

คุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์

The Value and Benefits of Shakespeare's Quotations

ธีระเดช ชื่นประภาณุสรณ์¹ องค์กร สงวนญาติ² นุสรรา ลามภูวนารณ³

สุทธาสินี เกสรประทุม⁴ พรพิศ งามพงษ์⁵ ธัญญชย์ ชัยวุฒิมากร⁶

Teeradet Chuenpraphanusorn¹ Ongorn Snguyat² Nusara Larppuwanart³

Suttasinee Kespratoom⁴ Pornpit Ngamphon⁵ Thanan Chaivutimakorn⁶

Received: 15 December 2025 Revised: 24 February 2026 Accepted: 24 February 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ตามทรรศนะของผู้อ่านและผู้ชมชาวไทย 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกันและ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ทั้ง 4 มิติ การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสานวิธีระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับผู้เคยอ่านหรือเคยได้ยินคำคมจากผลงานของวิลเลียม เช็กสเปียร์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่าน google form สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 7 คน

¹ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: teera_det@hotmail.co.th

² มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: ongornss@gmail.com

³ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: nusalar@gmail.com

⁴ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: suttasineekes@gmail.com

⁵ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: pornpit_nga@dusit.ac.th

⁶ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: thanan_cha@dusit.ac.th

ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากอาสาสมัครทั้งสิ้น 14 คนซึ่งคิดเป็นค่าร้อยละ 50 สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากกรอบแนวคิดการวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดที่ยืดหยุ่น ช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็น ประสบการณ์และมุมมองได้อย่างอิสระ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่า มิติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ คุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.14) ประโยชน์ทางภาษาและการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 4.13) และประโยชน์ทางอารมณ์และจิตวิทยา (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบพบว่า ผู้อ่านที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความถี่ในการอ่าน แหล่งที่รู้จักคำคม ระดับความเข้าใจ วิธีการสร้างความเข้าใจ ผลกระทบต่อแรงบันดาลใจ การใช้เป็นแนวคิดในการตัดสินใจ และการใช้ในการสื่อสารที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ทั้ง 4 มิติ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง ($r = 0.996-0.998$)

ส่วนผลการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า คำคมของเช็กสเปียร์ยังคงมีประโยชน์ต่อการนำไปใช้เพื่อการสื่อสารทางความคิดและใช้เพื่อการสร้างคุณประโยชน์กับโลกปัจจุบันนี้ได้หลากหลายมิติ คือ ให้คุณค่าด้านการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรม คติ ความเชื่อ ให้คุณค่าทางปรัชญาและการสร้างแนวคิดหรือมุมมองชีวิตใหม่ ๆ ซึ่งยังคงทันสมัยอยู่ตลอดเวลาแม้ว่าจะมีระยะเวลาผ่านมาหลายร้อยปีแล้วก็ตาม นอกจากนี้ยังให้คุณค่าทางจิตวิทยาแห่งการสื่อสารและการจรรโลงใจมนุษย์และให้ประโยชน์ทางการนำคำคมไปใช้เพื่อการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้ ยังพบอีกว่าคำคมของเช็กสเปียร์นั้น สามารถนำไปใช้เพื่อการพูดตามสถานที่ต่าง ๆ ได้ทั้งเวทีเชิงวิชาการ เวทีสัมมนาทางความคิด เวทีแห่งการกล่าวสุนทรพจน์ได้ดี

คำสำคัญ (Keywords): คำคมเช็กสเปียร์, คุณค่าและประโยชน์, วรรณกรรมอังกฤษ, การรับรู้

Abstract

This research aimed to: 1) examine the value and benefits of Shakespearean quotations as perceived by Thai readers and audiences; 2) compare the opinions of respondents with differing personal characteristics; and 3) investigate the relationships among opinions regarding the value and benefits of Shakespearean quotations across four dimensions. The study employed a mixed-methods design, integrating both quantitative and qualitative approaches. For the quantitative phase, the sample size was determined using Yamane's formula (1973) at a 95% confidence level with an acceptable margin of error of 5%, yielding a sample of 400 participants selected through accidental sampling from individuals who had previously read or encountered quotations from the works of William Shakespeare. Data were collected via a structured questionnaire administered through Google Forms. The statistical methods employed included percentage, mean, standard deviation, independent samples t-test, one-way analysis of variance (One-way ANOVA), and Pearson's correlation analysis. For the qualitative phase, data were gathered through a focus group discussion with seven key informants selected by purposive sampling from a pool of fourteen volunteers, representing 50 percent of the total volunteer pool. The instrument used was a semi-structured interview guide developed from the research conceptual framework and relevant theoretical literature. The open-ended and flexible nature of the questions allowed informants to freely express their opinions, experiences, and perspectives.

The findings were as follows. First, overall opinions regarding the value and benefits of Shakespearean quotations were at a high level of

agreement (mean = 4.13). When examined by dimension, the highest mean score was recorded for educational and cultural value (mean = 4.15), followed by philosophical value and life perspectives (mean = 4.14), linguistic and communicative benefits (mean = 4.13), and emotional and psychological benefits (mean = 4.12), respectively. Second, comparative analysis revealed statistically significant differences ($p < .05$) in opinions toward the value and benefits of Shakespearean quotations among respondents who differed in terms of gender, age, educational level, occupation, frequency of reading, source of exposure to quotations, level of comprehension, strategies for building understanding, impact on personal inspiration, application as a guiding principle in decision-making, and use in communication. Third, opinions concerning the value and benefits of Shakespearean quotations across all four dimensions were found to be statistically significantly correlated at the .05 level, with strong positive correlations ($r = 0.996-0.998$).

The qualitative findings further indicated that Shakespearean quotations remain highly relevant and applicable for intellectual communication and continue to offer multidimensional benefits in the contemporary world. These include educational value pertaining to culture, maxims, and beliefs; philosophical value in generating new conceptual frameworks and life perspectives that retain their timelessness despite having been composed several centuries ago; psychological value in fostering human communication and moral edification; and practical communicative utility across various forms of expression. It was also found that Shakespearean quotations are well-suited for use in diverse public speaking contexts, including academic forums, intellectual seminars, and formal speech occasions.

Keywords: Shakespearean quotations, Value and benefits, English literature, Perception

บทนำ (Introduction)

วิลเลียม เชกสเปียร์ (William Shakespeare, ค.ศ. 1564-1616) เป็นกวีและนักเขียนบทละครชาวอังกฤษที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นกวีที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของโลก ผลงานของเขาซึ่งประพันธ์ขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 16 ถึงต้นศตวรรษที่ 17 ได้ก้าวข้ามบริบทในยุคนั้น (ยุคออลิซาเบธ) กลายเป็นการศึกษาที่อยู่เหนือกาลเวลาว่าด้วยธรรมชาติของมนุษย์ ศีลธรรม และสังคม (Ackroyd, 2006; Bentley, 1961)

ผลงานของเชกสเปียร์ที่ยังหลงเหลืออยู่ถึงปัจจุบัน ประกอบด้วยบทละคร 39 เรื่อง กวีนิพนธ์แบบซอนเน็ต 154 เรื่อง และบทกวีอื่น ๆ อีกหลายชิ้น บทละครและกวีนิพนธ์เหล่านี้ได้ถูกแปลเป็นภาษาต่างประเทศจำนวนมาก และได้รับความนิยมอย่างสูง จนทำให้เชกสเปียร์เป็นนักเขียนที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดในการใช้ภาษาอังกฤษ (Hylton, 2026)

คำคมจากบทประพันธ์ของเชกสเปียร์ยังคงได้รับความสนใจจนถึงทุกวันนี้ เพราะสามารถสื่อความหมายได้คมคายไม่ว่าจะผ่านไปกี่ยุคสมัย วลีเหล่านี้หลายส่วนได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของภาษาอังกฤษที่ใช้กันในชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลาย (Ribner, 2005; Jonson, 1996) เช่น "To be or not to be" (เป็นหรือไม่เป็น), "All the world's a stage" (โลกทั้งโลกเป็นเวที), "The world is your oyster" (โลกเป็นหอยนางรมของคุณ) เป็นต้น

การศึกษาคำคมเหล่านี้ จึงเป็นส่วนหนึ่งของการทำความเข้าใจอิทธิพลทางวัฒนธรรมและภาษาอังกฤษ ในขณะเดียวกัน บุคคลไทยบางกลุ่มได้รู้เกี่ยวกับผลงานและคำคมของเชกสเปียร์จากสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ ยูทูบ บทเพลง และภาพยนตร์ ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการเปิดมิติใหม่แห่งการศึกษาคำคมของเชกสเปียร์ ซึ่งแต่เดิมมุ่งเน้นศึกษาความงามด้านภาษาและกลวิธีการประพันธ์เป็นหลัก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเชกสเปียร์ตามทรรศนะของผู้อ่านและผู้ชมชาวไทย ว่าได้รับคุณค่าและมีประโยชน์อย่างไรต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในมิติต่างๆ คือ มิติแห่งคุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต มิติแห่งประโยชน์ทางอารมณ์และจิตวิทยา มิติแห่งประโยชน์ทางภาษาและการสื่อสาร และมิติแห่งคุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ทั้ง 4 มิติ คือ 1) คุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต 2) ประโยชน์ทางอารมณ์และจิตวิทยา 3) ประโยชน์ทางภาษาและการสื่อสารและ 4) คุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Research Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือบุคคลทั่วไปที่เคยอ่านหรือเคยได้ยินคำคมจากผลงานของวิลเลียม เช็กสเปียร์ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ทั้งนี้การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผ่านแบบสำรวจความคิดเห็นด้วย Google Form โดยมีเครื่องมือในการวิจัย แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1: สถานภาพส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ)

ตอนที่ 2: การรับรู้/ความเข้าใจและความเหมาะสม (7 ข้อ)

ตอนที่ 3: คุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ใน 4 มิติ (40 ข้อ) ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4: ข้อคำถามแบบปลายเปิด

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.95

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพื้นฐาน: ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การทดสอบสมมติฐาน: Independent t-test, One-way ANOVA, Scheffe's test

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์: Pearson's Correlation

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากอาสาสมัครผู้ให้ข้อมูลที่สมัครมาทั้งหมด 14 คน ทำการคัดเลือกตามเงื่อนไขว่าทุกคนต้องเคยรับรู้/เคยอ่าน/รับชมหรือรับฟังคำคมของเช็กสเปียร์จากสื่อต่าง ๆ ทั้งจากหนังสือ บทประพันธ์ สื่อออนไลน์ มาแล้วจำนวน 7 คน (ร้อยละ 50 ของประชากร) โดยการกระจายสัดส่วนคืออาจารย์ในระดับอุดมศึกษา 1 คนจาก 2 คน ครูผู้สอนในระดับมัธยมศึกษา 1 คนจาก 2 คน นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี 2 คนจาก 3 คน นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1 คนจาก 2 คน และบุคคลทั่วไป 2 คนจาก 5 คน

เครื่องมือในการวิจัย แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structural Interview Form) โดยใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แสดงความคิดเห็นโดยละเอียด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ทำการจัดเก็บข้อมูล/จัดระเบียบข้อมูลด้วยการถอดเทปเป็นลายลักษณ์อักษร
2. ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ความคิดเห็น มุมมอง ทศนคติที่แท้จริงของผู้ให้ข้อมูลต่อคำคมของเช็กสเปียร์ พร้อมสร้างข้อสรุปและนำเสนอในรูปแบบพรรณนาโวหาร

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์

ส่วนที่ 1: สถานภาพส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 142 คน (ร้อยละ 35.50) เพศชายจำนวน 119 คน (ร้อยละ 29.75) มีอายุ 18-22 ปี จำนวน 101 คน (ร้อยละ 30.51) ระดับการศึกษากำลังศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 130 คน (ร้อยละ 39.27) และประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 186 คน (ร้อยละ 56.20)

ส่วนที่ 2: การรับรู้/ความเข้าใจและความเหมาะสม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยอ่านหรือเคยได้ยินคำคมจากผลงานของเช็กสเปียร์ในระดับปานกลาง จำนวน 261 คน (ร้อยละ 78.85) โดยได้รู้จักคำคมจากแหล่งการเรียนรู้ในชั้นเรียน จำนวน 137 คน (ร้อยละ 41.39) คิดว่าคำคมค่อนข้างเข้าใจยากในบริบทปัจจุบัน จำนวน 131 คน (ร้อยละ 39.58) และใช้วิธีการให้อาจารย์อธิบายให้ฟัง จำนวน 137 คน (ร้อยละ 41.39) คำคมของเช็กสเปียร์มีผลต่อการสร้างแรงบันดาลใจหรือมุมมองชีวิตในระดับมีผลค่อนข้างมาก จำนวน 167 คน (ร้อยละ 50.45) เคยใช้คำคมเป็นแนวคิด

หรือหลักการในการตัดสินใจในชีวิตส่วนตัว จำนวน 302 คน (ร้อยละ 91.24) และเคยใช้คำคมในการสื่อสาร จำนวน 299 คน (ร้อยละ 90.33)

ส่วนที่ 3: คุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ ภาพรวม ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13, SD 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่า

มิติที่ 1: คุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.14, SD 0.64) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ "คำคมเหล่านี้ให้กำลังใจหรือแรงบันดาลใจในการเผชิญความท้าทายในชีวิต" (ค่าเฉลี่ย 4.21)

มิติที่ 2: ประโยชน์ทางอารมณ์และจิตวิทยา (ค่าเฉลี่ย 4.12, SD 0.63) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ "ฉันใช้คำคมเป็นเครื่องมือในการเยียวยาจิตใจหรือการปลอบประโลมตนเอง" (ค่าเฉลี่ย 4.18)

มิติที่ 3: ประโยชน์ทางภาษาและการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 4.13, SD 0.60) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ "คำคมของเช็กสเปียร์ช่วยเพิ่มคลังคำศัพท์ภาษาอังกฤษของฉัน" (ค่าเฉลี่ย 4.20)

มิติที่ 4: คุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.15, SD 0.62) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ "คำคมของเช็กสเปียร์เป็นส่วนสำคัญของการศึกษาด้านวรรณคดีอังกฤษที่ควรรู้" (ค่าเฉลี่ย 4.21)

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4: การเปรียบเทียบความคิดเห็น

การเปรียบเทียบตามเพศ พบว่า ผู้อ่านที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=7.660, p=.001$) โดยเพศหญิงมีความคิดเห็นสูงกว่าเพศทางเลือกในทุกมิติ การเปรียบเทียบตามอายุ พบว่า ผู้อ่านที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=14.118, p=.000$) โดยผู้ที่มีอายุ 18-22 ปีมีความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มอายุอื่น การเปรียบเทียบตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=9.283, p=.000$) โดยผู้ที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มปริญญาเอก การเปรียบเทียบตามอาชีพ พบว่า ผู้อ่านที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=9.326, p=.000$) โดยนักเรียน/นักศึกษาที่มีความคิดเห็นสูงกว่าข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ การเปรียบเทียบตามความถี่ในการอ่าน พบว่า ผู้อ่านที่เคยอ่านคำคมบ่อยมากและบ่อยมีความคิดเห็นสูงกว่าผู้อ่านปานกลางและน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=31.378, p=.000$) การเปรียบเทียบตามแหล่งที่รู้จัก พบว่า ผู้ที่รู้จักคำคมจากการเรียนในชั้นเรียนมีความคิดเห็นสูงกว่าผู้ที่รู้จักจากการฟังคลิปลงจากสื่อออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=3.890, p=.002$)

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ ทั้ง 4 มิติ

ส่วนที่ 5: ความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่างๆ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ทั้ง 4 มิติ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p=.000$) โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง มีค่า r อยู่ระหว่าง 0.996-0.998

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า คำคมของเช็กสเปียร์ยังคงดำรงคุณค่าและมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปใช้เพื่อการสื่อสารทางความคิดและสามารถสร้างคุณูปการแก่โลกปัจจุบันได้อย่างหลากหลายมิติ ประการแรก ให้คุณค่าด้านการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรม คติและความเชื่อ กล่าวคือคำคมเหล่านี้เปรียบเสมือนหน้าต่างที่เปิดมุมมองสู่มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของอารยธรรมตะวันตก ช่วยให้ผู้ศึกษาสามารถเข้าถึงแก่นแท้ของคตินิยม ขนบประเพณี และระบบความเชื่อที่หล่อหลอมสังคมมนุษย์มาอย่างยาวนาน ประการที่สอง คือ การให้คุณค่าทางปรัชญาและการสร้างแนวคิดหรือมุมมองชีวิตใหม่ ๆ ซึ่งยังคงทันสมัยอยู่ตลอดเวลาแม้ว่าจะมีระยะเวลาผ่านมาหลายร้อยปีแล้วก็ตาม ทั้งนี้ เนื่องจากเช็กสเปียร์ได้หยั่งลึกสู่แก่นสารัตถะของความเป็นมนุษย์ที่เป็นสากลและอมตะไม่ว่าจะเป็นเรื่องความรัก ความทะเยอทะยาน ความขัดแย้งภายในจิตใจ หรือการแสวงหาความหมายของชีวิต ประการที่สาม คือ การให้คุณค่าทางจิตวิทยาแห่งการสื่อสารและการจรรโลงใจมนุษย์ ถ้อยคำอันไพเราะคมคายของเช็กสเปียร์สามารถกระตุ้นอารมณ์ ปลุกเร้าความรู้สึก และสร้างความเชื่อมโยงทางจิตใจระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสาร อีกทั้งยังช่วยเยียวยาและบำรุงจิตวิญญาณในยามที่มนุษย์เผชิญกับความท้าทายในชีวิต และประการสุดท้าย ให้ประโยชน์ในการนำคำคมไปใช้เพื่อการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการอ้างอิงในงานเขียนเชิงวิชาการ การกล่าวสุนทรพจน์ การสร้างสรรค์เนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ หรือแม้แต่การสนทนาในชีวิตประจำวัน ล้วนสามารถนำคำคมเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมและทรงพลัง

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์จากผู้อ่านและผู้ชมชาวไทยจำนวน 400 คน และจากการทำการสัมภาษณ์กลุ่มมีทิศทางและความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผลวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่า มิติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม รองลงมาคือ คุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต ประโยชน์ทางภาษาและการสื่อสาร และประโยชน์ทางอารมณ์และจิตวิทยา ตามลำดับ ส่วนการเปรียบเทียบพบว่า ผู้อ่านที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกัน (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ) รวมถึงความถี่ในการอ่าน แหล่งที่รู้จักคำคม

ระดับความเข้าใจ วิธีการสร้างความเข้าใจ ผลกระทบต่อแรงบันดาลใจ การใช้เป็นแนวคิด และการใช้ ในการสื่อสารที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของคำคม เช็กสเปียร์ทั้ง 4 มิติ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ เชิงบวกในระดับสูง ($r = 0.996-0.998$) แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ให้คุณค่ากับคำคมในด้านหนึ่งมักจะให้ คุณค่าในด้านอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ส่วนผลวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดมีความคิดเห็น สอดคล้องกันและสรุปได้ว่าคำคมของเช็กสเปียร์มีคุณค่าด้านการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรม คติ ความเชื่อ ให้คุณค่าทางปรัชญาและการสร้างแนวคิดหรือมุมมองชีวิตใหม่ๆซึ่งยังคงทันสมัยอยู่ ตลอดเวลาแม้ว่าจะมีระยะเวลาผ่านมาหลายร้อยปีแล้วก็ตาม ให้คุณค่าทางจิตวิทยาแห่งการสื่อสาร และการจรรโลงใจมนุษย์และให้ประโยชน์ทางการนำคำคมไปใช้เพื่อการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้ ยังพบอีกว่า คำคมของเช็กสเปียร์นั้น สามารถนำไปใช้เพื่อการพูดตามสถานที่ต่าง ๆ ได้ทั้งเวที เชิงวิชาการ เวทีสัมมนาทางความคิด การกล่าวสุนทรพจน์ เวทีตีเบตได้ดี

อภิปรายผล (Research Discussion)

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคม เช็กสเปียร์ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีมิติที่ 4 คุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ มิติที่ 1 คุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต มิติที่ 3 ประโยชน์ทางภาษา และการสื่อสาร และมิติที่ 2 ประโยชน์ทางอารมณ์และจิตวิทยา ตามลำดับ

1.1 คุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม การที่มีคุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม ได้รับการยอมรับสูงสุด สามารถอธิบายได้จากลักษณะของกลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและ นักศึกษาซึ่งรู้จักคำคมเช็กสเปียร์จากการเรียนในชั้นเรียนมากที่สุด จึงสามารถรับรู้คุณค่าในมิตินี้ ได้ชัดเจนกว่ามิติอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ Chuenpraphanusorn (2023) ที่ระบุว่าบทละครของ เช็กสเปียร์ถูกนำมาใช้ในการเรียนการสอนอย่างแพร่หลายทั้งในรายวิชาวรรณกรรมและสาขาอื่น ๆ ทำให้ผู้เรียนได้รับรู้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมทางภาษาและความคิดมากขึ้น

1.2 คุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต สำหรับมิติคุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต ประเด็นที่ว่า "คำคมเหล่านี้ให้กำลังใจหรือแรงบันดาลใจในการเผชิญความท้าทายในชีวิต" มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่ เป็นวัยรุ่นและผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งเป็นช่วงวัยที่กำลังเผชิญความท้าทายในการเรียนและการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Garber (2008) ที่อธิบายว่าผลงานของเช็กสเปียร์กล่าวถึงประเด็นสากลของชีวิต

มนุษย์ เช่น ความรัก ความทะเยอทะยาน การเผชิญหน้ากับความตาย และการค้นหาความหมายของชีวิต ซึ่งยังคงมีความเกี่ยวข้องกับผู้คนในทุกยุคสมัย

1.3 การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ข้อค้นพบที่น่าสนใจคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้คำคมเป็นแนวคิดในการตัดสินใจในชีวิตส่วนตัว และเคยใช้ในการสื่อสาร แสดงว่าคำคมเช็กสเปียร์ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลาย สอดคล้องกับ Crystal (2008) ที่ระบุว่าวลีจากผลงานของเช็กสเปียร์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีการประมาณว่าเช็กสเปียร์ได้สร้างสรรค์คำศัพท์และสำนวนใหม่มากกว่า 1,700 คำที่ยังคงใช้อยู่ในปัจจุบัน

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อคุณค่าและประโยชน์ของคำคมเช็กสเปียร์ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกมิติ ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกมิติ ดังนี้

2.1 ความแตกต่างด้านเพศ เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยสูงสุดและแตกต่างจากเพศทางเลือกอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจเป็นเพราะเพศหญิงมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการแสดงออกทางอารมณ์และการสื่อสารเชิงสัมพันธ์ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของคำคมเช็กสเปียร์

2.2 ความแตกต่างด้านอายุ กลุ่มอายุ 18-22 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและแตกต่างจากกลุ่มอื่นทั้งหมด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีโอกาสสัมผัสกับวรรณกรรมเช็กสเปียร์ในบริบทการศึกษาและอยู่ในช่วงแสวงหาอัตลักษณ์และความหมายของชีวิต สอดคล้องกับ Chuenpraphanusorn. (2022) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า งานของเช็กสเปียร์สามารถสื่อสารกับผู้อ่านทุกยุคสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากกล่าวถึงประเด็นที่เป็นสากลและไร้กาลเวลา

2.3 ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาและอาชีพ กลุ่มที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในขณะที่กลุ่มปริญญาเอกมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้มีการศึกษาระดับสูงมีมุมมองเชิงวิพากษ์และเกณฑ์ประเมินที่เข้มงวดกว่า นอกจากนี้ กลุ่มนักเรียนและนักศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุดและแตกต่างจากกลุ่มข้าราชการอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากมีโอกาสสัมผัสกับวรรณกรรมในบริบทการเรียนมากกว่า ดังเช่นงานเขียนของ Bloom (1998) ชื่อ Shakespeare: The Invention of the Human ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเช็กสเปียร์เป็นผู้ "ประดิษฐ์" ความเป็นมนุษย์สมัยใหม่ผ่านตัวละครที่มีความซับซ้อนทางจิตวิทยาและกล่าวถึงการที่งานเช็กสเปียร์ผสมผสานภาษา อารมณ์ ปรัชญาและมนุษยธรรมไว้อย่างเป็นเอกภาพ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือความถี่ในการอ่านคำคม โดยกลุ่มที่อ่านบ่อยมากมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดและผลต่อแรงบันดาลใจ โดยกลุ่มที่รู้สึกว่าการอ่านคำคมมีผลอย่างมากต่อแรงบันดาลใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเช่นกัน สอดคล้องกับ Nivat (2026) ที่อธิบายว่าผลงานโดดเด่นของเชกสเปียร์ อย่างเช่นเรื่อง Hamlet, King Lear, Macbeth, Othello และที่คนไทยรู้จักกันดี Romeo and Juliet สร้างพลังดึงดูดผู้ชม บทละครของเชกสเปียร์ได้รับความนิยมไม่เสื่อมคลาย เพราะความที่นำเสนอแก่นแท้ของจิตใจที่ยากจะปฏิเสธได้ว่ามนุษย์เราทุกคนรัก โลภ โกรธ หลง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าและประโยชน์ทั้ง 4 มิติ ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันพบว่า ความคิดเห็นทั้ง 4 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 คุณค่าทางปรัชญาและมุมมองชีวิต มิติที่ 2 ประโยชน์ทางอารมณ์และจิตวิทยา มิติที่ 3 ประโยชน์ทางภาษาและการสื่อสาร และมิติที่ 4 คุณค่าทางการศึกษาและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสหสัมพันธ์ที่สูงมากบ่งชี้ว่า ผู้ที่ให้คุณค่ากับคำคมเชกสเปียร์มีแนวโน้มให้คุณค่าในทุกมิติไปพร้อมกัน ไม่ได้ให้คุณค่าเฉพาะมิติใดมิติหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากคำคมหนึ่งบทมักมีองค์ประกอบครบทั้ง 4 มิติในตัวเอง กล่าวคือ สามารถให้ประโยชน์ได้หลายด้านพร้อมกัน ทั้งคุณค่าทางปรัชญา ประโยชน์ทางอารมณ์ ประโยชน์ทางภาษา และคุณค่าทางการศึกษา ผลการวิจัยนี้สอดคล้องแนวคิดของ Kermode (2000) ที่ได้เขียนหนังสือชื่อ Shakespeare's Language ที่กล่าวว่าผลงานของเชกสเปียร์มีการผสมผสานภาษาเชิงกวี ความคิดเชิงปรัชญา และการแสดงออกทางอารมณ์ให้กลายเป็นหนึ่งเดียวกัน อีกทั้ง มีความซับซ้อนและหนาแน่นของภาษาเชกสเปียร์ที่พัฒนาขึ้นในช่วงกลางถึงปลายของอาชีพ โดยชี้ให้เห็นว่าภาษาเองทำหน้าที่สร้างความหมายอย่างลึกซึ้งแตกต่างจากนักเขียนร่วมสมัย

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. การวิจัยนี้เก็บข้อมูลเฉพาะในกรุงเทพมหานคร จึงอาจไม่สามารถสรุปเป็นตัวแทนของคนไทยทั้งประเทศได้
2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา ซึ่งอาจมีอคติในการให้คุณค่ากับคำคมในมิติทางการศึกษา
3. การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะคำคมของเชกสเปียร์ ไม่ได้เปรียบเทียบกับคำคมของกวีท่านอื่น

องค์ความรู้ใหม่ (New Knowledge)

งานวิจัยนี้ให้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการรับรู้คำคมเชกสเปียร์ในบริบทของสังคมไทย ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยเดิมที่มักศึกษาเฉพาะด้านภาษาและกลวิธีการประพันธ์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคนไทยให้คุณค่ากับคำคมเชกสเปียร์ในมิติของการศึกษาและวัฒนธรรมมากที่สุด ซึ่งสะท้อนว่าการเรียนรู้ในระบบการศึกษามีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดวรรณกรรมตะวันตกสู่ผู้อ่านชาวไทย

นอกจากนี้ ยังพบว่าคุณค่าและประโยชน์ทั้ง 4 มิติมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก แสดงให้เห็นว่า คำคมเชกสเปียร์มีลักษณะเป็นองค์รวมที่ให้ทั้งแง่คิดทางปรัชญา ประโยชน์ทางอารมณ์ ทักษะทางภาษา และคุณค่าทางวัฒนธรรมไปพร้อมกัน ที่สำคัญคือคนไทยกว่าร้อยละ 90 เคยนำคำคมไปใช้ในการตัดสินใจและการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ซึ่งยืนยันว่าวรรณกรรมคลาสสิกจากต่างวัฒนธรรมยังคงมีความหมายและนำไปใช้ได้จริงในสังคมไทยปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สำหรับสถาบันการศึกษา

1.1.1 สถาบันการศึกษาควรมีการบูรณาการคำคมของเชกสเปียร์เข้าไว้ในการสอนวรรณกรรมอังกฤษอย่างเป็นระบบ เช่น รายวิชา Introduction to Literature หรือ Literature Appreciation เป็นต้น

1.1.2 สถาบันการศึกษาควรมีการส่งเสริมให้ผู้เรียนวิเคราะห์และนำคำคมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

1.1.3 สถาบันการศึกษาควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคำคมเชกสเปียร์ เช่น การประกวดท่องจำ การแสดงละคร หรือการประกวดกล่าวสุนทรพจน์จากคำคมของเชกสเปียร์ เป็นต้น

1.2 สำหรับผู้สอน

1.2.1 ผู้สอนควรอธิบายบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของคำคมในสังคมไทยและนานาชาติที่ครอบคลุมงานประพันธ์ของกวีเอกหลาย ๆ ท่านเพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจได้ดีขึ้น

1.2.2 ผู้สอนควรใช้สื่อการสอนที่หลากหลาย เช่น คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียน ซึ่งปัจจุบันนี้มีนักสร้างภาพยนตร์ต่าง ๆ ได้นำผลงานของเช็กสเปียร์ มาสร้างเป็นภาพยนตร์อย่างมากมาย

1.2.3 ผู้สอนควรส่งเสริมให้ผู้เรียนค้นคว้าและแลกเปลี่ยนความเข้าใจเกี่ยวกับ คำคมทั้งในบริบทของสังคมไทยและนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาเปรียบเทียบโวหารคำคม ของเช็กสเปียร์กับสุนทรภู่เป็นต้น

1.3 สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.3.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำฐานข้อมูลคำคมเช็กสเปียร์พร้อม คำแปลและคำอธิบายเป็นภาษาไทย

1.3.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการเผยแพร่คำคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่เข้าถึงง่าย

1.3.3 ควรจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเช็กสเปียร์เพื่อเผยแพร่ ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นตัวแทน ของคนไทยทั่วประเทศ

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบคำคมของเช็กสเปียร์กับคำคมของกวีท่านอื่น ๆ

2.3 ควรศึกษาการนำคำคมเช็กสเปียร์ไปประยุกต์ใช้ในบริบทต่าง ๆ เช่น การสอน การโฆษณา การพูดในที่สาธารณะ

2.4 ควรศึกษาการรับรู้และความเข้าใจของคนไทยต่อคำคมเช็กสเปียร์โดยเฉพาะ ในยุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง (References)

Ackroyd, P. (2006). *Shakespeare: The biography*. Vintage.

Bentley, G. E. (1961). *Shakespeare: A biographical handbook*. Yale University Press.

Bloom, H. (1998). *Shakespeare: The invention of the human*. Riverhead Books.

Chuenpraphanusorn, T. (2022). *Literature appreciation*. Suan Dusit University.

Chuenpraphanusorn, T. (2023). *Introduction to literature*. Suan Dusit University.

- Crystal, D. (2008). *Think on my words: Exploring Shakespeare's language*. Cambridge University Press.
- Garber, M. (2008). *Shakespeare and modern culture*. Anchor Books.
- Hylton, J. (2026). *The complete works of William Shakespeare*. Retrieved January, 5, 2026 from <https://shakespeare.mit.edu/>
- Kermode, F. (2000). *Shakespeare's language*. Farrar, Straus and Giroux.
- Lanier, D. (2002). *Shakespeare and modern popular culture*. Oxford University Press.
- McDonald, R. (2001). *Shakespeare and the arts of language*. Oxford University Press.
- Morson, G. S. (2021). *The long and short of it: From aphorism to novel*. Stanford University Press.
- Nivat, 59. (2026). *Shakespeare after 400*. Retrieved February, 12, 2026 from <https://porcupinebook.com/shakespeare-after-400/>
- Oxford Learner's Dictionaries. (n.d.). Quotation. In *Oxford Learner's Dictionaries*. Retrieved October 13, 2025, from <https://www.oxfordlearnerdictionary.com/definition/english/Quotation>.
- Pennebaker, J. W., & Smyth, J. M. (2016). *Opening up by writing it down* (3rd ed.). Guilford Press.
- Ribner, I. (2005). *Patterns in Shakespearian tragedy*. Routledge.
- Shapiro, J. (2015). *The year of Lear*. Simon & Schuster.
- Shapiro, J. (2020). *Shakespeare in a divided America*. Penguin.
- Zappavigna, M. (2012). *Discourse of Twitter and social media*. Continuum.