผู้ทรงอิทธิพลที่สุดติดอันดับโลกได้กล่าวว่า บริษัทจะเติบโตได้ด้วยแบรนด์ที่แข็งแกร่ง จึงเป็นรากฐานซึ่งควรสร้างให้มีความมั่นคงก่อนจะรุกหน้าต่อไป²)

อีกตัวอย่างหนึ่ง เมื่อโจโฉเข้ามาเขตซุ่ยชองเต้แล้วก็สามารถสร้างความมั่นคงทางการเมืองเหนือผู้ใด จากนั้นจึงเริ่มแต่งตั้งคนของตนเข้ามารับตำแหน่งสำคัญ เจริญอธิบายว่าสาเหตุของความสำเร็จในการบริหารองค์กรของโจโฉนั้น มีผลมาจากความที่หลักการบริหารคนของโจโฉไปสอดคล้องกับแนวคิดของอริสโตเติลอย่างพอดีในข้อที่ว่า “ความดีของมนุษย์ต้องสิ้นสุดลงเมื่อเริ่มเล่นการเมือง”³ จึงส่งผลให้โจโฉมุ่งเน้นการคัดเลือกบุคลากรจากผู้ไม่มีความไฝ่สูงทางการเมืองเป็นสำคัญ และเชื่อว่าบทเรียนในอดีตของโจโฉนั้นได้สอนให้รู้ว่าผู้ที่มีความฝักใฝ่ทางการเมืองมากเกินไปโอกาสจะทรยศผู้บังคับบัญชาได้ จำเป็นต้องเลี้ยงดูคนเหล่านั้นด้วยความรักใคร่และไว้วางใจ แล้วจึงแต่งตั้งให้ผู้คนเหล่านั้นขึ้นเป็นนอมินีของตนเอง สิ่งเหล่านี้จึงช่วยส่งผลสู่ความสำเร็จในการบริหารองค์กรของโจโฉที่เหนือกว่าผู้อื่น

อีกตัวอย่างหนึ่งเกี่ยวกับหลักการบริหารคนด้วยความไว้วางใจนั้น เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรในทุกระดับ เพราะการที่องค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้น ไม่สามารถพึ่งพาพลังของผู้นำเพียงคนเดียวได้ แต่ต้องอาศัยพลังของผู้คนหมู่มากเพื่อขับเคลื่อนเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้แล้ว ความไว้วางใจที่มีต่อบุคลากรของตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก ในเรื่องสามก๊กนั้น หนึ่งในตัวอย่างที่เด่นชัดมากคือหลักการบริหารคนของซุนเซ็กซึ่งเป็นผู้เริ่มก่อตั้งง่อก๊ก ช่วงที่

¹ เจริญ วรรณะสิน. *เรื่องเดิม*. หน้า 99-103

² Philip Kotler, Milton Kotler. *Market Your Way To Growth*. New Jersey: John Wiley & Sons. 2013. pp57-61.

³ เจริญ วรรณะสิน. *เรื่องเดิม*. หน้า 134-136

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

ขุนเช็กเพิ่งเริ่มสร้างตัวนั้น เขาเป็นคนหนุ่มที่มีความสามารถในการทำศึกสูงมาก แต่ยังมีกำลังพลน้อยเกินกว่าจะบรรลุนานใหญ่ได้ ดังนั้นขุนเช็กจึงให้ความสำคัญต่อการรวบรวมบุคลากรที่มีความสามารถให้มาอยู่กับตน แม้แต่ผู้ที่เคยเป็นศัตรูมาก่อนก็ตาม ในเรื่องสามก๊กนั้นขุนเช็กเป็นหนึ่งในผู้นำเพียงไม่กี่คนที่สามารถเกลี้ยกล่อมและชักจูงผู้ที่เคยเป็นศัตรูของตนให้มาทำงานรับใช้ได้อย่างดี และภายหลังคนเหล่านั้นก็ยินยอมมอบความภักดีให้โดยไม่คิดทรยศอีกด้วย หนึ่งในเหตุการณ์ที่มีชื่อเสียงมากคือการเกลี้ยกล่อมไท่สจู่ ผู้เคยเป็นแม่ทัพของศัตรูให้มาทำงานกับตนได้สำเร็จ เดิมทีในการทำศึกครั้งหนึ่งนั้น ขุนเช็กสามารถจับตัวไท่สจู่ไว้ได้และพยายามเกลี้ยกล่อมให้ยอมจำนน แต่หลังจากนั้นก็ยอมปล่อยตัวไท่สจู่กลับไปเพื่อให้ไปรวบรวมกำลังคนมาเข้าร่วมกับตนเอง แม้ว่าทหารคนอื่นจะคัดค้านการกระทำนี้ของขุนเช็กและวิจารณ์กันว่าไท่สจู่คงไม่ยอมกลับมาหาขุนเช็กอีกแน่ แต่ความที่ขุนเช็กได้มอบความไว้วางใจให้แก่ไท่สจู่อย่างเต็มที่ ผลสุดท้ายคือไท่สจู่ได้กลับมาหาขุนเช็กพร้อมนำกำลังพลมาสวมักัดด้วยจริงๆ ช่วยให้ขุนเช็กมีกำลังเข้มแข็งเพิ่มขึ้นไม่น้อย เหตุการณ์นี้แสดงให้เห็นว่าขุนเช็กสามารถใช้หลักการบริหารคนอย่างได้ผล ซึ่งเจริญได้อธิบายหลักการของขุนเช็กนี้ว่า “เมื่อคิดการใหญ่ต้องเริ่มต้นจากคน การใช้คนต้องไม่สงสัย ถ้าเราระวังแล้วใครจะไว้วางใจเรา”¹ จากคำอธิบายของเจริญ ได้ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงหลักการบริหารคนขั้นพื้นฐานของผู้นำองค์กรที่ประสบความสำเร็จได้จริงในสังคมว่าไม่ได้แตกต่างไปจากการบริหารของขุนเช็กแต่อย่างใด

จากตัวอย่างของผู้นำในสามก๊กเช่นโจโฉและขุนเช็กซึ่งมีความสามารถในการบริหารก๊กของตนนั้น จะพบว่าเจริญได้นำหลักบริหารซึ่งแฝงอยู่ในเรื่อง ทั้งจากคำพูดและการกระทำของผู้นำในสามก๊กมาอธิบายด้วยภาษาง่ายๆเพื่อให้คนอ่านทั่วไปเข้าใจได้ โดยเฉพาะการพยายามเปรียบเทียบแนวคิดของผู้นำในสามก๊กกับแนวคิดการบริหารยุคปัจจุบัน ยิ่งช่วยแสดงให้เห็นว่าหลักการบริหารที่แฝงอยู่ในสามก๊กเป็นสิ่งที่มีความสอดคล้องกับหลักการบริหารสากลและสามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้จริง ไม่ใช่ความรู้ที่ตกยุคหรือล้าสมัย

¹ เจริญ วรณะสิน. เรื่องเดิม. หน้า 129

การที่เจริญนำเสนอความรู้ด้านการบริหารซึ่งแฝงอยู่ในสามก๊กด้วยภาษาเข้าใจง่าย และเนื้อหาที่เข้ากับยุคสมัยใหม่เช่นนี้แล้ว ทำให้สามก๊กฉบับนักบริหารได้รับความนิยมอย่าง ยิ่ง และช่วยสร้างกระแสให้กลุ่มบุคคลซึ่งคือนักบริหารที่มีชื่อเสียงในสังคมไทยให้เริ่มเขียน สามก๊กในแนวทางนี้เป็นจำนวนไม่น้อย หลายฉบับที่ปรากฏนั้นมักอยู่ภายใต้บริบทของการนำ สามก๊กมาเปรียบเทียบกับหลักการบริหารแบบสากล ซึ่งกระแสนิยมนี้ก็ช่วยให้เกิดการนำ หนังสือสามก๊กประเภทคู่มือหลายเล่มซึ่งเคยตีพิมพ์ก่อนหน้าปีพ.ศ. 2540 กลับมาพิมพ์ใหม่อีก ครั้ง ทั้งยังขยายขอบเขตกลุ่มนักเขียนสามก๊กซึ่งแต่เดิมจำกัดวงอยู่ในกลุ่ม นักเขียน นักแปล นักหนังสือพิมพ์ และผู้รู้ด้านจีนเป็นกลุ่มหลัก ให้เปิดกว้างออกไปสู่นักเขียนจากและผู้ที่อยู่ใน สาขาอาชีพอื่นมากยิ่งขึ้น จึงทำให้กลุ่มนักเขียนสามก๊กหลังปีพ.ศ. 2540 เริ่มมีความแตกต่าง ไปจากกลุ่มนักเขียนในยุคก่อนไม่น้อย

สาเหตุสำคัญอีกประการจากกระแสนิยมนี้คือ การประสบความสำเร็จในอาชีพของผู้เขียนซึ่งเป็นนักบริหารมืออาชีพ เพราะพวกเขาสามารถอ้างได้ว่าความสำเร็จของพวกเขา เกิดขึ้นได้จากการนำความรู้ในสามก๊กมาใช้ในการบริหารของตน ค่านิยมเช่นนี้จึงยังส่งผลให้ หนังสือสามก๊กประเภทคู่มือของนักเขียนในกลุ่มนี้กลายเป็นหนังสือขายดีไปโดยปริยาย นักเขียนที่มีชื่อเสียงในกลุ่มนี้ได้แก่ ก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์ นักบริหารที่ประสบความสำเร็จใน การบริหารเครือ 7-Eleven กับ “อ่านสามก๊กกับถกบริหาร”¹ หรือ เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป นักหนังสือพิมพ์ผู้รู้ด้านการบริหารเงิน กับ “วิถีเล่าปี ชัยชนะของคนไม่เอาถ่าน”² ผลงาน เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการผลิตสามก๊กขึ้นใหม่ขึ้นหลังปีพ.ศ.2540 ภายใต้บริบทของการเป็น

¹ ยศกร ส.ตันสกุล. *เรื่องเดิม*. หน้า 388-413. จากการสำรวจนักเขียนสามก๊ก ในช่วงหลัง 2540 เป็นต้นมา มักเป็นนักหนังสือพิมพ์ นักแปล และ นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจริง ๆ เช่น ก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์ เจ้าของ บริษัท CP ก็มาเขียนสามก๊กแบบอธิบายหลักการบริหารอย่างง่าย แล้ว นำมาขายไว้ในร้าน 7-11 ของตนเอง

² ตั้งแต่ปีพ.ศ.2540 ในการสำรวจพบว่าหนังสือจำนวนมากเกี่ยวกับสามก๊ก และภูมิปัญญาหรือชุดความรู้ของจีน หรือแสดงถึงค่านิยมตะวันออก โดยนำเสนอในรูปแบบหนังสือแนว “คู่มือ” ซึ่งมีการพิมพ์มากกว่า 3-4 ฉบับในแต่ละปี หรือบางส่วนก็นำฉบับที่เคยพิมพ์ในยุคก่อนหน้านี้ ทอยย กลับมาพิมพ์ใหม่อีกครั้ง

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

หนังสือขายดีด้านการบริหารซึ่งมุ่งเน้นแนวคิดและวิธีการเพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหา สร้างความสำเร็จและนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ ส่งผลให้เกิดการผลิตหนังสือสามก๊กประเภทนี้ตามมามากมาย โดยมีกลุ่มผู้อ่านสำคัญคือคนในสังคมเมืองโดยเฉพาะชนชั้นกลางในกรุงเทพฯ ซึ่งมีความต้องการเข้าถึงชุดความรู้ในสามก๊ก อันเป็นผลจากค่านิยมและความเชื่อว่าเป็นแนวทางสู่ความสำเร็จที่สามารถใช้ได้จริง โดยนำเสนอในรูปแบบของความรู้สำเร็จรูปนั่นเอง

สามก๊กฉบับคนขายชาติ “ขุนศึก”

หลังจากความนิยมในสามก๊กฉบับนายทุนของคึกฤทธิ์ซึ่งเป็นสามก๊กฉบับยั่วล้อนักการเมืองฉบับแรกได้เผยแพร่ตั้งต่อก่อนปีพ.ศ. 2500 ก็ได้เริ่มปรากฏนักเขียนบางกลุ่มซึ่งมีอาชีพในวงการหนังสือพิมพ์ การเมือง หรือมีความเกี่ยวพันในทางการเมือง ได้นำสามก๊กมาเขียนในลักษณะการยั่วล้อนักการเมืองหรือเสียดสีการเมืองไทยตามแบบคึกฤทธิ์เช่นกัน แต่ก็ยังมิได้ปรากฏชื่อเสียงเด่นชัดเสมอเหมือนสามก๊กฉบับนายทุน

อย่างไรก็ตาม บริบทของการนำสามก๊กมาล้อเสียดการเมืองหรือนำภาพของสามก๊กมาซ้อนทับกับนักการเมืองไทยก็ยังเป็นที่จดจำได้ กรณีที่โด่งดังคือมีนักเขียนได้นำอัตชีวประวัติและผลงานของ พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ มาเขียนในเชิงยกย่องด้วยการสร้างภาพให้ว่าเป็นเสมือน “ขงเบ้งแห่งกองทัพไทย”¹ ซึ่งเป็นผลมาจากความนิยมของสามก๊กและตัวละครขงเบ้งซึ่งเป็นที่ยู้งักกันดีสำหรับคนทั่วไปแม้แต่ผู้ที่ไม่เคยอ่านสามก๊กว่าขงเบ้งคือผู้มีสติปัญญาล้ำเลิศและมีตำแหน่งเป็นที่ปรึกษาหรือเสนาธิการทางทหารที่เรียกว่า “ขุนซื่อ”² ขงเบ้งเป็นตัวละครที่คนไทยรู้จักกันดีว่าเป็นขุนซื่อผู้เก่งที่สุดในเรื่อง ดังนั้นการนำชวลิตไป

¹ เกรก เจ. เรย์โนลด์ส. *เรื่องเดิม*. หน้า 283

² จากในวรรณกรรม พงศาวดาร หรือนิยายจีนแปลไทย ผู้มีสติปัญญาปราดเปรื่อง เป็นที่ปรึกษาทางทหารและการปกครองให้แก่ผู้มีอำนาจ จะถูกเรียกว่า “ขุนซื่อ” ซึ่งในเรื่องสามก๊ก ขงเบ้งคือขุนซื่อที่มีบทบาทมากที่สุด

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

ซ้อนทับกับขงเบ้ง จึงเป็นความสนใจในการสร้างขวลิตให้เบียเสนาธิการและนักการทหารผู้
เก่งกาจของกองทัพไทย

ในปีพ.ศ. 2536 เครก เจ เรย์โนลด์ส ได้เขียนบทความเรื่อง “สามก๊กฉบับนายเครก
เจ้าสัว ขุนศึก และศึกดินา” เป็นบทความเกี่ยวกับสามก๊กในสังคมไทยซึ่งมีชื่อเสียงมาก ซึ่ง
เครกได้ตั้งคำถามสำคัญและนำไปสู่การสำรวจสามก๊กกับสังคมไทยในบทความนี้ นั่นคือ
คำถามที่ว่า “นักการเมืองไทยใช้สามก๊กมากเกินไปหรือไม่”¹ เป็นการตั้งคำถามถึง
ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และภูมิปัญญาในสามก๊กกับสังคมไทย นอกจากนี้ เครกยังมุ่ง
ความสนใจในความสัมพันธ์ของสามก๊กกับวงการอื่น เช่น วัฒนธรรม สังคม ธุรกิจ กลุ่ม
นักเขียน เป็นต้น อย่างไรก็ตามจากงานศึกษาของเครกช่วยให้พบว่าก่อนปีพ.ศ. 2530 แทบไม่
ปรากฏสามก๊กฉบับใดพยายามนำความรู้และกลยุทธ์ทางการเมืองภายในเรื่องมาช่วยให้ง่าย
เพื่อให้เป็นความรู้สำเร็จรูปเกี่ยวกับกลอุบายทางการเมืองและของนักการเมืองที่ชัดเจนเสมือน
กับความรู้ในด้านอื่น แต่หากกล่าวถึงเรื่องกลอุบายและชุดความรู้ทางการเมืองในสามก๊กนั้น
จะมุ่งเน้นการเขียนแบบเสียดสีหรือยั่วล้อ มากกว่าจะมุ่งตีแผ่กลยุทธ์ทางการเมืองในสามก๊ก
แบบจริงจัง จนกระทั่งเริ่มปรากฏหนังสือสามก๊กประเภทคู่มือตั้งแต่ปี พ.ศ.2530 จากกลุ่ม
นักหนังสือพิมพ์และนักแปล คือ ทองแถม และ บุญศักดิ์ แล้ว สามก๊กในบริบทของความรู้และ
กลอุบายทางการเมืองก็เริ่มมีการผลิตขึ้นมาบ้าง

อย่างไรก็ตาม หลังวิกฤติเศรษฐกิจในปีพ.ศ. 2540 ได้เกิดปัญหาและกระแสการ
คอร์ปชั่นรุนแรง ซึ่งเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลตัดสินใจขอรับความช่วยเหลือจากกองทุน
การเงินระหว่างประเทศ (IMF) และต้องโดนให้กระทำการหลายสิ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อประเทศ
เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อความต้องการของกองทุนต่างชาติ เป็นการเปิดโอกาสให้ต่างชาติเข้า
ครอบงำประเทศ กระทั่งเกิดกระแสการต่อต้านอย่างรุนแรง ด้วยการเริ่มตั้งข้อหาโดย

¹ วิวัฒน์ ประชาเรืองวิทย์, สามก๊ก ฉบับสมบูรณ์ พร้อมคำวิจารณ์ เล่มที่ 1. กรุงเทพฯ: ต้นไม้. 2542. หน้า 16-17.

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

หนังสือพิมพ์และจากคนในสังคมว่ารัฐบาลกำลังขายชาติ และนักการเมืองไทยส่วนใหญ่ก็คือกลุ่มคนขายชาติเช่นกัน¹

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการเป็นหนึ่งในกลุ่มที่ออกมาโจมตีเรื่องนี้อย่างชัดเจน ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2545 ไพศาล พืชมงคล (เรื่องวิหยาคม) นักเขียนของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ได้เริ่มเขียนสามก๊กในฉบับของตนเองลงทีละตอนในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน โดยแทรกบทวิเคราะห์ วิพากษ์ เสียดสี เรื่องราวในสามก๊กกับสังคมและการเมืองไทยในเวลานั้น ต่อมาเมื่อได้รับความนิยมมากขึ้น จึงเผยแพร่ลงทางสื่อวิทยุทางสถานี FM99.5 MHz เป็นประจำทุกวัน แล้วจึงนำเผยแพร่ลงเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์คือ www.manager.co.th อีกทางหนึ่ง² จึงนับว่าเป็นครั้งแรกในการผลิตสามก๊กเพื่อเผยแพร่ทางสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 จึงได้พิมพ์เป็นชุด 6 เล่ม และได้รับความนิยมจนได้รับการพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง

สิ่งที่น่าสนใจคือ ไพศาล พืชมงคล ผู้เขียนหนังสือสามก๊กคนขายชาติ เป็นผู้มีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งในทางการเมืองกับคณะรัฐบาลตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543 และเมื่อมีการเปลี่ยนรัฐบาลในปีพ.ศ. 2549 เขาก็เป็นบุคคลที่มีตำแหน่งทางการเมืองเช่นกัน ดังนั้นเนื้อหาในสามก๊กฉบับคนขายชาติซึ่งมุ่งชี้ให้เห็นเล่ห์กลทางการเมืองในสามก๊กกับสังคมไทย จึงเป็นเสมือนการตีแผ่การใช้เล่ห์กลของนักการเมืองไทยไปด้วย ซึ่งบริบททางการเมืองที่แฝงอยู่ในสามก๊กฉบับนี้ก็เห็นได้ชัดเจนตั้งแต่การเลือกตั้งซื้อหนังสือ ด้วยการใช้คำว่า “คนขายชาติ” ซึ่งนอกจากเหนือจากผู้เขียนคือไพศาลแล้ว สำนักพิมพ์หรือกลุ่มผู้ผลิตสามก๊กฉบับนี้ก็มีความสัมพันธ์ลึกซึ้งต่อการเมืองไทยมากนั่นคือ กลุ่มบ้านพระอาทิตย์ ซึ่งมี นายสนธิ ลิ้มทองกุล³ เป็นประธานที่ปรึกษาและเป็นผู้บริหารของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการอีกด้วย ภายหลังเมื่อ

¹ ไพศาล พืชมงคล. สามก๊กฉบับคนขายชาติ เล่มที่ 1. กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์. 2546. หน้า 26

² ไพศาล พืชมงคล. เรื่องเดิม. หน้า 27

³ ไพศาล พืชมงคล. เรื่องเดิม. หน้า 3-4 โปรดดูกลุ่มผู้ผลิตสามก๊กฉบับคนขายชาติ ซึ่งตั้งแต่ประธานที่ปรึกษาเรื่อยมา ล้วนเป็นผู้มีชื่อเสียงหรือมีความสัมพันธ์ในวงการเมืองและยังมีบทบาทในการเดินขบวนต่อต้านรัฐบาลในปีพ.ศ. 2549 ในเวลาต่อมา ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

สนธิ กลายเป็นแกนนำของกลุ่มพันธมิตรในการต่อต้านรัฐบาลทักษิณแล้ว ก็มีการนำสามก๊กฉบับคนขายชาตินี้มาลงเป็นตอนในเว็บไซต์ของผู้จัดการอีกครั้งราวกับงี้¹

สามก๊กฉบับคนขายชาตินี้ ได้ใช้กลวิธีการเขียนโดยนำพฤติกรรมของตัวละครหลายตัว และเหตุการณ์นับไม่ถ้วนในเรื่องซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ ลักษณะของคนขายชาติและคนรักชาติมาเปรียบเทียบกัน เป็นการตีแผ่ให้เห็นวงจรของการต่อสู้ทางการเมืองเพื่อให้คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้นผ่านทางพฤติกรรมของตัวละครหลายรูปแบบซึ่งปรากฏในเรื่อง²

ตัวอย่างในสามก๊กฉบับนี้ ได้แก่ การแฝงถึงนัยยะเกี่ยวกับการทำรัฐประหาร ซึ่งในเรื่องสามก๊กนั้น เมื่อตั้งโต๊ะได้ชิงอำนาจมาจากรัฐบาลกลางและปกครองบ้านเมืองด้วยความโหดร้าย ก็ปรากฏการต่อต้านจากเหล่าขุนศึกทั่วประเทศได้นำกองทัพมารวมตัวกัน จึงก่อเกิดเป็นกองทัพพันธมิตรเพื่อล้มล้างอำนาจของตั้งโต๊ะซึ่งกุมอำนาจรัฐบาลในเวลานั้นอย่างเบ็ดเสร็จ แต่กองทัพพันธมิตรกลับประสบความล้มเหลว หนึ่งในสาเหตุสำคัญคือ อ้วนเสี้ยวผู้นำของกองทัพพันธมิตรนั้นไร้คุณสมบัติผู้นำที่ดีถึงสิบประการ และเหล่าขุนศึกคนอื่นต่างก็แก่งแย่งชิงดีกันเองโดยไม่คิดทำเพื่อประชาชนอย่างแท้จริง เนื้อหาตอนนี้ไพศาลได้เปรียบเทียบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความผิดพลาดในการเลือกผู้นำซึ่งปราศจากคุณสมบัติผู้นำที่ดีตามค่านิยมจีน³ แม้ว่าไพศาลจะไม่ได้เขียนโจมตีผู้ใดโดยตรง แต่ก็เป็นาง่ายที่ผู้อ่านจะพบว่าไพศาลได้เขียนเพื่อมุ่งโจมตีพฤติกรรมของบรรดานักการเมืองภายในสภารัฐอย่างรุนแรง โดยเฉพาะการขาดคุณสมบัติผู้นำที่ดีซึ่งเอาแต่ห่วงผลประโยชน์เฉพาะหน้าของตนเองมากกว่าจะมุ่งทำเพื่อชาติบ้านเมือง และยังสะท้อนให้เห็นการไร้ความสามารถของเหล่าขุนศึกในเรื่องสามก๊ก เฉกเช่นเดียวกับบรรดานักการเมืองในสภาทั้งหลายซึ่งในแต่ละวันมุ่งแต่จะทะเลาะ

¹ เดิมที่สนธิเป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนรัฐบาล ดังนั้นเดิมทีแล้ว สามก๊กฉบับคนขายชาติจึงไม่ได้เขียนขึ้นโดยแฝงนัยยะของการเสียดสีรัฐบาลในเวลานั้นอย่างชัดเจนนัก แต่ต้องการเสียดสีนักการเมืองและรัฐบาลอื่นในอดีตแบบภาพรวมมากกว่า

² ไพศาล พืชมงคล. *เรื่องเดิม*. หน้า 5-7

³ ไพศาล พืชมงคล. *เรื่องเดิม*. หน้า 263-268

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 พุทธศักราช 2557

และโจมตีกันในสภามากกว่าจะแก้ไขปัญหายุ่งยากตรงหน้าจริงๆ ซึ่งจากในเรื่องสามก๊กจะพบว่า ปัญหาใหญ่เวลานั้นก็คือตั้งโต๊ะ แต่เหล่าขุนศึกก็เพียงแค่มุ่งสร้างภาพให้ประชาชนเห็นว่าพวกเขาจะปราบตั้งโต๊ะเพื่อแก้ไขปัญหามานานแล้ว แท้จริงแล้วเหล่าขุนศึกหรือนักการเมืองแต่ละคนกลับมุ่งแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนกันทั้งสิ้น โดยเฉพาะอ้วนเสี้ยวซึ่งเป็นผู้นำของเหล่าขุนศึกในกองทัพพันธมิตรนั้นกลับเป็นผู้ที่รับฉวยผลประโยชน์ส่วนตนเป็นคนแรกด้วยซ้ำ ดังนั้นการเสียดสีของไพศาลจึงไม่ต่างอะไรกับการส่งสารไปถึงผู้นำรัฐบาลและนักการเมืองไทยในสภาแต่ละชุดไปในตัวด้วยว่า เป็นกลุ่มคนที่เห็นแก่ผลประโยชน์ของตนมากกว่าของชาติ และเป็นพฤติกรรมของคนขายชาติ ดังที่สามก๊กฉบับนี้ต้องการตีแผ่ออกมา

อีกตัวอย่างหนึ่งเกี่ยวกับวงจรของการแย่งชิงอำนาจของนักการเมือง ลิโป้ ขุนพลคนสนิทของตั้งโต๊ะซึ่งช่วยเหลือตั้งโต๊ะทำสงครามแย่งชิงอำนาจนั้น ต่อมาเกิดความขัดแย้งกับตั้งโต๊ะเพราะเรื่องผู้หญิง ลิโป้จึงร่วมมือกับ อ้องอ้วน ขุนนางชั้นสูงของราชวงศ์ฮั่น ทำรัฐประหารสังหารตั้งโต๊ะแล้วแย่งชิงอำนาจปกครองเมืองหลวงมา แต่หลังจากนั้น ลิโป้และอ้องอ้วนก็โดนนายทหารคนสนิทของตั้งโต๊ะคือ ลีฉุย และกุกกี ได้นำทหารบุกเข้าโจมตีเมืองหลวง ลิโป้และอ้องอ้วนเป็นฝ่ายแพ้ จึงโดนชิงอำนาจกลับคืนไปเช่นกัน จากเหตุการณ์นี้ ไพศาลอธิบายว่ามันเป็นวงจรของการแย่งชิงอำนาจในประวัติศาสตร์ซึ่งจะดำเนินต่อเนื่องไป โดยเฉพาะในประเทศไทย¹ ซึ่งเป็นการยากที่จะปฏิเสธ เพราะในประวัติศาสตร์การเมืองไทย จะพบว่าเมื่อใดผู้นำได้เกิดความขัดแย้งกับผู้ใต้บัญชาที่มีอำนาจทางการเมืองและกำลังทหารแล้ว ก็อาจนำไปสู่การปฏิวัติแย่งชิงอำนาจได้ แต่อำนาจนั้นก็พร้อมเปลี่ยนมือไปสู่ผู้ที่มีกำลังเข้มแข็งหรือฉกฉวยโอกาสได้ดีกว่าทุกเมื่อเช่นกัน² ดังกรณี ลิโป้ซึ่งแม้ว่าจะสามารถแย่งชิงอำนาจมาจากตั้งโต๊ะผู้เป็นนายได้ แต่ก็มาโดนชิงอำนาจไปจาก ลีฉุยและกุกกี ซึ่งก็เป็นลูกน้องของตั้งโต๊ะเช่นเดียวกัน แต่สุดท้ายแล้ว อำนาจปกครองเมืองหลวงก็ไปอยู่ในมือของโจโฉซึ่งมาแย่งชิงไปทีหลังแทน

¹ ไพศาล พืชมงคล. *เรื่องเดิม*. หน้า 324-353

² รุ่งมณี เมฆโสภณ. *อำนาจลอบคราบการเมืองไทย อุดมการณ์ เพื่อชาติ และญาติมิตร*. กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์. 2554. หน้า 191-201

สามก๊กฉบับคนขายชาติ จึงเป็นตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ของการผลิตชิ้นใหม่
วรรณกรรมคลาสสิกซึ่งหลุดจากวรรณกรรมดั้งเดิม แต่ยังสามารถคงคุณค่าเชิงวรรณกรรม
ดั้งเดิม นั่นคือชุดความรู้ซึ่งอยู่ในสามก๊กเอาไว้ได้ โดยอาศัยเหตุการณ์วิกฤติเศรษฐกิจและ
ปัญหาอุปสรรคของนักการเมืองไทย เพื่อเป็นแรงผลักดันในการผลิตสามก๊กชิ้นใหม่ แล้วอาศัย
ชื่อของหนังสือที่รุนแรงและสามารถเรียกความสนใจจากผู้อ่านด้วยคำว่า “คนขายชาติ” เพื่อ
เป็นจุดขายสำคัญ เป็นกลยุทธ์การนำวรรณกรรมมาสื่อสารเพื่อการเมืองเสมือนเมื่อครั้งวิกฤติ
เขียนสามก๊กฉบับนายทุนมาก่อน แต่สามก๊กฉบับนี้มีความแตกต่างไป เพราะนอกจากมุ่งเน้น
ความบันเทิงอันเป็นผลมาจากการเสียดสีนักการเมืองแล้ว ก็ยังมีเป้าหมายคือการนำความรู้ใน
สามก๊กออกมาตีแผ่และเผยแพร่ให้คนทั่วไปได้เข้าใจความคิดและวิธีการของนักการเมืองไทย
ซึ่งก็คือ “ขุนศึก” อย่างละเอียด และได้รับการผลักดันอย่างเต็มที่จากนักเขียนและสำนักพิมพ์
ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้งในทางการเมืองจากความต้องการวิจารณ์และโต้แย้งต่อ
รัฐบาลในเวลานั้นไปด้วย

บทสรุป

เนื่องจากสามก๊กเป็นที่นิยมในประเทศไทย ในฐานะวรรณกรรมราชสำนัก ซึ่ง
สามารถดัดแปลงและผลิตชิ้นใหม่เพื่อเป็นที่นิยมและหนังสือขายดีได้นั้น ทำให้เป็นตัวอย่างอัน
ดีต่อการศึกษาหนังสือกับบริบทของสังคม

มีหนังสือเกี่ยวกับสามก๊กหลายฉบับนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2480 ซึ่งถูกผลิตขึ้นใหม่ เริ่ม
ตั้งแต่งานของยาขอบจนกลายเป็นวรรณกรรมยอดนิยมสำหรับชาวบ้าน ทำให้คนทั่วไปทุกระดับ
ชั้นสามารถเข้าถึงสามก๊กได้ ต่อมาหลังจากการเปิดความสัมพันธ์กับจีนเริ่มต้นขึ้นในช่วง
ระหว่างปีพ.ศ. 2530 ส่งผลให้เกิดกระแสความสนใจในค่านิยมจีน ซึ่งเรียกว่า “บุรพาภิวัตน์”
ทำให้เกิดการย่อยชุดความรู้ในสามก๊กในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางทหาร การ
ปกครอง และหลักการบริหาร โดยกลุ่มนักเขียนที่มีชื่อเสียง จึงทำให้สามก๊กกลายเป็นหนังสือ

ขายดี และกลายเป็นแบรนด์สินค้าซึ่งสามารถขายได้ในสังคมไทย ในขณะเดียวกัน หลังจากวิกฤติทางเศรษฐกิจและคอร์ปชั่นในการเมืองไทยหลังปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ได้ส่งผลให้เกิดการผลิตสามก๊กขึ้นใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งตัวอย่างที่ชัดเจนเป็นอย่างมากคือ สามก๊กฉบับนักบริหาร และสามก๊กฉบับคนขายชาติ ทั้งสองฉบับนี้มีชื่อเสียงมากและยังมีความสัมพันธ์ระหว่างบริบทของสังคมไทยกับนักเขียน ผู้ผลิต และผู้อ่าน เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ สามก๊กทั้งสองฉบับนี้ยังเป็นตัวอย่างอันเป็นรูปธรรมสำหรับคำอธิบายของ เครก เจ เรย์โนลด์ส ในการแสดงให้เห็นถึงการเป็นตัวแทนในการตีแผ่ชุดความรู้สองด้านสำหรับชนชั้นที่สำคัญซึ่งฝังรากอยู่ในสังคมไทยมายาวนาน นั่นคือ เจ้าสัวและขุนศึก อีกด้วย

ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2540 จนถึงปีพ.ศ. 2556 ได้ปรากฏว่ามีหนังสือสามก๊กผลิตออกมาต่อปีมากกว่า 3-4 ชุด และยังคงเพิ่มจำนวนมากขึ้น ช่วยยืนยันถึงผลสำเร็จในการสร้างสามก๊กให้เป็นหนังสือขายดีและทำให้สามก๊กสามารถสร้าง “แบรนด์สินค้าที่ขายได้” ของตัวเองขึ้น ส่งผลให้เกิดการสืบทอดสู่ผู้อ่านในสังคมไทยสู่รุ่นถัดไป ซึ่งรูปแบบของการส่งต่อที่ทำให้วรรณกรรมชุดนี้ไม่ตายและสร้างผู้อ่านสืบทอดต่อมาได้เรื่อยๆ เหมือนกับการสร้างลูกค้าที่ภักดี (Brand Loyalty) สู่ผู้อ่านรุ่นถัดไปได้ โดยไม่ได้เป็นเพียงความนิยมหรือค่านิยมที่มีช่วงเวลาของตนเองจำกัคนั้น เป็นสิ่งที่ควรศึกษาต่อไป

บรรณานุกรม

เอกสารภาษาไทย

- เกรก เจ เรย์โนลด์ส. เจ้าสัวและขุนศึก สามก๊กฉบับนายเกรก. สถาบันไทยคดี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ การแสดงปาถกฐาทางวิชาการชุดไทยคดีวิจัย 2.
(11 ม.ค. 2536).
- เกรก เจ เรย์โนลด์ส. เจ้าสัว ขุนศึก คักตินา ปัญญาชน และคนสามัญ รวมบทความ
ประวัติศาสตร์: แนวคิดและวิธีการศึกษาของ เกรก เจ เรย์โนลด์ส. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 2556
- ศีกฤทธิ์ ปราโมช. สามก๊กฉบับนายทุน. กรุงเทพฯ: สยามรัฐ. 2530.
- เจริญ วรณะสิน. สามก๊กฉบับนักบริหาร เล่มที่ 1. กรุงเทพฯ: วิสดอมเฮ้าส์. 2552. หน้า 143.
- ถาวร สิกขโกศล. สกัตุยุดยุทธจักรมังกรหยก. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์บุ๊คส์. 2543.
- ทองแถม นาถจำนง. กลยุทธ์สามก๊ก: คัมภีร์นักบริหารในภาวะสงคราม. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า. 2532.
- ธนาพล ลิมอภิชาติ. ประวัติศาสตร์การเมืองของวาทกรรมหนังสือดี. อ่าน วารสารเพื่อการอ่าน,
1(3). (ต.ค. 2551).
- รุ่งมณี เมฆโสภณ. อำนาจลอบการการเมืองไทย อุดมการณ์ เพื่อชาติ และญาติมิตร.
กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์. 2554.
- บุญศักดิ์ แสงระวี. ศิลปะการใช้คนในสามก๊ก. กรุงเทพฯ: ก.ไก่ .2532.
- ไพศาล พืชมงคล. สามก๊กฉบับคนขายชาติ ,พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์. 2546.
- ยศไกร ส.ตันสกุล. จดหมายเหตุสามก๊กฉบับเฒ่าโง่. กรุงเทพฯ: ปราชัญญ์. 2556.
- ยาขอบ (โชติ แพร่พันธุ์). สามก๊กฉบับฉันทนาภ: จูล่ง สุภาพบุรุษจากเสียงสาน. พิมพ์ครั้งที่ 16.
กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า. 2547.

วิวัฒน์ ประชาเรืองวิทย์. *สามก๊กฉบับสมบูรณ พร้อมคำวิจารณ์*, พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น. 2542.

สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ. *ตำนานหนังสือสามก๊ก*, พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: บรรณาการ. 2506.

สังข์ พัดโนทัย. *พิชัยสงครามสามก๊ก*, พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ. 2521.

สุขสันต์ วิเวกเมธากร. *เปิดหน้ากาของเบ้ง สามก๊กฉบับคนเดินดิน*. กรุงเทพฯ: เคล็ดไทย. 2535.

แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

Matichon Group. "ดร.เอนก" เปิดยุทธศาสตร์ประเทศไทยในยุค "บูรพาภิวัตน์" . เข้าถึงได้จาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1308062374&grpid&catid=02&subcatid=0202. (14 มิ.ย. 2554).

เอกสารภาษาต่างประเทศ

Malinee Dilokwanich. *Samkok: A Study of Thai Adaptation of a Chinese Novel*. Ph.D. dissertation: University of Washington. 1983.

Philip Cotler, Milton Cotler. *Market Your Way To Growth*. New Jersey: John Wiley & Sons. 2013.

Rafe de Crespigny. *A Biographical Dictionary of Later Han to the Three Kingdoms (23-220AD)*. Leiden-Boston: Brill. 2007.