

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษา
ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

หลี่ เจียน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาภาษาไทย
ปีการศึกษา 2568
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

IMAGES OF THAI CONFUCIUS INSTITUTES FROM THE CONTENT
AND LINGUISTIC DEVICES IN PUBLIC RELATIONS POSTERS ON
FACEBOOK PAGE

Li Jian

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements
for Master of Arts Program in Thai
Academic Year 2025
Copyright of Bansomdejchaopraya Rajabhat University

ชื่อเรื่อง ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้
ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก


ชื่อผู้วิจัย Li Jian

สาขาวิชา ภาษาไทย

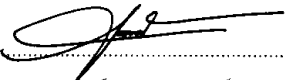
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาวาอากาศโท ดร. สมบัติ สมศรีพลอย

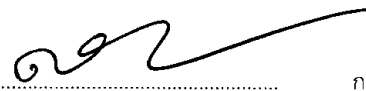
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัครวิทย์ เรืองรอง

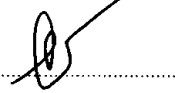
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย



.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นกุล สารวงค์) คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

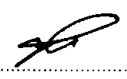
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาณุพงศ์ อุดมศิลป์) ประธานกรรมการ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาวาอากาศโท ดร. สมบัติ สมศรีพลอย) กรรมการ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัครวิทย์ เรืองรอง) กรรมการ


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. อภิวัฒน์ สุธรรมดี) กรรมการ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนภัทร จันทร์เจริญ) กรรมการและเลขานุการ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ชื่อเรื่อง	ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก
ชื่อผู้วิจัย	Li Jian
สาขาวิชา	ภาษาไทย
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาวาอากาศโท ดร. สมบัติ สมศรีพลอย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัครวิทย์ เรืองรอง
ปีการศึกษา	2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก และกลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จากเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย 12 แห่ง ตั้งแต่ มกราคม – ธันวาคม พ.ศ. 2566 มีจำนวนทั้งหมด 338 แผ่นป้าย โดยประยุกต์ใช้แนวคิดภาพลักษณ์องค์กร แนวคิดกลวิธีทางภาษามาวิเคราะห์ข้อมูล

ผลวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยประกอบด้วย 3 ภาพลักษณ์ ดังนี้ 1. ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน เป็นการนำเสนอการดำเนินงานตามพันธกิจด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย ได้แก่ ภาพลักษณ์การทดสอบภาษาจีน ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน และภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ 2. ภาพลักษณ์องค์กรมีความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ไทย-จีน เป็นการนำเสนอการดำเนินงานของสถาบันขงจื้อไทยที่ขับเคลื่อนส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีนให้กระชับแน่นแฟ้น ได้แก่ ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานของรัฐบาลไทย ภาพลักษณ์การสนับสนุนทุนการศึกษา และภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการงาน และ 3. ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน เป็นการนำเสนอการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมจีน ได้แก่ ภาพลักษณ์การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีน และภาพลักษณ์การเผยแพร่เทศกาลของจีน ส่วนกลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยประกอบด้วย 9 กลวิธี โดยแบ่งแยกออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ 1. กลวิธีการใช้วจนภาษา เป็นการใช้ภาษาในรูปแบบถ้อยคำ ได้แก่ การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ, การใช้คำกริยา, การอ้างถึง,

การใช้วัจนกรรม, การใช้คำขวัญ และการใช้เรื่องเล่า ส่วน 2. กลวิธีทางอวัจนภาษา เป็นการใช้ภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำ ได้แก่ การใช้สี, การใช้สัญลักษณ์ และการใช้ภาพถ่าย ภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรเชิงบวก เป็นการข้บเน้น สื่อความให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจ ความเชื่อ ความคิด และความมั่นใจในสถาบันขงจื๊อไทย รวมถึงนำเสนอค่านิยม การดำเนินงาน และบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการองค์กรผ่านแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ เนื้อหา กลวิธีการใช้ภาษา สถาบันขงจื๊อไทย แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจ เฟซบุ๊ก

Title	Images of Thai Confucius Institutes from the Content and Linguistic Devices in Public Relations Posters on Facebook Page
Author	Li Jian
Program	Program in Thai
Major Advisor	Assistant Professor Wg. Cdr. Dr. Sombat Somsriploy
Co-advisor	Assistant Professor Dr. Akhawit Ruengrong
Academic Year	2025

ABSTRACT

The research “images of Thai Confucius institutes from the content and linguistic devices in public relations posters on Facebook page” aimed to analyze the images and the linguistic devices of Thai Confucius Institutes based on the content of public relations posters on Facebook page. The research is the qualitative one by collecting information on public relations posters of 12 Confucius Institutes in Thailand from Facebook pages from January to December 2023, a total of 338 public relations posters. It applied the concept of corporate image, linguistic devices to analyze the data.

The findings revealed that there were 3 images of Thai Confucius Institutes as: 1) the image of the institute with qualified personnel and specialized in Chinese language. It is the presentation of the operation according to the Thai Confucius institutes’ mission such as the image of Chinese language testing, the image of Chinese teaching and learning, and the image of expert lecturers; 2) the image of the institute built on cooperation and promoted of Thai - Chinese relations. It is the presentation of Thai Confucius institutes’ administration that committedly supports the Thai-Chinese relations, for example, the image of collaboration with Thai educational institutions, the image of collaboration with Thai governmental organization and agencies, the image of supporting scholarship programs, and the image of promoting career opportunities; and 3) the image of the institute as a representative of China and

a promoter of Chinese culture that publicizes the promotion Chinese cultural administrations and activities such as the image of promoting Chinese arts and culture as well as the image of promoting Chinese traditional events. There are 9 linguistic devices presenting the image of Thai Confucius Institutes and they are divided into 2 types as: 1. The use of verbal linguistic devices, it is the use of wording as naming projects and activities, verbs, reference, speech acts, slogan and narratives. And 2. The use of non-verbal linguistic devices. It is the use of non-wording as using colors, signs and photographs. The images of Thai Confucius Institutes are the positive presentations of the institutes. They highlight and transmit the positive impression, beliefs, thoughts, and credibility among the public toward Thai Confucius Institutes. And they also present the values, administration and roles in organization's management through public relations posters

Keywords: Image, content, linguistic devices, Thai Confucius Institutes, public relations posters on Facebook page

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ด้วยผู้วิจัยได้รับความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาวาอากาศโท ดร. สมบัติ สมศรีพลอย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัครวิทย์ เรืองรอง อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจแก้วิทยานิพนธ์ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้ลูกศิษย์ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาณุพงศ์ อุดมศิลป์ และรองศาสตราจารย์ ดร. อภิวัฒน์ สุธรรมดี ที่ได้ความกรุณาให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการแก้ไขข้อบกพร่องวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธรรมปพร หงษ์ทอง ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการผู้เชี่ยวชาญทรงคุณวุฒิในการตรวจวิทยานิพนธ์ แนะนำให้ปรับแก้เนื้อหาจนมีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่ให้ความเมตตา ความสนับสนุน ให้คำชี้แนะ อบรมสั่งสอนและถ่ายทอดความรู้อันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยโดยตลอด

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. DIAO CHAN และคณาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย คณะภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัยการทะเลเขตร้อนไหหลำ (Hainan Tropical Ocean University) ที่เพิ่มพูนความรู้ด้านภาษามาโดยตลอดของการศึกษาปริญญาตรี และให้ความช่วยเหลืออนุเคราะห์ในระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในประเทศไทย

ขอขอบพระคุณสำนักงานกองทุนการศึกษาต่อต่างประเทศ กระทรวงศึกษาธิการแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (CSC) เป็นอย่างยิ่ง ที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาและกำลังใจอันมีคุณค่าที่มอบให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาศึกษาในประเทศไทย

หลี่ เจี้ยน ผู้ทำวิจัย

พฤศจิกายน 2568

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
สมมุติฐานของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย.....	9
แนวคิดภาพลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กร.....	9
แนวคิดกลวิธีทางภาษา.....	13
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์.....	22
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีทางภาษา.....	22
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขงจื้อ สถาบันขงจื้อและประเทศจีน.....	24
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์.....	27
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4	ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก..... 35
	ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน..... 35
	ภาพลักษณ์การทดสอบภาษาจีน 36
	ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน..... 44
	ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ 52
	ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน 55
	ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย..... 55
	ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานของรัฐบาลไทย 58
	ภาพลักษณ์การสนับสนุนทุนการศึกษา 60
	ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการงาน 62
	ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน 65
	ภาพลักษณ์การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีน..... 66
	ภาพลักษณ์การเผยแพร่เทศกาลของจีน 70
5	กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก..... 79
	กลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย..... 79
	การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ..... 79
	การใช้คำกริยา 86
	การอ้างถึง 101
	การใช้วัจนกรรม 110
	การใช้คำขวัญ..... 118
	การใช้เรื่องเล่า 119
	กลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย 132
	การใช้สี 133
	การใช้สัญลักษณ์..... 136
	การใช้ภาพถ่าย 147

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
6 สรุปลผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	157
สรุปลผลการวิจัย.....	157
ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพจเฟซบุ๊ก	157
ผลการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหา ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก.....	160
อภิปรายผล.....	166
ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อในประเทศไทย	166
กลวิธีการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์.....	168
การดำเนินงานของ “ผู้ให้” กับซอฟต์แวร์.....	169
ข้อเสนอแนะ	171
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	171
ข้อเสนอแนะในการเสริมสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย	171
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	171
บรรณานุกรม.....	172
ภาคผนวก.....	177
ภาคผนวก ก ใบตอบรับการตีพิมพ์บทความ.....	178
ภาคผนวก ข สำเนาประกาศนียบัตรผลสอบ CEFR.....	180
ภาคผนวก ค ตัวอย่างแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย.....	182
ประวัติผู้วิจัย.....	198

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดทฤษฎีในการวิจัย	8
3.1 ตัวอย่างการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย.....	32
3.2 ตัวอย่างการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย	33
4.1 การรับสมัครสอบวัดระดับภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น	37
4.2 การรับสมัครสอบวัดระดับภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.....	38
4.3 การประกาศรับผลสอบวัดระดับภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.....	39
4.4 การแข่งขันการแปลและการล่ามไทยจีน-จีนไทย	41
4.5 การแข่งขันร้องเพลงจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.....	42
4.6 การแข่งขันทักษะการสอนภาษาจีนของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต	43
4.7 การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.....	45
4.8 การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.....	46
4.9 การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยบูรพา	47
4.10 การรับสมัครเรียนรู้ภาษาของสถาบันขงจื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.....	48
4.11 การรับสมัครเรียนรู้ภาษาของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น.....	50
4.12 การรับสมัครเรียนรู้ภาษาของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.....	51
4.13 การบรรยายทางวิชาการของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	52
4.14 การเสวนาวิชาการจีนศึกษาของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	53
4.15 ความร่วมมือ 2 ปริญญา กับมหาวิทยาลัยขอนแก่น.....	56
4.16 พิธีลงนามระหว่างสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่นกับโรงเรียนสตรีศรีสะเกษ	57
4.17 โครงการอบรมภาษาจีนให้แก่สถานีตำรวจเชียงใหม่.....	58
4.18 โครงการพัฒนาทักษะภาษาจีนให้แก่สมาชิกวุฒิสภา	59
4.19 โครงการทุนการศึกษาครูสอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล	60
4.20 โครงการทุนการศึกษาครูสอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล	61
4.21 การรับสมัครงานของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.....	63
4.22 การแชร์ประสบการณ์อาชีพผู้เรียนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมรภ.บ้านสมเด็จเจ้าพระยา.....	64
4.23 ศิลปะการเขียนพู่กันจีนของสถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล	66
4.24 การรำไทเก๊กของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.....	68
4.25 กิจกรรมชุดกีฬาของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.....	69

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.26 เทศกาลไหว้พระจันทร์ของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	71
4.27 เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสงครานครินทร์.....	72
4.28 เทศกาลตวงอู่ของสถาบันขงจื้อมรภ.บ้านสมเด็จพระยา	74
5.1 การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการด้านภาษาจีน.....	80
5.2 การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีน	82
5.3 การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน.....	84
5.4 คำกริยา “รับสมัคร” ในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน.....	87
5.5 คำกริยา “เปิดรับสมัคร” และ “สมัคร” ในการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษา.....	88
5.6 คำกริยา “เปิดรับสมัคร” ในการประชาสัมพันธ์ศิลปวัฒนธรรม.....	89
5.7 คำกริยา “อบรม” ในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน.....	90
5.8 คำกริยา “อบรม” ในการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาการสนับสนุนการศึกษา.....	91
5.9 คำกริยา “ประกวด” หรือ “แข่งขัน” ในการประชาสัมพันธ์ประกวดภาษาจีน	93
5.10 คำกริยา “พัฒนา” ในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน	94
5.11 คำกริยา “พัฒนา” ในการประชาสัมพันธ์ทุกกิจกรรมส่งเสริมบุคลากร	96
5.12 คำกริยา “ร่วมมือ” และ “ร่วม” ในการประชาสัมพันธ์ความร่วมมือร่วมกับองค์กรไทย	97
5.13 คำกริยา “เฉลิมฉลอง” หรือ “ฉลอง” ในการประชาสัมพันธ์เทศกาล	99
5.14 การอ้างอิงข้อสอบวัดระดับภาษาจีน HSK HSKK และ YCT.....	102
5.15 การอ้างอิงศัพท์วัฒนธรรมจีน.....	103
5.16 การอ้างอิงชื่อองค์กรหรือชื่อสถาบันอื่น	104
5.17 การอ้างอิงข้อมูลบุคคลในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน.....	106
5.18 การอ้างอิงข้อมูลบุคคลในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมจีน	108
5.19 การเชิญชวนในกิจกรรมทางวัฒนธรรมจีน.....	111
5.20 การแนะนำหรือการสั่งในการสมัครสอบหรือเรียนภาษาจีน	112
5.21 การอวยพรในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน.....	114
5.22 การใช้คำขวัญในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน.....	118
5.23 เรื่องเล่าการพัฒนาทักษะด้านภาษาจีนสำหรับสมาชิกวุฒิสภา.....	120
5.24 เรื่องเล่าเสวนาไทย-จีน.....	122
5.25 เรื่องเล่าโครงการแข่งขันร้องเพลงจีน.....	123

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5.26 เรื่องเล่าความร่วมมือกับโรงเรียนสนามบินขอนแก่น.....	124
5.27 เรื่องเล่ากิจกรรมแนะแนวทุนครูสอนภาษาจีนนานาชาติ	125
5.28 เรื่องเล่ารับสมัครนักศึกษาฝึกปฏิบัติงาน	126
5.29 เรื่องเล่ากิจกรรมการแพทย์แผนจีน.....	127
5.30 เรื่องเล่ากิจกรรมไทเก๊ก.....	128
5.31 เรื่องเล่ากิจกรรมเทศกาลตรุษจีน.....	129
5.32 การใช้สีแดงและสีทองในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์.....	133
5.33 การใช้สีเขียวในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์	135
5.34 สัญลักษณ์อุปกรณ์การเรียนการสอน.....	137
5.35 ตราสัญลักษณ์สถาบัน.....	138
5.36 สัญลักษณ์โคมไฟ	140
5.37 สัญลักษณ์เมฆมงคล.....	141
5.38 สัญลักษณ์กระต่าย.....	142
5.39 สัญลักษณ์พัดจีน.....	143
5.40 สัญลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมจีน	144
5.41 ภาพถ่ายบุคคลเดี่ยว.....	147
5.42 ภาพถ่ายบุคคลหมู่	149
5.43 ภาพถ่ายวัตถุ	150

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สถาบันขงจื้อและห้องเรียนขงจื้อในโลก.....	2
1.2 สถาบันขงจื้อและห้องเรียนขงจื้อในประเทศไทย.....	4
3.1 รายชื่อสถาบันขงจื้อไทยที่เป็นแหล่งข้อมูล	30
4.1 ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เฟซเพชบุ๊ก	77
5.1 กลวิธีการตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการนำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย.....	86
5.2 กลวิธีการใช้คำกริยานำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย	100
5.3 การสอบวัดระดับภาษาจีน	101
5.4 กลวิธีการอ้างถึงนำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย	109
5.5 กลวิธีการใช้วัจนกรรมนำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย	117
5.6 กลวิธีการใช้เรื่องเล่านำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย	130
5.7 กลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย.....	131
5.8 กลวิธีการใช้สัญลักษณ์นำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย.....	146
5.9 กลวิธีการใช้ภาพถ่ายนำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย.....	152
5.10 กลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์ของจื้อไทย	152
6.1 สรุปภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์.....	159
6.2 สรุปกลวิธีการใช้ภาษาเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย.....	165

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันขงจื๊อเป็นองค์กรการศึกษาที่มีรัฐบาลจีนเป็นฝ่ายจัดตั้งในทั่วโลก เมื่อกล่าวถึงสถาบันขงจื๊อ จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจขงจื๊อเป็นลำดับแรก โดยมีประวัติที่ว่า ขงจื๊อเกิดเมื่อ 551 ปีก่อนคริสตกาล และเสียชีวิตเมื่อ 479 ปีก่อนคริสตกาล คนชาวจีนหลู่ (ปัจจุบันคือมณฑลซานตง) เป็นนักคิดและนักการศึกษาที่มีชื่อเสียงในจีนโบราณ ขณะเดียวกันก็เป็นผู้สร้างลัทธิขงจื๊อ (หยู่เจี๋ย) ในช่วงวัยชรา โดยรวบรวมแนวคิดของขงจื๊อในคัมภีร์ 5 เรื่อง ได้แก่ “คัมภีร์ประวัติศาสตร์ (ชู่ยฺจิง)” “คัมภีร์กวีนิพนธ์โบราณ (ซือจิง)” “คัมภีร์จารีตพิธี (หลี่จี้)” “คัมภีร์เรื่องความเปลี่ยนแปลง (อี้จิง)” “คัมภีร์ฤดูใบไม้ร่วง (ซุนชิว)” ซึ่ง 5 เรื่องนี้เรียกรวมกันว่า “ห้าคัมภีร์” หลังจากที่ขงจื๊อเสียชีวิต ลูกศิษย์ได้รวบรวมคำพูดและความคิดที่บันทึกไว้ระหว่างขงจื๊อกับลูกศิษย์ในหนังสือเรื่อง หลุน-ยฺหฺวี โดยนำเสนอแนวคิดขงจื๊อ ได้แก่ เหริน (เมตตาธรรม) อี้ (ความชอบธรรม) หลี่ (ขนบประเพณี จริยธรรม) จื่อ (ปัญญา) ซิน (สัจจะ) เป็นแนวคิดสำคัญที่เน้นด้านคุณธรรม จริยธรรม และพฤติกรรมอันดีงามของมนุษย์ ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมจีนหลากหลายด้าน (มาลินี คัมภีร์ญาณนนท์, 2552: 39-40) แม้ว่าการกล่าวถึงขงจื๊อในสังคมจีนปัจจุบันไม่เพียงแต่หมายถึงตัวตนขงจื๊อเท่านั้น แต่หมายถึงลัทธิขงจื๊อที่รวมถึงความคิดของขงจื๊อเองและความคิดของผู้สืบทอดลัทธิขงจื๊อและยกย่องลัทธิขงจื๊อในช่วงเวลาต่อมา

ดังนั้น ขงจื๊อหรือแนวคิดขงจื๊อมีอิทธิพลสำคัญสำหรับชาวจีนตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน จนกลายเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมจีนที่ดี และได้รับความนิยมและยกย่องในการเผยแพร่ถ่ายทอดทั้งภายในและภายนอกประเทศจีน

ความสำคัญของคำสอนขงจื๊อหรือลัทธิขงจื๊อภายในสาธารณรัฐประชาชนจีนปรากฏในตำราหนังสือตั้งแต่ประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาจำนวน 11 บท ตัวอย่างเช่น บทที่ 14 บทความภาษาเหวินหยางจิง 2 เรื่อง (文言文两则) (หน้า 80-81) ได้กล่าวถึงแนวคิดขงจื๊อในตำราวิชาภาษาจีนประถมชั้นปี 6 เล่มที่ 1 บทที่ 5 หลุน ยฺหฺวี 12 เรื่อง (《论语》十二篇) (44-47) ในตำราวิชาภาษาจีนมัธยมปลาย วิชาบังคับแบบเลือก เล่ม 1 และบทที่ 1 แก่นสารและอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมดีเด่นของจีน (中国优秀文化的内涵与特点) ในตำราวิชาประวัติศาสตร์: การแลกเปลี่ยนและเผยแพร่วัฒนธรรมมัธยมปลาย วิชาบังคับแบบเลือก เป็นต้น (สำนักพิมพ์การศึกษาประชาชน, 2567: ออนไลน์) แม้กระทั่งทุกวันนี้เวลาผ่านไปกว่า 2,000 ปีแล้ว คำสอนขงจื๊อกับหลักการลัทธิขงจื๊อยังปรากฏอยู่ใน

ตำราหนังสือ จึงเห็นได้ว่า กระทรวงการศึกษาแห่งชาติจีนให้ความสำคัญกับลัทธิขงจื้อ

การเผยแพร่ความคิดของขงจื้อต่อนอกประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน นับตั้งแต่เข้าสู่ศตวรรษที่ 21 กระบวนการโลกาภิวัตน์ได้กระตุ้นให้มีการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศที่ยิ่งใหญ่ไม่เพียงแต่พึ่งพาอาศัยกันในด้านการเมือง เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเท่านั้น ยังเริ่มต้นมีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน เศรษฐกิจจีนเติบโตอย่างรวดเร็วและสถานภาพจีนในระดับสากลเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง ในปี ค.ศ. 2004 รัฐบาลจีนจึงตั้งสถาบันขงจื้อเป็นศูนย์กลางสำคัญในการเผยแพร่ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนที่ประเทศต่าง ๆ (เว่ย ฟาน และคณะ, 2564: 2) และมีการจัดตั้งห้องเรียนขงจื้ออีกด้วย สถาบันขงจื้อโซลของประเทศเกาหลีเป็นสถาบันขงจื้อแห่งแรกที่ปฏิบัติงานอย่างเป็นทางการของทั่วโลก จนถึงวันนี้ สถาบันขงจื้อกับห้องเรียนขงจื้อได้จัดตั้งในทั่ว 5 ทวีปของโลก ได้แก่ ทวีปเอเชีย ทวีปแอฟริกา ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา ทวีปโอเชียเนีย จำนวน 574 แห่ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1.1 สถาบันขงจื้อและห้องเรียนขงจื้อในโลก

ทวีป	จำนวนพื้นที่/ประเทศที่มีสถาบันขงจื้อ/ห้องเรียนขงจื้อ	จำนวนสถาบันขงจื้อ	จำนวนห้องเรียนขงจื้อ
แอฟริกา	47	67	10
เอเชีย	37	138	34
ยุโรป	33	186	28
อเมริกา	28	72	13
โอเชียเนีย	6	20	6
จำนวนสะสม	151	483	91

(สถาบันขงจื้อสำนักงานใหญ่แห่งประเทศจีน, 2567: ออนไลน์)

สถาบันขงจื้อเป็นสถาบันการศึกษาที่ไม่แสวงหากำไร องค์กรต่างประเทศต้องสมัครเป็นสมาชิกเพื่อขอจัดตั้งสถาบันขงจื้อกับหน่วยงานจีนโดยสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมเผยแพร่ภาษาจีน ทำให้ชาวต่างชาติเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมจีนอย่างลึกซึ้ง และสร้างโอกาสให้การศึกษาจีนและการศึกษาต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในด้านมนุษยศาสตร์ พันธกิจและบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื้อ ได้แก่ 1) การสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) การดำเนินการสอนและวิจัยในสาขาหรือวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยใช้ภาษาจีนเป็นสื่อหลัก 3) การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน 4) การพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน 5) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนกับภาษา

และวัฒนธรรมต่างประเทศ 6) การทดสอบวัดระดับและรับรองที่เกี่ยวข้องกับภาษาและวัฒนธรรมจีน
 7) การดำเนินการวิจัยและการให้บริการที่ปรึกษาในด้านการศึกษาจีน วัฒนธรรมจีน เศรษฐกิจจีน เป็นต้น
 8) ดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสถาบันขงจื่อ (สถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่แห่งประเทศจีน, 2567: ออนไลน์)

แม้สภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลก แต่ขงจื่อยังมีอิทธิพลสำคัญต่อประเทศจีน ความหมายของคำว่า ขงจื่อ เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ และไม่เพียงแต่แทนบุคคลหรือสำนักคิดอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ยังกลายเป็นสัญลักษณ์ที่แทนประเทศจีนในต่างประเทศอีกด้วย กล่าวคือ นักเรียนเรียนรู้คำสอนของขงจื่อและประวัติของขงจื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้คุณสมบัติอันดีของลัทธิขงจื่อ และได้รับความรู้เกี่ยวกับขงจื่อในฐานะเป็นผู้บุกเบิกและมีอิทธิพลมากมายต่อสังคมจีน สำหรับสถาบันขงจื่อที่จะเน้นไปที่การเผยแพร่วัฒนธรรมจีนและภาษาจีนในต่างประเทศ และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศในทั่วโลกเพื่อตอบสนองกระแสโลกาภิวัตน์

สถาบันขงจื่อ ซึ่งตั้งชื่อด้วยคำว่า “ขงจื่อ” ในฐานะเป็นองค์กรรับผิดชอบการเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีนที่ต่างประเทศ ได้ประกอบสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับขงจื่อหรือสถาบันขงจื่อ และเป็นสื่อที่เปิดให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของจีนสำหรับชาวต่างประเทศ ดังที่สถาบันขงจื่อแห่งแรกได้จัดตั้งขึ้นในปี 2547 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนและภาษาจีนสู่โลก และได้ส่งเสริมการพัฒนาวัฒนธรรมและการสอนภาษาจีนเป็นอย่างมากในต่างประเทศ คุณลักษณะของกลุ่มครูอาสาสมัครชาวจีนแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของประเทศจีนอันสูงส่งและยิ่งใหญ่ที่แตกต่างจากอดีต (Wan Xingyu, 2020: 37)

นับตั้งแต่จีนและไทยสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา ทั้งสองประเทศพึงพาอาศัยร่วมกันมาเกือบ 50 ปี การพัฒนาความสัมพันธ์อันใกล้ชิดและเป็นมิตรสหภาพระหว่างจีนและไทยได้ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือซึ่งกันและกัน รัฐบาลจีนได้จัดตั้งสถาบันขงจื่อและห้องเรียนขงจื่อในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในด้านวัฒนธรรมเชิงลึกระหว่างทั้งสองประเทศ (กระทรวงการต่างประเทศแห่งราชอาณาจักรไทย, 2568: ออนไลน์)

จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้เกิดการจัดตั้งสถาบันขงจื่อในประเทศไทย โดยมีไทยจีนร่วมมือกัน และประสบความสำเร็จในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม องค์กรไทยจีนตอบสนองแนวโน้มการพัฒนายุคสมัย และได้รับการอนุมัติจากรัฐบาลไทยและรัฐบาลจีน สถาบันขงจื่อที่ไทยแห่งแรกจัดตั้งได้สำเร็จเมื่อปี 2549 นั่นคือ สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น จนถึงปัจจุบันนี้ สถาบันขงจื่อในเมืองไทยมีทั้งหมด 17 แห่ง และมีห้องเรียนขงจื่อ 11 แห่ง ดังนี้

ตารางที่ 1.2 สถาบันขงจื้อและห้องเรียนขงจื้อในประเทศไทย

สถาบันขงจื้อไทย (17 แห่ง)	ห้องเรียนขงจื้อไทย (11 แห่ง)
สถาบันขงจื้อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนภูเก็ตวิทยาลัย
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่น	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนระยองวิทยาคม
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยบูรพา	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนสันหมื่น
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยมหิดล	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนจิตรลดา
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนไตรมิตรวิทยาลัย
สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ หอวัง นนทบุรี
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนลำปางกัลยาณี
สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนศรีนคร
สถาบันขงจื้อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัย หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	ห้องเรียนขงจื้อโรงเรียนสว่างบริบูรณ์
สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	ห้องเรียนขงจื้อ โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ภูเก็ต	/
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี	
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	
สถาบันขงจื้อเทศบาลเบตง	
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม	

สถาบันขงจื้อแต่ละแห่งได้ปรับมาตรการให้เข้ากับสภาพท้องถิ่น แสดงความสามารถของตัวเองอย่างเต็มที่ และกลายเป็นสะพานเชื่อมความสัมพันธ์ที่ทำให้คนไทยเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมจีน นอกจากนี้ ยังมีผลงานวิชาการที่สะท้อนผลกระทบจากการดำเนินงานของสถาบันขงจื้อ ซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรซอฟต์แวร์ของจีนในการขับเคลื่อนการทูตเชิงวัฒนธรรมทางด้านการศึกษาภาษาและวัฒนธรรมจีนต่อประเทศไทยได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมไทยนับตั้งแต่จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2549 (สุดาพร อิมเจริญ และจุฑาทิพ คล้ายทับทิม, 2566: 135)

ขณะเดียวกัน เมื่อรัฐบาลจีนจัดตั้งสถาบันขงจื้อในประเทศไทย รัฐบาลจีนก็ได้สร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อขึ้นด้วย มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสถาบันขงจื้อในการเผยแพร่วัฒนธรรม

จีนในต่างประเทศ สถาบันขงจื้อไทยตอบสนองและดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของสถาบันขงจื้อ สำนักงานใหญ่ที่ส่งเสริมการเผยแพร่วรรณคดีภาษาจีนในระดับนานาชาติ เพิ่มพูนความเข้าใจของประชาชนทั่วโลกต่อภาษาและวัฒนธรรมจีน และเสริมสร้างการแลกเปลี่ยนด้านการศึกษาและมนุษยศาสตร์ระหว่างจีนกับต่างประเทศ (สถาบันขงจื้อสำนักงานใหญ่แห่งประเทศไทย, 2567: ออนไลน์) และประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มที่มีส่วนร่วม รวมทั้งสาธารณชนทั่วไป การประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อไทย คือ การเผยแพร่วรรณคดีข่าวสารให้เข้าถึงบุคคลทั่วไป และทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจที่ถูกต้องโดยผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่ง และเนื่องจากกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นกลยุทธ์ที่นำมาช่วยส่งเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบเดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (วิภาคณัญญ์ นิमितพันธ์ และศิริจันทร์ พลกนิษฐ, 2559: 21)

เนื้อหาประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อไทยมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดและมีความสำคัญต่อการประกอบสร้างภาพลักษณ์องค์กรของสถาบันขงจื้อไทยมากมาย เนื่องจากการประชาสัมพันธ์คือการเผยแพร่วรรณคดีออกไปให้ประชาชนเข้าใจการดำเนินงาน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมและสนับสนุนการดำเนินงานนั้น (Lee, 1930, อ้างถึงในจิตตลดา คณีกุล, 2561: 12-13) ดังนั้น เนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือที่จำเป็นในการเผยแพร่วรรณคดีระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

สถาบันขงจื้อในประเทศไทยสร้างความเชื่อมโยงกับสาธารณชนชาวไทยผ่านเนื้อหาในข้อมูลประชาสัมพันธ์ ขณะที่ผู้รับสารชาวไทยสามารถทำความเข้าใจ พันธกิจหน้าที่ วัตถุประสงค์ แนวคิด และวิสัยทัศน์การดำเนินงานของสถาบันขงจื้อผ่านเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ซึ่งนำไปสู่การยอมรับและการเข้ามามีส่วนร่วมกับสถาบันขงจื้อ ดังวิจิต อาวะกุล (2540: 47, อ้างถึงในจิตตลดา คณีกุล, 2561: 12-13) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ว่า เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร สร้างความนิยมชมชอบ สร้างความเลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน โดยรักษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ช่องทางการบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ คือ การสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีของสถาบันขงจื้อไทยโดยอาศัยเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ ดังที่ Kotler (2000: 533) และ Jefkins (1993: 21-22) กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์นับเป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้กันมากที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการกระจายข้อมูลให้กับผู้คนได้อย่างรวดเร็วและจำนวนมากให้จดจำได้ และสามารถครอบคลุมพื้นที่สื่อได้ตามที่ต้องการและสร้างความน่าสนใจได้เป็นอย่างดี (อ้างถึงในวาสนา จันทร์สว่าง, 2541) ดังนั้น เนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จึงเป็นองค์รวมที่ถ่ายทอดภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อ และเครื่องมือหลักที่ประกอบสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อผ่านเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์นั้นก็คือกลวิธีการใช้ภาษา เนื่องจากกลวิธีทางภาษาจึงจัดเป็นกระบวนการที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ร่วมสื่อสารสามารถตอบสนองต่อการสื่อสารได้อย่างรู้เท่าทันและเกิดสัมฤทธิ์ผล (ภัททิรา วิภาคณัญญ์, 2558: 150)

การศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กมีความสำคัญและความทันสมัย ดังที่ ซีรพัฒน์ เอี่ยมละออ (2564: 7) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นภาพที่เกิดขึ้นมาจากความรู้สึกนึกคิด ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อถือว่าเป็นหน้าเป็นตาของสถาบันหรือกล่าวได้ว่าการที่ผู้รับสารมีความคิดต่อสถาบันขงจื่ออย่างไรขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อในใจ การกล่าวถึงการสร้างภาพลักษณ์องค์กรหรือภาพลักษณ์สถาบันในการประชาสัมพันธ์ย่อมจะมองในแง่ดี เนื่องจากภาพลักษณ์นั้น ๆ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของผู้รับสาร ถ้าหากสร้างภาพลักษณ์ในแง่ไม่ดี การประชาสัมพันธ์ขององค์กรก็จะเป็นไปไม่ได้ สถาบันขงจื่อไทยจึงใช้แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กเป็นหลัก เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร และสอดคล้องกับบริบทของสังคม สรุปได้ว่าภาพลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อจำเป็นต้องเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งคงแตกต่างจากภาพลักษณ์ทั่วไป แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์มีเนื้อหา และสาระที่นำไปสู่ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยผ่านกลวิธีทางภาษา ซึ่งประกอบด้วยกลวิธีทางภาษามีทั้งวจนภาษาและอวจนภาษา

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กมีความสำคัญอย่างยิ่ง การที่สถาบันขงจื่อได้มีการนำเสนอเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ย่อมมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อ ซึ่งทำให้คนไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทยเกิดความประทับใจในการให้บริการทางด้านการศึกษา การเผยแพร่ภาษา และวัฒนธรรมและความร่วมมือต่าง ๆ การศึกษาภาพลักษณ์คงจะเป็นการแสวงหาความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ และความประทับใจที่มีต่ออัตลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย ดังนั้น จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อ
2. เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

สมมุติฐานของการวิจัย

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ในเพจเฟซบุ๊กมีการเสนอภาพลักษณ์เชื่อมโยงกับหน้าที่ของสถาบันขงจื่อไทยและนโยบายของรัฐบาลจีน อาจมีภาพลักษณ์ที่สืบ

ทอดจากแนวคิดขงจื้อ และภาพลักษณ์สร้างสรรค์ใหม่ตามนโยบายจีน ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อไทยในการเสนอเนื้อหาอาจมีกลวิธีทางวจนภาษา และอวัจนภาษา และมีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยโดยตรงหรือทางอ้อม

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยและกลวิธีการใช้ภาษาจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื้อเป็นหลัก ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยคือแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แหล่งการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากเว็บไซต์ ซึ่งแฟนเพจเฟซบุ๊กทางการของสถาบันขงจื้อไทย จำนวน 12 สถาบัน
2. ช่วงเวลาของข้อมูล ข้อมูลแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จำนวน 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2566
3. การคัดเลือกข้อมูล ข้อมูลที่เป็นรูปแบบแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นรูปภาพที่โพสต์ในแฟนเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื้อไทยที่ประกอบด้วยข้อความที่เป็นถ้อยคำและรูปภาพจำนวน 338 แผ่นป้าย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทย
2. ทำให้ทราบกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ในการนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร
3. ทำให้ทราบลักษณะกิจกรรมทางวัฒนธรรมจีนที่จัดโดยสถาบันขงจื้อในประเทศไทย
4. ทำให้เห็นการสร้างสรรครูปแบบแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ในบริบทสื่อสังคมไทย

ข้อตกลงเบื้องต้น

เนื่องจากการสะกดคำว่า ขงจื้อ มี 3 แบบ คือขงจื้อ ขงจื้อและขงจื้อ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเลือกใช้คำว่า ขงจื้อ และสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เลือกใช้คำว่า ขงจื้อ หรือมีการสะกดเป็นขงจื้อ อีกทั้งยังไม่มีข้อตกลงว่า การใช้คำทั้ง 3 แบบดังกล่าวมีคำไหนที่เป็นคำถูกหรือคำผิด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้คำว่า ขงจื้อ ในวิทยานิพนธ์เรื่อง ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **สถาบันขงจื่อไทย** หมายถึง หน่วยงานที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีน ภายใต้การกำกับดูแลของสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีสถานที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย จำนวน 12 สถาบัน

2. **ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย** หมายถึง ภาพที่คนภายนอกได้รับรู้เมื่อได้อ่านแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอโดยสถาบันขงจื่อไทย ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ และความประทับใจที่มีต่ออัตลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย

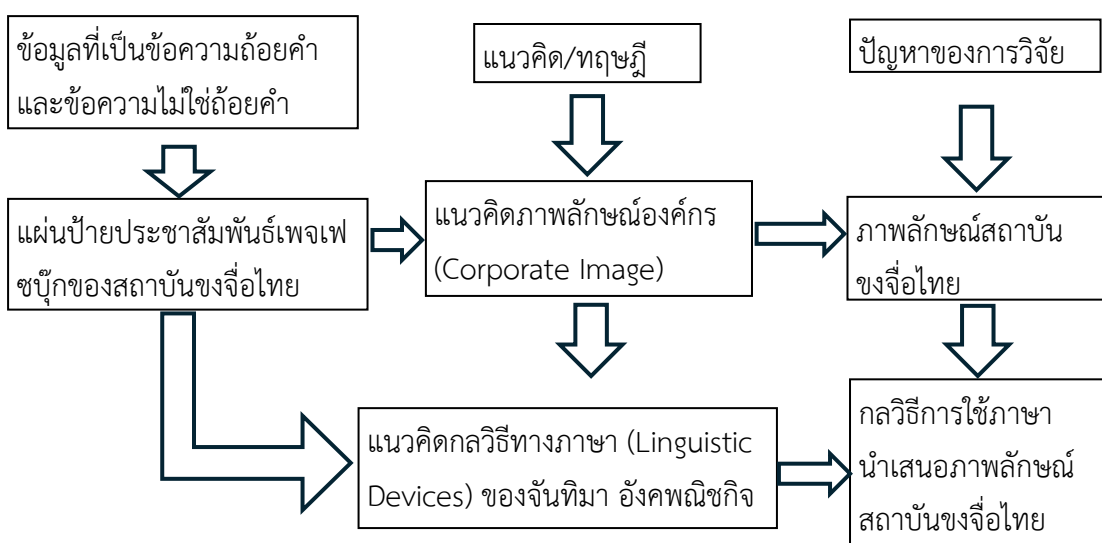
4. **เนื้อหา** หมายถึง กิจกรรมและการดำเนินงานต่าง ๆ ที่สถาบันขงจื่อไทย 12 สถาบัน ประชาสัมพันธ์ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

5. **กลวิธีการใช้ภาษา** หมายถึง ลักษณะภาษาที่ใช้นำเสนอข้อความเพื่อสื่อความคิดและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสถาบันขงจื่อไทยโดยมีวัตถุประสงค์บางอย่างแฝงอยู่ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทย

5. **แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์** หมายถึง แผ่นป้ายที่นำเสนอกิจกรรมและการดำเนินงานต่าง ๆ จากลักษณะภาษาที่เลือกใช้เพื่อโพสต์ลงในเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อไทย และให้กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับสารเข้าใจและปฏิบัติตาม ซึ่งแผ่นป้ายจะเป็นรูปภาพอันประกอบด้วยวจนภาษาและอวจนภาษา

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดทฤษฎีในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดทฤษฎีในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย
 - 1.1 แนวคิดภาพลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กร
 - 1.2 แนวคิดกลวิธีทางภาษา
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์
 - 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีทางภาษา
 - 2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขงจื่อ สถาบันขงจื่อและประเทศจีน
 - 2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะอธิบายถึงกรอบแนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก ” ประกอบด้วย 2 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดภาพลักษณ์ (Image) และภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) และแนวคิดกลวิธีทางภาษา (Linguistic Devices / Linguistic Strategies)

1.1 แนวคิดภาพลักษณ์ (Image) และภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)

ในส่วนนี้เป็นการอธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และภาพลักษณ์องค์กร ดังนี้

ความหมายของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ พจนานุกรมให้ความหมายว่า ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น และเดิมใช้คำว่า จิตภาพ ซึ่งตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Image (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554: 868)

กุหลาบ มัลลิกะมาส (2542) ได้เสนอแนวคิดภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์ หรือภาพในจิตเกิดจากการใช้ถ้อยคำสร้างให้เกิดความคิด ความรู้สึก และความประทับใจโดยอาศัยจินตนาการคิดคำนึงจนปรากฏภาพในใจของผู้อ่าน

นอกจากนี้ Robison (อ้างถึงใน ชีรพัฒน์ เอี่ยมละออ, 2564) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็น

ภาพที่เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดในจิตใจของบุคคลที่เกิดขึ้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสะท้อนมาจากประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของแต่ละบุคคล

(Philip Kotler) อธิบายถึง ภาพลักษณ์ ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามี ต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

เสรี วงษ์มณฑา (2541) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ ข้อเท็จจริงบวกกับการประเมิน ส่วนตัว แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล อยู่ยาวนานแสนนานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความเป็นจริงก็ได้ เพราะว่าภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่อง ของข้อเท็จจริง แต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ ที่มนุษย์เอาความรู้สึกส่วนตัวเข้าไป ปะปนในข้อเท็จจริงด้วย

วิทยา ตำนจรังกุล (2544) กล่าวว่าภาพลักษณ์ หมายถึงความคิด ความเชื่อ และความรู้สึกที่คนเราจะมีต่อสินค้า บริการ บุคคลและตัวกิจการ ภาพลักษณ์มีส่วนอย่างสำคัญในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมที่ลูกค้าจะมีต่อสินค้าหรือบริการหนึ่งๆ เสมอ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2535) ได้สรุปความหมายของ ภาพลักษณ์ ไว้ว่าหมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ หรือภาพที่สิ่งต่างๆ สร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจเรา

ผู้วิจัยสรุป ภาพลักษณ์ คือ ภาพของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่งที่เกิดขึ้นในใจ ซึ่งอาจเป็นความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และความประทับใจ เนื่องด้วยจากประสบการณ์ต่อสิ่งนั้นทางตรง หรือทางอ้อม

ภาพลักษณ์องค์กร

แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins) (อ้างถึงใน จักรกฤษ เดชพร, 2563) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษ อธิบายว่า ภาพลักษณ์ต่อองค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ต่อบริษัท จะหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้ เข้าใจ และมีส่วนร่วมส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยอัตลักษณ์ขององค์กรโดยปรากฏได้ทั่วไป

Giovanis, Zondiros, and Tomaras (อ้างถึงใน ธีรพัฒน์ เอี่ยมละออ, 2564) กล่าวถึงภาพลักษณ์องค์กรว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นภาพที่เกิดขึ้นมาจากความรู้สึกนึกคิดเมื่อกกล่าวถึงชื่อบริษัทเป็นความประทับใจเชิงจิตวิทยาที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์หรือประสบการณ์ได้ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับชื่อเสียงของบริษัท

Maclnnis and Price ชี้ให้เห็นว่าภาพลักษณ์องค์กรนั้นเป็นผลจากกระบวนการประเมินผลซึ่งเกิดจากความคิด ความรู้สึก และประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับ

องค์กรธุรกิจ โดยเปลี่ยนความทรงจำของผู้บริโภคให้เป็นความประทับใจทางจิตวิญญาณ

Robertson and Gatignon (อ้างอิงใน ซีรฟ์พจน์ เอี่ยมละออ, 2564) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอโดยบางบริษัท และลดความไม่แน่นอนในขณะทำการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคถูกชักนำให้ซื้อ สินค้าจากบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อลดความเสี่ยง

ส่วนประเภทของภาพลักษณ์องค์กร เสรี วงษ์มณฑา (2546) กล่าวว่า การบริหารจัดการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ต้องอาศัยองค์ประกอบหลายเรื่องด้วยกัน เนื่องจากภาพลักษณ์องค์กรเป็นการผสมผสานหลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับองค์กรเข้าด้วยกัน องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กรประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร (Executive) ผู้บริหารต้องเป็นที่ยอมรับของประชาชนและพนักงาน มีความสามารถและจริยธรรมในการทำงาน บริหารงานอยู่บนรากฐานของความถูกต้อง สร้างสรรค์สิ่งใหม่ และมีวิสัยทัศน์กว้างไกลนำองค์กรไปสู่ความก้าวหน้า
2. ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน (Employees) ต้องมีความสามารถและความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รับฟังความคิดเห็นและเคารพสิทธิของผู้อื่น ซึ่งต้องเป็นที่ประจักษ์ต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือต้องปฏิบัติงานด้วย
3. ภาพลักษณ์ด้านบริการ (Service) จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตามที่มีการกล่าวอ้าง และเป็นสินค้าที่ไม่สร้างความเสียหายให้กับสังคมหรือมอมเมาผู้บริโภค
4. ภาพลักษณ์ด้านวิธีดำเนินธุรกิจ (Business Practice) ดำเนินธุรกิจอย่างตรงไปตรงมาตามหลักคุณธรรม จริยธรรม สร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซื่อสัตย์สุจริต และเคารพกฎหมาย
5. ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม (Social Activities) เป็นกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมนอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจ เพื่อช่วยพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น
6. ภาพลักษณ์ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน (Anifacts) แม้ในบางธุรกิจจะเป็นภาพที่บุคคลทั่วไปไม่อาจสามารถรับรู้ได้โดยตรง แต่การจัดการเครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์สำนักงานก็เป็นสิ่งสำคัญหากองค์กรนั้นต้องติดต่อกับบุคคลทั่วไปโดยตรงซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ประเมินภาพลักษณ์องค์กรได้เช่นกัน ผู้ที่รับผิดชอบจะต้องจัดหาและสร้างความสมดุลให้ดีเพื่อไม่ให้ส่งผลเสียต่อองค์กร
7. ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) หมายถึง วิธีการทำงาน ค่านิยมของผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร
8. ภาพลักษณ์ด้านบรรยากาศ (Atmosphere) หมายถึง การตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงาม และเหมาะสม

Leblance and Nguyen (อ้างถึงใน อีรพัฒน์ เอี่ยมละออ, 2564) จำแนกภาพลักษณ์องค์กร ในธุรกิจให้บริการออกเป็น 5 ปัจจัยหลักดังนี้

1. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) หมายถึง รูปลักษณ์ที่อธิบายความเกี่ยวข้องของบริษัท เช่น ชื่อเสียง โลโก้ ราคา คุณภาพ หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่ควบคุมได้โดยบริษัท โดยนำมาเปรียบเทียบกันในแต่ละบริษัท

2. ชื่อเสียง (Reputation) คือ การจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการที่มีคุณภาพตลอดเวลา จนเกิดชื่อเสียงตามมากระทั่งได้รับความน่าเชื่อถือ

3. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับบริษัท รวมถึงสภาพอากาศหรือบรรยากาศในสำนักงาน

4. การให้บริการ (Service Offering) เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านการให้บริการ ซึ่งการบริการที่รวดเร็วและใส่ใจลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

5. การติดต่อระหว่างบุคคล (Contact Personnel) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งในการให้บริการจะต้องเข้าใจและตอบสนองให้ตรงความต้องการของลูกค้าผ่านพฤติกรรมและทัศนคติที่ดี ซึ่งจะกระตุ้นให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการได้อธิบายกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรในมุมมองของคำว่า IMAGE รัชณี วงศ์สุมิตร (อ้างถึงใน อีรพัฒน์ เอี่ยมละออ, 2564: 9) กล่าวว่า องค์กรจะบรรลุวัตถุประสงค์ส่วนหนึ่งมาจากการกำหนดภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งช่วยสร้างความร่วมมือและการสนับสนุนจากผู้บริโภค การสร้างกลยุทธ์องค์กร สามารถทำได้จากคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) กล่าวคือ

I: Institution คือ การสร้างภาพลักษณ์ด้วยตัวสถาบัน ได้แก่ อาคาร สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก

M: Management คือ การจัดการโดยผู้บริหารในการกำหนดภาพลักษณ์ให้เป็นที่พอใจของประชาชน

A: Action คือ ผลประกอบการ ได้แก่ กระบวนการผลิตเพื่อให้สินค้าที่ออกวางจำหน่าย มีประสิทธิภาพของงานหรือการให้บริการต่าง ๆ

G: Goodness คือ การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกระทำความดี เช่น การกระทำที่รับผิดชอบต่อสังคม

E: Employee คือ การสร้างภาพลักษณ์ด้วยบุคลากร เพราะบุคลากรทุกคนในหน่วยงานเปรียบเสมือนตัวแทนของหน่วยงานที่จะสร้างความประทับใจหรือความเกลียดชังให้แก่ผู้ติดต่อกับองค์กร

การศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อมีความสำคัญและความจำเป็นยิ่ง เนื่องด้วยจากสถาบันขงจื้อไทยในฐานะองค์กรเผยแพร่วัฒนธรรมของจีนที่จัดตั้งในประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสถาบันขงจื้อมาโดยตลอด โดยใช้เครื่องมือประชาสัมพันธ์ข้อมูล เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถาบัน พร้อมทั้งแสดงให้เห็นถึงบริการและกิจกรรมที่สถาบันขงจื้อไทยมีให้ ซึ่งจะดึงดูดความสนใจผู้อ่านและทำให้เกิดความประทับใจให้เข้าถึงกับสถาบันขงจื้อไทย และเข้าร่วมบริการและกิจกรรมของสถาบันขงจื้อ

1.2 แนวคิดกลวิธีทางภาษา (Linguistic Devices/Linguistic Strategies)

ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูล มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความคิดและอุดมการณ์ ดังนั้น การศึกษากลวิธีทางภาษาไม่เพียงแต่เป็นการศึกษาในพื้นที่ภาษาศาสตร์เท่านั้น ยังเป็นทางที่ทำความเข้าใจความคิดของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

เสถียรโกเศศ (2533) เรียกกลวิธีเป็นเทคนิค หรือกรรมวิธีในแง่วรรณศิลป์ กล่าวคือ วิจิตรศิลป์มีหลักทางศิลปะร่วมกันคือ เกิดจากความรู้สึกเป็นอารมณ์สะเทือนใจ แล้วแสดงอารมณ์นี้ออกให้ปรากฏเป็นรูปขึ้น ความรู้และฝีมือถอดเอาความรู้สึกนี้ออกมาเรียกว่า เทคนิค (technique) เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษ มีความหมายขยายตัวออกไป คือหมายถึง กรรมวิธีที่ทำให้ได้ผลเรียบร้อยงดงาม

จันทิมา อังคพณิชกิจ (2561) อธิบายว่า ภาษาที่ปรากฏในตัวบทนอกจากจะทำหน้าที่สื่อแทนความคิด (ideational representation) และสื่อแทนปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interpersonal representation) แล้ว ยังมีเจตนาและอำนาจในเชิงความคิดบางอย่างที่แฝงอยู่ด้วย การอธิบายลักษณะการใช้ทางภาษาในข้อความนั้น นอกจากจะพรรณนามาลักษณะภาษาอะไรและใช้อย่างไรแล้ว การตีความและอธิบายถึงความคิดบางอย่างที่แฝงอยู่ในการใช้ภาษา ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้เข้าใจการสื่อความหมายที่อยู่ในข้อความ ดังนั้นการอธิบายลักษณะภาษาที่ใช้นำเสนอข้อความจึงเป็นการอธิบายในเชิงการใช้ที่มีวัตถุประสงค์บางอย่างแฝงอยู่หรือที่เรียกว่า กลวิธี

กลวิธีทางภาษา (linguistic strategies) เป็นกลวิธีหนึ่งปรากฏในการผลิตข้อความ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลวิธีของการผลิตตัวบท รวมทั้ง ตัวบทที่มีรูปถ้อยคำหรือวจนภาษา (verbal text) และตัวบทที่ไม่มีรูปถ้อยคำหรือวจนภาษา (nonverbal text) (ที่มีกลวิธีได้หลากหลายในการนำเสนอ เช่น กลวิธีการจัดวาง ตำแหน่ง กลวิธีการใช้สี ฯลฯ) กลวิธีทางภาษาทั้งที่เป็นวจนภาษาและอวจนภาษาปรากฏอยู่ทั่วไปในข้อความ เนื่องจากตัวบทแต่ละตัวบทผ่านการเลือกใช้ภาษาที่แฝงวัตถุประสงค์หรือมีเจตนามุ่งหมายของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้นการศึกษากลวิธีทางภาษานอกเหนือจากมุมมองของรูปแบบหรือแบบแผนของข้อความตามประเภทแล้ว ยังต้องมีระบบของการเลือกใช้ภาษาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ด้วย และอีกทั้งยังเป่าหมายของการวิเคราะห์ข้อความ จึงมิใช่เพียงการวิเคราะห์ลักษณะภาษาในข้อความเท่านั้น แต่คือการวิเคราะห์วิธีคิดและการเปิดเผยความคิด

ที่แฝงอยู่ในข้อความนั้น ๆ

กลวิธีทางภาษาอาจมีได้อย่างหลากหลายที่จะวิเคราะห์ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับแนวทางและวิธีการวิเคราะห์ทางภาษา เช่น ถ้าเน้นโครงสร้างก็อาจจะเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์โครงสร้างของข้อความ โครงสร้างของตัวบทตามประเภท (เช่น โครงสร้างของเรื่องเล่า บทสนทนา ข้อความประชาสัมพันธ์ ฯลฯ) ถ้าเน้นลักษณะภาษาก็อาจจะวิเคราะห์การใช้คำศัพท์ วลี ประโยค ลักษณะทางวจนลีลา (style) วิเคราะห์ด้านเจตนาของข้อความในการสื่อสารตามหลักการวจนปฏิบัติศาสตร์ เช่น วิเคราะห์วัจนกรรม (speech act) หลักความสุภาพ ฯลฯ วิเคราะห์ลักษณะด้านการเรียบเรียงข้อความ เช่น การเชื่อมโยง การเกาะเกี่ยวความเป็นต้น

การสื่อสารในข้อความสาธารณะในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอาจมีหลายกลวิธีด้วยกัน ตั้งแต่ การเลือกใช้คำศัพท์จนถึงการเลือกใช้ประเภทของข้อความ เช่น คำขวัญ บทประพันธ์ เนื่องจากการวิเคราะห์และตีความจะต้องอาศัยบริบทเพื่อทำความเข้าใจความหมายและเหตุของการเลือกใช้ภาษาดังนั้นเกณฑ์ในการจำแนกกลวิธีภาษาอาจใช้การตีความบริบทเป็นเกณฑ์ก็ได้ เช่น การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ไม่ต้องอาศัยบริบทแวดล้อมนอกตัวบทมากนัก อาจเริ่มจากการ วิเคราะห์ที่ใช้คำศัพท์ วลีหรือโครงสร้างประโยค โครงสร้างข้อความก็ได้ ส่วนกลวิธีภาษาที่ต้องอาศัยการตีความบริบทนอกตัวบท เช่น การตีความบริบททางสถานการณ์ บริบททางสังคม วัฒนธรรม ได้แก่ การวิเคราะห์กลวิธีด้านวจนปฏิบัติศาสตร์ที่จำเป็นต้องอาศัยหลักการทางวจนปฏิบัติศาสตร์ เช่น วัจนกรรม ความร่วมมือในการสื่อสาร ฯลฯ โดยเน้นการตีความถ้อยคำ (utterance) เป็นสำคัญ ส่วนด้านข้อความ (วาทกรรม) ที่จำเป็นต้องอาศัยทั้งการวิเคราะห์ภายในข้อความร่วมกับการตีความนอกตัวบท และต้องอาศัยความรู้ทางสังคมวัฒนธรรมร่วมด้วย

แนวทางการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาของข้อความที่ควรพิจารณาตั้งแต่ระดับคำศัพท์ (lexical) ไปจนถึงระดับวาทกรรม (discourse) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ตัวบทร่วมกับความคิดเชิงสังคม กลวิธีทางภาษาหลัก ๆ ที่มักจะพบในการวิเคราะห์ข้อความ ได้แก่

1. กลวิธีทางศัพท์ (lexical strategies) เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้คำศัพท์ เพื่อสื่อแทนความคิดหรือประสบการณ์ของผู้ส่งสาร เป็นการแสดงความคิดและสื่อแทนความคิดของผู้ส่งสาร แฟร์เคลลาห์ (Fairclough, 1995, p.185) ชี้ให้เห็นว่าการเลือกใช้คำศัพท์ของผู้เขียนในฐานะผู้ผลิต ตัวบทนั้นเป็นเรื่องที่แปรไปตามปัจจัยทางสังคมรวมทั้งจะต้องเผชิญกับกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมในวงกว้างอีกด้วย การใช้คำศัพท์ที่ต่างมุมมองกันของผู้เขียนที่มีประสบการณ์หรือ หล่อหลอมจากวงการหรือชุมชนที่ตนเองสังกัดเป็นสมาชิกอยู่ หรือที่เรียกว่า ชุมชนปฏิบัติการ (community of practice) เมื่อคนเราอยู่ในวงการต่างกันในชุมชนต่างกัน ย่อมทำให้เห็น มุมมองของผู้เขียนเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังกล่าวถึงและการเลือกใช้ภาษาที่ต่างกันไปด้วยทั้งฟาน เดค (van Dijk, 1997) และมาร์ตินและโรส (Martin and Rose, 2001) ศึกษาการเลือกใช้คำศัพท์ในข้อความ (และวาทกรรม) และพบว่าผู้เขียนมี

การเลือกใช้คำศัพท์เพื่อสื่อแทนความคิดและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหลายวิธีด้วยกันกลวิธีด้านการใช้คำศัพท์ที่พบเห็นได้บ่อยครั้งในการวิเคราะห์ข้อความ ได้แก่

1.1 การใช้ชื่อและการเรียกชื่อ (name and naming) เป็นกลวิธีการใช้คำศัพท์ในการตั้งชื่อเรียกบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันที่จริง ก็มีลักษณะเดียวกันกับวิธีการที่ผู้ส่งสารใช้คำศัพท์อ้างถึงหรือกล่าวถึงบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากจะเรียกว่ากลวิธีการอ้างถึง (referencing) ก็ไม่ต่างกันมากนัก เพียงแต่การเรียกชื่อจะเกี่ยวพันกับวิถีปฏิบัติทางสังคมเกี่ยวกับการตั้งชื่อเรียกบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในขณะที่การอ้างถึงเป็นมุมมองที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา หรือจะกล่าวให้เฉพาะมากขึ้นก็คือ เป็นมุมมองด้านการเชื่อมโยงความที่เน้นด้านภาษามากกว่าที่จะเน้นไปที่วิถีปฏิบัติทางสังคม

1.2 การเรียกขาน (system of address) คำที่ใช้เรียกบุคคลเมื่อต้องการปฏิสัมพันธ์กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารแบบต่อหน้า (face-to-face interaction) หากชื่อและการเรียกชื่อใช้ในข้อความประเภทการเขียน และมักเป็นการอ้างถึงด้วย การเป็นคำสรรพนามบอกบุรุษ คำเรียกขานก็เป็นคำสรรพนามบุรุษที่ 2 ใช้ปฏิสัมพันธ์กับบุคคล ที่เป็นผู้ฟังหรือผู้ที่เรากำลังพูดด้วย

1.3 การอ้างถึง (referencing) เป็นการแสดงมุมมองของผู้พูดที่มีต่อสิ่งหรือบุคคลที่กำลังพูดถึง ส่วนของการอ้างถึงก็อาจเป็นชื่อของบุคคลก็ได้ แต่ที่ต้องแยกนำมาเป็นหนึ่งในหัวข้อเนื่องจากการอ้างถึงบางครั้งก็ได้เป็นชื่อ หากเป็นการใช้คำสรรพนาม ซึ่งโดยมากมักเป็นสรรพนามบุรุษที่ 3 รวมไปถึงคำบ่งชี้ต่าง ๆ ขณะเดียวกัน การอ้างถึงอาจจะมีใช่เป็นบุคคลก็ได้ อาจเป็นสิ่งของสิ่งไม่มีชีวิตต่าง ๆ

1.4 การใช้คำกริยา (verb forms) หมายถึง การวิเคราะห์การปรากฏของคำกริยาในประโยค ที่ไม่เพียงพิจารณาที่รูปคำกริยาเท่านั้น แต่จะต้องหมายรวมถึงคำที่สัมพันธ์กับกริยาด้วย เช่น คำนาม คำขยายเพราะมีส่วนในการสื่อความหมายเกี่ยวกับเหตุการณ์และสิ่งที่ต้องการกล่าวถึงหรือหากจะขยายความไปอีกก็คือ เป็นเรื่องโครงสร้างในประโยคนั้นเอง เนื่องจากการปรากฏของคำกริยาในประโยคเกี่ยวข้องโดยตรงกับโครงสร้างของประโยค การเรียงลำดับของคำกริยาและการปรากฏร่วมของคำอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กริยาจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2. กลวิธีขยายความ (modification) หมายถึง การใช้ถ้อยคำที่เป็นส่วนขยาย อาจเป็นคำ วลี หรือ อนุพยางค์ก็ได้ ถ้าเป็นส่วนขยายนามก็เป็นคำคุณศัพท์หรืออนุพยางค์ขยายนาม ถ้าเป็นส่วนขยายกริยาก็เป็นคำวิเศษณ์หรืออนุพยางค์วิเศษณ์ ทั้งนี้ก็เพื่อเน้นส่วนที่ต้องการขยายให้มีความหมายเด่นชัด เกิดภาพหรือความคิดบางอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ส่วนขยายนี้เป็นกลวิธีสำคัญที่ทำให้เกิดส่วนที่เด่นชัดและส่วนที่เป็นพื้นหลังให้กับสิ่งที่ต้องการกล่าวถึง ซึ่งความเด่นนั้นอาจเป็นความหมายทางที่ดีหรือความหมายทางลบก็ได้ ส่วนพื้นหลังก็มักจะเป็นส่วนประกอบที่ช่วยสนับสนุนการปรากฏตัวของสิ่งที่ต้องการเน้นก็ได้ เช่น อาจเป็นถ้อยคำที่แสดงสถานที่ บรรยากาศ เวลา เป็นต้น

3. กลวิธีทางวัจนปฏิบัติศาสตร์และวาทกรรม (discourse-pragmatic strategies)

หมายถึง กลวิธีการวิเคราะห์ข้อความโดยอาศัยบริบทภายนอกตัวบท ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับความรู้ ความคิด และข้อมูลทางสถานการณ์และด้านสังคมวัฒนธรรมประกอบการวิเคราะห์ หากไม่มีความรู้ด้านสถานการณ์ และทางสังคมวัฒนธรรมแล้ว ก็อาจทำให้ไม่เข้าใจข้อความที่กำลังวิเคราะห์ หรืออาจทำให้เข้าใจคลาดเคลื่อนได้ ที่สำคัญคือ กลวิธีที่ต้องอาศัยบริบทภายนอกตัวบทนี้ จำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ทางภาษาศาสตร์ ด้านวจนปฏิบัติศาสตร์และความรู้ด้านวาทกรรมด้วย

3.1 การใช้มูลบท (presuppositions) เป็นการใช้ภาษาเพื่อสื่อข้อความที่ทำให้เข้าใจได้ โดยนัยว่ามีข้อความอื่น ๆ หรือมีเหตุการณ์บางอย่างปรากฏหรือเกิดขึ้นมาก่อนหน้าแล้ว หรือมีความคิดและเจตนาบางอย่างที่แฝงอยู่ในข้อความในตัวบท แฟร์เคลาฟ (Fairclough, 2003) มองว่า มูลบทเกี่ยวข้องกับวาทกรรมในแง่ที่โยงไปกับความรู้ทางสังคมวัฒนธรรมที่ผู้พูดผู้ฟังมีอยู่ร่วมกันและยังเกี่ยวข้องกับ เรื่องของอำนาจและอุดมการณ์อีกด้วย เขาแบ่งมูลบทออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ มูลบทที่บอกถึงสิ่งที่มีอยู่ มูลบทที่บอกอดีต ปัจจุบันและอนาคต และมูลบทที่บอกการตีความในสิ่งที่ตีที่ฟังปรารถนา มูลบททั้งสามประเภทอาจมีรูปภาษาที่สื่อให้เกิดการตีความได้ชัดเจน หรือที่เรียกว่า ตัวบ่งชี้มูลบท (presupposition triggers) (Levinson, 1983)

3.2 การปฏิเสธ (negation) เป็นการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอข้อมูลในเชิงปฏิเสธหรือแย้งกับความคิด เหตุการณ์หรือข้อมูลที่มีมาก่อนหน้า แฟร์เคลาฟตั้งข้อสังเกตว่าข้อความที่มีการแย้งหรือการปฏิเสธ มักจะสื่อให้เข้าใจได้ว่ามีอะไรบางอย่างเกิดขึ้นมาก่อนหน้าแล้ว และผู้เขียนหรือผู้ผลิตตัวบทนั้นต้องการนำเสนอความคิดที่ตอบโต้หรือแย้งสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าว ซึ่งก็คือการแย้งกับสิ่งที่ เกิดขึ้นก่อนหน้าก็เท่ากับการแย้งกับมูลบทหรือความคิดที่มีอยู่เดิมนั่นเอง

3.3 การกลบเกลื่อน หรือการเบี่ยงบัง (hedging) เป็นการใช้รูปภาษาเพื่อแสดงระยะห่างของผู้เขียนที่ไม่ต้องการจะนำตัวเองเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของตัวบทหรือของความคิดที่แฝงอยู่หรือสิ่งที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้า ผลักตัวเองออกไปและทำเหมือนกับว่าสิ่งที่กล่าวถึงนั้นเป็นสิ่งที่มาจากที่อื่น หรือเป็นตัวบทนอก (external) ที่มีใช่เป็นข้อมูลหรือตัวบทของผู้นำเสนอเอง

กลวิธีการกลบเกลื่อนแสดงผ่านรูปภาษาได้หลายลักษณะ อาจแสดงผ่านคำกริยาที่เกี่ยวข้องกับการความคิดเห็นที่ปรากฏเป็นอนุพาทย์หลัก เช่น ดูเหมือนว่า คิดว่า เชื่อว่า คล้ายว่า อาจสังเกตได้จากการใช้คำช่วยกริยาบางคำที่แสดงความคลุมเครือ แสดงความไม่แน่ใจ เช่น การใช้คำช่วยกริยาบางคำบางที่ อาจจะ น่าจะ คงจะ หรือคำขยายนามที่ไม่เฉพาะเจาะจง บาง บ้าง หนึ่ง หรือการใช้คำอ้างถึงที่ไม่เจาะจง เช่น บางราย บางท่าน ท่านหนึ่ง

3.4 การใช้วัจนกรรม (speech acts) วัจนกรรมเป็นถ้อยคำที่บ่งเจตนา กล่าวคือ ถ้อยคำที่คนเราใช้สื่อสารกันนั้นมักจะต้องมีเจตนาบางอย่างอยู่ด้วย เช่น ขอร้อง เชิญชวน เตือน สิ่งเราสามารถตีความถ้อยคำที่สื่อสารออกมาเหล่านั้น และทำให้ทราบเจตนาของผู้ส่งสารได้ว่าต้องการป้องกันการกระทำอะไร การใช้วัจนกรรมเป็นการใช้ภาษาที่แสดงเจตนาบางอย่างที่ผู้เขียน/ผู้พูดแสดงการ

ปฏิสัมพันธ์โดยตรงต่อผู้อ่าน/ผู้ฟังเพื่อให้เกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง การใช้รูปภาษาที่แสดงเจตนาจัดเป็นมโนทัศน์สำคัญของวจนปฏิบัติศาสตร์ ในการวิเคราะห์ข้อความก็นำมโนทัศน์เช่นนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ กลวิธีทางภาษาเพื่อตีความเจตนาผู้ใช้ภาษาที่ปรากฏในถ้อยคำในข้อความเช่นกัน แนวคิดและวิธีการอธิบายเกี่ยวกับวจนกรรมนั้นมีหลากหลายทฤษฎี ประเภทของวจนกรรมสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ได้แก่

(1) กลุ่มบอกกล่าว (representative/assertive) เป็นวจนกรรมที่ผู้พูดมีเจตนาบอกกล่าว ในสิ่งที่ผู้พูดเชื่อว่าเป็นความเป็นจริงให้ผู้ฟังรับทราบ

(2) กลุ่มชี้แนะ (directive) เป็นวจนกรรมที่แสดงถึงความพยายามของผู้พูดที่ต้องการให้ผู้ฟังกระทำการใดสิ่งหนึ่ง โดยแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ฟังจะกระทำการใดสิ่งหนึ่ง ในอนาคต วจนกรรมที่อยู่ในกลุ่มชี้แนะนี้อาจมีพลังวจนกรรม (illocutionary force) ต่างกันไปเป็นระดับจากมากไปหาน้อย เช่น การสั่ง การขอร้อง การวิงวอน ไปจนถึง การเชื่อเชิญ การอนุญาต และการแนะนำ

(3) กลุ่มผูกมัด (commissive) เป็นวจนกรรมที่ผูกพันให้ผู้พูดต้องกระทำการใดสิ่งหนึ่งในอนาคต เช่น การสัญญา เนื้อหาของวจนกรรมกลุ่มผูกมัดคล้ายคลึงกับกลุ่มชี้แนะ แต่ต่างกันตรงที่ในวจนกรรมกลุ่มผูกมัด ผู้พูดเป็นผู้กระทำการในอนาคต ส่วนใน วจนกรรมกลุ่มชี้แนะ ผู้ฟังเป็นผู้กระทำการในอนาคต

(4) กลุ่มแสดงความรู้สึก (expressive) เป็นวจนกรรมที่แสดงถึงสภาพจิตใจหรืออารมณ์ ความรู้สึกของผู้พูด เช่น การขอบคุณ การแสดงความยินดี การชม การขอโทษ การแสดงความเสียใจ การติ การต้อนรับ

(5) กลุ่มแถลงการณ์ (declaration) เป็นวจนกรรมที่เมื่อกล่าวถ้อยคำเสร็จสิ้นก็ทำให้เกิดการกระทำหรือเหตุการณ์ขึ้นพร้อม ๆ กันด้วย เช่น เมื่อกกล่าวถ้อยคำว่า พ่อขอตั้งชื่อ ลูกสาวคนนี้ว่าดวงแก้ว เสร็จสิ้นก็ทำให้เด็กหญิงคนหนึ่งมีชื่อเรียกในทันที ส่วนใหญ่ แล้ววจนกรรมกลุ่มแถลงการณ์มักจะต้องกล่าวโดยผู้ที่มีอำนาจในการทำวจนกรรม นั้น ๆ เช่น การไล่ออก การตัดสินใจ การแต่งตั้ง

3.5 การใช้อุปลักษณ์ (metaphor) เป็นกลวิธีทางภาษากลวิธีหนึ่งที่ถูกเขียนใช้สื่อสารเพื่อให้เกิดจินตภาพบางอย่าง และเพื่อให้เกิดพลังในการสื่อความหมายไปยังผู้อ่านในลักษณะที่พรรณนาให้ผู้อ่านมองเห็นภาพและเข้าใจในสิ่งที่ผู้เขียนต้องการกล่าวถึงด้วยการเปรียบเทียบและทำให้การสื่อแทนความคิดของผู้เขียนมีสีสันมากขึ้น ในการวิเคราะห์ข้อความอาจพบการใช้อุปลักษณ์ใน 2 ลักษณะ ได้แก่

(1) อุปลักษณ์เชิงภาพพจน์ (figurative metaphor) เป็นการใช้ภาษาเพื่อแสดงการเปรียบเทียบในลักษณะที่นำเอาสิ่งที่ต่างกัน 2 สิ่งหรือมากกว่าแต่มีคุณสมบัติบางประการร่วมกันหรือคล้ายคลึงกันมาเปรียบเทียบกัน ลักษณะการเปรียบเทียบโดยใช้คำเชื่อม เป็น ซึ่งอาจรวมไปถึงการใช้ความเปรียบแบบอุปมาที่เป็นการเปรียบเทียบเหมือนด้วย มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ภาษาสร้างความหมายเชิง

จินตนาการ ให้ผู้ร่วมสื่อสารเข้าใจความหมายแบบให้เห็นภาพจากภาษาที่ใช้เปรียบเทียบกับนั้น การเปรียบเทียบแบบอุปลักษณ์ภาพพจน์นี้มีกนิยมนิยมใช้ในตัวบทวรรณกรรม ตัวบทประเภทการประพันธ์

(2) อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์ (conceptual metaphor) อุปลักษณ์เชิงมนทัศน์มิได้มุ่งเน้นไปที่การเปรียบเทียบหรือมิได้ตั้งใจเปรียบเทียบ แต่เป็นการใช้ภาษาของคนในสังคมหนึ่งโดยไม่รู้ตัว ได้อาศัยการสื่อสิ่งหนึ่งด้วยการใช้ถ้อยคำที่อยู่ในแวดวงของอีกความคิดหนึ่งมาสื่อหรืออธิบายถึงสิ่งนั้น โดยที่ถ้อยคำเหล่านั้นสื่อให้เห็นว่ามีคุณสมบัติ หรือความคิดบางอย่างร่วมกันทำให้เกิดมนทัศน์ว่าทั้งสองสิ่งนั้นมีลักษณะอย่างเดียวกัน

3.6 การใช้ประชดประชัน (irony) หรือเรียกว่าการย้อนแย้ง เป็นกลวิธีการใช้ภาษาประเภทหนึ่งที่ต้องการนำเสนอข้อมูลโดยกล่าวถึงสิ่งหนึ่งให้มีความหมายไปอีกทางหนึ่งหรือในทางตรงกันข้าม โดยส่วนใหญ่เพื่อต้องการตอบโต้หรือวิพากษ์วิจารณ์กับสิ่งที่เกิดขึ้นมาก่อนแล้ว ผู้เขียนต้องการสื่อความหมายในอีกแง่มุมหนึ่งซึ่งไม่เป็นไปตามความหมายที่ปรากฏตามรูปภาษา ตัวบทที่มีลักษณะเช่นนี้มักจะเป็นตัวบทที่สะท้อนบางสิ่งบางอย่างที่เกิดขึ้นแล้ว ผู้เขียนได้ตีความหมายสิ่งที่เกิดขึ้นด้วยความคิดความเชื่อและค่านิยมบางอย่างแล้วจึงสื่อ ความคิดของตนออกมาผ่านตัวบทซึ่งเป็นปฏิกิริยาสะท้อนต่อความคิดหรือตัวบทที่มีอยู่ก่อนนั้น

3.7 การใช้เรื่องเล่า (narrative) เป็นการใช้กลวิธีทางภาษารูปแบบหนึ่งที่มีการนำเสนอเรื่องราวหรือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นการบอกเล่าแบบเรียงตามลำดับเวลาปรากฏอยู่ในข้อความ ประเภทหนึ่ง ๆ ผู้เขียนใช้เรื่องเล่าเพื่อแสดงรายละเอียดของเหตุการณ์ว่าใครเป็นผู้กระทำ กระทำอะไร มีอะไรเกิดขึ้นที่ไหนและเมื่อไร เกิดขึ้นได้อย่างไร อยู่ภายในตัวบทนั้น การใช้เรื่องเล่าในข้อความเพื่อบรรยาย เรื่องราวและรายละเอียดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น อาจมีลักษณะเป็นการบรรยายโดยอ้อมคือเล่า เหตุการณ์ตามลำดับแบบความเรียงต่อเนื่องกันไปหรือเป็นการบรรยายโดยอ้อมคือเล่าเหตุการณ์ ตามลำดับต่อเนื่องแบบที่ระบุผู้พูดและใช้การแสดงคำพูดแบบตรง (direct speech) โดยมีคำพูด ของผู้พูดตั้งกล่าวอยู่ในเครื่องหมายคำพูด ซึ่งลักษณะดังกล่าวทำให้เรื่องเล่ามีลักษณะเป็นบทสนทนาที่ผู้เขียนเปิดโอกาสให้ผู้พูดอยู่ในเรื่องเล่าสนทนากับผู้อ่านโดยตรงและผู้อ่านก็ทำหน้าที่เป็นผู้ฟังในสิ่งที่ผู้พูดในเรื่องเล่าถ่ายทอดออกมา โดยมีผู้เขียนเป็นสื่อกลาง นอกจากนี้ลักษณะที่สังเกตได้อีกประการหนึ่งก็คือ ผู้เขียนอาจมีการระบุว่าเรื่องที่ตนกำลังจะนำเสนอเป็นเรื่องราว ซึ่งพบได้จากการใช้คำว่า เล่าเรื่อง ตอนต้นของข้อความก็ได้ในคำปราศรัยหาเสียงของนักการเมืองนิยมใช้เรื่องเล่าเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟัง

3.8 การใช้สหบท (intertextuality) เป็นลักษณะของตัวบทที่สื่อให้รู้ว่ามีความคิดอื่นหรือตัวบทอื่นที่มีอยู่ก่อนแล้ว ปรากฏอยู่ด้วย ข้อความ (หรือตัวบท) ปัจจุบัน (หมายถึงตัวบทหรือข้อความที่กำลังวิเคราะห์) ได้มีความสัมพันธ์ในเชิงตอบสนอง ตอบโต้ หรือปฏิสัมพันธ์กับตัวบทหรือวาทกรรมที่มีอยู่ก่อนแล้วเหล่านั้นในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือหลายลักษณะในตัวบทเดียวกัน

แนวคิดเรื่องสหบท นับว่าเป็นมโนทัศน์สำคัญมโนทัศน์หนึ่งที่กำลังเป็นที่สนใจในการวิเคราะห์ข้อความ และเป็นมโนทัศน์หลักในการใช้วิเคราะห์ข้อความเชิงวิพากษ์ (critical discourse analysis) ด้วย

4. กลวิธีทางวาทศิลป์ (rhetorical strategies) เป็นการใช้ภาษาอย่างมีศิลปะในการสื่อสารหรือสื่อความหมาย เกี่ยวกับเรื่องหรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอศิลปะในการใช้ภาษานี้ หมายถึง การใช้คุณสมบัติด้านเสียง และความหมายของคำที่มีอยู่ในภาษานำมาสื่อสารเพื่อสื่อความหมายที่ลึกซึ้ง โดยอาจจะมีการ ใช้สัมผัสเสียงหรือสัมผัสคำหรือไม่ได้ แต่มักจะมีจังหวะหรือทำนองอยู่ในข้อความ ลักษณะทางวาทศิลป์ มักพบ 2 กลวิธีหลัก ๆ คือ การใช้คำขวัญ และการใช้บทประพันธ์ร้อยกรอง

5. กลวิธีทางสัญลักษณ์ (semiotic strategies) จันทิมา อังคพณิชกิจ (2561: 218) อธิบายถึงเรื่องกลวิธีทางสัญลักษณ์ (semiotic strategies) ว่า กลวิธีทางสัญลักษณ์เป็นกลวิธีที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อที่ไม่ใช้ถ้อยคำ (nonverbal) ในการสื่อความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวบทและข้อความที่คนเราใช้สื่อสารในปัจจุบันนี้ มีทั้งที่มีรูปถ้อยคำและไม่มีถ้อยคำ การที่คนเราเข้าใจตัวบทที่ไม่มีถ้อยคำได้แสดงว่าสื่อไร้ถ้อยคำเหล่านั้นมีระบบที่จะสื่อความหมายให้คนเราเข้าใจได้

ในการวิเคราะห์ข้อความ ใช้แนวคิดเชิงสัญลักษณ์ในการศึกษาตัวบทที่มีรูปแบบหลากหลาย ที่เรียกว่า ข้อความหลากหลายรูปแบบ (multimodal discourse) เช่นในข้อความมีภาพ แสงสี เสียง การใช้พื้นที่ การจัดวางตำแหน่ง ฯลฯ ซึ่งมีผลการสื่อความหมายทั้งสิ้น ทำให้กลไกด้านรูปภาษาเท่านั้นไม่เพียงพอที่จะทำความเข้าใจและอธิบายความหมายที่สื่ออยู่ภายในข้อความเหล่านั้น

การวิเคราะห์วาทกรรมสื่อหลากหลายรูปแบบ (multimodal discourse analysis) ยังอาศัยพื้นฐานจากไวยากรณ์ภาษาตามแนวภาษาศาสตร์หน้าที่เชิงระบบ (systemic functional linguistics) ผสมผสานกับแนวคิดด้านสัญศาสตร์ สิ่งที่น่าสนใจในนี้ก็คือ การจัดวางองค์ประกอบในข้อความ

นอกจากนี้ กลวิธีทางสัญลักษณ์ยังได้เปิดพื้นที่และขยายขอบเขตของการวิเคราะห์ข้อความ จากที่เป็นตัวบทภาษาและขอบเขตอยู่ในบริบทภายใน ออกไปสู่บริบทภายนอกและเป็นตัวบทใน พื้นที่ที่มีสื่อไร้ถ้อยคำมากขึ้น ในสมัยปัจจุบันนี้ จึงเกิดเป็นการวิเคราะห์ข้อความในพื้นที่ (discourse in place) ที่เรียกกันว่า ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ (linguistic landscape) ซึ่งจะเน้นที่ตัวรูปภาษาที่ ปรากฏในพื้นที่เป็นหลัก และภูมิทัศน์สัญศาสตร์ (geosemiotics) ที่เน้นสื่อสัญลักษณ์หรือข้อความ ที่ไม่มีรูปถ้อยคำที่ปรากฏในพื้นที่และสถานที่ต่าง ๆ การสื่อสารที่มีสื่อหลากหลายรูปแบบเหล่านี้ล้วน เกี่ยวข้องกับชีวิตคนและกำหนดชีวิตของคนได้ ปรากฏการณ์ทางภาษาและวาทกรรมหลายประการเกิดขึ้นใหม่ก็เนื่องมาจากการปรากฏของสื่อรูปแบบใหม่และวิถีชีวิตคนในสังคมที่เปลี่ยนไป ซึ่งเป็นเรื่องที่ยังต้องอาศัยการศึกษาวิจัยอีกมาก

เรื่องเล่า

Seymour Chatman (1978: 19, อ้างถึงในน้ำผึ้ง ปัทมะกลางกุล, 2560: 206-208) อธิบายไว้ว่า “เรื่องเล่า” ต้องมีองค์ประกอบสองส่วน คือส่วนที่เป็น “เรื่องราว” (story) หรือเหตุการณ์ที่ร้อย

เรียงกัน มีตัวละคร และฉาก กับส่วนที่เป็น “กลวิธี”(discourse) ซึ่งหมายถึงวิธีการในการถ่ายทอดเรื่องราวนั้น ความหมายของ “เรื่องเล่า” ทางด้านศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องจึงมีความแตกต่างจากเรื่องเล่าในความหมายทั่วไปที่อาจจะหมายถึงเรื่องใด ๆ ก็ได้ที่มีเพียงผู้เล่าเรื่องก็นับเป็นการเล่าเรื่องและเรื่องเล่าแล้ว เช่น ข่าวทางวิทยุ เรื่องราวเบ็ดเตล็ดที่ครูเล่าให้นักเรียนฟัง เรื่องราวทั่วไปที่เพื่อนเล่าให้เพื่อนฟัง (Fludernik, 2009, 1-2) ทั้งนี้เพราะในด้านศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง เรื่องเล่ามิใช่เป็นเพียงเรื่องที่ถูกเล่า แต่เรื่องเล่าต้องมีองค์ประกอบ มีโครงสร้าง และมีการประกอบสร้างที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการเล่าเรื่อง อีกทั้ง “เรื่องราว” (story) ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของเรื่องเล่าก็ต้องมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากเรื่องทั่ว ๆ ไป กล่าวคือ นอกจากจะมีตัวละครและฉากแล้ว “เรื่องราว” ต้องเป็นการร้อยเรียงของเหตุการณ์ (events) ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันโดยเหตุการณ์เหล่านี้ อาจเป็นลักษณะของ “การกระทำ” (actions) คือตัวละครเป็นผู้กระทำสิ่งต่าง ๆ เองหรือเป็นลักษณะของ “สิ่งที่เกิดขึ้น” (happenings) คือตัวละครเป็นผู้ถูกกระทำจากสิ่งอื่น (Chatman, 1978, 44-45) เช่น การเกิดสงครามในเรื่อง หากสงครามนั้นมีผลกระทบต่อตัวละคร ทำให้ตัวละครมีการเปลี่ยนแปลงหรือสถานภาพบางอย่าง สงครามก็ถือว่าเป็น “สิ่งที่เกิดขึ้น” และเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ (events) แต่หากสงครามในเรื่องไม่ได้เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือสถานภาพทางใดทางหนึ่งของตัวละครสงครามนั้นก็ไม่นับถือว่าเป็นเหตุการณ์ แต่ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของฉาก (setting) แทน (Chatman. 1978, 19)

“การกระทำ” และ “สิ่งที่เกิดขึ้น” เป็นองค์ประกอบสำคัญของเรื่องเล่า เพราะทั้งสองอย่างนี้แสดงลักษณะร่วมกันในแง่ของการเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์ในเรื่อง โดย “การกระทำ” ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยมีตัวละครเป็นผู้กระทำ ทั้งในแง่ของการกระทำทางกาย (physical acts) การพูด (speeches) ตลอดจนความคิด (thoughts) ความรู้สึก (feelings) และการรับรู้ทางความคิดและประสาทสัมผัส (perceptions and sensations) ส่วน “สิ่งที่เกิดขึ้น” ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพราะตัวละครถูกกระทำ(Chatman, 1978: 45) เมื่อตัวละครมีการกระทำหรือถูกกระทำบางอย่าง จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (change of state) จากผลของการกระทำนั้น และทำให้เกิดเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องกันไปเป็นลำดับ (sequence) ความต่อเนื่องเชื่อมโยงของเหตุการณ์ในลักษณะเหตุและผล(causality) จากการกระทำหรือการถูกกระทำ จึงเป็นสิ่งที่สร้าง “เรื่องราว” (story) ให้เกิดขึ้นด้วยกรอบความคิดนี้ นักทฤษฎีทางด้านศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องส่วนมากจึงมีความเห็นว่าคิตกานท์ (lyric) หรือบทร้อยกรองจิตวิสัย (subjective poetry) แสดงความรู้สึกนึกคิด อารมณ์และจินตนาการของกวี (Harmon & Holman, 1996, 298 และ Brewster, 2009, 1-4) มีลักษณะไม่เป็นเรื่องเล่า (non-narrative) เพราะบทร้อยกรองประเภทนี้ไม่มี “เรื่องราว” (Fludernik, 2009, 5) เหตุผลส่วนหนึ่งน่าจะเป็นเพราะคิตกานท์เน้นการพรรณนาอารมณ์ความคิดมากกว่าการสร้างเรื่องราวที่มีเหตุการณ์ต่อเนื่องเชื่อมโยงกันแบบ “เรื่องเล่า” อย่างไรก็ตาม ก็มีนัก

ทฤษฎีทางด้านศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องบางคนมีความเห็นโต้แย้งว่า แม้คิตกานท์ส่วนมากจะมีลักษณะไม่เป็นเรื่องเล่า (non-narrative) แต่ก็มีคิตกานท์บางเรื่องที่มีลักษณะของการผสมผสานประเภท (genre) ระหว่าง “เรื่องเล่า” (narrative) และคิตกานท์ (lyric) ปรากฏอยู่เช่นกัน (อ้างถึงในน้ำผึ้ง ปัทมะกลางคูล, 2560: 206-208)

การศึกษาทฤษฎีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อกับการสร้างภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกัน ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทยแสดงออกจากรูปแบบเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ภาษาจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการประชาสัมพันธ์ ทฤษฎีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จึงประกอบสร้างภาพลักษณ์แก่สถาบันขงจื่อไทยเพื่อเปิดเผยให้เห็นถึงสถาบันขงจื่อไทยได้ง่าย มีบทบาทสำคัญต่อเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ จึงมีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยเป็นอย่างมาก

แนวคิดสัญวิทยา

จันทิม่า อังคพนิชกิจ (2561: 218) กล่าวไว้ การวิเคราะห์ข้อความใช้แนวคิดเชิงสัญยะเป็นการศึกษาตัวบทที่มีรูปแบบหลากหลาย เช่น การศึกษาข้อความมีภาพ แสงสี เสียง การใช้พื้นที่การจัดวางตำแหน่ง ฯลฯ ซึ่งมีการสื่อผลต่อการเข้าใจและ การอธิบายความหมายที่สื่อภายในข้อความเหล่านั้น ขณะเดียวกัน

นักวิชาการฝรั่งเศสโรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) นำเสนอการประกอบสัญยะว่า สัญยะประกอบด้วย รูปสัญยะ (signifier) กับความหมายสัญยะ (signified) การศึกษาสัญยะในรูปแบบการสื่อความหมายมีสองลักษณะ คือ ความหมายโดยตรง (denotation) และ ความหมายแฝง (connotation) (อ้างถึงในอนุชิต โรจนชีวินสุกร และคณะ, 2567: 160)

ผู้วิจัยจะประยุกต์ใช้แนวคิดภาพลักษณ์องค์กรในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก และใช้แนวคิดทฤษฎีทางภาษาที่รวบรวมโดยจันทิม่า อังคพนิชกิจ เป็นโครงสร้างแนวคิดหลัก โดยผสมผสานองค์ความรู้เรื่องเล่าของ Seymour Chatman และแนวคิดการวิเคราะห์สัญยะของ Roland Barthes ในการวิเคราะห์ทฤษฎีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อจากการใช้ภาษาในเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยได้สำรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหา ได้แก่ ภาพลักษณ์ ทฤษฎีการใช้ภาษา ขงจื่อ ประชาชน ขงจื่อและสถาบันขงจื่อ ความสัมพันธ์ระหว่างไทยจีน และการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

งานวิจัยที่ศึกษาการประกอบสร้างภาพลักษณ์ชาวจีนและชาวตะวันตกในพระราชนิพนธ์ของ จตุธรรม แซ่ลี่ และปัทมา ทีฆประเสริฐกุล (2563) ในเรื่อง **ภาพลักษณ์ของชาวจีนและชาวตะวันตกในพระราชนิพนธ์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว** พบว่า ภาพลักษณ์ระหว่างชาวจีนกับชาวตะวันตกในพระราชนิพนธ์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว แตกต่างกันไป เนื่องจากบริบททางสังคมในรัชสมัยมีปัจจัยสำคัญต่อภาพลักษณ์ชาวจีนและชาวตะวันตกเป็นอย่างมาก ภาพลักษณ์ตัวละครส่วนใหญ่ได้เห็นจากการแสดงออก เช่น คำพูด การกระทำ เป็นต้น ภาพลักษณ์ชาวจีนที่ด้อยในพระราชนิพนธ์นั้นจึงมีจุดหมายเพื่อสร้างแนวทางปฏิบัติและควบคุมชาวจีนในประเทศ ซึ่งให้เห็นความแตกต่างระหว่างประเทศจีนและประเทศไทย ส่วนการศึกษาภาพลักษณ์ของชาวตะวันตกในพระราชนิพนธ์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เห็นถึงภาพลักษณ์ 2 แบบ คือ ทั้งภาพลักษณ์เชิงบวกและภาพลักษณ์เชิงลบ ซึ่งสื่อให้เห็นว่าความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างชาวจีนกับพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ชาวดังชาติมีอิทธิพลต่อการนิพนธ์นโยบายทางการเมืองการปกครองของพระองค์ในยุคสมัยนั้น ๆ การกำหนดภาพลักษณ์ของชาวจีนและชาวตะวันตกถือเป็นวิธีการนำเสนอแนวคิดชาตินิยมผ่านบทพระราชนิพนธ์ได้อย่างมีชั้นเชิง

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ผู้วิจัยได้ทราบว่า ภาพลักษณ์สำหรับสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ใช่เรื่องอยู่นิ่งตลอดตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งภาพลักษณ์มีความเป็นพลวัต และภาพลักษณ์ก็สามารถถือเป็นการประกอบสร้างประเภทหนึ่งเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หากจะวิเคราะห์ภาพลักษณ์ขององค์กร โดยเฉพาะการวิเคราะห์ข้อมูลประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ ส่วนใหญ่มักจะต้องวิเคราะห์ในเชิงบวกเป็นหลัก ทั้งนี้ การศึกษาภาพลักษณ์สถาบันจึงอาจต้องทำความเข้าใจการสร้างภาพลักษณ์ก่อนโดยศึกษาเนื้อหาในแผนป้ายนั้น

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีทางภาษา

บทความที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีทางภาษาของสิริวรรณ นันทจันทุล (2558) **“กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่ออุดมการณ์ความเป็นผู้หญิงในโฆษณาสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนม”** ได้ศึกษาการใช้ภาษาในนิตยสารแฟชั่นสำหรับสตรีที่ผลิตและวางจำหน่ายในประเทศไทย เพื่อสื่ออุดมการณ์ความเป็นหญิง จากการวิจัยพบว่า กลวิธีใช้ภาษาในโฆษณามีการเสนอ 2 ลักษณะของสินค้า คือ การเน้นความดีเลิศของคุณสมบัติของสินค้าด้วยกลวิธีเลือกใช้คำ การกล่าวอ้าง การใช้คำแสดงทัศนคติ การใช้อุปสรรค การกล่าวอ้างเกินจริง และการใช้สัพพท และการกล่าวยกย่องตัวผู้ใช้สินค้าผู้ที่เหมาะสมและคู่ควรกับสินค้าที่ดีเลิศและสูงส่ง กลวิธีใช้ภาษาในโฆษณาได้สร้างวาทกรรม ซึ่งประกอบสร้างผู้หญิงที่พึงความหวัง โดยเน้นย้ำให้ผู้รับสารเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายประเภทใดในสังคม ผู้ส่งสารโฆษณาพยายามเชื่อมโยงภาพลักษณ์ที่ดีเลิศของผู้หญิงในโฆษณาไปยังกลุ่มผู้รับสารด้วยการสร้างมายคิตีหรือภาพลวง เพื่อทำให้เกิดความคิดของผู้รับสารให้เห็นว่าสินค้าในโฆษณานั้น

สามารถเปลี่ยนแปลงหรือยกฐานะของผู้รับสารได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาทั้งกลวิธีการใช้ภาษากับการประชาสัมพันธ์เรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาสารและกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสื่อออนไลน์ ของ รสริน ดิษฐบรรจง (รสริน ดิษฐบรรจง, 2564) กล่าวว่า เนื้อหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสื่อออนไลน์ สรุปได้เป็น 2 ด้าน คือ การนำเสนอข้อมูลหลักเกี่ยวกับเรื่องราวทางวัฒนธรรม และการเสนอข้อมูลสนับสนุนข้อมูลหลัก ซึ่งข้อมูลหลักเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นเชิงวัฒนธรรมและสิ่งที่มีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วยข้อมูลติดต่อสอบถามเพิ่มเติม วิธีการเดินทาง และการให้ข้อมูลเพิ่มเติม และพบกลวิธีการใช้ภาษา 6 กลวิธี ได้แก่ 1) การใช้วาทกรรม ได้แก่ วาทกรรมกลุ่มบอกกล่าว วาทกรรมกลุ่มชี้แนะ วาทกรรมกลุ่มแสดงความรู้สึก วาทกรรมกลุ่มผูกมัด และวาทกรรมกลุ่มแถลงการณ์ 2) การอ้างถึง ได้แก่ การใช้คำอ้างถึงการท่องเที่ยว และวัฒนธรรม ปรากฏการใช้การเชื่อมโยงคำศัพท์ (lexical cohesion) ที่มีความหมายถึง การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม 3) การขยายความ กล่าวคือ การขยายความโดยการระบุสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ลักษณะทางกายภาพ การขยายความหมายเกี่ยวกับความสวยงามของสถานที่ และอัตลักษณ์ท้องถิ่น 4) การใช้ภาพพจน์ ได้แก่ ภาพพจน์สมญานาม อุปมาอุปลักษณ์ อดีพจน์ การเล่นเสียง ปฏิพจน์ บุคลาธิษฐาน สัทพจน์ การเล่นคำ และนามนัย 5) การใช้เรื่องเล่า ได้แก่ เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ และเรื่องเล่าทางคติชน 6) กลวิธีทางสัญลักษณ์ เช่น การจัดวางองค์ประกอบ การสื่อความหมายผ่านรูปภาพ และการใช้รูปแบบอักษร

วิทยานิพนธ์เรื่อง “เว็บบล็อกเกี่ยวกับที่พักและที่กินในเว็บไซต์ท่องเที่ยวของไทย: การวิเคราะห์โครงสร้างและกลวิธีทางภาษา” ของ ศิริขวัญ นครสวรรค์ (2560) ได้กล่าวถึงบทบาทของกลวิธีการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์หรือโฆษณา การนำเสนอกลวิธีการใช้ภาษาในเว็บบล็อกเกี่ยวกับที่พักและที่กินในเว็บไซต์ท่องเที่ยวของไทย พบ 10 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำและกลุ่มคำ การขยายความ การอ้างถึง การให้เหตุผล การให้รายละเอียด การแนะนำและเชิญชวน การยืนยัน การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การเปรียบเทียบ และการตีความด้วยมูลบท และได้สรุปบทบาทของ 10 กลวิธี คือ การโน้มน้าวผู้รับสาร การแจ้งสารไปยังผู้รับสาร การทำให้ผู้รับสารเห็นภาพที่ต้องสื่อได้ชัดเจน ความสมเหตุสมผลและมีน้ำหนักน่าเชื่อถือ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ที่พักและที่กิน กลวิธีทางภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ส่งสารใช้โน้มน้าวใจผู้รับสาร และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้รับสารด้วย การเลือกใช้ภาษาทำให้การสื่อสารและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับที่พักที่กินให้มีความหมายน่าสนใจ และถ่ายทอดความคิดความรู้สึกของผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร และบางครั้งภาษามีส่วนในการชักนำความคิดของผู้รับสารได้ รวมทั้งเป็นการสร้างทัศนคติหรือทำให้ผู้รับสารเห็นเพียงมุมมองหรือภาพลักษณ์ในด้านดี ซึ่งเป็นไปเพื่อประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาที่พักและที่กินเหล่านั้นให้เป็นที่รู้จัก และโน้มน้าวใจเลือกใช้บริการ

ผลงานวิจัยดังกล่าวทำให้เห็นแนวทางการศึกษากลวิธีทางภาษา ประการที่หนึ่ง กลวิธีการใช้ภาษาเป็นการศึกษาลักษณะการใช้ภาษาเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งอันพึงหาอาศัยข้อความหรือตัวบทที่แม่นยำ โดยแตกต่างจากวิธี การใช้ภาษาหรือองค์ประกอบการใช้ภาษา ซึ่งสื่อให้เห็นกลวิธี การใช้ภาษาให้มีความสำคัญกับอำนาจของภาษามากกว่า ประการที่สอง แหล่งที่มาของตัวบทการวิจัยส่วนใหญ่มาจากสื่อออนไลน์ เนื่องจากการรับรู้ข้อมูลปัจจุบันวันนี้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบดั้งเดิมไปยังรูปแบบสมัยใหม่ ประการที่สาม กรอบแนวคิดที่ใช้ก็มีความหลากหลาย และบางครั้งเกี่ยวข้องกับศาสตร์อื่น เช่น จิตวิทยา ศิลปะการแสดง สัทศาสตร์ เป็นต้น เหตุผลดังกล่าวทำให้การวิจัยทางด้านภาษามีความน่าสนใจและไม่จืดชืดไป อีกทั้งยังทำให้การวิจัยทันสมัยมากยิ่งขึ้น

2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขงจื่อ สถาบันขงจื่อและประเทศจีน

ในที่นี้จะเน้นเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนักคิดขงจื่อ มีการสำรวจเอกสารและงานวิจัยจากทั้งฐานข้อมูลจีนและฐานข้อมูลไทย รายละเอียดดังต่อไปนี้

ปรัชญาขงจื่อหรือแนวคิดขงจื่อสื่อทอดมาแต่หลายพันปีก่อน จนกระทั่งปัจจุบันวันนี้ปรัชญาขงจื่อยังมีอิทธิพลต่อสังคมจีนเป็นอย่างมาก มีนักวิจัยและนักวิชาการศึกษาการถ่ายทอดและสืบสานปรัชญาขงจื่อเป็นจำนวนมาก งานวิจัยเรื่อง **การวิเคราะห์การสืบทอดและการพัฒนาของแนวคิดขงจื่อ** ของหวัง ยานชิว (Wang Yanqiu, 2024) ได้กล่าวถึงหลักการของปรัชญาขงจื่อและการสืบทอดปรัชญาขงจื่อที่มีอิทธิพลต่อการศึกษายุคสมัย

ความคิดของขงจื่อส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นในคำพูดการกระทำและการปฏิบัติด้านการเรียนการสอนของท่าน และถูกบันทึกในคัมภีร์หลุนอวี่โดยลูกศิษย์ ซึ่งทำให้คัมภีร์หลุนอวี่กลายเป็นผลงานยอดเยี่ยมของแนวคิดขงจื่อ คำสอนในคัมภีร์หลุนอวี่เรียนรู้ง่ายและน่าสนใจ และมีคุณค่าทางวรรณกรรมและมีเสน่ห์ทางศิลปะอย่างสูง ความคิดของขงจื่อมีจุดศูนย์กลางอยู่ที่เหริน (เมตตากรุณา) อี้ (ความชอบธรรม) หลี่ (ขนบประเพณี จริยธรรม) จื่อ (ปัญญา) ซิน (สัจจะ) และยกย่องว่าบุคลิกภาพธรรมชาติของมนุษย์โดยกำเนิดเป็นที่มั่งใจดีงาม ขงจื่อยังสนับสนุนอุดมคติในการปลูกฝังตนเอง ครอบครัวอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน การปกครองประเทศ และสันติภาพโลก เขาเน้นย้ำถึงความสำคัญและความเป็นสากลของการศึกษาและเสนอแนวคิดที่ว่า “การศึกษาที่ไม่แบ่งแยก” “การสอนควรตามสถานภาพปัจเจกบุคคล” และ “การสอนเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน” ซึ่งมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อการศึกษารุ่นหลัง

งานวิจัยที่ได้กล่าวถึงความคิดของขงจื่อในเรื่อง **ขงจื่อกับผลงานศิลปะที่หลากหลายมุมมอง** ของมาลีณี คัมภีร์ญาณนนท์ (2552) ได้กล่าวว่า ขงจื่อได้รับการยกย่องในด้านจริยศาสตร์คนสำคัญในโลก และนำเสนอแนวคิดที่สำคัญด้านคุณธรรม จริยธรรม และพฤติกรรมที่ดีงามของมนุษย์ โดยอธิบายความสัมพันธ์ 5 ประการ นั่นคือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับผู้ปกครองที่มิชอบ ผู้ปกครองที่มีธรรมภิบาล ผู้ปกครองมีความอ่อนน้อม ถ่อมตัว และจงรักภักดี 2) ความสัมพันธ์ระหว่าง

บิดากับบุตร บิดาสามารถมีหน้าที่อบรมเลี้ยงบุตร บุตรควรเคารพนับถือและมีความกตัญญูต่อบิดามารดา 3) ความสัมพันธ์ระหว่างสามีกับภรรยา ที่ควรถ้อยทีถ้อยปฏิบัติต่อกัน 4) ความสัมพันธ์ระหว่างพี่กับน้อง ควรมีความรักผูกพันเอื้ออาทรต่อกัน 5) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนกับเพื่อน มีความซื่อสัตย์ต่อกัน นอกจากนี้ ขงจื้อให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้สนใจการศึกษาโดยไม่เลือกชนชั้น ฐานะและวัย ที่มุ่งพัฒนาบุคคลในสังคมให้เป็นสุภาพบุรุษหรือบัณฑิต

นโยบายของรัฐบาลจีนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันขงจื้อ (สถาบันขงจื้อสำนักงานใหญ่ของประเทศจีน, 2567: ออนไลน์) ได้อธิบายสถาบันขงจื้อว่า สถาบันขงจื้อเป็นสถาบันการศึกษาที่ไม่แสวงหากำไร จัดตั้งขึ้นโดยความสมัครใจของสถาบันฝ่ายต่างประเทศ โดยที่ทั้งฝ่ายจีนและฝ่ายต่างประเทศยึดหลักความเคารพซึ่งกันและกัน การปรึกษาหารืออย่างเป็นทางการและเป็นมิตร และความเสมอภาคได้ประโยชน์ร่วมกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการเผยแพร่งานภาษาจีนในระดับนานาชาติ เพิ่มพูนความเข้าใจของประชาชนทั่วโลกต่อภาษาและวัฒนธรรมจีน และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนด้านการศึกษาและมนุษยศาสตร์ระหว่างจีนกับต่างประเทศ นอกจากนี้ ได้กำหนดขอบเขตการดำเนินงานใน 8 ประการ ได้แก่ 1) การสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) การดำเนินการสอนและวิจัยในสาขาหรือวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยใช้ภาษาจีนเป็นสื่อหลัก 3) การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน 4) การพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน 5) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนกับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ 6) การทดสอบวัดระดับและรับรองที่เกี่ยวข้องกับภาษาและวัฒนธรรมจีน 7) การดำเนินการวิจัยและการให้บริการที่ปรึกษาในด้านการศึกษาจีน วัฒนธรรมจีน เศรษฐกิจจีน เป็นต้น 8) ดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสถาบันขงจื้อ

นโยบายในด้านการสร้างความร่วมมือ ระบบความร่วมมือของสถาบันขงจื้อมีสถาบันขงจื้อเป็นศูนย์กลาง โดยมูลนิธิ องค์การความร่วมมือทั้งฝ่ายจีนและฝ่ายต่างประเทศ และพันธมิตรภายนอกจำนวนมากร่วมกันสร้างขึ้น เพื่อให้บริการแก่ผู้เรียนของสถาบันขงจื้อและผู้เรียนภาษาจีนทั่วโลก ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมุ่งมั่นสร้างเครือข่ายหุ้นส่วนระดับโลกและชุมชนแห่งอนาคตร่วมกัน ที่มีขอบเขตกว้าง การเชื่อมโยงแน่นแฟ้น และมีผลประโยชน์ร่วมกัน

มูลนิธิเป็นผู้บริหารจัดการและดำเนินงานตราสินค้าสถาบันขงจื้อและห้องเรียนขงจื้อโดยรวม โดยหลักการแล้วจะไม่เข้าร่วมจัดการงานเฉพาะของสถาบันขงจื้อโดยตรง ทำหน้าที่หลักในการระดมทุนจากภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในจีนและต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการพัฒนาสถาบันขงจื้อทั่วโลก จัดทำแผนพัฒนาโดยรวมและแผนการเผยแพร่แบรนด์ของสถาบันขงจื้อ จัดทำมาตรฐานและแนวทางของแบรนด์ ตรวจสอบและอนุมัติการจัดตั้งสถาบันขงจื้อและห้องเรียนขงจื้อ และประสานงานโดยรวมเพื่อช่วยสถาบันขงจื้อยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนการสอนผ่านการประเมินตนเอง การประเมินไขว้ระหว่างสถาบันขงจื้อ และการประเมินโดยบุคคลที่สาม

องค์การความร่วมมือทั้งฝ่ายจีนและฝ่ายต่างประเทศเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการจัดตั้ง

สถาบันขงจื่อ รับผิดชอบการดำเนินงานและการบริหารงานประจำวันของสถาบันขงจื่อที่ตนจัดตั้ง ตาม “ข้อบังคับสถาบันขงจื่อ” และแผนแม่บท รวมทั้งสภาพความเป็นจริงในพื้นที่ของสถาบันขงจื่อ จัดทำแผนพัฒนาที่เป็นรูปธรรม จัดตั้งกลไกการทำงานและข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อประกันการพัฒนา อย่างยั่งยืนและมีคุณภาพสูงของสถาบันขงจื่อ และจัดเตรียมเงื่อนไขด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่ จำเป็นต่อการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อ

พันธมิตรภายนอกเป็นกำลังสนับสนุนที่ขาดไม่ได้ในระบบของสถาบันขงจื่อ รวมถึงองค์กร ธุรกิจและองค์กรสังคมจีนและต่างประเทศที่สนับสนุนการพัฒนาของสถาบันขงจื่ออย่างแข็งขัน

สถาบันขงจื่อต้องการการสนับสนุนจากพันธมิตรเหล่านี้ผ่านการมีส่วนร่วม ช่วยวางรากฐาน ที่มั่นคงยิ่งขึ้นสำหรับการพัฒนาของสถาบันขงจื่อในอนาคต และขยายอิทธิพลของ แบรินด์สถาบัน ขงจื่อ ขณะเดียวกันสถาบันขงจื่อก็สร้างโอกาสมากขึ้นสำหรับการพัฒนาของพันธมิตรเหล่านี้ ผ่าน บริการที่ตนมอบให้ และมอบพื้นที่และเวทีที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

งานวิจัยที่ได้เห็นผลกระทบเชิงวัฒนธรรมที่สถาบันขงจื่อไทยเผยแพร่เข้าสู่ประเทศไทยเรื่อง การทูตเชิงวัฒนธรรมของจีนต่อประเทศไทยผ่านสถาบันขงจื่อ ของสุดาพร อิมเจริญ และจุฑาทิพ (2566) ได้ศึกษารูปแบบการดำเนินงานและบทบาทของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย และผลกระทบ ของการทูตเชิงวัฒนธรรมของจีนต่อประเทศไทยผ่านสถาบันขงจื่อ พบว่า สถาบันขงจื่อประสบความสำเร็จในการเป็นเครื่องมือของภาครัฐในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของจีนและการเผยแพร่ซอฟต์แวร์ของจีน รัฐบาลจีนให้ความสำคัญกับการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อทั้งในเชิงนโยบายและการสนับสนุนงบประมาณ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายการส่งเสริมและสนับสนุน การเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย ผลกระทบจากการสร้างความตระหนักรู้และความสนใจใน การเรียนภาษาและวัฒนธรรมจีนที่สามารถเอื้อต่อการทำงานในอนาคตการเคลื่อนย้ายแลกเปลี่ยน บุคลากรระหว่างสองประเทศที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างกันและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงภาษาและวัฒนธรรมและในเชิงเศรษฐกิจ

งานวิจัยที่เปิดเผยให้เห็นถึงพันธกิจของสถาบันขงจื่อทั้งสำหรับภาครัฐและปัจเจกบุคคล และความสัมพันธ์ไทยจีนในการสื่อสารทางวัฒนธรรมเรื่อง ซอฟต์แวร์ของจีนบทบาทของ สถาบันขงจื่อในประเทศไทย ระหว่างปี ค.ศ. 2017-2023 ของศุภิสรา พรหมบังเกิด (2566) กล่าวว่า ทั้งไทยและจีนต่างมีความร่วมมือกันอย่างรอบด้านรวมทั้งความสัมพันธ์ที่ยังรากลึกในทุกมิติ จาก ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่แสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกัน ส่งผลให้การ ผสมผสานข้ามวัฒนธรรมระหว่างไทยและจีนเป็นไปอย่างง่ายดาย การที่จีนได้ส่งออกสถาบันขงจื่อสู่ ประเทศไทยเพื่อใช้เป็นกลไกในการเผยแพร่วัฒนธรรม ภาษา ตลอดจนถ่ายทอดค่านิยมแบบจีนผ่าน ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมตั้งแต่ระดับรัฐบาล สถาบันทางการศึกษา และระดับปัจเจก ขนระหว่างกัน ส่งผลให้ภาษาจีนเข้ามามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในไทย อีกทั้งความตื่นตัวของคนไทย

ที่มองเห็นโอกาสในการมีส่วนร่วมกับจีน ยังเป็นแรงสนับสนุนให้ภาษาจีนได้รับความนิยมมากขึ้น

Yunke Zai (หยุน เคอจื่อ และคณะ, 2566) เสนองานวิจัยเรื่อง **“การทูตอีสปอร์ต”** **อำนาจละมุนใหม่ในยุคดิจิทัลของจีน** กล่าวถึงแนวคิดการทูตสาธารณะว่า การทูตสาธารณะเป็นปฏิสัมพันธ์ที่พุ่งเป้าหมายหลักไปยังปัจเจกบุคคลและองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ และมีการบรรลุวัตถุประสงค์ผ่านการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ เช่น ประเทศจีนต้องให้สาธารณะชนของนานาประเทศให้การยอมรับในประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอันเก่าแก่ บทบาทด้านการต่างประเทศ และความสำเร็จในการพัฒนาประเทศ เป็นต้น ผลการวิจัยระบุว่า อิทธิพลในการเป็นซอฟต์แวร์ “การทูตอีสปอร์ต” ของจีนก็คือ “การทูตอีสปอร์ต” พรหมแดนใหม่ทางภาษาและวัฒนธรรมจีน และซอฟต์แวร์เป็นหนทางสำคัญในการแสดงหาสถานะอำนาจระดับโลกอย่างรอบคอบผ่านการขยายอิทธิพลด้วยวัฒนธรรมผ่านอีสปอร์ต การใช้การทูตอีสปอร์ตในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับประเทศจีน เป็นตัวแปรสำคัญในการขยายอิทธิพลของจีน เป็นการทูตรูปแบบใหม่และซอฟต์แวร์ใหม่ของจีนที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับทั่วโลก

ซอฟต์แวร์ของจีนมีความเชื่อมโยงกับสถาบันขงจื่อ งานวิจัยของยุทธพงศ์ จันทรวรินทร์ และคณะ (2567) เสนองานวิจัยเรื่อง **“การศึกษาอำนาจละมุนของจีนผ่านสถาบันขงจื่อต่อการบริหารจัดการหลักสูตรภาษาจีนของสถาบันอุดมศึกษาไทยในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดเชียงใหม่”** กล่าวว่า ประเทศจีนดำเนินนโยบายเชิงรุกหลายประการเพื่อพัฒนาประเทศ การเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีนในฐานะละมุนของประเทศจีน เพื่อเป็นสะพานเชื่อมสร้างความเข้าใจระหว่างประเทศจีนกับประชาคมโลก และหน่วยงานสำคัญอย่างยิ่งที่มีส่วนผลักดันการเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีนคือสถาบันขงจื่อ (Confucius Institute) จนสรุปว่า ประเทศจีนใช้ซอฟต์แวร์ผ่านสถาบันขงจื่อ โดยใช้พลังวัฒนธรรมจีน วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีเป็นสิ่งดึงดูดใจและใช้เศรษฐกิจเป็นแรงจูงใจ

เอกสารที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า พันธกิจหลักของสถาบันขงจื่อ คือ การเผยแพร่วัฒนธรรมจีนและการสอนภาษาจีนในต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นซอฟต์แวร์ของประเทศจีนเพื่อขยายอิทธิพลของจีนไปยังประชาคมโลก

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

งานวิจัยที่เกี่ยวกับวิธีการสร้างข้อมูลการประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์เรื่อง **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์** วิภาคนันท์ นิมิตพันธ์ และศิริจันทรา พลกนิษฐ (2559) ได้กล่าว ในเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์ แต่ละประเภทมีวิธีการสร้างสรรค์เนื้อหาในลักษณะที่แตกต่างกัน และมีผลต่อการสร้างเนื้อหาข่าว กล่าวคือ 1) การสร้างเนื้อหาด้วยระบบคอมพิวเตอร์ นักประชาสัมพันธ์ต้องปรับกระบวนการผลิตเนื้อหาแบบเดิมในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียงให้กลายเป็นเนื้อหาที่น่าเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์และใช้ระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบเพื่อความรวดเร็วใน

กระบวนการผลิต 2) การนำเสนอเนื้อหา นักประชาสัมพันธ์สามารถบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความหลากหลาย เช่น การใช้ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง เป็นต้น 3) บุคลิกลักษณะเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภทมีบุคลิกเฉพาะและมีความแตกต่างกัน เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่จะนำเสนอต้องมีความสอดคล้องกับบุคลิกของสื่อสังคมออนไลน์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูล และปัจจุบันการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางการสื่อสารหลัก ดังนั้นหากจำเป็นต้องการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์มีอัตลักษณ์โดดเด่นยิ่งขึ้น จึงต้องอาศัยการใช้ภาษาและการสนับสนุนเทคโนโลยีทันสมัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในเพจเฟซบุ๊ก เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อ รวมทั้งศึกษากลวิธีการใช้ภาษา นำเสนอภาพลักษณ์จากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย เนื่องจากแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทยมีบทบาทหน้าที่สื่อเนื้อหาข้อความของสถาบัน โดยผ่านภาษา ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย โดยมีแนวคิดภาพลักษณ์ (Image) และภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) และกลวิธีทางภาษา (Linguistic Strategies/Linguistic Devices) ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูลของการวิจัยโดยแบ่งเป็นการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กร และกลวิธีทางภาษา เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล และรวบรวมตัวบทที่เป็นแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จากเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย 12 สถาบัน ตั้งแต่วันที่ 1 เดือน มกราคม 2566 ถึงวันที่ 31 เดือนธันวาคม 2566

2. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำแนวคิดภาพลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กรของ Philip Kotler เสรี วงษ์มณฑา และรัชณี วงศ์สุมิตรมาวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก และนำแนวคิดกลวิธีทางภาษาของ จันทิมา อังคพณิชกิจ ที่รวบรวมมาจากนักวิชาการชาวไทยและชาวต่างชาติกับเรื่องเล่าของ Seymour Chatman มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษา “ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อเป็นข้อมูลหลัก” โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาและรวบรวมแนวคิดทฤษฎี วิทยานิพนธ์ บทความวิจัย เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ตัวบทหรือข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับ

ภาพลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กรของ Philip Kotler เสรี วงษ์มณฑา และรัชณี วงศ์สุมิตร และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลวิธีทางภาษาที่จินทิมา อังคพณิชกิจรวบรวม และเรื่องเล่าของ Seymour Chatman รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นของการวิจัยครั้งนี้

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นรูปแบบแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จากเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อไทย โดยกำหนดระยะเวลาของข้อมูล 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 เดือน มกราคม 2566 ถึงวันที่ 31 เดือน ธันวาคม 2566 และกำหนดแหล่งข้อมูลที่เป็นเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย 12 สถาบัน ใน 16 สถาบัน ได้แก่ 1) สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2) สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 3) สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี 4) สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยบูรพา 5) สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 6) สถาบันขงจื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 7) สถาบันขงจื่อมรภ.บ้านสมเด็จเจ้าพระยา 8) สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง 9) สถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีนมหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกียรติ 10) สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น 11) สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล 12) สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ ส่วนอีกสถาบัน 4 แห่งไม่ได้โพสต์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง หรือมีข้อมูลอันเก่าแก่

3. การคัดเลือกข้อมูลที่ใช้มาวิเคราะห์ในการวิจัยใช้วิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดข้อมูลเป็นรูปภาพที่โพสต์ในเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อไทย 12 สถาบันที่ประกอบด้วยข้อความที่มีถ้อยคำผสมผสานสัญลักษณ์ที่ไม่ใช่ถ้อยคำ โดยไม่เลือกข้อมูลที่มีรูปแบบเนื้อหาที่ซ้ำกัน และได้รับแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จำนวน 338 แผ่นป้าย สรุปดังตาราง

ตารางที่ 3.1 รายชื่อสถาบันขงจื่อไทยที่เป็นแหล่งข้อมูล

ชื่อสถาบัน	ภูมิภาค	แฟนเพจเฟซบุ๊ก		จำนวนข้อมูล
		ชื่อแฟนเพจ	ผู้ติดตาม	
สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	กลาง	สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院	21000	103
สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยบูรพา	ตะวันออก	สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา	14000	67
สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	กลาง	สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	9450	31
สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น	อีสาน	สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	4498	28
สถาบันขงจื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กลาง	สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	26000	23
สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล	กลาง	海上丝路孔子学院 สถาบัน ขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล	7083	21

สถาบันขงจื้อมรภ.บ้านสมเด็จเจ้าพระยา	กลาง	สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จเจ้าพระยา	4247	19
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	ใต้	สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai	7720	17
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	กลาง	สถาบันขงจื้อ. อัสสัมชัญ Confucius Institute of Assumption University	7064	9
สถาบันขงจื้อการแพทย์แผนจีนมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	กลาง	สถาบันขงจื้อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกียรติ 华侨崇圣大学中医孔子学院	5335	8
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	เหนือ	สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	2638	7
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสวนดุสิตสุพรรณบุรี	กลาง	สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสวนดุสิตสุพรรณบุรี	3412	5
สถาบันขงจื้อเทศบาลเมืองเบตง	ใต้	สถาบันขงจื้อเทศบาลเมืองเบตง	851	ข้อมูลเก่า
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม	อีสาน	สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	2900	ข้อมูลเก่า
สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเลมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	กลาง	สถาบันขงจื้อ เส้นทางสายไหม ทางทะเล มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร		ไม่มีข้อมูล
สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ภูเก็ต	ใต้	ไม่มีเพจ		

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์จากการเก็บรวบรวมตามวัตถุประสงค์ 2 ข้อของการวิจัยภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีภาพลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กร และกลวิธีทางภาษาเป็นหลัก สามารถจำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพจเฟซบุ๊กใช้กรอบแนวคิดภาพลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กรของ Philip Kotler เสรี วงษ์มณฑา และรัชนี วงศ์สุมิตร ดังตัวอย่าง



ภาพที่ 3.1 ตัวอย่างการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย

ที่มา: เพลงเพชบุรี “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 2

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยที่เป็นสื่อกลางเผยแพร่วัฒนธรรมจีน จากตัวอย่าง ภาพที่ 3.1 พบว่า การประชาสัมพันธ์ในแผ่นป้ายเป็นเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยบูรพาจัดขึ้น โดยระบุเนื้อหาหลักในพาดหัวแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ว่า **งานเฉลิมฉลอง เทศกาล “ตรุษจีนปีกระต่าย 2023”** เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับเทศกาลดั้งเดิมของจีน ซึ่งเทศกาลตรุษจีน มีการสืบทอดมาหลายพันปี ซึ่งถือเป็นปีใหม่ของจีน เป็นเทศกาลแบบดั้งเดิมยิ่งใหญ่ที่สุดของชาวจีน บรรดาชาวจีนให้ความสำคัญกับตรุษจีนเป็นอย่างยิ่ง

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนมีเนื้อหาชี้ให้เห็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมของ จีนที่นำเสนอในรายละเอียดของกิจกรรม ได้แก่ 1) **เช็งช้วนโต-มังกร โชว์กายกรรมจีน** ซึ่งสอดคล้องกับ กิจกรรมทางธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของบรรดาชาวจีนที่ปฏิบัติทำหรือชมในช่วงเทศกาลตรุษจีน เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมจีน 2) การกล่าวถึงวัฒนธรรมจีนโดยตรง คือ **การแสดงวัฒนธรรมจีน และเยี่ยมชมบูทกิจกรรมของวัฒนธรรมจีน** 3) **เล่นเกมตอบคำถามชิงรางวัล** การกล่าวถึง รางวัล ซึ่ง มีความหมายเชิงด้านบวก คือ สิ่งที่ได้รับมาเพราะความทุ่มเทของเรา และ **มีกิจกรรมกล่าวอวยพร** ทินวันฉัน สร้อยกุดเรือ (2562: 116) ระบุว่า การพูดอวยพรจึงการแสดงความยินดีหรือความปรารถนาดี สำหรับผู้รับสารที่ตั้งใจจะร่วมกิจกรรมเทศกาลก็ **ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย!** แสดงให้เห็นว่า การ จัดกิจกรรมเทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยบูรพาได้ตั้งเป้าหมายที่ทำให้ผู้รับสารคน ไทยเข้าถึงและเรียนรู้วัฒนธรรมจีนผ่านกิจกรรม และดึงดูดความสนใจผู้รับสาร โดยเน้นการเข้าร่วม กิจกรรมไม่มีค่าใช้จ่าย

เนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสื่อให้เห็นถึง สถาบันขงจื้อเป็นสื่อกลางที่เผยแพร่วัฒนธรรมจีนสู่ประเทศไทย การเชิญชวนร่วมกิจกรรมเทศกาลตรุษจีนนี้และร่วมงานพิธีจะทำให้ผู้อ่านเกิดความประทับใจ ความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อเทศกาลตรุษจีน สถาบันขงจื้อและวัฒนธรรมจีน รวมทั้งสร้างโอกาสให้กับผู้ที่สนใจวัฒนธรรมจีนมีส่วนร่วมของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยบูรพา และเรียนรู้วัฒนธรรมจีน ขณะที่สถาบันขงจื้อไทยจะได้บรรลุเป้าหมายเผยแพร่วัฒนธรรมจีนและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างไทย-จีนด้วย

2. การวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก ใช้แนวคิดกลวิธีทางภาษาที่ จันทิมา อังคพณิชกิจ รวบรวมจากนักวิชาการไทยและนักวิชาการต่างประเทศมาวิเคราะห์ข้อมูล ดังตัวอย่าง



ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 10

ภาพที่ 2 เพลงเพชบุรีก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 2

ภาพที่ 3 เพลงเพชบุรีก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 10

ภาพที่ 4 เพลงเพชบุรีก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา”, 2566: 6

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการอ้างอิงถึงศัพท์วัฒนธรรมจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ภาพที่ 1-3 อ้างถึงชื่อของศิลปะการแสดงทางวัฒนธรรมจีน ได้แก่ *อุ๋ฉินซี การเขียนพู่กันจีน* และมวยไทเก๊ก การอ้างอิงถึงศัพท์ศิลปะการแสดงดั้งเดิมจีนในการประชาสัมพันธ์สื่อให้เห็นถึงความโดดเด่นของศิลปะและปัญญาจีนในการปฏิบัติชีวิตประจำวัน ภาพที่ 4 ได้อ้างอิงชื่อเทศกาลจีน คือ *เทศกาลตวนอู่ (ไหว้พระจันทร์)* เทศกาลตวนอู่ เป็นเทศกาลดั้งเดิมของจีน ซึ่งแพร่หลายในพื้นที่ที่มีชาวจีนเป็นส่วนใหญ่ มีต้นกำเนิดมาจากประเพณีพื้นบ้านของจีน (กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน, 2006: ออนไลน์) การอ้างอิงถึงศัพท์วัฒนธรรมเทศกาลตวนอู่ทำให้ผู้รับสารรู้จักประเพณีวัฒนธรรมจีนโดยตรง และการวางศัพท์เทศกาลจีนคู่กับคำอวยพรในเทศกาลสามารถช่วยลดช่องว่างทางจิตใจระหว่างสถาบันขงจื้อไทยกับผู้รับสารชาวไทย และสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรและการแบ่งปันวัฒนธรรมจีนร่วมกัน

การอ้างอิงถึงศัพท์วัฒนธรรมจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์แสดงให้เห็น อุตลักษณ์ของวัฒนธรรมจีน พร้อมเสริมสร้างความเข้าใจวัฒนธรรมของคนไทย และกลายเป็นการสื่อความเชิงสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทย ดังนั้น กลวิธีการอ้างอิงถึงศัพท์วัฒนธรรมจีนสามารถนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนได้

บทที่ 4

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหา ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

บทนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื้อจำนวน 338 แผ่นป้าย โดยประยุกต์แนวคิดภาพลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กรของ Philip Kotler เสรี วงษ์มณฑา และรัชณี วงศ์สุมิตรมาเป็นการรอบในการวิเคราะห์ นอกจากนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยเลือกตัวอย่างที่มีเนื้อหาไม่ซ้ำกัน เพื่อแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทยจากในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

จากการสำรวจแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้สรุปเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื้อไทย ได้แก่ 1) การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน 2) การรับสมัครและจัดอบรมภาษาจีนผู้เรียน 3) การบรรยายวิชาการด้านภาษาจีน 4) การสร้างความร่วมมือกับองค์กรไทย 5) การสนับสนุนทุนการศึกษา 6) การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ 7) การจัดกิจกรรมและอบรมศิลปวัฒนธรรมจีน และ 8) การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมเทศกาลของจีน

สามารถวิเคราะห์ภาพลักษณ์ได้ 3 ภาพลักษณ์ ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน และภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

สถาบันขงจื้อไทยรับบทเป็นหน่วยงานที่มีบุคลากรและความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีน ซึ่งตอบสนองหน้าที่การดำเนินงานของสถาบันขงจื้อสำนักงานใหญ่ คือ การสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการสอนและวิจัยในสาขาหรือวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยใช้ภาษาจีนเป็นสื่อหลัก การฝึกอบรมครูสอนภาษาจีน และการพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน (สถาบันขงจื้อสำนักงานใหญ่แห่งประเทศจีน, 2567: ออนไลน์)

เนื้อหาประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อสะท้อนให้เห็นว่า สถาบันขงจื้อในประเทศไทยเป็นหน่วยงานที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน เนื่องจากที่มาของสถาบันขงจื้อและประวัติศาสตร์ของการสอนภาษาจีนในประเทศไทย กล่าวคือ เนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับพันธกิจและหน้าที่ของสถาบันขงจื้อ โดยที่สถาบันขงจื้อในฐานะองค์กรการศึกษาในสังคม และการเรียนการสอน

ภาษาจีนในประเทศไทยมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 เป็นต้นมา (ศุภิสรา พรหมบังเกิด, 2566: 25) การให้บริการด้านการศึกษาภาษาจีนจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการบริหารจัดการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในด้านภาพลักษณ์ด้านบริการ (Service) ซึ่งจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตามที่มีการกล่าวอ้าง และสินค้าที่ไม่สร้างความเสียหายให้แก่สังคมหรือมอมเมาผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา, 2546: 8) การบริการที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนที่สถาบันขงจื่อไทยให้การสนับสนุนสามารถมองได้ว่าเป็นสินค้าตามที่กล่าวไว้ข้างต้น

เนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์แสดงให้เห็นถึงสถาบันขงจื่อไทยเป็นองค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนในประเทศไทย ใช้ข้อมูลจำนวนแผ่นป้าย 179 แผ่นป้าย สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ 1) ภาพลักษณ์การตลาดสอบภาษาจีน 2) ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน และ 3) ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1 ภาพลักษณ์การตลาดสอบภาษาจีน

การนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนผ่านภาพลักษณ์การตลาดสอบภาษาจีน โดยมีเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 2 ประการ คือ 1) การสอบวัดระดับภาษาจีน เป็นการทดสอบความสามารถภาษาผ่านการสอบ และ 2) การประกวดทักษะภาษาจีน เป็นการทดสอบภาษาจีนของผู้เข้าร่วมผ่านการแข่งขัน มีจำนวน 102 แผ่นป้าย โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1.1 การสอบวัดระดับภาษาจีน

ภาพลักษณ์การตลาดสอบภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทยสามารถเห็นได้จากเนื้อหาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดสอบวัดระดับภาษาจีน เนื่องจากสถาบันขงจื่อไทยส่วนใหญ่จัดตั้งในสถาบันอุดมศึกษาไทยโดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัย การจัดสอบวัดระดับภาษาจีนจึงถือเป็นการสนับสนุนภารกิจของมหาวิทยาลัยไทยให้บรรลุผลสำเร็จ (ยุทธพงศ์ จันทรวรินทร์ และคณะ, 2567: 228)

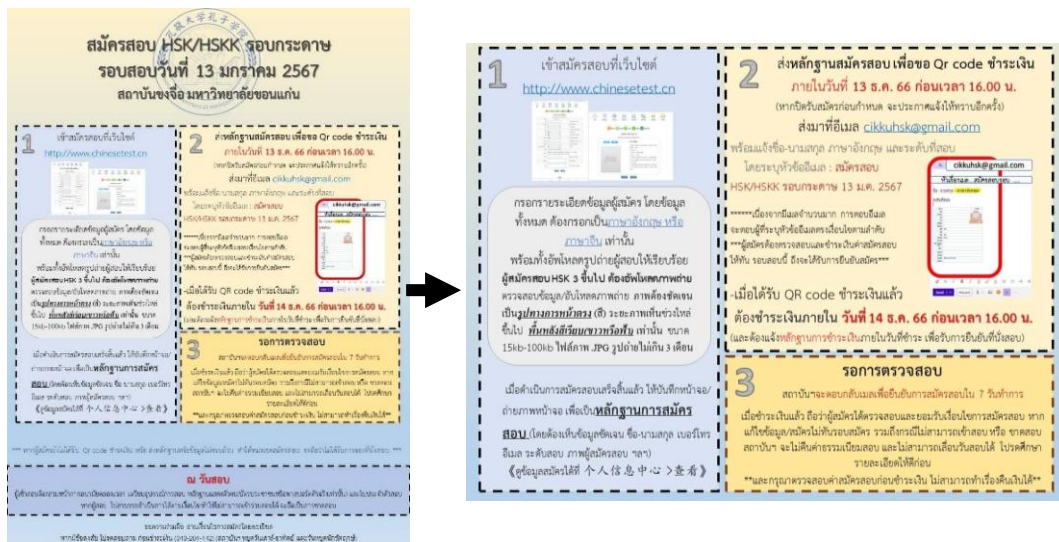
สถาบันขงจื่อประกาศข้อมูลประชาสัมพันธ์การสมัครสอบระดับภาษาจีนในรูปแบบการสอบ วัดระดับภาษาจีน (HSK)¹ การสอบวัดระดับการพูดภาษาจีน (HSKK)² และการสอบวัดระดับ

¹ HSK ย่อมาจากพินอิน Hanyu Shuiping Kaoshi ซึ่งหมายถึงการทดสอบวัดระดับความรู้ด้านภาษาจีนสำหรับชาวต่างชาติ เป็นการสอบมาตรฐานสากลที่ดำเนินการโดยบริษัท HSK International Education Technology (Beijing) Co., Ltd. มุ่งเน้นการทดสอบความสามารถในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การเรียน และการทำงานสำหรับผู้สอบที่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษาที่สอง การสอบมีการออกข้อสอบ การทดสอบ การให้คะแนนที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และออกผลสอบในรูปแบบเดียวกันทั่วโลก

² HSKK ย่อมาจากพินอิน Hanyu Shuiping Kouyu Kaoshi ซึ่งหมายถึงการทดสอบวัดระดับความสามารถด้านการพูดภาษาจีนสำหรับชาวต่างชาติ HSKK เป็นการทดสอบความสามารถในการพูดภาษาจีนของผู้สอบ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูง การสอบดำเนินการในรูปแบบการบันทึกเสียง

ภาษาจีนสำหรับเยาวชน (YCT) ³ (Chinese Test Service Website, 2024: online) มีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 57 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 4.1 การรับสมัครสอบวัดระดับภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 11

ภาพลักษณ์การทดสอบภาษาจีนจากการให้บริการการสมัครสอบวัดระดับภาษาจีนและการสอบวัดระดับการพูดภาษาจีน โดยมีหัวข้อ “สมัครสอบ HSK/HSKK รอบกระดาศ.....สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น” หัวข้อของข้อความได้อธิบายข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการสอบ รวมถึงประเภทของการสอบ รูปแบบการสอบแบบออนไลน์ รอบสอบ และหน่วยงานผู้จัดสอบ เพื่อประกาศให้ทราบถึงการจัดสอบวัดระดับภาษาจีนโดยสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรทางการศึกษาด้านการให้บริการสอบภาษาจีนผ่านข้อมูลการประชาสัมพันธ์

การอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสมัครสอบ เป็นภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยในฐานะผู้จัดสอบที่มีความเชี่ยวชาญและความรับผิดชอบ การประชาสัมพันธ์ได้ประกาศรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการสมัครสอบโดยอธิบายจากขั้นตอนที่ 1 “เข้าสมัครสอบที่เว็บไซต์” ถึงขั้นตอนที่ 3 “รอการตรวจสอบ” ส่วนเนื้อหาที่ต้องสังเกตเป็นพิเศษในแผ่นป้ายตัวอย่างนี้จึงใช้วิธีการเตือนผู้อ่าน ได้แก่ การพิมพ์ภาษาด้วยตัวอักษรตัวหนา ดังที่ “หลักฐานการสมัครสอบ” การใช้สี

³ YCT ย่อมาจาก Youth Chinese Test YCT เป็นการสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาจีนตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการทดสอบความสามารถในการใช้ภาษาจีนของนักเรียนระดับประถมและมัธยมที่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษาที่สอง ในชีวิตประจำวันและการเรียน แบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่ การสอบข้อเขียนและการสอบพูด ซึ่งเป็นการสอบแยกจากกัน การสอบข้อเขียนแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1, 2, 3 และ 4 ส่วนการสอบพูดแบ่งออกเป็น YCT ระดับต้น และ YCT ระดับกลาง

ตัวอักษรที่โดดเด่นและสะดุดตา ดังที่ “ภายในวันที่ 13..... 16.00 น.” ใช้สีตัวอักษรเป็นสีแดง ทำให้ผู้รับสารสามารถจับข้อมูลสำคัญได้ง่าย และทำให้เกิดความรู้สึกต่อความสำคัญของการสมัครสอบภาษาจีน ตลอดจนเกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจ ซึ่งสถาบันขงจื่อเป็นองค์กรที่มีความสามารถในการจัดสอบภาษาจีน และมีความรับผิดชอบ นอกจากนี้ ยังมีภาพหน้าจอของขั้นตอนการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง เป็นการทำให้เนื้อหาภาพเข้าใจได้ง่ายและชัดเจนกว่าข้อความเนื่องจากนักประชาสัมพันธ์สามารถบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจมีความหลากหลาย เช่น การใช้ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สถาบันขงจื่อไทยจัดการสอบวัดระดับภาษาจีนขั้นพื้นฐานถึงระดับภาษาจีนขั้นสูง เป็นแพลตฟอร์มทดสอบระดับภาษาจีนสำหรับผู้ที่มีทักษะภาษาจีนจากระดับพื้นฐานถึงระดับดีเยี่ยม รวมทั้งสถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาจีนทุกระดับสำหรับผู้เข้าสอบ วิเคราะห์จากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2

 **เปิดรับสมัครสอบ HSK/ HSKK**

HSK ระดับ 1-6 และ HSKK ระดับต้น-สูง
รอบวันเสาร์ที่ 13 มกราคม 2567

จัดสอบแบบกระดาษ ณ สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สมัครสอบและโอนชำระค่าสมัครสอบ ได้ตั้งแต่วันที่ – 10 ธันวาคม 2566

เมื่อที่นั่งสอบเต็มแล้ว ทางสถาบันขงจื่อ มช. จะปิดรับสมัครสอบในระบบทันที

** เดือนมกราคม พ.ศ.2566 เป็นต้นไป เริ่มรวมการสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK และ HSKK เข้าด้วยกัน โดยตั้งแต่ HSK ระดับ 3 ขึ้นไป จำเป็นต้องสมัครสอบ HSKK ตามระดับที่กำหนดรวมด้วย

<p>1</p> <p>สมัครผ่าน http://www.chinesetest.cn เท่านั้น</p>	<p>2</p> <p>ลงทะเบียนสมัครสอบ เรียบร้อยแล้ว ชำระเงินภายในวันที่สมัครสอบ</p>	<p>3</p> <p>ส่งหลักฐาน มาทางอีเมล CICMU.THAI@gmail.com</p>
---	--	---

#กรุณาอ่านกำหนดการให้ดีและเลือกข้อสมัคร

 **เปิดรับสมัครสอบ HSK 7-9** 

HSK ระดับ 7-9 รอบวันอาทิตย์ที่ 12 พฤศจิกายน 2566

จัดสอบแบบอินเตอร์เน็ตที่บ้าน

ลงทะเบียนสมัครสอบและโอนชำระค่าสมัครสอบ ได้ตั้งแต่วันที่ – 25 ตุลาคม 2566

เมื่อที่นั่งสอบเต็มแล้ว ทางสถาบันขงจื่อ มช. จะปิดรับสมัครสอบในระบบทันที

<p>1</p> <p>สมัครผ่าน http://www.chinesetest.cn เท่านั้น</p>	<p>2</p> <p>ลงทะเบียนสมัครสอบ เรียบร้อยแล้ว ชำระเงินภายในวันที่สมัครสอบ</p>	<p>3</p> <p>ส่งหลักฐาน มาทางอีเมล CICMU.THAI@gmail.com</p>
---	--	---

#กรุณาอ่านกำหนดการให้ดีและเลือกข้อสมัคร
#หากไม่ได้รับหลักฐานข้อสมัครจะไม่สามารถเข้าสอบได้

ภาพที่ 4.2 การรับสมัครสอบวัดระดับภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 11

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 10

ตัวอย่างแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาการรับสมัครสอบวัดทุกระดับภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีสนใจภาษาและวัฒนธรรมจีนแต่ละระดับสามารถเข้าสอบได้ โดยเฉพาะการสอบภาษาจีนขั้นสูง แสดงให้เห็นว่าสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีศักยภาพในการจัดการทดสอบภาษาจีนที่มีระดับสูง ผู้เข้าสอบไม่เพียงแต่สามารถตอบ

คำถามในข้อสอบได้เท่านั้น แต่ยังต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะทักษะการพูด “การสอบวัดระดับ.....HSKK ตามระดับที่กำหนดร่วมด้วย” HSK เป็นการสอบวัดระดับภาษาจีนที่เขียนคำตอบบนกระดาษข้อสอบ และ HSKK เป็นการสอบวัดระดับภาษาจีนที่ตอบคำถามด้วยปากเปล่า (สถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่แห่งประเทศจีน, 2567: ออนไลน์) การสอบภาษาจีนทุกระดับและทุกแบบเป็นการให้ความสำคัญกับการทดสอบภาษาจีนในฐานะองค์กรที่เชี่ยวชาญและเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีนโดยสถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ของการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยผ่านการทดสอบ ทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าการสร้างของระบบบริการที่สมบูรณ์ จนกระทั่งเชื่อมั่นศักยภาพสถาบันขงจื่อในด้านภาษาจีนและการทดสอบภาษาจีน

หลังจากที่ผู้เข้าสอบสอบแล้ว สถาบันขงจื่อจะประกาศผลการสอบวัดระดับภาษาจีนผ่านข้อมูลประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการให้บริการสอบภาษาจีนอย่างครบถ้วน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3



ภาพที่ 4.3 การประกาศรับผลสอบวัดระดับภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 11

หลังจากการสอบวัดระดับภาษาจีนเสร็จสิ้นแล้ว สถาบันขงจื่อไทยจะแจ้งให้ผู้เข้าสอบทราบคะแนนสอบและรับใบรายงานผลสอบผ่านการประชาสัมพันธ์ ดังตัวอย่างข้างต้น สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ประชาสัมพันธ์การรับผลการสอบวัดระดับภาษาจีน “ประกาศ (เรื่อง) สามารถรับใบคะแนนสอบ YCT/HSK/HSKK” และมีข้อความชี้ให้เห็นรอบการสอบโดยระบุเป็นวันเวลาเข้าสอบ “รอบวันที่ 16 กันยายน 2566” สถานที่รับใบคะแนนสอบ “ณ.....อาคารสถาบันศึกษา มช.” และวันเวลาทำการที่สามารถรับผลสอบ การที่สถาบันขงจื่อประกาศผลสอบและวันเวลาอย่างชัดเจนและถูกต้องทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่า มั่นใจในระบบการทำงานที่เป็นระบบของสถาบันขงจื่อ และอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าสอบสามารถรับทราบผลสอบได้อย่างทันที มาตรการนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่ม

ความโปร่งใสของบริการสอบเท่านั้น แต่ยังคงแสดงให้เห็นถึงความพยายามของสถาบันขงจื่อในการพัฒนารายละเอียดด้านการสร้างระบบองค์กร ซึ่งการเรียนการสอนภาษาจีนและความเชี่ยวชาญของสถาบันขงจื่อในการให้บริการการสอบภาษาจีน และสร้างความมั่นใจในด้านการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อไทยสำหรับผู้รับสารอีกด้วย

การจัดการสอบภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทยสอดคล้องกับพันธกิจและข้อกำหนดการทำงานของสถาบันฯ คือ สอบวัดระดับและรับรองที่เกี่ยวข้องกับภาษาและวัฒนธรรมจีน ข้อมูลประชาสัมพันธ์แสดงให้เห็นว่าสถาบันขงจื่อมีส่วนร่วมในกระบวนการสมัครสอบ จัดสอบ และประกาศผลสอบ โดยให้ความสำคัญกับรายละเอียดในทุกขั้นตอน ผู้รับสารจึงสามารถรู้สึกรู้ว่า สถาบันขงจื่อไทยเป็นองค์กรที่ให้บริการการจัดสอบวัดระดับภาษาจีนอย่างรอบคอบ ทำให้เสริมสร้างภาพลักษณ์ว่าสถาบันขงจื่อเป็นองค์กรที่เชี่ยวชาญด้านภาษาจีนในประเทศไทย และช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจบทบาทและพันธกิจของสถาบันขงจื่อผ่านข้อมูลประชาสัมพันธ์ได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Marken (1990) การสร้างภาพลักษณ์องค์กรจะส่งผลต่อองค์กร กล่าวคือ เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกับจุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการปฏิบัติงานให้กับผู้อ่าน (อ้างถึงในปาราวิ พูลศิริ, 2549: 43) ดังนั้น แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เรื่องประกาศ “การรับผลสอบ” จึงเสริมสร้างความเข้าใจแก่ผู้อ่านให้เข้าใจจุดมุ่งหมายโครงการสอบภาษาจีนได้เป็นอย่างดี

4.1.1.2 การประกวดทักษะภาษาจีน

การจัดการประกวดทักษะภาษาจีนในรูปแบบหลากหลายเป็นสร้างภาพลักษณ์การตลาดสอบภาษาจีน สถาบันขงจื่อในฐานะผู้จัดการแข่งขันมีศักยภาพและทรัพยากรในการตัดสินใจแข่งขัน มีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 45 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 4

2023 泰国大学生
中泰翻译大赛
การแข่งขันการแปลและการล่าม จีนไทย-ไทยจีน
อบรมฟรี สำหรับผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าสู่รอบชิงชนะเลิศ
แนวทางพัฒนาตน
สู่ นักแปลและล่ามภาษาจีน

รศ.ดร.กนกพร นุ่มทอง
อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันออก
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นักแปลดีเด่น
"รางวัลสุรินทราชา"
ประจำปี พ.ศ.2564

- ✅ สามารถนำวุฒิมาขอใบประกอบวิชาชีพ
- ✅ งานวัดทักษะ 2 ภาษา / ภาควิชาที่ใดก็ได้
- ✅ สามารถขอใบประกอบวิชาชีพล่ามได้
- ✅ ผู้แข่งขันจะได้รับใบประกาศนียบัตรทันที
- ✅ ผู้ชนะเลิศจะได้รับเงินรางวัล 75,000 บาท
- ✅ ผู้ชนะเลิศจะได้รับใบประกาศนียบัตรและ "ทุนสนับสนุน" และ "ทุนสนับสนุน"

จัดโดย
FLASH EXPRESS และ BUCI

AUGUST
23
ONLINE

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ภาพที่ 4.4 การแข่งขันการแปลและการล่ามไทยจีน-จีนไทย

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 7

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึง “การแข่งขันการแปลและการล่าม จีนไทย-ไทยจีน” จัดขึ้นโดยความร่วมมือของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น และสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ร่วมกับ FLASH EXPRESS และวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ การแข่งขันนี้มุ่งเน้นไปที่นักศึกษาไทยในมหาวิทยาลัย เพื่อเป็น “แนวทางพัฒนาสู่ นักแปลและล่ามภาษาจีน” แสดงให้เห็นถึงเป้าหมายการแข่งขัน คือ พัฒนาผู้เข้าแข่งขันให้เป็นนักแปลภาษาจีนมืออาชีพ สอดคล้องกับพันธกิจของสถาบันขงจื่อในฐานะผู้จัดงาน ซึ่งการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนกับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ นอกจากนี้ ผู้ที่ผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศยังได้รับการอบรมฟรีอีกด้วย การแข่งขันจึงเปิดโอกาสให้ผู้มีศักยภาพเป็นนักแปลไทย-จีน อีกด้านหนึ่ง เนื่องจากการแข่งขันแปลไทยจีน-จีนไทยเกี่ยวข้องกับภาษาจีนและภาษาไทย แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ยังได้กล่าวถึงอาจารย์ที่มีวุฒิการศึกษาสูงและตำแหน่งทางวิชาการระดับสูงจากภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คือ “รศ. ดร. กนกพร นุ่มทอง” เป็นสัญลักษณ์สำคัญ โดยนำเสนอผลงานแปลไทย-จีนประเภทหลากหลาย เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของการแข่งขันให้มีความเป็นมืออาชีพและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

การแข่งขันแปลภาษาไทยจีน-จีนไทยสามารถถือเป็นการทดสอบทักษะการเรียนรู้ภาษาจีนของคนไทย กนกพร นุ่มทอง และศิริวรรณ ลิขิตเจริญธรรม (2562: 105) กล่าวว่า การแปลเป็นทักษะพื้นฐานที่ ผู้เรียนภาษาต่างประเทศทุกคนต้องมี ไม่ว่าจะเป็นการแปลจากภาษาแม่เป็น

ภาษาต่างประเทศ หรือแปลจากภาษาต่างประเทศกลับเป็นภาษาแม่ก็ตาม ดังนั้น การที่สถาบันขงจื่อไทยจัดการแข่งขันการแปลภาษาไทย-จีน-จีนไทย จึงมิใช่เพียงเพื่อคัดเลือกผู้ที่มีความสามารถด้านภาษาจีนเท่านั้น หากแต่ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความเข้าใจของผู้เรียนภาษาจีน เป็นการเพิ่มพูนทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมจีน

ข้อมูลประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการแข่งขันที่จัดโดยนำเสนอสถาบันขงจื่อ ไม่เพียงแต่กล่าวถึงการแข่งขันแปลภาษาไทย-จีนเท่านั้น แต่ยังมีการแข่งขันด้านศิลปวัฒนธรรมจีนที่เกี่ยวข้องกับภาษา เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสามารถทางภาษาจีนของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 5

การประกวดร้องเพลงจีน
ประจำปี 2023

เงินรางวัล

รางวัลชนะเลิศระดับประถมศึกษา และระดับอนุบาล
 • รางวัลชนะเลิศ 3,000 บาท จำนวน 1 รางวัล
 • รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 1 2,000 บาท จำนวน 2 รางวัล
 • รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 2 1,000 บาท จำนวน 3 รางวัล
 • รางวัลชมเชย 500 บาท จำนวน 3 รางวัล

รายละเอียดการแข่งขัน

วันที่ - 29 ตุลาคม 66
 • สอบคัดเลือกร้องเพลง
 วันที่ 30 ตุลาคม 66
 • ประกวดร้องเพลงแข่งขัน
 วันที่ 5 พฤศจิกายน 66
 • สอบชิงชนะเลิศ

วิธีการสมัคร

สแกน QR Code เพื่อทำการสมัครแข่งขัน
 การสมัครผ่าน Line กรุณา ส่งข้อความมาหาเรา
 ชื่อไลน์: E-mail: ci@mfu.ac.th

line | WeChat

ภาพที่ 4.5 การแข่งขันร้องเพลงจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง”, 2566: 10

“การประกวดร้องเพลงจีน” เป็นการแข่งขันที่ผสมผสานระหว่างภาษาจีนและศิลปวัฒนธรรมจีน จัดโดยสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง การประกวดร้องเพลงจีนส่งเสริมให้คนไทยเข้าใจในศิลปวัฒนธรรมจีนมากขึ้น และช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมจีนไปสู่สังคมไทย รวมทั้ง ผู้เรียนภาษาจีนและผู้ที่มีใจวัฒนธรรมจีนสามารถพัฒนาทักษะภาษาตนผ่านการเข้าร่วมการแข่งขัน เป็นวิธีการเรียนรู้ภาษาจีนที่มีประสิทธิภาพ (อภิสุธา ธนาพงษ์ภักชิต และคณะ, 2566: 83) ผู้เข้าร่วมการแข่งขันร้องเพลงภาษาจีนสามารถทดสอบภาษาจีนและความเข้าใจของวรรณศิลป์ภาษาจีนในการแต่งเนื้อเพลงภาษาจีน ตลอดจนทำนองเพลงจีนและวัฒนธรรมจีนในศิลปะการแสดง เป็นต้น นอกจากนี้

การมอบ “เงินรางวัล” จะช่วยกระตุ้นความสนใจให้ผู้เข้าร่วมการแข่งขันเพื่อส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับภาษาจีนและสถาบันขงจื่อ

สถาบันขงจื่อไม่เพียงจัดการแข่งขันทักษะภาษาจีนสำหรับผู้เรียนหรือผู้ที่สนใจภาษาจีนเท่านั้น หากแต่จัดการประกวดการเรียนการสอนภาษาจีนให้ผู้สอนภาษาจีนเข้าร่วมการประกวดทักษะการสอนภาษาจีนด้วย เป็นการทดสอบผลการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 6



กติกาการแข่งขันทักษะการสอนภาษาจีน สำหรับครูสอนภาษาจีนชาวไทย

๑. กิจกรรมหลัก
 - โครงการแข่งขันทักษะการสอนภาษาจีน สำหรับครูสอนภาษาจีนชาวไทย (วันที่ ๒๓-๒๔ ธันวาคม ๒๕๖๖)
๒. ระยะเวลาในการแข่งขัน
 - ๑. กำหนดส่งวิดีโอการสอนภายในวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๖
 - ๒. ประกาศผลการแข่งขันในวันที่ ๒๓-๒๔ ธันวาคม ๒๕๖๖
๓. สถานที่จัดการแข่งขัน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี
๔. จัดโดย สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี
๕. ผู้เข้าแข่งขัน ครูสอนภาษาจีนชาวไทย
๖. เนื้อหาและเกณฑ์การแข่งขัน
 - ๖.๑ **เกณฑ์การแข่งขัน** วิดีโอการสอนที่ส่งมาเป็นหลักในการให้คะแนนและตัดสินรางวัลตามลำดับ
 - ๖.๒ **เนื้อหาการแข่งขัน** ความยาวของคลิปวิดีโอการสอนไม่เกิน ๒๐ นาที โดยการสอนสามารถเป็นการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนหรือการให้ผู้เรียนฝึกปฏิบัติหรือทำกิจกรรมในการเรียนการสอน เช่น การแนะนำ การอธิบาย การฝึกปฏิบัติ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถเป็นรูปแบบบทสนทนาเชิงสถานการณ์

เช่น การแสดงบทบาทสมมติ เกมภาษา เป็นต้น

๖.๓ กติกาการแข่งขัน

- (๑) ผู้เข้าแข่งขัน ๑ คน สามารถส่งคลิปวิดีโอได้เพียง ๑ คลิปเท่านั้น และคลิปวิดีโอต้องมีความชัดเจนและต่อเนื่อง ไม่มีการตัดต่อ ระหว่างการถ่ายคลิปวิดีโอสามารถซูมเข้าออกและเปลี่ยนมุมกล้องได้ แต่ต้องไม่มีการตัดต่อ และไม่มีรูปแบบคลิปวิดีโอแบบภาพซ้อนภาพ
 - (๒) ส่งคลิปวิดีโอการสอนภายในระยะเวลาที่กำหนด (ภายในวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๖) โดยส่งคลิปวิดีโอที่อีเมล 1198040093ct93@gmail.com และตั้งชื่อไฟล์เป็นชื่อกิจกรรม-ชื่อครูผู้สอน พร้อมแนบไฟล์แนะนำตัวผู้เข้าแข่งขันและสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนพร้อมเซ็นสำเนาถูกต้อง (แจ้งชื่อหน่วยงาน) โดยเขียนเป็นภาษาจีน หรือภาษาอังกฤษ และภาษาไทย
๓. รางวัลการแข่งขัน
 - รางวัลชนะเลิศอันดับ ๑ ๕,๐๐๐ บาท พร้อมใบประกาศนียบัตร
 - รางวัลชนะเลิศอันดับ ๒ ๓,๕๐๐ บาท พร้อมใบประกาศนียบัตร
 - รางวัลชนะเลิศอันดับ ๓ ๓,๐๐๐ บาท พร้อมใบประกาศนียบัตร
 - รางวัลชมเชย ๕๐๐ บาท พร้อมใบประกาศนียบัตร
 ๔. กำหนดการการแข่งขัน
 - วันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๖ กรรมการผู้ช่วยชาวยุทธสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี จัดดำเนินการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน จำนวน 6 คน จากคลิปวิดีโอที่ส่งมาเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันชิงชนะเลิศ

ภาพที่ 6 การแข่งขันการสอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี”, 2566: 12

ตัวอย่าง **ภาพที่ 4.7** เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์การทดสอบภาษาจีนผ่านการประชาสัมพันธ์ “การแข่งขันทักษะการสอนภาษาจีน สำหรับครูสอนภาษาจีนคนไทย” แผ่นป้ายนี้ได้นำเสนอเนื้อหาแข่งขันอย่างละเอียด รวมถึงกิจกรรมหลัก ระยะเวลาการแข่งขัน สถานที่การจัดแข่งขัน ผู้จัดงานหลัก ผู้เข้าแข่งขัน เนื้อหาและเกณฑ์การแข่งขัน รางวัลการแข่งขัน กำหนดการการแข่งขันและช่องทางการติดต่อ โดยมีสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานหลักที่จัดกิจกรรมนี้ เป็นผู้ตั้งกติกาการแข่งขัน เป็นผู้เลือกสรรกรรมการตัดสิน และดำเนินการคัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน จากแผ่นป้ายดังกล่าว สถาบันขงจื่อมีความน่าเชื่อถือในการตัดสินการประกวดทักษะภาษาจีนในทั้งคัดสรรผู้ตัดสินและตั้งกติกาการประกวด รวมทั้งมีความรับผิดชอบในการพัฒนาผู้สอนภาษาจีน ผู้สอนสามารถรับรู้จุดอ่อนตัวตนผ่านเข้าร่วมการแข่งขัน และปรับตัวทำให้ยกระดับการเรียน

การสอนภาษาจีนที่หลัง ส่วนผู้รับสารที่เป็นนักเรียนจึงเกิดความรู้สึกน่าเชื่อถือและตั้งใจจะเข้าร่วมสถาบันขงจื่อ กล่าวคือ สถาบันขงจื่อเป็นองค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

4.1.2 ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทยมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนภาษาจีน โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้สอนภาษาจีนและผู้เรียนภาษาจีน กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการสามารถแบ่งแยกออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การพัฒนาผู้สอนภาษาจีน 2) การสอนและการอบรมผู้เรียนภาษาจีน มีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 60 แผ่นป้าย โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.2.1 การพัฒนาผู้สอนภาษาจีน

ภาพลักษณ์การเรียนการสอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อยังสามารถเห็นได้จากเนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาผู้สอนภาษาจีน ซึ่งจัดการอบรมครูสอนภาษาจีนคนไทย การดำเนินงานของสถาบันขงจื่อไทยสอดคล้องกับพันธกิจและบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่กำหนดไว้ กล่าวคือ การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน (สถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่แห่งประเทศจีน, 2567: ออนไลน์) เนื่องจากผู้สอนภาษาจีนส่วนใหญ่ในประเทศไทยปัจจุบันนี้ประสบปัญหาหลายประการ ได้แก่ ปัญหาทั้งกลุ่มเป้าหมายและกรอบเนื้อหาการเรียนการสอนภาษาจีน อาทิ การอบรมที่มีความซับซ้อนจนกระทั่งรูปแบบการอบรมไม่มีความหลากหลาย (เช่า ลีหมิ่น, 2565: 168) ปัญหาด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสอน การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ การนำนักเรียนไปศึกษาในสถานประกอบการ การวิจัยสร้างนวัตกรรมในการแก้ปัญหาการเรียน และครูต้องทำงานด้านอื่นนอกเหนือจากการสอนมากเกินไป (ภัทรมนัส ศรีตระกูล, 2566: 8) เป็นต้น

จากเหตุผลดังกล่าว สถาบันขงจื่อไทยจึงจัดกิจกรรมพัฒนาและอบรมผู้สอนภาษาจีน และเผยแพร่ข้อมูลการฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน เพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย และแก้ไขปัญหามีอยู่ในปัจจุบัน มีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 31 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 7

ภาพที่ 4.7 การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีนของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกียรติ 华侨崇圣大学
中医孔子学院”, 2566: 3

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการฝึกอบรมครูสอนภาษาจีนผ่านหัวข้อ “โครงการอบรมครูสอนภาษาจีน” หัวข้อนี้ระบุวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน เพื่ออบรมครูสอนภาษาจีน เป็นโครงการจัดโดยสถาบันขงจื้อการแพทย์แผนจีนกับวิทยาลัยจีนศึกษาของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และกำหนดกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมโครงการที่เป็นผู้รับสาร คือ ครูสอนภาษาจีน ประเด็นของโครงการพัฒนาผู้สอน คือ “เทคนิคการสอนศิลปวัฒนธรรมจีนเชิงปฏิบัติการ สัตว์กระดาษและถักเชือกจีน” มีการอธิบายเพิ่มเติมเป็นภาษาจีนที่ว่า “中国传统文化教学与活动组织技巧 (การเรียนการสอนวัฒนธรรมจีนแบบดั้งเดิมและเทคนิคการจัดกิจกรรม)” หัวข้อประชาสัมพันธ์นี้สื่อให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของสถาบันขงจื้อในการมองกลไกของการเรียนการสอนภาษาจีน ว่าผู้สอนสอนภาษาจีนไม่ควรสอนภาษาอย่างเดียว ควรเน้นย้ำถึงวัฒนธรรมจีน และเพิ่มกิจกรรมทางวัฒนธรรมจีนในการเรียนการสอนภาษา

สถาบันขงจื้อไทยเปิดโอกาสการอบรมพัฒนาครูผู้สอนภาษาจีน แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญและครอบคลุมในด้านการสอนภาษาจีน นอกจากนี้ การนำเสนอภาพลักษณ์การเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยยังสามารถแสดงให้เห็นจากการอบรมและพัฒนาความสามารถของผู้สอนภาษาจีนในมุมมองที่ทันสมัย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 8



ภาพที่ 4.8 การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีนของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ. อัสสัมชัญ Confucius Institute of Assumption University”,
2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูล “โครงการอบรมครูสอนภาษาจีนคนไทย (本土中文教师培训)” ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ โครงการครั้งนี้จะแบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม คือ “การบรรยายของผู้เชี่ยวชาญ (专家讲座)” “การการบรรยายทางวิชาการทางวิชาการด้านการสอน (教学研讨)” และกิจกรรมวัฒนธรรม ส่วนแรกจะมีประเด็นที่ว่า “การปฏิบัติและการศึกษาการสอนภาษาโดยมีปัญญาประดิษฐ์เสริมพลัง (人工智能赋能语言教学的实践与研究)” การกล่าวถึงการเรียนการสอนภาษาจีนพร้อมกับปัญญาประดิษฐ์แสดงให้เห็นว่า สถาบันขงจื้อผสมผสานประเด็น การสอนภาษาจีนแบบดั้งเดิมเข้ากับเทคโนโลยี AI ที่ทันสมัย เพื่อแสวงหาแนวทางการศึกษาภาษาจีนที่มีความก้าวหน้าและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นและการก้าวทันยุคสมัยของสถาบันขงจื้อในด้านการเรียนการสอนภาษาจีน

กิจกรรมที่สอง “การศึกษาตัวอย่างการเรียนการสอนภาษาจีนของห้องเรียนระดับชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในประเทศไทย (泰国中小学中文课堂教学案例与分析)” กิจกรรมการเรียนการสอนดังตัวอย่างช่วยขยายมุมมองของครูสอนภาษาจีน ทำให้สามารถเข้าใจการสอนภาษาจีนในหลากหลายแง่มุม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะและศักยภาพในการสอนภาษาจีนให้ดียิ่งขึ้น การเลือกกรณีศึกษาการสอนภาษาจีนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเป็นหัวข้อในการจัดอบรม

แสดงให้เห็นว่า สถาบันขงจื้อให้ความสำคัญกับการศึกษาภาษาจีนระดับพื้นฐาน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาทักษะภาษาจีนในระดับที่สูงขึ้น การอบรมครั้งนี้มีผู้บรรยายหลัก 2 ท่าน มีตำแหน่งทางวิชาการสูงที่เป็นศาสตราจารย์ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 9



สถาบันขงจื้อและศูนย์รักศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา จัดโครงการอบรมครูสอนภาษาจีนระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษา ในวันที่ ๙-๑๐ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อบรมได้รับความรู้และรับทราบถึงทักษะการสอนภาษาจีน สามารถออกแบบการสอนภาษาจีนให้สอดคล้องกับผู้เรียนได้ ตลอดจนเพื่อให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การสอนและสร้างเครือข่ายในการทำงาน การจัดการอบรมครั้งนี้ได้รับเกียรติจาก รองศาสตราจารย์ ดร. สุมทิว จริตควร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นประธานกล่าวเปิดโครงการฯ สำหรับวิทยากรได้รับเกียรติจาก ASSOC. PROF. TU MIN อาจารย์จากสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น บรรยายในหัวข้อ “เทคนิคการสอนอักษรจีน” ASSOC. PROF. KAN WENWEN, PH.D. อาจารย์ประจำสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยบูรพา บรรยายในหัวข้อ “เทคนิคการสอนวัฒนธรรมจีน” รองศาสตราจารย์ ดร. จตุภัณี แก้วสุวรรณ รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บรรยายในหัวข้อ “เทคนิคการนำเสนอผลงานทางทฤษฎีภาษาจีน” โดยผู้บริหารและครูสอนภาษาจีนจากโรงเรียนต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น ๘๐ คน เข้าร่วมโครงการฯ ในครั้งนี้

ภาพที่ 4.9 การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีนของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยบูรพา

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์รักศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10

การนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อเพื่อให้เห็นถึงการเป็นหน่วยงานที่ความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนในประเทศไทยผ่านการอบรมและพัฒนาความสามารถของผู้สอนภาษาจีนในตัวอย่างแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยบูรพา การอบรมครูสอนภาษาจีนคนไทยในครั้งนี้ไม่เพียงแต่เชิญวิทยากรจากสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยบูรพาเท่านั้น แต่ยังเชิญ “อาจารย์จากสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่น” และ “รองคณบดีฝ่ายวิชาการจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” เข้าร่วมด้วย แสดงให้เห็นว่าสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยบูรพาได้ทุ่มเทอย่างมากในการอบรมครูสอนภาษาจีน และเชี่ยวชาญการบูรณาการทรัพยากรทางด้านการเรียนการสอนภาษาจีนจากหลายองค์กร เพื่อยกระดับศักยภาพของครูสอนภาษาจีนในประเทศไทย เป็นการส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนให้มีความก้าวหน้า สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ “เพื่อให้ผู้อบรมได้รับความรู้และรับทราบถึงทักษะการสอนภาษาจีน สามารถออกแบบการสอนภาษาจีนให้สอดคล้องกับผู้เรียนได้ ให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การสอนและสร้างเครือข่ายในการทำงาน”

4.1.2.2 การสอนและการอบรมผู้เรียนภาษาจีน

เนื้อหาการสอนและการอบรมผู้เรียนภาษาจีนเป็นการเสนอภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีนสถาบันขงจื่อไทยเป็นหน่วยงานหลักในการจัดหลักสูตร การรับสมัครเข้าเรียนภาษาจีน และดำเนินงานด้านการฝึกอบรมภาษาจีน โดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อเน้นเอกลักษณ์ของสถาบันที่มีศักยภาพการสอนและการอบรมภาษาจีน รวมทั้งดึงดูดความสนใจผู้รับสารให้เข้าถึงเรียนรู้ภาษาจีนกับสถาบันขงจื่อไทย การสอนและการอบรมผู้เรียนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทตามกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน คือ 1) หลักสูตรและการอบรมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ และ 2) หลักสูตรสำหรับบุคคลทั่วไป มีจำนวน 29 แผนป้าย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.2.2.1 หลักสูตรและการอบรมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

หลักสูตรและการอบรมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ หมายถึง เนื้อหาการสอนและการอบรมภาษาจีนในแผนป้ายประชาสัมพันธ์ระบุชัดเจนว่า ผู้รับการฝึกอบรมภาษาจีนเป็นกลุ่มบุคคลเฉพาะขององค์กรหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง และผู้ที่อยู่นอกเหนือจากกลุ่มที่กำหนดไว้จะไม่มีสิทธิ์เข้าร่วมหลักสูตรหรือการฝึกอบรมภาษาจีน มีจำนวน 18 แผนป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 10



สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Confucius Institute at Chulalongkorn University
朱拉隆功大学孔子学院
อาคารมหาจักรีสิรินธร ห้อง 802/1-2 อ. พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
Room 802/1-2, Maha Chulalongkorn Building, Phayathai Road, Pathumwan, Bangkok TEL./FAX 02-2184915

โครงการอบรมวิชาการภาษาจีนระดับกลางสำหรับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประจำปี 2023

2023 年朱拉隆功大学在校生中级口语班项目



สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจะจัดโครงการอบรมวิชาการภาษาจีนระดับกลาง สำหรับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประมาณ HSK ระดับ 3-4 โดยเรียนทุกวันอังคารและพฤหัสบดี เวลา 17:10 ถึง 19:00 ทุ่มโดยสนใจในภาษาและวัฒนธรรมจีน ยากเรียนภาษาจีนหรือมีหน้าที่การดูแลการฟัง สามารถสมัครเรียนกับทางสถาบันได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสมัคร

1.1 ผู้สมัครต้องเป็นนิสิตปัจจุบันของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.2 สมัครได้ระหว่างวันที่ 20 กันยายน - 11 ตุลาคม 2566 ได้ที่ <https://forms.gle/KiAMhFhv7KSLjdZdq?>

หรือ Scan QR Code ด้านล่าง

*หมายเหตุ: ทางสถาบันจะทำการคัดเลือกผู้สมัครอีกครั้งและจะแจ้งให้ทราบทางอีเมลที่ให้มี

1.3 รออีเมลยืนยันการคัดเลือกและชำระเงิน ระหว่างวันที่ 12 - 15 ตุลาคม 2566

1.4 ระยะเวลาการอบรมตั้งแต่วันที่ 17 ตุลาคม ถึง 16 พฤศจิกายน 2566



สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Confucius Institute at Chulalongkorn University
朱拉隆功大学孔子学院
อาคารมหาจักรีสิรินธร ห้อง 802/1-2 อ. พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
Room 802/1-2, Maha Chulalongkorn Building, Phayathai Road, Pathumwan, Bangkok TEL./FAX 02-2184915

2. สถานที่อบรม : สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้น 8 อาคารมหาจักรีสิรินธร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร
3. หลักสูตรการอบรม : วิชาการพูดภาษาจีน จำนวน 20 ชั่วโมงเรียน สำหรับนิสิตที่มีพื้นฐานภาษาจีน (HSKระดับ 3-4) เปิดรับสมัคร 15 คน จำนวน 1 ห้องเรียน
4. ระยะเวลาการอบรม : ตั้งแต่วันที่ 17 ตุลาคม ถึง 16 พฤศจิกายน 2566 เรียนทุกวันอังคารและพฤหัสบดี เวลา 17.10 - 19.00 น. (ทั้งหมด 10 ครั้ง)
5. ค่าอุปกรณ์การเรียน
จำนวน 800 บาท ได้แก่ หนังสือเรียน เอกสารประกอบการเรียน และอื่นๆ
6. เกณฑ์การได้รับประกาศนียบัตร
6.1 ต้องเข้าเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนชั่วโมงเรียน หรือขาดเรียนได้มากที่สุด 3 ครั้ง
6.2 คะแนนการสอบ ต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60

ภาพที่ 4.10 การรับสมัครเรียนรู้อาษาจีนของสถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 9

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ข้างต้น ได้ระบุเนื้อหาที่จะสื่อให้ผู้รับสารเห็นอย่างชัดเจนโดยมีหัวข้อหลักอยู่ด้านบนที่ประชาสัมพันธ์ “โครงการอบรมวิชาการพูดภาษาจีนระดับกลางสำหรับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยประจำปี 2013” แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เนื้อหาหลักของแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์นี้เกี่ยวข้องกับโครงการฝึกอบรมการพูดภาษาจีน โดยสะท้อนผ่านคำว่า “อบรม” และ “วิชาการพูดภาษาจีน” และกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะรับสมัครเข้าเรียน คือ นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้อกำหนดนี้เสริมความเป็นทรัพยากรภาษาจีนอย่างเป็นทางการภายในมหาวิทยาลัย ทำให้หลักสูตรและการฝึกอบรมภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมีความเชี่ยวชาญและมีอำนาจในระบบมหาวิทยาลัยชั้นนำมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ยังสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความหายาก ทำให้หลักสูตรที่จัดสอนมีคุณภาพสูงและได้รับความสำคัญมากขึ้น นอกจากนี้ วิธีการดังกล่าวยังช่วยให้ทรัพยากรถูกใช้แบบมีจุดมุ่งหมายและกลุ่มผู้เรียนชัดเจน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน

ผู้จัดโครงการฝึกอบรมการพูดภาษาจีนกับผู้เปิดรับสมัครเป็นสถาบันแห่งเดียวกัน คือ สถาบันขงจื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แสดงให้เห็นจากเนื้อหาในส่วนหลักของแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่เป็น “สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจะจัดโครงการอบรมวิชาการพูดภาษาจีนระดับกลาง” นอกจากนี้ การเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ก็จัดทำโดยสถาบันขงจื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเช่นกัน เนื่องจากด้านบนสุดของแผ่นป้ายนี้เป็นตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื่อและตราสัญลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พร้อมทั้งมีข้อความระบุชื่อ “สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” อย่างชัดเจน และสถาบันขงจื่อได้กำหนดข้อแม้สำหรับผู้สมัครเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมภาษาจีนครั้งนี้ โดยมีส่วนเนื้อหาหลักกล่าวถึงความสัมพันธ์เชิงเงื่อนไข คือ เงื่อนไข “ท่านใดสนใจในภาษาและวัฒนธรรมจีน อยากเรียนรู้ภาษาจีนหรือฝึกฝนทักษะการพูดและการฟัง” และมีผลทางปฏิบัติหลังจากตรงตามเงื่อนไข คือ “สามารถสมัครเรียนกับสถาบันขงจื่อ”

เนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์นี้ยังมีรายละเอียดของโครงการอบรมการพูดภาษาจีน ได้แก่ วิธีการสมัคร สถานที่อบรม หลักสูตรการอบรม ระยะเวลาการอบรม ค่าอุปกรณ์การเรียนและเกณฑ์การได้รับประกาศนียบัตร ข้อความประชาสัมพันธ์การเปิดรับสมัครผู้เรียนนี้ ไม่เพียงแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความเชี่ยวชาญในด้านการสอนภาษาจีนเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อที่มีความรับผิดชอบต่อผู้เข้าศึกษาภาษาจีนอีกด้วย

การทำให้เห็นถึงสถาบันขงจื่อเป็นองค์กรที่เชี่ยวชาญภาษาจีนในประเทศไทยโดยการเปิดรับสมัครอบรมเรียนรู้ภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น และกำหนดผู้มีสิทธิสมัครเข้าเรียนภาษาจีนของโครงการนี้ คือ บุคลากรภายในของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 11

สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เปิดรับสมัครเรียนภาษาจีนหลักสูตรสำหรับบุคลากร มข.

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 (On Site)

เปิดรับสมัครวันที่ 9 ต.ค. - 10 พ.ย. 2566

หลักสูตร 1 และ 3 เรียน จันทร์/พุธ | เวลาเรียน 17.00 - 19.00 น.
หลักสูตร 2 และ 4 เรียน อังคาร/พฤหัสบดี | ระหว่างวันที่ 27 พ.ย. 2566 - 20 ก.พ. 2567

ขั้นตอนการสมัคร

- กรอกใบสมัครด้วยตนเองและแนบสำเนาบัตรข้าราชการ/พนักงาน/ลูกจ้าง หรือหนังสือรับรองจากหน่วยงานต้นสังกัด
- ค่าลงทะเบียน (มัดจำ) 1,000 บาท เข้าเรียนครบ 80% รับค่าลงทะเบียนเมื่อจบหลักสูตร
- *** กรุณารับคืนเมื่อจบภาคการศึกษา

สมัครได้ที่ สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สอบถามเพิ่มเติมโทร 043-204142 ในวันและเวลาราชการ

ภาพที่ 4.11 การรับสมัครเรียนรู้ภาษาจีนของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการนำเสนอหลักสูตรและการอบรมสำหรับเป้าหมายเฉพาะ ที่ระบุในหัวข้อ “การเปิดรับสมัครเรียนภาษาจีนหลักสูตรสำหรับบุคลากร มข.” โดยมีสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นฝ่ายจัดเปิดรับสมัคร และระบุกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ คือ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นเท่านั้น ได้แก่ คณาจารย์ บุคลากร เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นเท่านั้น สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่นจัดอบรมภาษาจีน โดยมีหัวข้อข้างต้นที่แสดงให้เห็นจากตัวอักษรภาษาไทย สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่นเปิดรับสมัครเรียนภาษาจีน ตราสัญลักษณ์ที่อยู่ด้านขวาสุดข้างบนได้นำเสนอภาษาจีนว่า “孔敬大学孔子学院(สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่น)” และข้างล่างระบุช่องทางรับสมัครเข้าเรียน “สมัครได้ที่ สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น” ดังนั้นสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่นให้บริการการอบรมเรียนรู้ภาษาจีนบุคลากรภายในเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ภาษาจีนในมหาวิทยาลัย

4.1.2.2.2 หลักสูตรสำหรับบุคคลทั่วไป

หลักสูตรสำหรับบุคคลทั่วไป หมายถึง เนื้อหาการสอนและการอบรมภาษาจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ระบุชัดเจนว่า ผู้รับการฝึกอบรมภาษาจีนเป็นบุคคลทั่วไปในสังคมไทย มีจำนวน 11 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 12

เปิดแล้ว !!! คอร์สเรียนภาษาจีนระดับต่างๆ จัดสอนโดยอาจารย์ชาวจีน จากสถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

โครงการอบรมเพื่อเตรียมสอบ HSK ระดับ 5 (แบบออนไลน์) ครั้งที่ 1

รูปแบบการเรียน	ระยะเวลาเรียน	วันที่เริ่มเรียน
ออนไลน์	วันเสาร์ เวลา 09.00 - 12.00 น. (จำนวน 12 ชั่วโมง)	ระหว่างวันที่ 4 พ.ย. 2566 ถึงวันที่ 25 พ.ย. 2566

วิธีการรับสมัคร : ลงชื่อสมัครเรียนผ่าน Google Form โดยสแกน QR Code

เปิดรับสมัครตั้งแต่วันที่ - 23 ตุลาคม 2566

ค่าเรียน บุคลากร อาจารย์ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และผู้สนใจทั่วไป ค่าสมัคร คนละ 3,500 บาท

080-078-8665 จันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลา 8.30 น. - 16.30 น. psukongyuan@hotmail.com

ภาพที่ 4.12 การรับสมัครเรียนรู้ภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ที่มา: เฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU
Hatyai”, 2566: 9

ตัวอย่างข้างต้น เป็นแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประชาสัมพันธ์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเข้าเรียนเป็นบุคคลทั่วไป ดังผู้สนใจทั่วไป การเลือกคำที่บอกถึงหลักสูตรการอบรมภาษาจีนในแผ่นป้าย คือ คอร์สเรียนภาษาจีน นอกจากนี้ ยังเป็นการแสดงให้เห็นว่า หลักสูตรภาษาจีนที่สถาบันขงจื่อเปิดสอนครอบคลุมทุกระดับความยากง่ายอย่างครบถ้วน เพื่อสะท้อนถึงความเชี่ยวชาญของสถาบันขงจื่อในการสอนภาษาจีน ระดับภาษาจีนที่กล่าวถึงในข้อมูลประชาสัมพันธ์นี้คือ HSK 5 ซึ่งเป็นระดับการสอบภาษาจีนที่อยู่ระหว่างระดับกลางกับระดับขั้นสูง

เนื่องจากเป้าหมายของการสอบ HSK 5 คือ มุ่งเน้นไปที่ผู้เรียนและผู้ใช้ภาษาจีนระดับกลาง ที่มีทักษะการฟัง การอ่าน และการเขียนภาษาจีน (Chinese Test Service Website, 2024: ออนไลน์) และอีกด้านหนึ่ง คณาจารย์ผู้สอนเป็นเจ้าของภาษาจีนจากสถาบันขงจื่อโดยมีข้อความในแผ่นป้ายที่ว่า “จัดสอนโดยอาจารย์ชาวจีนจากสถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทรัพยากรและศักยภาพอันแข็งแกร่งของสถาบันขงจื่อในการสอนภาษาจีน เนื่องจากผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษามีจุดเด่นในด้านการอธิบายความหลากหลายของภาษาและวัฒนธรรมได้ดีกว่าผู้สอนที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา (เอชน ยามาตี, 2566:108)

ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีนเป็นภาพลักษณ์หนึ่งที่น่าไปสู่ภาพลักษณ์องค์กร ที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน เป็นการนำเสนอผ่านเนื้อหาประชาสัมพันธ์การสอนและอบรม

ผู้เรียนภาษาเพื่อเพิ่มทักษะภาษาจีนให้แก่ผู้เรียนและสามารถประยุกต์ในภาษาจีนในชีวิตประจำวัน และการพัฒนาผู้สอนภาษาจีนเสริมสร้างโอกาสการแลกเปลี่ยนและการอบรมการเรียนการสอน ภาษาจีนให้ครูสอนภาษาจีนคนไทยเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้สอน ดังกล่าวข้างต้นถือเป็นการ ให้บริการขององค์กรสืบเนื่องจากพันธกิจและบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื่อ ซึ่งการสอนภาษาจีน และการวิจัยที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน และการพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน

4.1.3 ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ

ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญนำเสนอผ่านเนื้อหาการบรรยายทางวิชาการ เป็นส่วน สำคัญของการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน เพื่อให้ผู้รับสารที่สนใจ ภาษาจีนเรียนรู้ภาษาจีนอย่างลึกซึ้ง และเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมการบรรยาย มีจำนวนแผ่นป้าย ทั้งหมด 17 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง 13


สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 ขอเชิญคุณจารย์ บุคลากร นิสิต/นักศึกษาและบุคคลทั่วไป
 เข้าร่วมบรรยายทางวิชาการจีนศึกษา ครั้งที่ 10 (ภาคปลาย ปีการศึกษา 2565)
หน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำว่า “ 卅 ” ในภาษาจีนโบราณจนถึงปัจจุบัน
 บรรยายโดย
อาจารย์แพททิศา สิริรัตนากิต
 อาจารย์สาขาวิชาภาษาจีน ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 
 QR CODE สแกน
 เข้าร่วมบรรยาย
บรรยายผ่าน
 Zoom Meeting
วันอังคารที่ 14 กุมภาพันธ์ 2566 เวลา 13.00-16.00 น.
 การบรรยายไม่เสียค่าใช้จ่าย สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมโทร 02-579-5566 ต่อ 2202
 f สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาพที่ 4.13 การบรรยายทางวิชาการของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2

ตัวอย่างข้อมูลประชาสัมพันธ์แสดงให้เห็นว่า สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้ จัดการบรรยายทางวิชาการภาษาจีนในหัวข้อ “หน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำว่า '卅' ในภาษาจีน โบราณจนถึงปัจจุบัน” ถ้ามองจากมุมมองทางภาษาศาสตร์ ไวยากรณ์อยู่ในขอบเขตของภาษาศาสตร์ โครงสร้างนิยม และการศึกษาบทบาทหน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำว่า “卅” จากมุมมองประวัติศาสตร์ การใช้ภาษาจีน หัวข้อบรรยายดังกล่าวเน้นการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านภาษาศาสตร์ภาษาจีน โดย วิทยากรหลักคืออาจารย์สาขาวิชาภาษาจีน ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นวิทยากรปฏิบัติหน้าที่เป็นอาจารย์สอนภาษาจีนในสถาบันอุดมศึกษา

แสดงให้เห็นว่าผู้บรรยายมีความรู้ภาษาจีนมากมาย และได้รับการยอมรับจากสถาบันอุดมศึกษา สอดคล้องกับหัวข้อการบรรยายด้านภาษาศาสตร์ภาษาจีน และสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของสถาบัน ขงจื้อที่มีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญภาษาจีน มีบทบาทดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร ผู้สนใจภาษาจีนก็สามารถรู้สึกการบรรยายที่จัดโดยสถาบันขงจื้อมีความน่าเชื่อถือและมีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน และเข้าร่วมฟังการบรรยาย

ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญภาษาจีนของสถาบันขงจื้อไทยนั้น ไม่ได้แสดงให้เห็นเพียงแค้ในการบรรยายเกี่ยวกับข้อสังเกตเฉพาะของภาษาจีนเท่านั้น แต่ยังปรากฏให้เห็นในเวทีการประชุมระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับจีนศึกษาที่จัดขึ้นในประเทศไทยด้วย การประชุมเหล่านี้รวบรวมนักวิชาการชั้นนำที่เชี่ยวชาญภาษาจีนหรือจีนศึกษา มาร่วมแบ่งปันงานบรรยายทางวิชาการเกี่ยวกับภาษาจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 14



ภาพที่ 4.14 การเสวนาวิชาการจีนศึกษาของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 8

เนื้อหาประชาสัมพันธ์เสวนาสุดยอดนักวิชาการจีนศึกษา แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื้ออย่างชัดเจน โดยเฉพาะหัวข้อของเนื้อหาแผ่นป้ายมีลักษณะความน่าเชื่อถือให้เห็นถึงการเป็นหน่วยงานที่เชี่ยวชาญภาษาจีน โดยมีประเด็น”โครงการเสวนาสุดยอดนักวิชาการจีนศึกษาแห่งประเทศไทย” หัวข้อประชาสัมพันธ์สื่อให้เห็นว่า งานครั้งนี้เป็นการ

แลกเปลี่ยนแนวคิดทางวิชาการระดับชาติที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยภาษาจีนและจีนศึกษาระดับชั้นสูงหลายท่าน และการจัดเสวนาการบรรยายทางวิชาการครั้งนี้ยังตรงกับช่วง **“โอกาสเฉลิมฉลองครบรอบ 2 ปีการก่อตั้งเครือข่ายพันธมิตรเพื่อพัฒนาสถาบันขงจื่อและห้องเรียนขงจื่อแห่งประเทศไทย”** การนำกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวิชาการด้านจีนศึกษามารวมกับการเฉลิมฉลองการก่อตั้งเครือข่ายพันธมิตร ยิ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของสถาบันขงจื่อในการส่งเสริมและพัฒนาจีนศึกษาในประเทศไทย อีกทั้งสะท้อนถึงความเชี่ยวชาญของสถาบันขงจื่อในด้านวิชาการภาษาจีนอีกด้วย

การนำเสนอความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีนของเสวนาทางวิชาการมีหลายประการ ประการแรก หัวข้อการบรรยายทั้ง 5 หัวข้อมี 4 หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน คิดเป็นสัดส่วน 4/5 ประการที่สอง ตำแหน่งทางวิชาการของผู้ร่วมเสวนามีศาสตราจารย์ 1 คน และรองศาสตราจารย์ 4 คน ซึ่งสังกัดสาขาภาษาจีนของสถาบันอุดมศึกษา 5 แห่งในประเทศไทย วิทยากรทั้ง 5 คนนี้ล้วนเป็นอาจารย์สังกัดสาขาวิชาภาษาจีนของสถาบันอุดมศึกษาไทย การประชาสัมพันธ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญภาษาจีนในแผ่นป้ายเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทย นอกจากนี้ หน่วยงานที่มีส่วนร่วมดำเนินการจัดกิจกรรมการบรรยายภาษาจีนทางวิชาการครั้งนี้ก็คือสถาบันขงจื่อ ดังนั้น เนื้อหาประชาสัมพันธ์นี้จึงมีบทบาทเสริมสร้างภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญภาษาจีน

การนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนจากการประกอบสร้างเนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่โดยสถาบันขงจื่อรวมถึง การอบรมและการพัฒนาความสามารถทางด้านภาษาจีนหรือการสอนภาษาจีนสำหรับทั้งผู้เรียนและผู้สอน การเปิดโอกาสสอบวัดระดับภาษาจีนโดยสถาบันขงจื่อเป็นสิ่งสำคัญและมีบทบาทสำคัญในการจัดสอบและประกาศผลสอบ และการจัดประกวดทักษะภาษาจีนและเป็นกรรมการผู้ตัดสิน ด้วยเหตุผลดังกล่าว เป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้ผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารเกิดความน่าเชื่อถือ ความรู้สึกและความประทับใจต่อสถาบันขงจื่อในฐานะองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน พอกล่าวองค์กรที่เชี่ยวชาญภาษาจีน ก็จะได้นึกถึงสถาบันขงจื่อไทย ขณะเดียวกัน สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาษาจีนในหลายมิติ ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงด้านใดด้านหนึ่ง เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อให้เป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญทางภาษาจีนอย่างรอบด้าน

การนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทยเป็นการให้บริการเกี่ยวกับภาษาจีนในสังคมไทยโดยตรง สอดคล้องกับพันธกิจและบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่ คือ การสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้องการฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน การพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนกับภาษา

และวัฒนธรรมต่างประเทศ และการทดสอบวัดระดับและรับรองที่เกี่ยวข้องกับภาษาและวัฒนธรรมจีน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกน่าเชื่อถือต่อสถาบันขงจื่อในฐานะเป็นหน่วยงานที่มีเอกลักษณ์ความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน และกิจกรรมภาษาจีนที่หลากหลายสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและมีแรงบันดาลใจที่จะเข้าร่วมการเรียนภาษาจีนกับสถาบันขงจื่อ

กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยแสดงให้เห็นถึงความพยายามและความทุ่มเทของสถาบันขงจื่อในการสร้างระบบภาษาจีนที่เป็นมืออาชีพในประเทศไทย และยังส่งเสริมการพัฒนาการศึกษาภาษาจีนในประเทศไทยอย่างเต็มศักยภาพ เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ความเชี่ยวชาญภาษาจีนของสถาบันขงจื่อผ่านเนื้อหาการจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการ การสอบวัดระดับภาษาจีน และการประกวดทักษะภาษาจีน ความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนและการให้บริการของสถาบันขงจื่อทำให้ผู้อ่านแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์สามารถเกิดความรู้สึกที่ดี ความน่าเชื่อถือ และความประทับใจต่อบริการและภารกิจของสถาบันขงจื่อไทย

ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน สถาบันขงจื่อไทยไม่ได้เป็นเพียงศูนย์กลางการเรียนการสอนภาษาจีนเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างความร่วมกับองค์กรไทยต่าง ๆ และกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีนผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อมักเน้นไปที่การส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างสองประเทศ โดยใช้ภาษาและวัฒนธรรมจีนเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงผู้คน กิจกรรม การแลกเปลี่ยนทางวิชาการ รวมทั้งความร่วมมือกับองค์กรไทย สื่อให้เห็นถึงบทบาทของสถาบันขงจื่อในฐานะกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างมิตรภาพระหว่างประชาชนทั้งสองประเทศ

สถาบันขงจื่อไทยใช้ภาษาและวัฒนธรรมจีนเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ทำหน้าที่เป็นองค์กรเชื่อมโยงกับทุกภาคส่วนของสังคมไทย โดยนำเสนอเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน มีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 103 แผ่นป้าย สามารถวิเคราะห์ได้ 4 ประการ ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย 2) ภาพลักษณ์สนับสนุนการศึกษาคนไทย 3) ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการงาน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย

สถาบันขงจื่อไทยมี 15 ใน 16 สถาบันทั้งหมดสังกัดอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทย ขณะที่สร้างความร่วมมือกับองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ของประเทศไทย เพื่อส่งเสริมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีน การดำเนินงานโดยร่วมงานกับสถาบันการศึกษา อาทิ

มหาวิทยาลัยของประเทศไทยและโรงเรียนมัธยมของไทย ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและการสื่อสารระหว่างสถาบันการศึกษา มีบทบาทพัฒนาการศึกษาภาษาจีนในสังคมไทย มีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 59 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 4.15 ความร่วมมือ 2 ปริญญากับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 12

การจัด “พิธีประสาทปริญญาบัตร” ร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประเทศไทยและมหาวิทยาลัยเซาท์เวสต์ประเทศจีน เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนในด้านความร่วมมือทางการศึกษา โดยพิธีนี้เป็นโอกาสให้นักศึกษาทั้งไทยและจีนได้ร่วมกันเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านหลักสูตรการศึกษาที่พัฒนาร่วมกันจากสองประเทศ นักศึกษาจะได้ประกาศนียบัตร 2 ปริญญา คือ ปริญญาของประเทศไทยและปริญญาของประเทศไทย ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและประทับใจต่อโครงการ และได้รับประโยชน์ทั้งสองปริญญา ซึ่งส่งเสริมผู้สำเร็จการศึกษาหางานได้ง่ายขึ้นในทั้งสองประเทศ

นอกจากจะช่วยเสริมสร้างความรู้ความสามารถทางวิชาการแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างไทยและจีนในระดับสถาบันการศึกษาและสังคม การที่สถาบันขงจื้อได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมดังกล่าว ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถาบันขงจื้อในฐานะที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางการศึกษาระหว่างไทยและจีน แต่ยังส่งเสริมให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของสถาบันขงจื้อในการสนับสนุนและส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางการศึกษาระดับสากล ซึ่งส่งผลดีต่อการสร้างความเข้าใจในระดับภูมิภาคและระดับโลก

สถาบันขงจื้อไทยส่วนใหญ่ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างๆ การตั้งชื่อของสถาบันขงจื้อไทยส่วนใหญ่โดยใช้รูปแบบ “สถาบันขงจื้อ + ชื่อมหาวิทยาลัย” มีบทบาทสำคัญในการแสดงถึงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างการศึกษาของไทยและจีน การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยท้องถิ่นช่วยให้สถาบันขงจื้อสามารถเข้าถึงบริบททางการศึกษาของไทยได้ดียิ่งขึ้น และเปิดโอกาสให้มีการสอนภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนแก่เยาวชนไทย การศึกษาผ่านสถาบันขงจื้อช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความเคารพในวัฒนธรรมของจีนจากแวดวงการศึกษาของไทย การร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื้อและมหาวิทยาลัยไทยเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนในด้านการศึกษาและวัฒนธรรมผ่านการเปิดหลักสูตรการศึกษา และกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จัดขึ้น

ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 4.16 พิธีลงนามระหว่างสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่นกับโรงเรียนสตรีสิริเกศ

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 9

การลงนามในบันทึกความเข้าใจระหว่างสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และโรงเรียนสตรีสิริเกศ เกี่ยวกับความร่วมมือด้านการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมภาษาจีนนั้น แสดงให้เห็นถึงการขยายบทบาทของสถาบันขงจื้อในวงการการศึกษาของไทย โดยเฉพาะในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ความร่วมมือกับโรงเรียนไทยช่วยให้สถาบันขงจื้อสามารถและเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีนในกลุ่มนักเรียนไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเห็นถึงการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งระหว่างไทยและจีนในระดับท้องถิ่น

การที่สถาบันขงจื้อเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในโรงเรียนไทย เป็นการแสดงให้เห็นว่าไทยและจีนสามารถทำงานร่วมกันในการสร้างการศึกษาที่มีคุณภาพ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาและยกระดับความเข้าใจระหว่างสองชาติในระดับที่กว้างขึ้น ทำให้โรงเรียนมัธยมศึกษา

มีความน่าเชื่อถือในระดับท้องถิ่น เพราะได้รับความสนับสนุนจากสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น

4.2.2 ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานของรัฐบาลไทย

สถาบันขงจื่อไทยไม่เพียงแต่ใช้ความได้เปรียบด้านภาษาจีนร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทยเท่านั้น แต่สร้างความร่วมมือหน่วยงานและองค์กรของรัฐบาลไทยเพื่อยกระดับความสามารถด้านภาษาจีนของเจ้าหน้าที่รัฐบาลในการปฏิบัติงานจริงด้วย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3



ภาพที่ 4.17 โครงการอบรมภาษาจีนให้แก่สถานีตำรวจเชียงใหม่

ที่มา: เพลงเพชบุรี “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 3

ภาพที่ 4.16 ภาพถ่ายหมู่ในพิธีปิดโครงการฝึกอบรมภาษาจีนขั้นพื้นฐานสำหรับเจ้าหน้าที่ตำรวจจังหวัดเชียงใหม่ จัดขึ้นโดยสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการอบรมภาษาจีนครั้งนี้ คือ เพื่อให้ตำรวจเชียงใหม่สามารถใช้ภาษาจีนในการสื่อสารพื้นฐานได้ และโครงการฝึกอบรมนี้ก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ความร่วมมือฝึกอบรมภาษาจีนสำหรับสถานีตำรวจเชียงใหม่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากคนจีนนิยมมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น การร่วมมืออบรมภาษาจีนให้ตำรวจของสถาบันขงจื่อทำให้ตำรวจสื่อสารภาษาจีนได้ และวางรากฐานความสามารถในการแก้ไขปัญหาของนักท่องเที่ยวจีนให้หน่วยงานที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว จึงยกระดับความพึงพอใจของคนจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย สอดคล้องกับบริบทโครงการท่องเที่ยว ความร่วมมือกับตำรวจเชียงใหม่เสริมสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อที่เป็นองค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ผู้รับสารที่ทำงานในหน่วยที่จำเป็นต้องสื่อสารภาษาจีนกับคนจีนก็จะประทับใจกับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นโอกาสที่สามารถเพิ่มทักษะในการทำงาน เนื่องด้วยจากโครงการอบรมภาษาจีนให้แก่หน่วยงานไทย ทำให้ชาวจีนที่มีแผนจะเดินทางไปประเทศมีความมั่นใจมากขึ้นต่อ

การท่องเที่ยวไทย

สถาบันขงจื่อไทยใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสร้างความร่วมมือกับองค์กรไทย เพื่อตอบสนองความต้องการภาษาจีนในสังคมไทย สำนักงานภาครรัฐไทยจัดโครงการพัฒนาทักษะด้านภาษาจีนโดยร่วมมือกับสถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 4



ภาพที่ 4.18 โครงการพัฒนาทักษะภาษาจีนให้แก่สมาชิกวุฒิสภา
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2

ภาพที่ 4.17 เป็นเนื้อหาประชาสัมพันธ์ของโครงการพัฒนาทักษะภาษาจีนสำหรับสมาชิกวุฒิสภา ซึ่งจัดขึ้นโดยสำนักงานภาษาต่างประเทศและสำนักงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล เนื้อหาประชาสัมพันธ์ถ่ายทอดให้เห็นว่าวุฒิสภาในฐานะหน่วยงานรัฐบาลระดับสูงของประเทศไทย มีความต้องการในการพัฒนาความสามารถภาษาจีนของสมาชิกวุฒิสภา ดังนั้น สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จึงร่วมมือ และทำหน้าที่เป็นฝ่ายฝึกอบรมภาษาจีน แสดงให้เห็นถึงเป้าหมายของสถาบันขงจื่อที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรระดับสูงของรัฐบาลไทย เพื่อให้มีความเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมจีนอย่างลึกซึ้ง โดยร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาลอย่างแข็งขัน สะท้อนให้เห็นว่าสถาบันขงจื่อตอบสนองความต้องการของหน่วยงานทางการของไทย ส่งเสริมให้ภาษาจีนถูกนำไปใช้ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ผู้รับสารชาวไทยเมื่อเห็นว่าสถาบันขงจื่อได้รับการยอมรับจากรัฐบาล จึงเกิดความน่าเชื่อถือต่อสถาบันขงจื่อ เป็นผลทำให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

4.2.3 ภาพลักษณ์การสนับสนุนทุนการศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีนได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางทูตในระดับเอกอัครราชทูต เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2518 ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สถาบันขงจื้อไทยจึงเป็นเวทีสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีนในฐานะสะพานเชื่อมโยงด้านการศึกษาและวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศ สถาบันขงจื้อได้เปิดโอกาสที่หลากหลายให้แก่สังคมไทยผ่านเนื้อหาประชาสัมพันธ์โดยไม่จำกัดเพียงแค่การเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรม รวมไปถึงการสนับสนุนทุนการศึกษาให้ผู้เรียนที่ศึกษาต่อประเทศจีน

การสนับสนุนทุนการศึกษาเป็นประเด็นสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน เป็นการสนับสนุนการศึกษาโดยตรง มีจำนวนแผนป้ายทั้งหมด 23 แผนป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 5



ภาพที่ 4.19 โครงการทุนการศึกษาคูสอนภาษาจีนของสถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 3

สถาบันขงจื้อในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชนคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่าน โครงการทุนการศึกษาสำหรับครูและนักศึกษาที่ประสงค์ศึกษาต่อด้านการสอนภาษาจีน เนื้อหาประชาสัมพันธ์ข้างต้นกล่าวถึง “2023 年天津师范大学国际中文教师奖学金宣讲” หรือ “กิจกรรมแนะแนวทุนครูสอนภาษาจีนนานาชาติ มหาวิทยาลัยครุศาสตร์เทียนจิน ประจำปี 2566” มีบทบาทของสถาบันขงจื้อไทยในการพัฒนาและสนับสนุนทรัพยากรมนุษย์ด้านการสอนภาษาจีนในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนที่ดี

ทุนการศึกษาดังกล่าวไม่เพียงเป็นโอกาสสำหรับบุคคลที่มีความสนใจศึกษาต่อในประเทศ

จีนเท่านั้น แต่เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมความร่วมมือทางการศึกษาและวัฒนธรรมระหว่างทั้งสองประเทศ การที่สถาบันขงจื่อไทยประชาสัมพันธ์โอกาสทุนการศึกษาเหล่านี้มุ่งในการพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนและวัฒนธรรมจีน ซึ่งสามารถทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” ในการเชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างสังคมไทยและจีนโดยตรง ผู้ที่ได้รับทุนการศึกษามีโอกาสศึกษาและใช้ชีวิตในประเทศจีน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างทักษะทางภาษา ความเข้าใจในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนพัฒนาศักยภาพในการเป็นผู้มีศักยภาพด้านภาษาจีนในสังคมไทยในอนาคต

โครงการแนะแนวทุนการศึกษาของสถาบันขงจื่อยังเป็นกลไกสำคัญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการรับสมัคร เงื่อนไขของทุน และประโยชน์ที่ผู้ได้รับทุนจะได้รับ ซึ่งเอื้อให้ประชาชนไทยสามารถเข้าถึงโอกาสทางการศึกษาระดับนานาชาติ โครงการดังกล่าวมีส่วนช่วยในการเพิ่มจำนวนครูผู้สอนภาษาจีนที่มีคุณภาพในประเทศไทย รวมทั้งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยในไทยและจีน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และทรัพยากรทางการศึกษาระหว่างสองประเทศอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเลไม่เพียงแต่ให้ทุนการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับโครงการการศึกษาภาษาจีนเท่านั้น แต่ยังอำนวยความสะดวกทุนการศึกษาให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาด้านอาชีวศึกษาอีกด้วย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 6

海上丝路孔子学院
2023年天津-泰国职业教育奖学金项目线上招生宣讲
 诚邀人士参加线上招生宣讲活动
 主办单位：天津-泰国职业教育奖学金项目工作组
 承办单位：天津-泰国职业教育奖学金项目工作组
 协办单位：天津-泰国职业教育奖学金项目工作组
 时间：2023年02月18日 泰国时间 17:00 - 19:00
 日期：2023年02月18日 北京时间 17:00 - 19:00 (曼谷时间)
 Zoom meeting ID: 947 6938 1323 Passcode: 965373

17:00 - 17:05	领导致辞 กล่าวต้อนรับ
17:05 - 17:10	海丝孔院陈院长介绍奖学金项目基本情况 พอ.เจิน เชน ผู้อำนวยการสถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล (ฝ่ายจีน) กล่าวต้อนรับและชี้แจง
17:10 - 18:40	奖学金院校与专业招生宣讲 มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยต่างจากมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยต่าง
17:10 - 17:25	-天津师范大学 มหาวิทยาลัยนครเทียนจิน
17:25 - 17:40	-天津渤海职业技术学院 วิทยาลัยเทคนิคอาชีพเทียนจินไห่หนาน
17:40 - 17:55	-天津海运职业学院 วิทยาลัยอาชีวศึกษาการเดินเรือเทียนจิน
17:55 - 18:10	-天津交通职业学院 วิทยาลัยเทคนิคการขนส่งเทียนจิน
18:10 - 18:25	-天津商务职业学院 วิทยาลัยธุรกิจเทียนจิน
18:25 - 18:40	-天津铁道职业技术学院 วิทยาลัยเทคนิคและอาชีวศึกษาทางรถไฟเทียนจิน
18:40 - 19:00	现场答疑Q&A ช่วงตอบคำถาม Q&A

ภาพที่ 4.20 โครงการทุนการศึกษาวชิชาชีพขั้นสูงของสถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล
 ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 2

สถาบันขงจื้อมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงโอกาสทางการศึกษาระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาให้กับคนที่มีความต้องการเข้าศึกษา ดังที่ปรากฏในกิจกรรม “**แนะแนวทุนการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยสภาการศึกษานครเทียนจิน**” การจัดกิจกรรมนี้เป็นการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาจาก 6 สถาบันการศึกษาในจีน รวมถึงมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยอาชีวศึกษา กิจกรรมนี้ได้รับเกียรติจากผู้อำนวยการสถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล ในการกล่าวเปิดงานและอธิบายรายละเอียดของทุน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของสถาบันขงจื้อในฐานะการถ่ายทอดข้อมูลด้านการศึกษาระหว่างประเทศ

การแนะแนวทุนในครั้งนี้ไม่ได้เป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษา แต่ยังเป็นแพลตฟอร์มที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถรับฟังข้อมูลโดยตรงจากสถาบันเจ้าของทุนผ่านการบรรยายเกี่ยวกับหลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดรับสมัคร ตลอดจนเปิดโอกาสให้มี การถาม-ตอบ ช่วยให้ผู้สนใจได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนแสดงให้เห็นว่า สถาบันขงจื้อให้ความสำคัญกับการได้รับการศึกษาของพื้นที่นั้น ๆ ที่ได้จัดตั้งสถาบันขงจื้อ นอกจากนี้ ทุนการศึกษาดังกล่าวที่ครอบคลุมทั้งระดับมหาวิทยาลัยและอาชีวศึกษา เป็นปัจจัยที่ช่วยพัฒนาบุคลากรไทยในหลากหลายสาขาวิชา เป็นองค์ประกอบสำคัญในการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างสองประเทศในระยะยาว กล่าวได้ว่าสถาบันขงจื้อมีบทบาทในการขยายโอกาสทางการศึกษา ลดข้อจำกัดด้านทรัพยากร และเสริมสร้างเครือข่ายทางการศึกษาระหว่างไทยและจีน ซึ่งล้วนเป็นรากฐานสำคัญของความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างสองประเทศ

เนื่องด้วยจากสถาบันขงจื้อให้ความสำคัญกับการศึกษาในสังกัดไทยและสนับสนุนทุนศึกษาให้แก่ นักเรียนชาวไทย รวมทั้งผู้ร่วมโครงการนี้ก็จะมีโอกาสไปเรียนที่จีน ทำให้ผู้รับสารเกิดความมั่นใจกับสถาบันขงจื้อและตัวตน โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนที่ไม่สามารถรับการศึกษาเนื่องจากความยากจน เหตุผลดังกล่าวทำให้สถาบันขงจื้อกลายเป็นองค์กรที่น่าสนใจสำหรับคนไทย และสร้างภาพลักษณ์ความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ไทย-จีนด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับทุนการศึกษาดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าสถาบันขงจื้อมิได้เป็นเพียงศูนย์กลางด้านการสอนภาษาจีน แต่ยังเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างโอกาสทางการศึกษาและพัฒนาความร่วมมือทางวิชาการระหว่างไทยและจีน การดำเนินโครงการทุนการศึกษาเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ประชาชนคนไทยสามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพในระดับสากลโดยลดค่าใช้จ่ายในการศึกษา อีกทั้งยังเป็นกลไกที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของความร่วมมือระหว่างประเทศในระยะยาว

4.2.4 ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการงาน

สถาบันขงจื้อไทยได้เปิดเผยข้อมูลการรับสมัครงานเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ติดตามเพจสถาบันขงจื้อ เนื้อหาแผ่นป้ายๆ ที่เกี่ยวกับอาชีพมีบทบาทสำคัญต่อผู้หางาน ผู้หางาน

สามารถส่งประวัติส่วนตัวและได้โอกาสสัมภาษณ์งานเมื่อได้เห็นข้อมูล แผ่นป้ายๆ ที่มีเนื้อหาประชาสัมพันธ์โอกาสการงานของสถาบันขงจื้อมีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 21 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 7



ภาพที่ 4.21 การรับสมัครงานของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

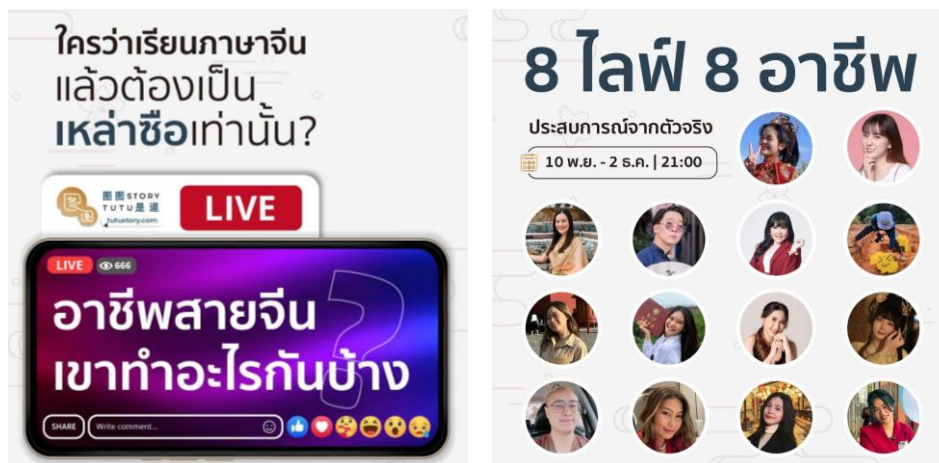
ที่มา: เพลงเพชบุ๊กว่า “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 3

การนำเสนอภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการงานมีบทบาทสำคัญที่สถาบันขงจื้อเปิดโอกาสการงานให้นักศึกษาไทยเพื่อพัฒนาทักษะและเตรียมความพร้อมสำหรับตลาดแรงงานที่เกี่ยวข้องกับจีน ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ โครงการรับสมัครนักศึกษาฝึกงานของสถาบันขงจื้อ มช. ซึ่งกำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครโดยให้ความสำคัญกับระดับการศึกษาและองค์ความรู้ส่วนบุคคล ได้แก่ กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือโท มีผลคะแนนสอบ HSK ระดับ 4 ขึ้นไป มีความสามารถทางศิลปวัฒนธรรมจีน การกำหนดคุณสมบัติเหล่านี้เป็นถึงแนวทางของสถาบันขงจื้อในการพัฒนาแรงงานที่มีศักยภาพและความเข้าใจวัฒนธรรมจีน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการพันธกิจและการดำเนินงานของสถาบันขงจื้อ

โครงการฝึกงานนี้เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้การทำงานในสภาพแวดล้อมจริง แต่ยังคงช่วยเสริมสร้างบุคลากรที่สามารถทำงานในบริษัทไทย-จีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เข้าร่วมโครงการฝึกงานจะได้รับประสบการณ์การจัดกิจกรรมด้านภาษาและวัฒนธรรม รวมถึงโอกาสสร้างเครือข่ายทางวิชาชีพ เป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างสองประเทศทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและสถาบัน และเป็นการกระทำที่ข้บเน้นการสนับสนุนโอกาสการงานของนักศึกษาไทย ซึ่ง

นับเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สถาบันขงจื้อมีส่วนช่วยกระชับความสัมพันธ์ไทย-จีนผ่านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ตัวอย่างที่ 8



ภาพที่ 4.22 การแชร์ประสบการณ์อาชีพผู้เรียนภาษาจีนของสถาบันขงจื้อมรภ.บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา”, 2566: 11

การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านเนื้อหาการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในหัวข้อ “ใครว่าเรียนภาษาจีนแล้วต้องเป็นเหล่าซือเท่านั้น?” เป็นการนำเสนอเส้นทางอาชีพที่หลากหลายผ่านแนวคิด “8 ไลฟ์ 8 อาชีพ ประสบการณ์จากตัวจริง” สถาบันขงจื้อให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือผู้เรียนในการเปิดโลกทัศน์เกี่ยวกับอาชีพที่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน และแนะแนวอาชีพในลักษณะนี้มีส่วนช่วยให้นักศึกษาไทยเห็นภาพรวมของตลาดแรงงานที่เกี่ยวข้องกับจีนอย่างเป็นระบบด้วยประโยคคำถามเพื่อสื่อความหมายว่า ผู้เรียนภาษาจีนไม่จำเป็นต้องทำอาชีพเป็นครูเท่านั้น แต่สามารถทำงานในสายอาชีพอื่นๆ ได้ด้วย การส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจเส้นทางอาชีพที่เป็นไปได้นี้ ไม่เพียงช่วยวางแผนอนาคตอย่างมีเป้าหมาย แต่ยังเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของแรงงานไทยในบริบทของเศรษฐกิจไทย-จีน เนื้อหาในแผ่นป้ายฯ นี้ไม่ได้แนะนำโอกาสการงานโดยตรง แต่เป็นการแนะแนวทางการงานเพื่อเป็นแนวคิดที่ช่วยนักศึกษาและนักเรียนแสวงหาโอกาสการงานมากยิ่งขึ้น

สถาบันขงจื้อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงเครือข่ายทางอาชีพระหว่างไทยและจีน ช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักศึกษาภาคธุรกิจ องค์กร และสถาบันต่าง ๆ นำไปสู่การพัฒนาสังคมระหว่างสองประเทศอย่างเป็นรูปธรรม ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อในฐานะกลไกขับเคลื่อนโอกาสทางอาชีพจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กระชับความสัมพันธ์ไทย-จีนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

การมีส่วนร่วมกับองค์กรไทยอื่น เป็นวิธีการสร้างความรู้สึกแบบความน่าเชื่อถือของสถาบันขงจื่อ โดยสถาบันขงจื่อได้โพสต์รูปภาพในประเด็นร่วมมือองค์กรไทยอื่นที่เป็นที่รู้จักสำหรับคนไทยทั่วไป ได้แก่ สถานีตำรวจ สถาบันการศึกษา เป็นต้น เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ กล่าวคือ ผู้อ่านคนไทยจึงรู้สึกเชื่อมั่นต่อสถาบันขงจื่อไทยเนื่องจากสถาบันขงจื่อไทยมีส่วนร่วมกับองค์กรไทย ความร่วมมือกับองค์กรไทยไม่เพียงประสงค์ไปที่เผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีน และการพัฒนาความสามารถทางภาษาในการดำเนินงานขององค์กรเท่านั้น ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความน่าเชื่อถือสถาบันขงจื่อในสังคมไทยอีกด้วย

สถาบันขงจื่อไทยสนับสนุนทุนการศึกษาอย่างมีคุณค่าในไทย จึงสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับสารได้อย่างลึกซึ้ง เป็นโอกาสสำหรับผู้สนใจคนไทยที่มีแผนเรียนภาษาและวัฒนธรรมจีน เรียนวิชาอื่นที่จีนและใจชอบประเทศจีนโดยสนับสนุนทุนการศึกษา รวมทั้งเรียนจบแล้วสถาบันขงจื่อไทยประชาสัมพันธ์ข้อมูลสมัครงานให้เห็นอาชีพต่าง ๆ ที่เลือกได้ ผู้รับสารคนไทยจะได้รับประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทย จึงเกิดการรับรู้ว่าสถาบันขงจื่อทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงกิจการระหว่างไทย-จีน และส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ไทย-จีน

การนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีนของสถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกับองค์กรไทย และการสนับสนุนการศึกษา และการประชาสัมพันธ์อาชีพ การสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื่อไทยกับองค์กรไทย มุ่งให้บริการแก่กลุ่มคนไทยที่มีความสนใจการศึกษาของจีน และต้องการศึกษาต่อประเทศจีน โดยร่วมมือในโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับภาษาจีน อีกทั้งยังจัดตั้งโครงการทุนการศึกษาเพื่อสนับสนุนกลุ่มที่ต้องการสมัครทุน พร้อมทั้งประกาศข้อมูลการสมัครทุนการศึกษาย่างเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและให้การสนับสนุนทุนการศึกษา ผู้รับสารยังสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารด้านโอกาสการจ้างงานและเพิ่มแนวทางการหางานในสายงานที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนหรือบริษัทจีนได้ผ่านทางหน้าเพจของสถาบันขงจื่อ โดยสถาบันขงจื่อไทยได้รวบรวมบริษัทต่าง ๆ ที่มีการเปิดรับสมัครงาน และจัดงานนัดพบแรงงานสำหรับผู้สมัครคนไทย ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจไทย-จีน และผู้ที่มีความประสงค์จะทำงานในสายงานไทย-จีน

ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนเป็นภาพลักษณ์ที่สามของสถาบันขงจื่อไทย ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของยุคสมัยในบริบทโลกาภิวัตน์ การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเป็นตัวแทนประเทศประเทศใดประเทศหนึ่งและการเผยแพร่วัฒนธรรมข้ามชาติจึงกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สถาบันขงจื่อใน

ฐานะองค์กรที่เป็นทางการของรัฐบาลจีนในการส่งเสริมภาษาจีนและการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนระหว่างประเทศ รัฐบาลจีนได้จัดตั้งสถาบันขงจื่อหลายร้อยแห่งในทั่วโลกนับตั้งแต่เริ่มต้นจัดตั้งขึ้นประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีสถาบันขงจื่อมากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไม่เพียงแต่มีบทบาทในการสอนภาษาเท่านั้น สถาบันขงจื่อไทยมีบทบาทในการส่งออกวัฒนธรรมจีน ถ่ายทอดค่านิยมยุคใหม่ของจีน และดำเนินนโยบายทางการทูตของจีน (ศุภิสรา พรหมบังเกิด, 2566: 25) ดังนั้น สถาบันขงจื่อไทยจึง กลายเป็นตัวแทนประเทศจีนที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมของจีนสู่ประเทศไทย

ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนไปสู่ประเทศไทยจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประการ ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีน 2) ภาพลักษณ์การเผยแพร่เทศกาลของจีน มีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 56 แผ่นป้าย โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.3.1 ภาพลักษณ์การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีน

ศิลปวัฒนธรรมจีนเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยชนชาติจีน เป็นสัญลักษณ์สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะอันโดดเด่นของชนชาติจีน ศิลปวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ของประเทศที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญงอกงามของคนในชาติ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจและประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ เป็นที่พึ่งแก่ผู้อื่นได้ นำไปสู่สันติสุขสันติธรรม (พัชรินทร์ วรจักร และคณะ, 2560: 134) สถาบันขงจื่อไทยเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีนอันสูงส่งไปสู่ประเทศไทยปรากฏจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่จัดกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมจีน มีจำนวนแผ่นป้าย 28 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 4.23 ศิลปะการเขียนพู่กันจีนของสถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 2

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ข้างต้นนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ “**ชั้นเรียนศิลปะการเขียนพู่กันจีน**” เผยแพร่โดยสถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล การเขียนพู่กันจีนเป็นพื้นฐานทางศิลปะที่มาจากตัวอักษรภาษาจีน โดยใช้อุปกรณ์คือพู่กันในการเขียนรูปลักษณ์ที่หลากหลายของตัวอักษรจีน การที่สถาบันขงจื่อประชาสัมพันธ์เนื้อหาเกี่ยวกับการเขียนพู่กัน มีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดผู้สนใจให้มาเรียนรู้และส่งเสริมการเผยแพร่ทั้งภาษาและศิลปวัฒนธรรมจีน ผู้รับสารจะต้องมีความรู้ทางวิธีการเขียนตัวอักษรจีนด้วยพู่กันจีนผ่านกิจกรรม และนำไปใช้เป็นที่หนึ่งของผู้รับสารเอง การเรียนพู่กันจีนมีบทบาทสำคัญในด้านการสร้างเสริมความรู้ทางวัฒนธรรมอักษรจีนและศิลปวัฒนธรรมจีน (สวิตต์ ก่อมงคลกุล, 2565: 200) ดังนั้น การจัดกิจกรรมการเขียนพู่กันจีนจึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมจีนของสถาบันขงจื่อไทย

การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงแค่นำเสนอถึงกิจกรรมการเรียนการเขียนพู่กันจีนเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นว่าศิลปะการเขียนพู่กันจีนไม่ได้เป็นศาสตร์ที่แยกออกมาเป็นศาสตร์แขนงเดียว ทว่ามีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมจีนหลายด้าน ช่วยให้ผู้เรียนสามารถมองเห็นถึงความน่าสนใจของศิลปะการเขียนพู่กันจีนจากมุมมองที่กว้างขึ้น เช่น กฎเกณฑ์การเขียนตัวอักษรจีน ซึ่งการเขียนเส้นขีดอักษรจีน ลายมือพู่กันจีนรวมไปถึงศิลปะรูปแบบตัวอักษรจีน เช่น การฝึกเขียนพู่กันแบบ อักษรเสี่ยวจ้วน อักษรลี่ชู และอักษรข่ายชู และการนำการเขียนพู่กันจีนมาใช้กับงานสร้างสรรค์ที่เกี่ยวกับเทศกาล เช่น การฝึกเขียนคำในเทศกาลต่าง ๆ

นอกจากนี้ เนื้อหาประชาสัมพันธ์ยังระบุเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเข้าร่วมเรียนรู้ศิลปะการเขียนพู่กันจีนได้ โดยระบุรายละเอียดภายใต้หัวข้อ “**เรากำลังตามหา**” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมของสถาบันขงจื่อไทยมุ่งเน้นไปที่ผู้ที่สนใจและเต็มใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมจีน คำว่า “**ผู้ที่ชื่นชอบ**” และ “**ผู้ศึกษา**” สื่อให้เห็นว่า สถาบันขงจื่อเปิดรับผู้ที่มีพื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนและต้องการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้เพิ่มเติม ในขณะที่คำว่า “**ผู้ที่ไม่มีพื้นฐานในการเขียนพู่กันจีน**” แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสถาบันขงจื่อในฐานะเป็นครูคนแรกที่สอนศิลปะพู่กันจีนให้แก่ผู้เรียนใหม่ สถาบันขงจื่อจึงมีความรับผิดชอบในการเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีน การเข้าร่วมกิจกรรมการเขียนพู่กันจีนกลายเป็นช่องทางสำคัญที่ได้แสดงให้เห็นถึงความสวยงามของตัวอักษรภาษาจีน กลายเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้รับสาร เพราะผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถยกระดับรสนิยมด้านความงามต่อวัฒนธรรมจีน

การเขียนพู่กันจีนถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในช่วงเทศกาลตรุษจีนสำหรับการเขียนกลอนคู่ (ตุ้ยเหลียน) นอกจากนี้ สถาบันขงจื่อไทยยังส่งเสริมศิลปะการรำไทเก๊กผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ไม่เพียงช่วยเพิ่มพูนความเข้าใจของประชาชนคนไทยเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมจีนเท่านั้น แต่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนอีกด้วย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 4.24 การรำไทเก๊ก สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ที่มา: เพลงเพซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 8

สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมจีนผ่านเนื้อหาการเปิดคอร์ส “การรำไทเก๊ก” การประชาสัมพันธ์ไทเก๊กมีบทบาทสำหรับสถาบันไทยในฐานะผู้แทนประเทศจีนที่เผยแพร่วัฒนธรรมจีนไปยังประเทศไทยด้วยเนื้อหาสองมิติหลัก ได้แก่ การบรรยายด้วยข้อความและสัญญาณ ข้อความนำเสนอถึงข้อมูลพื้นฐานของไทเก๊กจีน โดยเน้นความเชื่อมโยงกับประเทศจีน อาทิ ไทเก๊ก “เป็นศิลปะการต่อสู้โบราณของจีน” ที่ผสมผสาน “ปรัชญาจีน” แขนงต่างๆ ไว้ด้วยกัน นอกจากช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจไทเก๊กเบื้องต้นแล้ว แต่ก็ทำให้เห็นว่าไทเก๊กเป็นศิลปะชั้นสูงของจีนที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์จีนและสำนักคิดจีน รวมทั้งมีผลประโยชน์ต่อสุขภาพส่วนบุคคล เช่น ส่งผลดีต่อสุขภาพจิตใจ ลดน้ำหนักกระชับสัดส่วน ช่วยให้สุขภาพแข็งแรง ชะลอความเสื่อมของร่างกาย สามารถจูงใจให้ผู้อ่านเข้าร่วมเรียนการรำไทเก๊ก สัญญาที่เป็นภาพไทเก๊กแสดงท่วงท่าการฝึกการแต่งกายแบบดั้งเดิม (ชุดไทเก๊ก) เพื่อประกอบสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจแก่นแท้ของไทเก๊กได้ง่ายขึ้น (Wang Jianguo, 2020: 114) การประชาสัมพันธ์คอร์สไทเก๊กในมุมมองประโยชน์ต่อร่างกายทำให้ผู้รับสารรู้สึกประทับใจ กล่าวคือ การเข้าถึงวัฒนธรรมจีนจะเกิดผลประโยชน์ต่อชีวิตได้อย่างดี

นอกจากนี้ สถาบันขงจื้อยังขยายขอบเขตวิธีการเรียนรู้วัฒนธรรม ช่วยให้การเรียนรู้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแคในห้องเรียนแบบเดิมเท่านั้น แต่เข้าถึงกลุ่มสังคมไทยที่กว้างขึ้น ส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมจีนและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทย-จีน รูปแบบการบูรณาการทางวัฒนธรรมช่วยลดช่องว่างทางวัฒนธรรม เพิ่มการยอมรับ และเสริมสร้างบทบาทของสถาบันขงจื้อที่เป็นสะพานเชื่อม

วัฒนธรรมไทย-จีน

บทบาทของสถาบันขงจื้อในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมไม่ได้จำกัดอยู่แค่การแลกเปลี่ยนเชิงทักษะเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีนระดับสูงในรูปแบบที่หลากหลาย “ก๊ี่เพ้า” เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจีน การประชาสัมพันธ์กิจกรรมก๊ี่เพ้าแสดงออกถึงความงามของเครื่องแต่งกายจีนดั้งเดิม และทัศนคติของคนจีนที่มีต่อก๊ี่เพ้า ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3



ภาพที่ 4.25 กิจกรรมชุดก๊ี่เพ้าของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 12

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ใช้ชื่อพาดหัวแผ่นป้ายว่า “ความงามกับชุดก๊ี่เพ้า” แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมนี้จะเน้นไปที่ก๊ี่เพ้าเป็นหลัก คำว่า “ความงาม” ในที่นี้มีความหมายเชิงขยายความของก๊ี่เพ้า และสามารถตีความได้สองระดับ ความหมายระดับหนึ่ง คือ ความหมายโดยตรง คำว่า “ความงาม” เป็นคำคุณศัพท์ที่ขยายคำนาม “ก๊ี่เพ้า” หมายความว่า ลักษณะที่สวยงามและโดดเด่นของชุดก๊ี่เพ้าในเชิงแฟชั่น การใช้คำและการให้ความหมายของคำในพาดหัวข่าวออนไลน์โดยมากผู้สื่อสารเลือกใช้คำที่สื่อความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่าน ในลักษณะการที่ให้ความหมายแบบแฝงหรือความหมายโดยนัย (ธีร์วราแสงอินทร์, 2563: 386) และความหมายระดับที่สอง คือ ความหมายโดยนัย ก๊ี่เพ้าเป็นเครื่องแต่งกายสตรีที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานในประเทศจีน และถือเป็นส่วนหนึ่งของศิลปวัฒนธรรมจีน ดังนั้น การใช้คำว่า “ความงามกับชุดก๊ี่เพ้า” สื่อถึงความงามของศิลปวัฒนธรรมจีนอีกนัยหนึ่งด้วย การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมก๊ี่เพ้าของสถาบันขงจื้อไทยสะท้อนให้เห็นถึงเสน่ห์ของแฟชั่นจีนโบราณ ช่วยส่งเสริม

ภาพลักษณ์องค์กรการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีนอันทรงคุณค่าสู่สังคมไทย

เนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ได้นำเสนอเกี่วกันในสองแง่มุม ได้แก่ กลุ่มคนที่สวมใส่ที่เพ้า และฐานะของที่เพ้าในวัฒนธรรมจีน กลุ่มผู้สวมใส่ที่เพ้าส่วนใหญ่เป็น **สตรีจีนและสตรีผู้ที่มีเชื้อสายจีนทั่วโลก** ก็ถือเป็นความงดงามของการแต่งกายของสตรีชาวจีน และยังสื่อถึงทัศนคติที่ให้ความสำคัญให้แก่ผู้หญิงในสังคมจีน การเน้นย้ำถึงกลุ่มเป้าหมายนี้ช่วยสื่อให้เห็นถึงแนวคิดความเป็นจีน โดยเชื่อมโยงความงามของที่เพ้าเข้ากับความงามของวัฒนธรรมจีน โดยเน้นความสำคัญของที่เพ้าในฐานะที่เป็น “สิ่งล้ำค่าแห่งวัฒนธรรมจีน” และเป็น “ชุดประจำชาติของสตรีจีน” มีบทบาทในสร้างภาพลักษณ์ความเป็นจีนอย่างเด่นชัด

การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของที่เพ้าให้เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนที่สำคัญ การประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อไทยในประเด็นนี้ ช่วยสร้างกรอบแนวคิดที่ว่า “เมื่อเห็นที่เพ้าควรนึกถึงศิลปะการแต่งกายของสตรีจีน” เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อในฐานะตัวแทนประเทศจีนและการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนและศิลปะการแต่งกายของสตรีจีน ผู้รับสารได้เห็นความงดงามของเครื่องแต่งกายสตรีจีนดั้งเดิมผ่านเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถดึงดูดให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและอยากเข้าร่วมเพื่อสัมผัสความงามของวัฒนธรรมจีน นอกจากนี้ การใช้เครื่องแต่งกายสตรีจีนเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน สื่อให้เห็นถึงจีนให้ความสำคัญกับผู้หญิง ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของพัฒนาการทางสังคมที่สถานะของผู้หญิงยกระดับขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งผลให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วมได้

การที่สถาบันขงจื้อไทยจัดกิจกรรมถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์องค์ความรู้เกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมจีนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย มีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้าใจของผู้รับสารชาวไทยที่มีต่อวัฒนธรรมจีน และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

4.3.2 ภาพลักษณ์การเผยแพร่เทศกาลของจีน

เนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์เทศกาลของจีนในแผ่นป้ายฯ ส่งเสริมการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนแบบดั้งเดิมในสังคมไทย เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน เนื้อหาประชาสัมพันธ์เทศกาลของจีนแสดงให้เห็นถึงค่านิยมของชนชาติจีน เช่น แนวคิดความสงบสุขในครอบครัว ประเพณีมารยาท และการยอมรับทางสังคม สถาบันขงจื้อประชาสัมพันธ์เทศกาลจีนออนไลน์และจัดกิจกรรมออฟไลน์ โดยประกาศเนื้อหาข้อมูลเทศกาลดั้งเดิมของจีน ได้แก่ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลไหว้พระจันทร์ และเทศกาลตวันอู่ เป็นต้น ทำให้ประชาชนคนไทยสามารถสัมผัสรับรู้วัฒนธรรมการเฉลิมฉลองเทศกาลของจีนได้โดยตรง การสร้างเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเทศกาลต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนให้วัฒนธรรมเทศกาลจีนได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวางในสังคมไทย มีจำนวนแผ่นป้ายทั้งหมด 28 แผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 4



ภาพที่ 4.26 เทศกาลไหว้พระจันทร์ของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้นเป็นการประชาสัมพันธ์**เทศกาลไหว้พระจันทร์**ที่จัดโดยสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เทศกาลไหว้พระจันทร์มีต้นกำเนิดมาตั้งแต่สมัยราชวงศ์ซ่งของจีน (กิตติ นันท์ เครือแพทย์ และคณะ, 2566: 1) และถือเป็นหนึ่งในเทศกาลดั้งเดิมที่สำคัญของจีน

กิจกรรม “เทศกาลไหว้พระจันทร์” เผยแพร่วัฒนธรรมจีนที่ร่วมวัฒนธรรมชุมชนภูมิภาคอื่น ได้แก่ เกาหลี ญี่ปุ่น ที่ได้ส่งเสริมการเรียนรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประเพณีและค่านิยมจีน กิจกรรม “การแสดงเล่าขานตำนานเทศกาลไหว้พระจันทร์” ที่จัดขึ้นโดยนิสิตจากหลากหลายสาขาวิชา เช่น จีน เกาหลี และญี่ปุ่น แสดงให้เห็นว่าประเพณีจีนสามารถสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและได้รับความสนใจจากเยาวชนไทยและผู้เรียนภาษาต่างประเทศ และแสดงให้เห็นการเผยแพร่เทศกาลไหว้พระจันทร์อย่างกว้างขวาง โดยระบุกลุ่มเป้าหมายที่มาจากสาขาหลากหลาย ในขณะเดียวกัน สถาบันขงจื้อสร้างพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมเอเชียตะวันออก อย่างกิจกรรม “การแสดงศิลปวัฒนธรรมของจีน เกาหลี และญี่ปุ่น” ผู้ร่วมกิจกรรมสามารถเปรียบเทียบ เรียนรู้ และเข้าใจความเหมือนและความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมจีนและประเทศเพื่อนบ้าน

กิจกรรม “ตอบปัญหาเกี่ยวกับเทศกาลไหว้พระจันทร์” และ “บุธกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมจีน เกาหลี ญี่ปุ่น” ช่วยให้ผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนผ่านวิธีการที่สนุกสนานและสร้างสรรค์ นอกจากนี้ เนื้อหาประชาสัมพันธ์นี้ยังใช้สัญลักษณ์ต่างๆ เช่น กระต่ายหยก เมฆมงคล และขนมไหว้พระจันทร์ เพื่อให้เห็นถึงตำนานที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลไหว้พระจันทร์และอาหารการกินในเทศกาล โดยนำเสนอผ่านภาพที่เข้าใจง่ายทำให้อัตลักษณ์ของเทศกาลไหว้พระจันทร์ชัดเจนยิ่งขึ้น

ดังตัวอย่าง ภาพที่ 4.28 การประชาสัมพันธ์ที่ผสมผสานเทศกาลดั้งเดิมของจีนเข้ากับวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญของสถาบันขงจื้อในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน สอดคล้องกับพันธกิจของสำนักงานใหญ่สถาบันขงจื้อที่มุ่งส่งเสริมการศึกษาภาษาจีนและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจีน-ต่างประเทศ กล่าวคือ การหลอมรวมระหว่างเทศกาลดั้งเดิมของจีนกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย ไม่เพียงแต่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้สัมผัสเรียนรู้วัฒนธรรมดั้งเดิมของจีน ควบคู่กับวัฒนธรรมของประเทศอื่น ๆ เท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงความครอบคลุมและความเปิดกว้างของวัฒนธรรมจีนอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเอื้อต่อการสร้างความรู้สึกรักการเข้าถึงวัฒนธรรมจีนได้ง่าย ส่งผลให้ผู้คนเกิดความเชื่อมั่น และประทับใจเข้าร่วมในเทศกาลดั้งเดิมของจีนมากยิ่งขึ้น

กิจกรรมเทศกาลไหว้พระจันทร์แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานของเทศกาลดั้งเดิมจีนภายใต้บริบทวัฒนธรรมที่หลากหลาย เป็นการเปิดกว้างและการมีน้ำใจของวัฒนธรรมจีน เทศกาลตรุษจีนซึ่งเป็นเทศกาลดั้งเดิมของจีนก็เป็นการเฉลิมฉลองปีใหม่และเป็นการแสดงถึงความปรารถนาดีและความหวังในสิ่งที่ดีงามของผู้คน การประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนก็เสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อในฐานะสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 5



ภาพที่ 4.27 เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU

Hatyai”, 2566: 1

การประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อไทยถ่ายทอดแนวคิดเชิงสังคมและอุดมการณ์อันงดงามที่แฝงอยู่ในเนื้อหาเทศกาลตรุษจีน เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมจีนที่มีความประณีต

และทรงคุณค่า ตรุษจีนถือเป็นเทศกาลดั้งเดิมที่สำคัญที่สุดของจีน ซึ่งเต็มไปด้วยความหมายทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสังคม ดังนั้น สถาบันขงจื้อจึงใช้เนื้อหาประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอแก่นแท้ของเทศกาลตรุษจีนให้แทรกซึมเข้าสู่สังคมไทย

เนื้อหาที่เป็นพาดหัวของการประชาสัมพันธ์ “**花开富贵**” และ “**โบตันเบ่งบาน**” มีความหมายคล้ายคลึงกัน โดยในภาษาจีน คำว่า “**花**” หมายถึงดอกไม้ ซึ่งในที่นี้หมายถึงดอกโบตัน เช่นเดียวกับภาษาไทย ในภาษาจีน “**花开富贵**” สื่อความหมายโดยตรง คือ ดอกไม้โบตันบานส่งให้ ความร่ำรวยมั่งคั่ง ขณะที่ภาษาไทยใช้ “**โบตันเบ่งบาน**” เป็นการอุปลักษณถึงความรุ่งเรืองในปีใหม่ โดยไม่ได้ระบุคำว่า มั่งคั่ง หรือ ร่ำรวย โดยตรง ทั้งภาษาจีนและไทยต่างกล่าวถึงดอกโบตัน เนื่องจาก ดอกไม้โบตันหรือลวดลายดอกโบตันมีเอกลักษณ์แบบจีนแท้ สื่อถึงความสง่างามสูงส่ง ความมั่งคั่ง และเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง นอกจากนี้ ดอกโบตันยังเป็นหนึ่งในดอกไม้ดั้งเดิมสิบอันดับของจีน ได้รับการขนานนามว่า “**ราชาแห่งดอกไม้**” หรือ “**ดอกไม้ประจำชาติ**” (Shui Runtong, 2013: 60) นำมาใช้กับคำอวยพรปีใหม่ สำหรับหัวข้อ “**钱兔似锦**” และ “**งดงามปีเถาะ**” ก็มีความเชื่อมโยงกันเช่นกัน ในภาษาจีน “**钱兔似锦** (กระต่ายแห่งร่ำรวยรุ่งเรือง)” เป็นการเล่นคำที่พ้องเสียงกับคำว่า “**前途似锦** (อนาคตที่รุ่งโรจน์)” แต่เมื่อนำคำว่า “**钱兔**” มาใช้กับ “**前途**” ทำให้ความหมายใหม่ที่เน้นเรื่องความมั่งคั่งในปีเถาะ ขณะที่ภาษาไทยใช้คำว่า “**งดงามปีเถาะ**” สื่อถึงปีเถาะที่เต็มไปด้วยความมั่งคั่งและความเป็นสิริมงคลโดยตรง นอกจากนี้ การใช้คำที่สื่อถึงสิ่งดีงามและดีใจในเนื้อหา การประชาสัมพันธ์กิจกรรมเทศกาลตรุษจีน เช่น “**อาหารจีนรสเลิศ**” “**เพลิตเพลิน**” และ “**ขนมวัฒนธรรมจีนน่าสนใจ**” ยังช่วยเผยแพร่ความมั่งคั่งของวัฒนธรรมตรุษจีนและเชิญชวนให้ผู้รับสาร เข้าร่วมกิจกรรมเฉลิมฉลองเทศกาลจีน

เทศกาลที่ยอดเยี่ยมมักแสดงถึงความหมายที่ดี ทำให้ได้รับการยอมรับผู้คนที่อยู่ภายใต้ต่างวัฒนธรรม เทศกาลตรุษจีนก็เป็นหนึ่งในเทศกาลดั้งเดิมของจีนที่มีชื่อเสียง สถาบันขงจื้อให้ความสำคัญกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเทศกาลตรุษจีน โดยเน้นการส่งต่อความปรารถนาดี ดังนี้

ตัวอย่างที่ 6



ภาพที่ 4.28 เทศกาลตวนอู่ สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มจรภ. บ้านสมเด็จเจ้าพระยา”, 2566: 6

เนื้อหาประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เนื่องในเทศกาลตวนอู่ (ไหว้บ๊ะจ่าง) แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสถาบันขงจื้อในฐานะตัวแทนของประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนให้กับสังคมไทยอย่างชัดเจน ประการแรก การประชาสัมพันธ์เทศกาลตวนอู่ช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเทศกาลจีนที่สำคัญให้กับคนไทย เทศกาลนี้เกี่ยวข้องกับการไหว้บ๊ะจ่างและการแข่งขันเรือมังกร มีคุณค่าทางจริยธรรมของจีน เช่น ความจงรักภักดีและความรักชาติ การที่สถาบันขงจื้อส่งคำอวยพรให้กับผู้รับสารคนไทย แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการสร้างความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมและเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างไทยกับจีน ประการที่สอง เนื้อหาประชาสัมพันธ์เน้นการอวยพรและส่งความปรารถนาดี ได้แก่ “ขอให้ทุกท่าน สุขกาย” “สุขใจ สุขภาพแข็งแรงตลอดไป” เป็นรูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมจีนที่ให้ความสำคัญกับความเป็นสิริมงคลและความสัมพันธ์ทางสังคม วิธีการสื่อสารนี้ช่วยให้ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อเป็นที่ยอมรับในฐานะองค์กรที่ไม่เพียงเผยแพร่ความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมจีน แต่มีบทบาทในการเสริมสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประชาชนไทยและจีน ประการสุดท้าย การที่สถาบันขงจื้อไทยใช้โอกาสเทศกาลดั้งเดิมของจีนในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเอง สื่อให้เห็นถึงแนวทางการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในมุมมองซอฟต์พาวเวอร์ (soft power) และเข้าถึงง่าย ซึ่งช่วยให้สถาบันขงจื้อสามารถดำรงบทบาทเป็นสะพานเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สถาบันขงจื้อไทยประชาสัมพันธ์เนื้อหาทางวัฒนธรรมเพื่อให้คนไทยหรือผู้รับสารอื่น ๆ ได้รู้จักและตระหนักถึงเอกลักษณ์อันโดดเด่นของวัฒนธรรมจีน ทำให้เมื่อกล่าวถึงศัพท์วัฒนธรรมเหล่านี้คนไทยก็จะคิดถึงประเทศจีนได้ อาทิ การใส่ชุดกี่เพ้าจะทำให้เกิดความคิดความสวຍการแต่งกายในวัฒนธรรมจีน การเขียนพู่กันจีนจะทำให้นึกถึงความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมจีนบนกระดาษพู่กันหรือการเต๋นรำจีนจะทำให้นึกภาพของท่าการรำที่เป็นตัวแทนของเอกลักษณ์แบบจีนผุดขึ้นมาใน

จินตนาการ

ปรากฏการณ์ของวัฒนธรรมจีนที่ประกอบมาเป็นเนื้อหาในป้ายประชาสัมพันธ์ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ความหมายเชิงอรรถของเนื้อหาเท่านั้น แต่จำเป็นต้องพิจารณาเชิงลึกตามแก่นแท้ของวัฒนธรรมจีน เช่น วัฒนธรรมด้านภาษา เรื่องเล่า และ อุดมการณ์ของชาติจีน สถาบันขงจื๊อไทยใช้ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมจีนเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดแก่นแท้ของวัฒนธรรมจีน ทำให้การดำเนินงานสามารถเป็นไปได้ตามพันธกิจในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในต่างประเทศ สอดคล้องกับพันธกิจและบทบาทที่สถาบันขงจื๊อสำนักงานใหญ่กำหนด คือ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนภาษา กับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ ทั้งนี้เนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ได้เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและการเผยแพร่วัฒนธรรมของจีน

การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื๊อในประเทศไทย พบว่าภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื๊อสามารถแบ่งออกเป็น 3 ภาพลักษณ์ โดยภาพลักษณ์แรกคือ **ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน** กล่าวคือ สถาบันขงจื๊อไทยมีบุคลากรเชี่ยวชาญภาษาจีน และมีวิสัยทัศน์พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการดำเนินงานด้านภาษาจีน รวมทั้งนำคุณลักษณะเด่นด้านภาษาจีนมาประกอบเป็นเนื้อหาการดำเนินงาน โดยประกอบด้วย 3 ภาพลักษณ์ย่อย ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์การทดสอบภาษาจีน ซึ่งสืบจากเนื้อหาการสอบวัดระดับภาษาจีน เป็นการทดสอบภาษาจีนผ่านการสอบโดยตรง เช่น การสอบ HSK HSKK YCY เป็นต้น ขณะที่นำเสนอการดำเนินการสอบภาษาจีนของสถาบัน เช่น การรับสมัครเข้าสอบและการประกาศผลสอบ และการประกวดทักษะภาษาจีน เป็นการทดสอบผ่านกิจกรรมประกวดองค์ความรู้และความเข้าใจภาษาจีนโดยมีสถาบันขงจื๊อไทยเป็นผู้จัดขึ้นหรือเป็นผู้ตัดสิน การแปล-การล่ามภาษาไทยจีน การร้องเพลงจีนและการกล่าวสุนทรพจน์จีน การแข่งการสอนภาษาจีน 2) ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน ซึ่งมีเนื้อหาที่ต่อยอดการเผยแพร่ภาษาจีน ได้แก่ การพัฒนาผู้สอนภาษาจีน โดยมีโครงการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้สอนภาษาจีนให้เข้ากับความต้องการ และการสอนและการอบรมผู้เรียนภาษาจีน เป็นการจัดหลักสูตรหรือโครงการอบรมผู้มีความต้องการเรียนรู้ภาษาจีน 3) ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ เป็นเปิดให้เห็นข้อมูลของวิทยากรโดยยืนยันวิทยากรที่ประชาสัมพันธ์มีประสบการณ์และองค์ความรู้ด้านภาษาจีนมากเพียงพอ

ภาพลักษณ์องค์กรมีบุคลากรและเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนในประเทศไทยแสดงบทบาทการจัดการและให้บริการด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื๊อ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื๊อที่รัฐบาลจีนกำหนดไว้ ซึ่งการสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน การพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนกับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ การทดสอบวัดระดับและรับรองที่เกี่ยวข้องกับ

ภาษาและวัฒนธรรมจีน

ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน เป็นภาพลักษณ์ที่นำเสนอการกระทำที่กระตุ้นให้เห็นถึงความเป็นส่วนในสังคมไทย และการสนับสนุนพัฒนาสังคมไทย โดยนำเสนอภาพลักษณ์ย่อย 4 ภาพลักษณ์ 1) ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย 2) ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานของรัฐบาลไทย โดยภาพลักษณ์ย่อย 1) และ 2) สถาบันขงจื่อใช้ความได้เปรียบด้านภาษาจีนเป็นเครื่องมือมาสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กร เป็นการสร้างภาพลักษณ์สถาบันที่ดีให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและความเชื่อมั่นต่อสถาบันขงจื่อ ก่อให้เกิดความคิดว่า สถาบันขงจื่อไทยเป็นองค์กรที่มีความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน 3) ภาพลักษณ์การสนับสนุนทุนการศึกษา เป็นการให้เงินกับผู้ต้องการคนไทยโดยตรงเพื่อศึกษาต่อประเทศจีน และ 4) ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการทำงาน เป็นการเผยแพร่ข้อมูลการรับสมัครงานและแนะแนวทางการหางานเพื่อแก้ปัญหาของการประกอบอาชีพในสังคมไทย 4 ภาพลักษณ์ย่อยดังกล่าวนี้ทำให้ผู้รับสารเกิดความน่าเชื่อถือและความประทับใจต่อการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อไทย นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน เป็นภาพลักษณ์ที่นำเสนอให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื่อในการเผยแพร่วัฒนธรรมในรูปแบบแตกต่างกัน ที่ได้แสดงให้เห็นจาก 2 ภาพลักษณ์ย่อย คือ 1) ภาพลักษณ์การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีน โดยสถาบันขงจื่อไทยได้เผยแพร่ศิลปะจีนหลากหลายอย่าง เช่น การเขียนพู่กันจีน ไทเก๊กจีน กีฬา กูฉินหรือกู่เจิง การเต้นรำ การแพทย์แผนจีน หมากกรุกจีน เป็นต้น ซึ่งไม่เพียงแต่ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังช่วยกระตุ้นการพัฒนาทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องด้วย การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีนมีส่วนช่วยให้สังคมไทยสัมผัสเสน่ห์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมจีนและปัญญาของจีนโดยตรง ความเข้าใจในมิติที่ลึกซึ้งนี้ไม่เพียงแสดงผ่านภาษา ศิลปะ หรือประเพณีเท่านั้น แต่ก็ช่วยสร้างสายสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างประชาชนทั้งสองชาติในภาพรวม การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีนบทบาทสำคัญในการยกระดับซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจีน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและการผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและจีนอย่างยั่งยืน และ 2) ภาพลักษณ์การเผยแพร่เทศกาลดั้งเดิมจีน การเผยแพร่เทศกาลจีนโดยสถาบันขงจื่อไทยเปิดเผยวิสัยทัศน์อันงดงามและความปรารถนาที่ดีของชาติจีน เช่น เทศกาลตรุษจีน เทศกาลไหว้พระจันทร์ และเทศกาลไหว้บ๊ะจ่าง ซึ่งเทศกาลเหล่านี้ส่งเสริมความเข้าใจประเพณีจีนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อจีนและสถาบันขงจื่อ

ภาพลักษณ์ทั้ง 3 ภาพลักษณ์เป็นการประกอบสร้างขึ้นผ่านเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อความให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจ ความเชื่อ ความคิด และความมั่นใจในสถาบันขงจื่อไทย

รวมถึงนำเสนอค่านิยม การดำเนินงาน และพันธกิจหน้าที่ในการบริหารจัดการองค์กร และเป็นเหตุผลที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารคนไทยผ่านแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4.1 ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน	จำนวนแผ่นป้าย
ภาพลักษณ์การทดสอบภาษาจีน	102
การสอบวัดระดับภาษาจีน	57
การประกวดทักษะภาษาจีน	45
การบรรยายทางวิชาการด้านภาษาจีน	60
ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน	31
การพัฒนาครูผู้สอนภาษาจีน	29
การสอนและการอบรมผู้เรียนภาษาจีน	17
ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ	179
รวม	
ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	
ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย	36
ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานของรัฐบาลไทย	23
ภาพลักษณ์การสนับสนุนทุนการศึกษา	23
ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการงาน	21
รวม	103
ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน	
ภาพลักษณ์การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีน	28
ภาพลักษณ์การเผยแพร่เทศกาลของจีน	28
รวม	56

การที่สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนมากที่สุดและเน้นไปที่การจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการเนื่องจากภาษาเป็นพื้นฐานของการได้ความรู้สำหรับบุคคลทั่วไปที่ได้รับการปลูกฝังความรู้ตั้งแต่สมัยเรียน ทำให้วางรากฐานความคิดและความเชื่อเกี่ยวกับประเทศจีนทั้งภาษาและวัฒนธรรมได้อย่างรากลึกในสังคมไทย สถาบันขงจื่อจึงให้

ความสำคัญกับการจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการให้แก่ทั้งผู้สอนภาษาจีนและผู้เรียนภาษาจีน ถึงจะสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน ทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกที่สถาบัน ขงจื่อเป็นสถาบันที่มีความมั่นใจในการอบรมภาษาจีน จนกระทั่งก่อให้เกิดความประทับใจ นอกจากนี้ ภาษายังเป็นเครื่องมือการทดสอบให้คนรู้ระดับของตัวเอง เช่น มีทักษะการใช้ภาษาอยู่ ระดับไหน และส่งผลต่อการศึกษาวิชาต่าง ๆ ได้เท่าไร สิ่งที่สร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อให้ดี คือ ความสัมพันธ์ไทย-จีนโดยมีการสนับสนุนการศึกษาที่โยงกับภาษาและวัฒนธรรมจีน ซึ่งมีความสำคัญ ยิ่งเพราะภาษาและวัฒนธรรมเป็นสื่อกลางในตัวเชื่อม ดังนั้น สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับภาษาและ วัฒนธรรมจีนมากที่สุดในการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อผ่านแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จึงเป็นการประกอบสร้างให้เห็นถึง ตัวตนและอัตลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย ผู้รับสารข้อมูลการประชาสัมพันธ์เห็นถึงความเชื่อมั่น ความ ประทับใจในการบริการ เป็นภาพลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นจากสถาบันขงจื่อไทย

ผู้รับสารจากข้อมูลประชาสัมพันธ์จะเกิดมุมมองต่อภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อผ่าน เนื้อหาที่ได้รับ ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้รับสาร เช่น ความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน ของสถาบันขงจื่อ รวมถึงการให้บริการด้านการเรียนภาษาจีนอย่างครบวงจร จะสร้างความเชื่อมั่นและ ความนิยมจากผู้บริโภคด้วยความเป็นมืออาชีพและความสะดวกสบายในการเลือกใช้บริการ ทุกครั้งที่ กล่าวถึงสถาบันขงจื่อ ผู้บริโภคจะ นึกถึงการให้บริการภาษาจีนที่เป็นมืออาชีพและครบถ้วน หรือทุก ครั้งที่พูดถึงการให้บริการภาษาจีนที่เชี่ยวชาญและครบวงจร ก็จะมีนึกถึงสถาบันขงจื่อ เมื่อสถาบันขงจื่อ สนับสนุนด้านการศึกษาในประเทศไทยและร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ของไทย ก็จะเสริมสร้างการรับรู้ ของประชาชนว่าสถาบันขงจื่อเป็นองค์กรที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีน ทำให้ผู้คนรู้สึกที่สถาบัน ขงจื่อคือสถาบันการศึกษาของจีนที่กลมกลืนอยู่ในสังคมไทย และก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อสถาบัน ขงจื่อในที่สุด

บทนี้ศึกษาภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยเนื้อประชาสัมพันธ์ การศึกษาภาพลักษณ์ของ สถาบันขงจื่อไทยจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเนื้อหาในแผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากในการเผยแพร่สิ่งที่ต้องสื่อของผู้ส่งสาร และสร้างภาพลักษณ์องค์กร ผ่านการตีความเนื้อหา ซึ่งประกอบด้วยความหมายโดยตรงที่แสดงออกมาอย่างชัดเจน และ ความหมายแฝงที่ต้องวิเคราะห์ตามบริบททางภาษาและวัฒนธรรม การวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ที่แสดง ออกมามีลักษณะเป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก โดยเฉพาะการเน้นการบริการที่สถาบันขงจื่อไทยสามารถ ให้แก่สังคมไทย นอกจากนี้ยังได้แสดงผลการทำงานสถาบันขงจื่อไทย และมีความเชื่อมโยงโดยตรง หรือทางอ้อมกับพันธกิจหน้าที่และขอบเขตที่ได้รับจากสถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่ที่ประเทศจีน

บทที่ 5

กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย จากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

การวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กนี้ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดกลวิธีทางภาษาในการวิเคราะห์ข้อความที่เรียบเรียงโดยจันทิมา อังคพณิชกิจ เป็นแนวทางหลักในการศึกษา แนวคิดวัจนปฏิบัติศาสตร์ของสมบูรณ พจน์ประสาท เป็นเครื่องมือวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาและตีความภาษา เพื่อทำความเข้าใจความหมายและสิ่งที่แฝงอยู่ในตัวบท นำไปสู่การนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน 2) ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน และ 3) ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน โดยศึกษาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื้อไทยจำนวน 338 แผ่นป้าย สามารถแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ วัจนภาษาและอวัจนภาษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย

วัจนภาษา หมายถึง การสื่อสารในระบบคำและประโยค โดยผ่านการฟัง พูด อ่าน เขียน โดยจะมีคำเป็นตัวสื่อความหมาย (วาสิตา บุญสาธร, 2561: 59) คือ ตัวบทที่ใช้ภาษาในรูปถ้อยคำในการสื่อสาร (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2561: 181) กลวิธีทางวัจนภาษาหรือภาษาที่เป็นถ้อยคำเป็นกลวิธีที่นำเสนอเนื้อหาประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพและชัดเจนผ่านการตีความ จากการวิเคราะห์พบกลวิธีทางวัจนภาษาหลากหลายกลวิธี ได้แก่ กลวิธีการตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ กลวิธีการใช้คำกริยา กลวิธีการอ้างถึง กลวิธีการใช้วัจนกรรม การใช้คำขวัญ และกลวิธีการใช้เรื่องเล่า ดังนี้

5.1.1 การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ

การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการในการวิจัยนี้ หมายถึง ชื่อหัวข้อที่สถาบันขงจื้อไทยตั้งขึ้นตามวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ ซึ่งจำเป็นต้องสื่อให้ผู้รับสารรู้ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นกลวิธีสำคัญในการนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทยอย่างโดยตรง เนื่องจากการตั้งชื่อที่ประกอบด้วยคำศัพท์ต่าง ๆ มักเรียกบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อแสดงให้เห็นทัศนคติ ความเชื่อและความคิดเกี่ยวกับสิ่งที่กล่าวถึงได้เป็นอย่างดีและมักจะเกี่ยวพันกับบริบททางสังคมวัฒนธรรม และ

สัมพันธ์กับการแสดงอัตลักษณ์ด้วย เพื่อให้คนเรารู้ว่าเราเป็นใคร (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2561: 182) กลวิธีการตั้งชื่อกิจกรรมในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กปรากฏทุกสถาบันขงจื่อในประเทศไทย เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เป็นกระบวนการสื่อที่ชนะ ความคิดและความเชื่อตามบริบทสังคม วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย จนนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กร ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



BUU เปิดรับสมัคร **ภาพที่ 1**
คอร์สเรียนภาษาจีนออนไลน์
สำหรับบุคคลทั่วไป
 (เริ่มเรียน ธันวาคม 2566)

สมัครเรียน วันสมัครเรียนที่ 27 ตุลาคม 2566 (ปิดรับสมัครจำนวน)

ส่งใบสมัครมาที่ Google Form (กรุณา Login Gmail ก่อนสมัคร) : https://forms.gle/pGsvkYxf0xzJgl_Qp6
 รหัสผ่าน QR CODE

- รับสมัครผู้เรียน อายุ 10 ปีขึ้นไป
- ครอบคลุมผู้เรียนที่มีพื้นฐานจีนแบบไม่มี ส่วนมาดัดแปลงจากสถาบันฯ ของผู้เรียนได้ครบถ้วน
- มีเอกสารประชาสัมพันธ์และจัดการชำระเงินกับสมัครเรียน (ขอสงวนสิทธิ์ในบัตร)
- ไลน์ www.confucius.buu.ac.th และ www.facebook.com/buconfucius

ชำระค่าเงินสมัครเรียน

- ชำระค่าสมัครเรียน ชำระเงินระหว่างวันที่ 30 ตุลาคม - วันที่ 3 พฤศจิกายน 2566 โดยโอนเข้าบัญชีธนาคาร (ติดตามประกาศต่อทางการชำระเงิน)
- ติดตามประกาศการชำระเงิน และจัดการชำระเงินได้ที่ www.confucius.buu.ac.th และ www.facebook.com/buconfucius
- ผู้สมัครยอมรับประกาศเรียนออนไลน์ได้ทั้งหมด เหนามาเมื่อชำระเงินแล้วสามารถยกเลิกได้ทุกราย

ช่องทางการเรียนออนไลน์

- การติดต่อผู้เรียน : ไลน์กลุ่ม Line และ Wechat สำหรับแจ้งการชำระเงิน ข้อมูลการเรียน และติดต่ออาจารย์ผู้สอนรายวัน
- การทำเรียนออนไลน์ (Voox Meeting) : ดาวน์โหลด Application Voox Meeting และนำรหัสห้องเรียนที่ได้รับจากอาจารย์ผู้สอนไปใส่ในช่อง Join Meeting

เอกสารประกอบการเรียน และใบประกาศนียบัตรหลังจบคอร์ส

- เอกสารประกอบการเรียน : ทางสถาบันฯ จะนำส่งให้ทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ที่ได้แจ้งไว้
- ใบประกาศนียบัตร : ผู้เรียนจะได้รับใบประกาศนียบัตรที่ออกโดยสถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยบูรพา เมื่อสำเร็จเรียน 7 คอร์สขึ้นไป

สอบถามรายละเอียดได้ที่ สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา
 โทรศัพท์ : 08-1295-1887 (ในเวลาทำการ วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.30-16.30น.)
 E-mail : confuciusbuu@hotmail.com Facebook : www.facebook.com/buconfucius



BUU **ภาพที่ 2**
การสอบวัดระดับความสามารถภาษาจีน
HSK,HSKK (แบบข้อเขียน)

วันอาทิตย์ที่ 3 ธันวาคม 2566
 เปิดรับสมัครตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ.2566

- สมัครในเว็บ WWW.CHINESETEST.CN
- ชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารกรุงไทย มหาวิทยาลัยบูรพา
 - HSK 1 ค่าสมัครสอบ 500 บาท
 - HSK 2 ค่าสมัครสอบ 700 บาท
 - HSK 3+HSKKระดับต้น ค่าสมัครสอบ 1,400 บาท
 - HSK 4+HSKKระดับกลาง ค่าสมัครสอบ 1,900 บาท
 - HSK 5+HSKKระดับสูง ค่าสมัครสอบ 2,400 บาท
 - HSK 6+HSKKระดับสูง ค่าสมัครสอบ 2,800 บาท
- กรอกข้อมูลพร้อมแบบหลักฐานการโอนเงิน (PAY IN)
- โทรมยืนยันการสมัคร ที่สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยบูรพา

หากสถาบันขงจื่อ.บูรพา ไม่สามารถตรวจสอบหลักฐานการชำระค่าสมัคร ถือว่าผู้สมัครสอบละสิทธิ์ในการสอบ โปรดศึกษารายละเอียดการสมัครสอบให้ครบถ้วน ก่อนชำระค่าสมัครสอบ

TEL: 08 1295 7887
 WWW.CONFUCIUS.BUU.AC.TH
 CONFUCIUSBUU@HOTMAIL.COM
 FACEBOOK.COM/CONFUCIUSBUU



BUU **ภาพที่ 3**
อบรมและศึกษาดูงาน
สำหรับผู้บริหารและครูสอนภาษาจีน
泰国教育部民教委华文教育工作 赴华研习班
8-21 ตุลาคม 66
ปิดรับสมัคร : 15 สิงหาคม 66

คุณหมิง
昆明

คุณสมบัติ

- > เป็นครูสอนภาษาจีน/ผู้อำนวยการ หรือ กรรมการผู้บริหารโรงเรียนสอนภาษาจีน
- > อายุ 24 - 65 ปี มีสุขภาพแข็งแรง
- > ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของประเทศไทย
- > ไม่มีประวัติอาชญากรรม

ลงทะเบียนเข้าร่วม

082-009-678 / 083-476-0478
sinothai.edu@gmail.com
www.sinothaiedu.com
 sinothaiedu

SCAN ME!



ภาพที่ 5.1 การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการด้านภาษาจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 7

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 10

ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 6

ตัวอย่างข้างต้น เป็นกลวิธีการตั้งชื่อกิจกรรมตามวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน ผู้รับสารสามารถสังเกตเห็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ได้อย่างโดยตรง ภาพที่ 1 และ 4 เป็นการตั้งชื่อแผ่นป้ายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการอบรมภาษาจีน คือ *เปิดรับสมัครคอร์สภาษาจีนออนไลน์สำหรับบุคคลทั่วไป* และ *สถาบันขงจื้อ.....เปิดรับสมัครเรียนภาษาจีนหลักสูตรสำหรับบุคลากร มข.* ภาพที่ 2 เป็นการตั้งชื่อโดยกล่าวถึง*การสอบวัดระดับความสามารถภาษาจีน HSK, HSKK (แบบข้อเขียน)* ประสัมพันธ์ให้ผู้ที่มีความรู้ภาษาจีนร่วมทดสอบภาษาจีน ภาพที่ 3 *การอบรมและการศึกษาทำงานสำหรับผู้บริหารและครูสอนภาษาจีน* เป็นโอกาสพัฒนาผู้สอนภาษาจีนคนไทย

และภาพที่ 5 2023 FLASH EXPRESS การแข่งขันการแปลและการล่ามจีนไทย-ไทยจีน เป็นการ จัดกิจกรรมประกวดความเข้าใจทางภาษาจีนเชิงประยุกต์สำหรับชาวไทย

การตั้งชื่อดังกล่าวล้วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและโครงการภาษาจีน สถาบันขงจื่อไทยใช้ ภาษาจีนเป็นสื่อกลางในการสร้างความเชื่อมโยงกับกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน และมุ่งเน้นการเรียน การสอนภาษาจีน ผู้รับสารประทับใจกับการตั้งชื่อว่า สถาบันขงจื่อไทยให้บริการด้านการพัฒนา ภาษาจีนในสังคมไทย จึงกลายเป็นอัตลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ ทำให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน ตัวอย่างต่อไป เป็นการตั้งชื่อแผ่น ป้ายประสงคที่จะประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2





ภาพที่ 5.2 การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทยจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 3

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 11

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จเจ้าพระยา”, 2566: 11

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 9

ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 8

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการตั้งชื่อกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ภาพที่ 1 และภาพที่ 2 ได้ระบุความสัมพันธ์ไทยจีนด้วยถ้อยคำโดยตรง คือ การบรรยายในหัวข้อ “ความสัมพันธ์ไทย-จีนและการพัฒนาของประเทศจีน” และใช้คำขวัญในการจัด “โครงการประกวดออกแบบผลงานสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ‘จีน-ไทยใช้ถิ่นไกลครอบครัวเดียวกัน’” เป็นการอ้างคำราชาขการทางการทูตในประเด็นการประกวด แสดงให้เห็นการยกย่องและการให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างไทยจีน และ ภาพที่ 4 เป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาชีพ “Job Fair ‘บุคคลากรชั้นสูงภาษาจีนไทย+’ บริษัทชั้นนำ 30 แห่ง ! กว่า 300 ตำแหน่งรอคุณอยู่” กล่าวถึงจำนวนบริษัทและจำนวนตำแหน่งสำหรับผู้เรียนภาษาจีนคนไทย

การตั้งชื่อกิจกรรมแนะนำอาชีพด้วยการใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ “ใครว่าเรียนภาษาจีนแล้วต้องเป็นเหล่าซือเท่านั้น?” เป็นกิจกรรมแนะนำอาชีพอื่นที่นอกจากเป็นครูสอนภาษาจีนให้กับ

ผู้เรียนภาษาจีน สถาบันขงจื่อไทยยึดแนวคิดกับการแก้ไขปัญหาทางอาชีพของผู้เรียนภาษาจีนในสังคมไทย ภาพสุดท้ายเป็นการมีส่วนร่วมขององค์กรไทย การตั้งชื่อ “โครงการพัฒนาสมรรถนะครูสอนภาษาจีนในการจัดการเรียนรู้ในการผลิตสื่อวัฒนธรรม สำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21” โดยสถาบันขงจื่อร่วมกับโรงเรียนแก่นนครวิทยาลัย จึงเป็นการสนับสนุนการศึกษาขององค์กรไทย การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการดังกล่าวแสดงให้เห็นการเนื้องานและอัตลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยที่มุ่งเน้นการเผยแพร่ความสัมพันธ์ไทยจีนอันใกล้ชิด การสนับสนุนอาชีพของผู้เรียนคนไทย และพัฒนาบุคลากรครูสอนภาษาจีนชาวไทย การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการด้านวัฒนธรรมจีนเป็นกลวิธีทางภาษาที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

ตัวอย่างที่ 3

ภาพที่ 1

钱兔似锦 · 花开富贵
兔年迎新年 迎春接福
ขอเชิญ มาร่วมสนุก
กับงานฉลองตรุษจีน
ลิ้มลองอาหารจีนรสเลิศ
เพลิดเพลินกับกิจกรรม
ชมวัฒนธรรมจีนผ่านใจ
FREE ENTRY
27 มกราคม เวลา 8:30-14:00 น.
ณ อาคารบริหารชั้น 1 คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ภาพที่ 2

“皓月当空 情满中秋”
2023年中秋节暨中秋庆祝活动
“จันทร์สว่างกลางฟ้า อิมอูร์วันไหว้พระจันทร์”
กิจกรรมเฉลิมฉลองเนื่องในวันชาติจีนและเทศกาลไหว้พระจันทร์ ประจำปี 2566
活动内容 (กิจกรรม):
1. 歌舞、朗诵表演
การแสดงดนตรีและรำจีน และท่องกลอนจีน
2. 冰皮月饼DIY
กิจกรรมทำขนมไหว้พระจันทร์
3. “猜灯谜-猜谜” 趣味游戏
เกม “ไขว่นักทายปริศนาโคมไฟ”
4. 茶艺体验
กิจกรรมสัมผัสวัฒนธรรมศิลปะการชงชา
活动时间: 2023年9月28日 13:30-16:00
วันและเวลา : วันพฤหัสบดีที่ 28 กันยายน 2566
เวลา 13:30 - 16.00 น.
活动地点: 博仁大学4号楼1楼
สถานที่: ห้องประชุมสมาน สุทธิพิทักษ์ อาคาร 4 ชั้น 1
มหาวิทยาลัยขงจื่อไทย
活动详情可通过以下方式了解
邮箱: taichang@puhu.com
微信号: 676277666 (徐老师)

ภาพที่ 3

เราากำลังตามหา
เนื้อหา
-ความรู้พื้นฐานในการเขียนตัวอักษรจีน
-การเลือกรูปการเขียนเส้นอักษรจีนจากวิธีโต้และการเขียนเส้นอักษรจีนขั้นพื้นฐาน
-การฝึกเขียนอักษรจีน
-การฝึกเขียนตัวอักษรแบบ ล้วน เสี่ยวเวิน ล้วน เสี่ยวและอักษรฝอยชู(อักษรขนาดฐาน)
-การฝึกเขียนคำในบทกวีต่างๆ
ระยะเวลาในการเรียน
เรียน 9 ครั้งใน 1 เดือน โดยจะเรียนครั้งละ 1 ชั่วโมง
ทุกวันวันพฤหัสบดี เวลา 16:30 – 17:30 น.
(เรียนวันหนึ่งแต่ครั้ง 2 ปีขนาด 2566)
ชั้นเรียนศิลปะการเขียนตัวอักษรจีน

ภาพที่ 4

โครงการเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีน 2023
ในวันศุกร์ที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2566 เวลา 16.30-18.30 น.ณ อาคาร
น่านกิจกรรมด้านหน้าศูนย์ศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ 5

โครงการมวยไทเก๊กบริหารร่างกาย ประจำปี 2566
INTERDISCIPLINARY TAIJI
โดย อาจารย์เอกรัตน์ จันทร์รัฐติศา
-ผู้เข้าอบรมสถาบันขงจื่อไทยในสาขาภาษาจีน (ฝ่ายไทย)
-ผู้สนใจมวยไทเก๊กระดับอายุรุ่นที่ 6
-ผู้ก่อตั้งสำนักมวยไทเก๊กขงจื่อไทย

ภาพที่ 5.3 การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 1

ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 9

ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 2

ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 2

ภาพที่ 5 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้ชื่อกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน ภาพที่ 1 2 และ 4 เป็นการตั้งชื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลวัฒนธรรมจีน ภาพที่ 1 และ ภาพที่ 2 ตั้งชื่อด้วยคำขวัญ **โบตันเบ้งบาน งดงามปีเถาะ** นำความงามของดอกไม้โบตันที่เบ้งบานใช้กับเทศกาลตรุษจีน เพื่อสื่อความปรารถนาที่ดีในเทศกาลตรุษจีนปีเถาะ และ **จันทร์สว่างกลางฟ้า** เป็นการใช้ปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่ดวงจันทร์สว่างที่สุดในวันเทศกาลไหว้พระจันทร์ ซึ่งตรงกับวันที่ 15 ค่ำ เดือน 8 ตามปฏิทินจันทรคติของจีน จึงใช้สัญลักษณ์ของพระจันทร์เต็มดวงเพื่อถ่ายทอดความ **อิมอรุวันไหว้พระจันทร์** ทางจิตใจผู้คน และภาพที่ 4 จึงเป็นกิจกรรมตรุษจีน ภาพที่ 4 **ชั้นเรียนศิลปะการเขียนพู่กันจีน** การลงท้ายชื่อการอบรมด้วยคำว่า “จีน” เพื่อบ่งบอกการเขียนพู่กันเป็นของวัฒนธรรมจีน และภาพที่ 5 **โครงการมวยไทเก๊กบริหารร่างกาย** เป็นการกล่าวถึงศิลปะการรำมวยไทเก๊กที่เป็นมรดกจีนมีประโยชน์ต่อร่างกาย การประชาสัมพันธ์เทศกาลจีนและกิจกรรมศิลปะจีนโดยใช้ชื่อวัฒนธรรมจีนและปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม ช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจวัฒนธรรมจีนชัดเจนขึ้น เนื่องจากเทศกาลตรุษจีน เทศกาลไหว้พระจันทร์ การเขียนพู่กันจีน มวยไทเก๊กเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น ซึ่งสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมจีน และดึงดูดผู้สนใจวัฒนธรรมจีนคนไทยเข้ามามีส่วนร่วมในวัฒนธรรมจีน อันนำไปสู่การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมของทั้งสองประเทศ ข้อความดังกล่าวแสดงความคิดเห็นการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนของสถาบันขงจื้อไทย การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนเป็นกลวิธีที่นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน**

การศึกษากลวิธีการตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการพบว่า การตั้งชื่อตามวัตถุประสงค์ประชาสัมพันธ์ในแผนป้ายเป็นกลวิธีสำคัญที่สุดเพื่อมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาภาษาจีนในประเทศไทย การเผยแพร่วัฒนธรรมจีนสู่ประเทศไทย และการปฏิบัติงานส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน มีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจผู้รับสาร สอดคล้อง การตั้งชื่อมีความสำคัญที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกตัดสินใจ ผู้ส่งสารต้องมีความสามารถเลือกสรรการใช้ภาษาให้เหมาะสมกับการตั้งชื่อให้มี

ความสะดุดตา (Fatimafaty Sou, 2566: 120) สถาบันขงจื่อไทยเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบประชาสัมพันธ์ ขณะที่ผู้รับสารจะเข้าใจวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ผ่านชื่อ จนเกิดภาพต่อสถาบันขงจื่อไทยในใจ ดังนั้น ชื่อกิจกรรมมีลักษณะสั้น กระชับ และชัดเจนจึงกลายเป็นวิธีที่ตรงในการสื่อวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย สรุปดังตาราง

ตารางที่ 5.1 กลวิธีการตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย	การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ
ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน	☑
ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	☑
ภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสื่อกลางการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน	☑

กลวิธีการตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เป็นกลวิธีสำคัญที่ได้นำไปสู่ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยทั้ง 3 ภาพลักษณ์ ดังเช่นชุดิมา บุญอยู่ (2549: 1) กล่าวไว้ว่า ชื่อเป็นเครื่องมือสื่อความคิด แสดงลักษณะเฉพาะของสิ่งนั้นๆ และสามารถสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เป็นสัญลักษณ์ที่ถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ใช้ภาษาหรือคนในสังคม การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการของแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์มีลักษณะที่สั้น กระชับ และให้ภาพรวมของเนื้อหาได้อย่างชัดเจน โดยมุ่งสื่อสารสำคัญและวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในเวลาอันสั้น เสริมให้ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อเป็นทางการและน่าเชื่อถือ และเน้นประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

5.1.2 การใช้คำกริยา

คำกริยาเป็นคำที่บ่งบอกการกระทำ สถานการณ์ การเกิดขึ้นของเหตุการณ์ มีบทบาทถ่ายทอดความคิดและประสบการณ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หรือสะท้อนความสัมพันธ์ทางสังคมบางอย่างที่แฝงอยู่กับการสื่อสาร โดยกำหนด ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2562: 192) การวิเคราะห์กลวิธีการใช้คำกริยามีความจำเป็นที่จะศึกษาส่วนเกี่ยวข้องกับคำกริยานั้น ๆ ดังที่จันทิมา อังคพณิชกิจ (2562: 191) กล่าวว่า การวิเคราะห์คำกริยาในประโยคควรพิจารณาคำกริยาและคำที่สัมพันธ์กับคำกริยา ดังนั้น สถาบันขงจื่อไทยในฐานะผู้ประชาสัมพันธ์หรือผู้ส่งสารจึงได้เลือกใช้คำกริยามาแนะนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน และองค์กรที่เป็นสื่อกลางเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์กลวิธีการใช้คำกริยาจะศึกษาคำกริยา หรือคำที่ประกอบคำกริยาเป็นอาการนาม เช่น การประกวดการแข่งขัน โครงการอบรม ความร่วมมือ การพัฒนา เป็นต้น เนื่องจาก

การปรากฏคำกริยาสองลักษณะดังกล่าวในแผ่นป้ายมีจำนวนมาก และสื่อความสำคัญในการประกอบสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.2.1 คำกริยา “เปิดรับสมัคร”

คำกริยาที่ปรากฏบ่อยครั้งในการนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยมีการใช้คำว่า เปิดรับสมัคร โดยมีคำกริยาหลัก คือ สมัคร หมายถึง ยื่นคำงานขอเข้าเป็นสมาชิกหรือร่วมในกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556: 1170) ซึ่งเป็นคำที่เน้นการกระทำของสถาบันขงจื้อไทยที่รับผู้สมัครเข้าร่วมกิจการหรือกิจกรรมผ่านการประชาสัมพันธ์ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

ระดับภาษา	ภาษาจีน	ภาษาจีน	ภาษาจีน	ภาษาจีน	ภาษาจีน
HSK 1	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 2	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 3 + HSKK 初级	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 4 + HSKK 中级	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 5 + HSKK 高级	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 6 + HSKK 高级	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 口语	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 听力	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 阅读	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00
HSK 写作	09:00 - 11:00	11:00 - 13:00	13:00 - 15:00	15:00 - 17:00	17:00 - 19:00

ภาพที่ 5.4 คำกริยา “เปิดรับสมัคร” ในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อม. อัสสัมชัญ Confucius Institute of Assumption

University”, 2566: 11

ภาพที่ 2 เฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 11

ภาพที่ 3 เฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 10

ภาพที่ 4 เฟจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 11

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้คำกริยา “**เปิดรับสมัคร**” ในการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน โดยภาพที่ 1, 2 และ 4 เป็นการประชาสัมพันธ์บริการรับสมัครสอบวัดระดับภาษาจีน ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อทดสอบผลเรียนภาษาจีนของคนไทย ภาพที่ 3 เป็นการประชาสัมพันธ์การรับสมัครการเรียนการสอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทย แสดงให้เห็นถึงการกระทำของสถาบันขงจื่อในด้านภาษาจีน ทั้งการเปิดรับสมัครเรียนภาษาจีนและการเปิดรับสมัครสอบวัดระดับภาษาจีน สื่อให้เห็นถึงการให้บริการด้านการศึกษาภาษาจีนในท้องถิ่นอย่างครบวงจรของสถาบันขงจื่อ และสร้าง**ภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีน**โดยตรง คำกริยา “เปิดรับสมัคร” เป็นกลวิธีการใช้คำกริยาที่แสดงให้เห็นถึง**ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน**ผ่านการสนับสนุนการศึกษาด้านภาษาจีน

การใช้คำกริยารับสมัครกล่าวเป็นกลวิธีสำคัญนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อจากมุมมองการให้บริการภาษาจีน นอกจากนี้ การปรากฏคำกริยาสมัครยังปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์การให้ทุนการศึกษาด้วย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 1

BUU
เปิดรับสมัคร
ทุนการศึกษาสาขาการสอนภาษาจีนนานาชาติ
ประจำปี 2566
(ทุนสถาบันขงจื่อ)
2023年国际中文教师奖学金

ทุนการศึกษาระยะสั้น 4 สัปดาห์
ทุนการศึกษาระยะสั้น 1 ภาคการศึกษา - 1 ปีการศึกษา
ทุนการศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน

รายละเอียดการขอทุนการศึกษา
<http://confucius.buu.ac.th/?p=6818>

สแกน QR CODE
เพื่อดูรายละเอียด

เว็บไซต์ของทุนการศึกษา
ภาษาจีนกลางใช้ตั้งแต่ปี 1 มีนาคม 2566 เป็นต้นไป
<https://www.chinese.cn>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่ สาขาวิชาจีนศึกษา
โทรศัพท์ : 0-5310-2822 , 0-5310-2822 (ในวันอาทิตย์ วันขึ้นปีใหม่-สงกรานต์) 081 02-50-15,204
E-mail : confucius@buu.ac.th Facebook : www.facebook.com/BuuConfucius

เปิดรับสมัครทุนสถาบันขงจื่อ

2023年CIKU “国际中文教师奖学金” 线上报名表 (2023) ภาพที่ 2

ประเภททุนการศึกษา	คุณสมบัติด้านภาษา
一学期研究生 1 ทุน	<ul style="list-style-type: none"> HSK 3 (180 คะแนนขึ้นไป) HSKK ระดับดี/ดีมาก
一学年汉语研修线上 1 ทุนการศึกษา แบบออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> HSK 3 (180 คะแนนขึ้นไป) HSKK (ดีมาก)
一学期汉语研修线上 1 ทุน แบบออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> HSK ระดับดี/ดีมาก

สแกน QR CODE
ลงทะเบียนสมัครทุนทางออนไลน์
ปิดรับสมัคร 20 ตุลาคม 2566

สแกน QR CODE
รายละเอียดการขอทุนการศึกษา

สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ติดต่อสอบถาม 02-579-5686-8 ต่อ 2202

ภาพที่ 5.5 คำกริยา “เปิดรับสมัคร” ในการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษา

ที่มา: ภาพที่ 1 เฟจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 2

ภาพที่ 2 เฟจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 9

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการประชาสัมพันธ์การสมัครทุนพัฒนาวิชาชีพครูสอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย โดยใช้คำกริยา “เปิดรับสมัคร” ภาพที่ 1 และ 2 ใช้คำว่า “เปิดรับสมัคร” บ่งบอกการให้ทุนศึกษา มุ่งเน้นไปที่ผู้รับสารที่ต้องการสมัครทุนการศึกษาของสถาบันขงจื่อ เป็นคำที่แสดงความต้องการในสังคมโดยโยงกับการกระทำมอบให้ทุนศึกษาครูสอนภาษาจีนชาวไทย การเลือกสรรคำกริยา “เปิดรับสมัครทุนการศึกษา” ในการประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษา คำกริยา “เปิดรับสมัคร” หรือ “สมัคร” เป็นกลวิธีการใช้คำกริยาที่ขบเน้นภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือ และกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีนผ่านการกระทำที่สนับสนุนโอกาสทุนการศึกษาที่สถาบันขงจื่อมอบให้ครูสอนภาษาจีนชาวไทย ตัวอย่างต่อไป เป็นการใช้คำกริยา “เปิดรับสมัคร” เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3



ภาพที่ 1



ภาพที่ 2

ภาพที่ 5.6 คำกริยา “เปิดรับสมัคร” ในการประชาสัมพันธ์ศิลปวัฒนธรรม

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 7

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 11

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้คำกริยา “เปิดรับสมัคร” เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน โดยประชาสัมพันธ์ เปิดรับสมัครคอร์สเรียนพื้นฐานการบรรเลงกู่เจิง และ เปิดรับสมัครหลักสูตรศิลปวัฒนธรรมจีน แสดงให้เห็นสถาบันขงจื่อไทยจัดการอบรมศิลปวัฒนธรรมจีน และสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสารเรียนรู้เครื่องดนตรีจีน ซึ่ง

การบรรเลงกุ๋เจิง และเต๋นระบำจิ้น การอบรมศิลปวัฒนธรรมจีนสื่อความคิดที่ทำให้คนไทยเข้าใจ วัฒนธรรมความเป็นจีน และเพิ่มพูนทักษะการแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ และพันธกิจของสถาบันขงจื้อไทย ซึ่งเผยแพร่วัฒนธรรมจีนสู่ประเทศไทย

การใช้คำกริยา “เปิดรับสมัคร” หรือ “สมัคร” แสดงให้เห็น สถาบันขงจื้อไทยเป็นองค์กรที่มีระเบียบชัดเจน และมีศักยภาพเต็มที่ การรับสมัครไม่ได้มีตลอดเวลา จึงกระตุ้นให้ผู้รับสารรีบเข้าร่วม โครงการที่สถาบันขงจื้อจัดขึ้น

5.1.2.2 คำกริยา “อบรม”

การใช้คำกริยานำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อต่อมา คือ คำว่า อบรม หมายถึง แนะนำพร่ำสอนให้ซึมซาบเข้าใจไปจนติดนิสัย หรือแนะนำชี้แจงให้เข้าใจในเรื่องที่ต้องการ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556: 1372) เป็นการใช้คำเพื่อชี้ให้เห็นถึงการดำเนินงานของสถาบันขงจื้อไทยที่ส่งเสริมด้านใดด้านหนึ่งให้กับผู้รับสาร ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 4



ภาพที่ 5.7 คำกริยา “อบรม” ในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้คำกริยา “**อบรม**” ในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาษาจีน มักปรากฏในชื่อโครงการ ภาพที่ 1 **หลักสูตรการอบรมภาษาจีน** เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคมต่อบุคลากรแบบสหวิทยาการเพื่อเน้นไปที่อาชีพศึกษาเอกภาษาจีน ภาพที่ 2 คือ เป็น**การอบรมภาษาจีนสำหรับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย** ส่วนภาพที่ 3 เป็นการ**อบรมโครงการพัฒนาสมรรถนะครูสอนภาษาจีนในการจัดการเรียนรู้ในการผลิตสื่อนวัตกรรม สำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21** เพื่อพัฒนาผู้สอนภาษาจีน ตัวอย่างดังกล่าวใช้คำกริยา “อบรม” ในข้อมูลประชาสัมพันธ์หลักสูตรภาษาจีน คำว่า อบรม มีความเชื่อมโยงกับภารกิจการเรียนการสอนภาษาจีนของสถาบันฯ เพื่อให้สื่อให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่และบริการของสถาบันฯ ซึ่งเกี่ยวข้องในการจัดการเรียนการสอนและการเผยแพร่ภาษาจีน เปิดโอกาสให้คนไทยที่มีความต้องการเรียนภาษาจีนสามารถเข้ามาศึกษาที่สถาบันฯ ได้ ข้อความดังกล่าวนี้แสดงให้เห็น คำกริยา “อบรม” เป็นกลวิธีกรใช้คำกริยาที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

การใช้คำกริยา อบรม เป็นกลวิธีสำคัญเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนโดยประชาสัมพันธ์ให้เห็นภาระและบทบาทหน้าที่ของสถาบันฯ ซึ่งเกี่ยวข้องในการพัฒนาทักษะภาษาจีนแล้ว ยังมีการใช้คำกริยา “อบรม” ในการพัฒนาศักยภาพของผู้สอนภาษาจีนในประเทศไทย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 5

ภาพที่ 1

การอบรมครูภาษาจีน

หัวข้อ “เทคนิคการจัดการศึกษาภาษาจีนในยุคดิจิทัล”

หัวข้อ “大数据时代下的中文教学” 主题中文教师培训

日期: 2023年4月18-22日 地点: 泰国曼谷国际大学(曼谷) 2566

ภาพที่ 2

International Chinese Language Day

2023年泰国职教委官员
与专业教师职业中文技能培训

โครงการอบรม
การพัฒนาทักษะภาษาจีนสู่โลกอาชีพ
สำหรับครูวิชาชีพและผู้บริหารสถานศึกษา สอศ.

2023年4月18-22日
วันอังคารที่ 18-22 เมษายน 2566

หัวข้อการอบรม

- เทคนิคการเรียนการสอน เทคนิคการวัดประเมินผลและเทคนิคการวัดภาษาจีน
- META CHINESE CLASSROOM (ห้องเรียนภาษาจีนในเทคโนโลยี)
- ภาควิชาความเชี่ยวชาญ HSK ระดับต้นและการจัดสอบ HSK
- การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สอน HSK ของจีน
- แนวคิด สอนภาษาจีนแบบ ACTIVE LEARNING
- การใช้สื่อออนไลน์ในการสอนภาษาจีนยุคดิจิทัล

培训主题

贯彻课标原则, 从拼音及语法教学, 元宇宙中文教学, 新 HSK 标准
解读及考考相关介绍, 新HSK备考策略解析, 主动教学法在热学中文课堂中的应用,
大数据时代下多媒体技术在中文教学中的应用



ภาพที่ 5.8 คำกริยา “อบรม” ในการประชาสัมพันธ์ด้านการสนับสนุนการศึกษา

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 4
- ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 4
- ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 7
- ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 11

ตัวอย่างข้างต้น กล่าวถึงการอบรมครูสอนภาษาจีนที่สถาบันขงจื่อจัดขึ้น โดยใช้คำว่า “อบรม” ในการประชาสัมพันธ์**โครงการอบรมครูสอนภาษาจีน** ภาพที่ 1 และ 2 เป็นการจัดอบรมครูสอนภาษาจีน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสังคมในประเด็น “เทคนิคกันจัดการศึกษาภาษาจีนในยุคดิจิทัล” และ “การพัฒนาทักษะภาษาจีนสู่โลกอาชีพ” แสดงให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายของสถาบันขงจื่อในการบูรณาการการศึกษาภาษาจีนเข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคม และภาพที่ 3 และ 4 เป็นการอบรมครูผู้สอนภาษาจีนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อแสดงการอบรมตามแนวคิดของสถาบันขงจื่อที่ให้ความสำคัญต่อการเรียนภาษาจีนขั้นต้น แสดงทัศนคติการเผยแพร่ภาษาจีนในประเทศไทยที่จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพของผู้สอนภาษาจีน กระตุ้นทำให้ผู้รับสารตระหนักถึง**ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน** นอกจากนี้ การพัฒนาผู้สอนภาษาจีนในบริบทสังคมไทยยังแฝงนัยที่เสริมสร้างศักยภาพของผู้สอนภาษาจีนคนไทย โดยเลือกสรรใช้คำว่า “อบรม” เพื่อนำเสนอการสนับสนุนการศึกษาและอาชีพของคนไทย จึงเป็นกลวิธีที่แสดงการกระทำของสถาบันขงจื่อ จึงนำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน**

ภาพที่ 5.9 คำกริยา “ประกวด” หรือ “แข่งขัน” ในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 7

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 8

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง”, 2566: 10

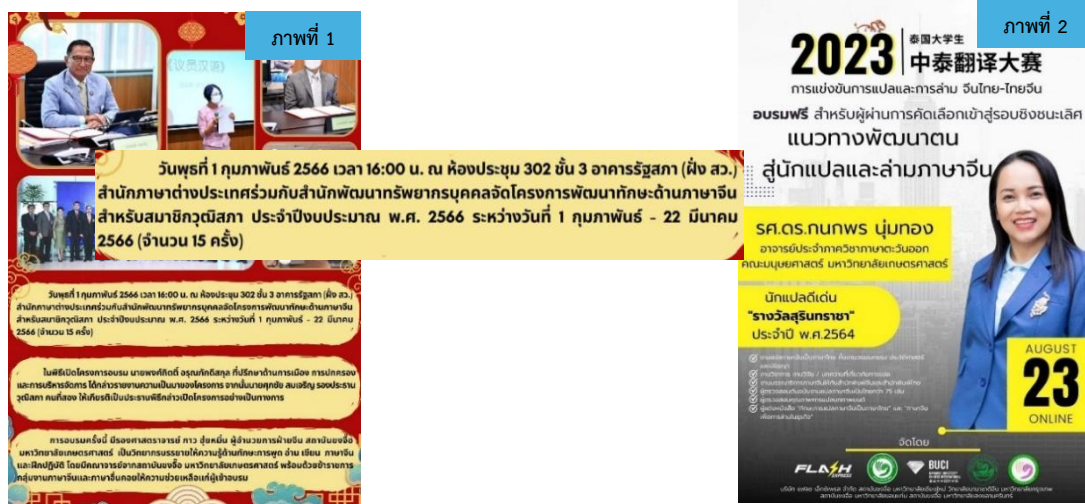
ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 11

ตัวอย่างข้างต้น กล่าวถึงสถาบันขงจื่อไทยที่ได้จัดกิจกรรมการประกวดด้านภาษาจีน โดยใช้คำว่า ประกวดหรือแข่งขัน ภาพที่ 1 และ 2 เป็น**การแข่งขันทักษะการแปลและการล่ามไทยจีน-จีนไทย** และ **การประกวดสุนทรพจน์** เป็นการทดสอบทักษะภาษาจีนโดยตรง และภาพที่ 3 และ 4 เป็น**การประกวดแข่งขันร้องเพลงจีน** แสดงให้เห็นจุดประสงค์สถาบันขงจื่อไทยที่นำภาษาจีนประยุกต์ใช้ในการทำความเข้าใจศิลปะการทำนองของเพลงจีน การใช้คำประกวดหรือแข่งขันแสดงให้เห็นว่าสถาบันขงจื่อมีศักยภาพการตัดสินใจผลประกวดด้านภาษาจีนชาวไทย และวิสัยทัศน์ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาษาจีนในสังคมไทย คือ การนำภาษาจีนไปใช้ในชีวิตจริง เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ต่อการรับรู้สิ่งต่าง ๆ การประกวดด้านภาษาจีนจึงเป็นการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อที่ได้เห็นถึงความพยายามของสถาบันขงจื่อ การใช้คำกริยา “ประกวด” หรือ “แข่งขัน” เป็นกลวิธีทางภาษาที่สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

5.1.2.4 คำกริยา “พัฒนา”

คำว่า “พัฒนา” หมายถึง ทำให้เจริญ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556: 827) เป็นการใช้คำกริยาที่ขบเน้นวัตถุประสงค์การดำเนินงานของสถาบันขงจื่อ คือ เป็นการใช้คำเพื่อส่งเสริมสังคมให้เจริญรุ่งเรืองในด้านต่าง ๆ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 7





ภาพที่ 5.10 คำกริยา “พัฒนา” ในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 7

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 11

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการกล่าวถึงสถาบันขงจื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมทักษะภาษาจีน โดยปรากฏคำกริยา “พัฒนา” ที่บ่งบอกการดำเนินงานการอบรม การประกวดและการบรรยายของสถาบันขงจื่อ เพื่อนำเสนอหน้าที่**การพัฒนาทักษะภาษาจีน**ให้แก่ สมาชิกวุฒิสภา (ภาพ 1) ผู้เข้าร่วมการประกวดการแปลและการล่ามไทยจีน-จีนไทย (ภาพ 2) ผู้ศึกษาภาษาจีน (ภาพ 3 และ 4) การใช้คำกริยาดังกล่าว เป็นการนำเสนอการกระทำและวิสัยทัศน์ของสถาบันขงจื่อที่มุ่งเน้นพัฒนาทักษะภาษาจีนให้แก่ประชาชนชาวไทย แสดงให้เห็นว่า สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับทักษะภาษาจีน การใช้คำกริยาจึงเป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน** การใช้คำกริยา “พัฒนา” มีการปรากฏในการนำเสนอการส่งเสริมอาชีพสำหรับบุคลากร ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 8



ภาพที่ 5.11 คำกริยา “พัฒนา” ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมบุคลากร

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกียรติ 华侨崇圣大学中医孔子学院”, 2566: 8

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 9

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 8

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้นเป็นการใช้คำกริยา “พัฒนา” เพื่อสื่อถึงกิจกรรมที่สถาบันขงจื่อจัดขึ้นและเข้าร่วมในการพัฒนาวิชาชีพ ภาพที่ 1 เป็น **โครงการอบรมพัฒนาคุณภาพบัณฑิต** ด้านการแพทย์แผนจีน ภาพที่ 2 เป็นการบรรยายเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรด้านอีคอมเมิร์ซ ซึ่งมีหัวข้อย่อยสามประเด็นที่ใช้คำว่า “พัฒนา” เพื่ออธิบาย **แนวทางการพัฒนา CBEC ในประเทศไทย** และความต้องการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับอีคอมเมิร์ซ ซึ่งนำเสนอหัวข้อ **การพัฒนาธุรกิจและความต้องการด้านบุคลากรชั้นสูงจีนไทย+ ของธุรกิจ E-commerce และโลจิสติกส์ด่วน และสถานการณ์ปะทุ**

ปางของการพัฒนาและความต้องการด้านบุคลากรชั้นสูงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภาพที่ 3 เป็นโครงการพัฒนาสมรรถนะครูผู้สอนภาษาจีน โดยมีพื้นฐานจากบริบทของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ส่วนแผ่นป้ายสุดท้าย เป็นโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศสมาชิกกรอบความร่วมมือล้านช้าง-แม่โขง คำว่า พัฒนา สื่อให้เห็นแนวคิดของสถาบันขงจื่อไทยที่ต่อยอดการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในสังคมไทย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการด้านอาชีพของสังคมปัจจุบัน การพัฒนาวิชาชีพให้กับบุคลากรเป็นการสนับสนุนอาชีพสำหรับคนไทย การใช้คำกริยา “พัฒนา” เป็นกลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทยจีนอย่างชัดเจน

5.1.2.5 คำกริยา “ร่วมมือ” หรือ “ร่วม”

คำกริยา ร่วมมือ หรือ ร่วม เป็นการใช้คำที่บ่งบอกการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนอื่น คำว่า ร่วม หมายถึง มีส่วนรวมอยู่ด้วยกัน, มีส่วนรวมในภาวะหรือสถานะเดียวกัน ส่วนคำว่า ร่วมมือ หมายถึง พร้อมใจช่วยกัน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554, 2556: 972) การใช้คำกริยาสองคำดังกล่าวมีบทบาทนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 9



เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ร่วมกับวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี จัดการแข่งขันร้องเพลงจีนรอบคัดเลือก ณ หอประชุมสิลาวดี วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี โดยได้รับเกียรติจาก นายศุภมิตร ศิริภักตะมากุล ศึกษาธิการจังหวัดชลบุรี กล่าวถึงความสำคัญของการเรียนรู้ภาษาจีนในเขตพื้นที่ EEC และรองศาสตราจารย์ สมถวิล จริตควรรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ เป็นประธานเปิดงาน





ภาพที่ 3



ภาพที่ 4

- ภาพที่ 5.12 คำกริยา “ร่วมมือ” หรือ “ร่วม” ในการประชาสัมพันธ์ความมีส่วนร่วมกับองค์กรไทย
 ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 11
 ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 2
 ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 9
 ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้คำกริยา “ร่วมมือ” และ “ร่วม” ในการนำเสนอการดำเนินความร่วมมือของสถาบันขงจื้อไทยกับองค์กรอื่น ๆ ของไทย ข้อมูลในทั้งสี่แผ่นป้ายเป็นการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย หัวข้อของความร่วมมือเกี่ยวข้องกับการศึกษาและวิชาการ โดยภาพที่ 1 3 และ 4 บอกถึงโครงการความร่วมมืออย่างชัดเจน ได้แก่ ความร่วมมือในการจัดประกวดร้องเพลงภาษาจีน ความร่วมมือด้านการเรียนการสอนและการฝึกอบรมภาษาจีน และความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน ข้อความดังกล่าวแสดงความสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อไทยในฐานะผู้กระทำ **“ร่วมมือ”** สนับสนุนการศึกษาภาษาจีนในระดับท้องถิ่น เพื่อช่วยพัฒนาองค์กรระหว่างกัน การใช้คำกริยา “ร่วมมือ” หรือ “ร่วม” ชี้ให้เห็น สถาบันขงจื้อมีส่วนร่วมกับองค์กรไทย เป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทยจีน

5.1.2.6 คำกริยา “เฉลิมฉลอง”

คำกริยา “เฉลิมฉลอง” หรือ “ฉลอง” ปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ คำว่า เฉลิม หมายถึง ยกย่อง และคำว่า ฉลอง หมายถึง ทำบุญหรือบูชาสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นงานเอกรีกเพื่อแสดงความปิติยินดี, จัดงานเอกรีกเพื่อแสดงความยินดีในโอกาสต่าง ๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556: 344) การใช้คำเฉลิมฉลองในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์มักใช้นำเสนอเทศกาลจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 10



ภาพที่ 5.13 คำกริยา “เฉลิมฉลอง” หรือ “ฉลอง” ในการประชาสัมพันธ์เทศกาล

ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 2

ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU

Hatyai”, 2566: 1

ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 9

ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จเจ้าพระยา”, 2566: 11

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้คำกริยา “เฉลิมฉลอง” หรือ “ฉลอง” ในการประชาสัมพันธ์เทศกาลดั้งเดิมของจีน โดยภาพที่ 1 และ 2 ใช้คำอาการนามจากคำกริยาเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมเทศกาลตรุษจีน คือ **งานเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีนปีกระต่าย 2023** และ**ขอเชิญมาร่วมสนุกกับงานฉลองตรุษจีน** ส่วนภาพที่ 3 เป็น**กิจกรรมฉลองเทศกาลไหว้พระจันทร์ ปี 2566** และภาพที่ 4 เป็น**กิจกรรมเฉลิมฉลองเนื่องในโอกาสเทศกาลไหว้พระจันทร์** เทศกาลตรุษจีน เทศกาลไหว้พระจันทร์ และเทศกาลไหว้พระจันทร์ ล้วนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของจีน (กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน, 2006: ออนไลน์) การใช้คำว่า “เฉลิมฉลอง” ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเทศกาลดั้งเดิม สร้างความการยกย่องและความยินดีของสถาบันขงจื้อต่อ

วัฒนธรรมจีน เพื่อขับเคลื่อนให้ผู้รับสารชาวไทยร่วมกิจกรรม และสัมผัสเรียนรู้วัฒนธรรมจีน เป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

กลวิธีการใช้คำกริยาในแผนป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย เป็นกลวิธีสำคัญที่ถ่ายทอดความคิด ทักษะ และวิสัยทัศน์ของสถาบันขงจื่อไทยในการดำเนินงานโดยบ่งบอกการกระทำและการเกิดขึ้นจากการเลือกใช้คำกริยา การศึกษาพบว่า สถาบันขงจื่อเลือกใช้คำกริยาหลายคำ ได้แก่ 1) เปิดรับสมัคร 2) อบรม 3) ประกวดหรือแข่งขัน 4) พัฒนา 5) ร่วมมือหรือร่วม และ 6) เฉลิมฉลองหรือฉลอง โดยมีการนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยของคำกริยาแต่ละคำ สรุปดังตาราง

ตารางที่ 5.2 กลวิธีการใช้คำกริยานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย

คำกริยา	ภาพลักษณ์องค์กร	มี บุคลิก และ เชี่ยวชาญภาษาจีน	ความร่วมมือและ กระชับความสัมพันธ์ ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะตัวแทน ประเทศจีน และ เผยแพร่วัฒนธรรมจีน
เปิดรับสมัคร		☑	☑	☑
อบรม		☑	☑	☑
ประกวดหรือแข่งขัน		☑		
พัฒนา		☑	☑	
ร่วมมือหรือร่วม			☑	
เฉลิมฉลองหรือฉลอง				☑

คำกริยาเป็นองค์ประกอบสำคัญของประโยค สื่อให้เห็นถึงเหตุการณ์หรือการกระทำ และความคิดของสถาบันขงจื่อไทย คำว่า เปิดรับสมัคร และอบรม เน้นไปที่การเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมจีน และการสนับสนุนการศึกษา ดังนี้ สามารถนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 3 ภาพลักษณ์ได้ ส่วนคำว่า ประกวดหรือแข่งขัน เป็นคำกริยาเน้นความสามารถหรือทักษะ นำสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลิกและเชี่ยวชาญภาษาจีนอย่างเดียว การแข่งขันภาษาจีนสามารถจัดได้ในหลายรูปแบบ เช่น การร้องเพลงภาษาจีน การกล่าวสุนทรพจน์ภาษาจีน หรือการแปลภาษาไทย-ภาษาจีน เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นแนวทางในการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนภาษาจีน ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ คำกริยา พัฒนา แสดงเป้าหมายของสถาบันขงจื่อที่ขับเคลื่อนส่งเสริมการดำเนินที่เป็นรูปธรรม คำกริยา ร่วมมือหรือร่วม แสดงในการมีส่วนร่วมร่วมกับสังคมไทย เป็นคำที่แสดงความเป็นมิตรหรือความใกล้ชิดกัน และการยอมรับอย่างชัดเจน ส่วนคำกริยา เฉลิมฉลองหรือฉลอง เป็นคำที่สื่อ

ความยินดี หรือสื่ออารมณ์ดี เน้นการยกย่อง จึงส่วนใหญ่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน

5.1.3 การอ้างถึง

การอ้างถึง หมายถึง การอ้างถึงบุคคลหรือสิ่งอื่นทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม (สิทธิธรรม อ่องจวิวัฒน์, 2559: 111) กลวิธีการอ้างถึงปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อไทย เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยให้มีความชัดเจนมากขึ้น เป็นการแสดงความเชื่อมโยงในภาษาระดับข้อความ เป็นการแสดงมุมมองของผู้พูดที่มีต่อสิ่งหรือบุคคลที่กำลังพูดถึง จัดได้ว่าเป็นการบ่งชี้ที่ใช้กำหนดสถานภาพ และบ่งบอกลักษณะเฉพาะของสิ่งที่กล่าวถึงได้ รวมทั้ง มุมมองและการกำหนดตำแหน่งความสัมพันธ์ของผู้พูดกับสิ่งที่ตนกำลังกล่าวอ้างถึงจากที่อื่น (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2561) กลวิธีการอ้างถึงปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อ ได้แก่ ชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน ข้อมูลบุคคล และองค์กรอื่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.3.1 การอ้างถึงชื่อ

การอ้างถึงชื่อที่ปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อไทย มีรูปแบบหลากหลาย ได้แก่ ชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน ศัพท์วัฒนธรรมจีน และชื่อขององค์กรอื่น จันทิมา อังคพณิชกิจ (2561: 182) กล่าวว่า การใช้ชื่อมีบทบาทการแสดงให้เห็นทัศนคติ ความเชื่อและความคิดเกี่ยวกับสิ่งที่กล่าวถึงได้เป็นอย่างดีและมักจะเกี่ยวพันกับบริบททางสังคมวัฒนธรรม และสัมพันธ์กับการแสดงอัตลักษณ์ด้วย เพื่อให้คนเรารู้ว่าเราเป็นใคร การอ้างถึงชื่อมีความสำคัญในการนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.3.1.1 ชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน

ชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน เป็นชื่อการสอบภาษาจีนที่สำนักงานความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนภาษาจีน-นานาชาติ กระทรวงการศึกษาแห่งประเทศจีนตั้งขึ้นเพื่อทดสอบความสามารถ ใช้ภาษาจีนของผู้สอบที่ไม่ใช่เจ้าของภาษาจีน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 5.3 การสอบวัดระดับภาษาจีน

ชื่อตัวย่อ	ชื่อตัวเต็ม	วัตถุประสงค์	ระดับ
HSK	Hanyu Shuiping Kaoshi	ทดสอบความรู้ภาษาจีนตามมาตรฐานสากล	1-6
HSKK	Hanyu Shuiping Kouyu Kaoshi	ทดสอบความสามารถการพูดภาษาจีนตามมาตรฐานสากล	1-3
YCT	Youth Chinese Test	ทดสอบความสามารถภาษาจีนนักเรียนระดับประถมและมัธยมตามมาตรฐานสากล	1-4

(สำนักงานความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนภาษาจีน-นานาชาติ, 2567: ออนไลน์)

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.14 การอ้างอิงชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน HSK HSKK และ YCT

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CIU”, 2566: 11

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 12

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 11

ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 7

ดังตัวอย่างข้างต้น เป็นการอ้างอิงชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีนในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการสอบวัดระดับภาษาจีนของสถาบันขงจื้อไทย ปรากฏชื่อ *HSK HSKK* ในภาพที่ 1-5 และ *YCT* ในภาพที่ 2 และ 5 โดยมีภาพที่ 1, 3 และ 4 เป็นการประชาสัมพันธ์การรับสมัครสอบ ภาพที่ 2 เป็นการประกาศเรื่องรับคะแนนสอบ และภาพที่ 5 เป็นการประกาศตารางสอบ การประชาสัมพันธ์สอบวัดระดับภาษาจีนที่อ้างอิงชื่อบ่งบอกลักษณะการดำเนินงานของสถาบันขงจื้อไทย เพื่อตอบสนองความต้องการสอบภาษาจีนในสังคมไทย และทำให้ผู้รับสารทราบว่า การจัดการสอบวัดระดับภาษาจีนโดยสถาบันขงจื้อได้รับการยอมรับจากกระทรวงการศึกษาแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

การอ้างอิงชื่อการสอบภาษาจีนนี้แสดงความเป็นทางการในการจัดสอบ และทำให้การสอบภาษาจีนของสถาบันขงจื่อมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เป็นกลวิธีที่ใช้ภาษาที่นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนในประเทศไทย** ตัวอย่างต่อไปเป็นการอ้างอิงศัพท์วัฒนธรรม

5.1.3.1.2 ศัพท์วัฒนธรรมจีน

ศัพท์วัฒนธรรมจีน เป็นการอ้างอิงชื่อของโครงการทางวัฒนธรรมจีนในเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นกลวิธีที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบริบททางสังคมวัฒนธรรมจีน มีบทบาทนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยในด้านวัฒนธรรม ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 5.15 การอ้างอิงศัพท์วัฒนธรรมจีน

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 9
- ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 9
- ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 2
- ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มรภ. บ้านสมเด็จเจ้าพระยา”, 2566: 6
- ภาพที่ 5 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 1

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการอ้างอิงศัพท์วัฒนธรรมจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ภาพที่ 1-3 อ้างถึงชื่อของศิลปะและภูมิปัญญาดั้งเดิมจีน ได้แก่ **มวยไทเก๊ก ศาสตร์การรมยาฉบับแพทย์แผนจีนโบราณ** และ **ฟู่กันจีน** การอ้างอิงศัพท์ศิลปะและภูมิปัญญาดั้งเดิมจีนในการประชาสัมพันธ์สื่อให้เห็นถึงความโดดเด่นของภูมิปัญญาจีนในการบำรุงรักษาสุขภาพ ภาพที่ 4 และ 5 ได้อ้างอิงชื่อเทศกาลจีน ได้แก่ **เทศกาลตวงอู่ (ไหว้บ๊ะจ่าง)** และ **เทศกาลตรุษจีน** เพื่อให้ผู้รับสารรู้จักขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมจีนเป็นเบื้องต้น และการวางชื่อคู่กับคำอวยพรในเทศกาลสามารถช่วยลดช่องว่างทางจิตใจระหว่างสถาบันขงจื่อไทยกับผู้รับสารชาวไทย และสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรและการแบ่งปันวัฒนธรรมจีนร่วมกัน การอ้างอิงศัพท์วัฒนธรรมจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์แสดงให้เห็น อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมจีน พร้อมเสริมสร้างความเข้าใจวัฒนธรรมของคนไทย และกลายเป็นการสื่อความเชิงสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย ดังนั้น การอ้างอิงศัพท์วัฒนธรรมจีนเป็นกลวิธีนำเสนอ **ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนอย่างชัดเจน**

การอ้างอิงศัพท์วัฒนธรรมจีนเป็นวิธีการบรรลุเป้าหมายที่เผยแพร่วัฒนธรรมจีนให้ผู้รับสารคนไทยเรียนรู้โดยตรง สถาบันขงจื่อไทยยังดำเนินหน้าที่ความร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ โดยการอ้างอิงชื่อขององค์กรเหล่านั้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย ดังตัวอย่าง

5.1.3.1.3 ชื่อองค์กรหรือชื่อสถาบันอื่น

การอ้างอิงชื่อองค์กรหรือชื่อสถาบันอื่น เป็นการปรากฏชื่อขององค์กรหรือชื่อของสถาบันอื่นที่ไม่ใช่ชื่อสถาบันขงจื่อไทยในข้อความประชาสัมพันธ์ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3





เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ.2566 สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ร่วมกับ วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี จัดการแข่งขันร้องเพลงจีนรอบคัดเลือก ณ หอประชุมสิริลาวัณีย์ วิทยาลัย เทคโนโลยีชลบุรี โดยมีได้รับเกียรติจาก นายศุภนิศร ศิริกันทะมากุล ศึกษาธิการจังหวัดชลบุรี กล่าวถึง ความสำคัญของการเรียนรู้ภาษาจีนในเขตพื้นที่ EEC และรองศาสตราจารย์ สมกวีล จริตควรร รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ เป็นประธานเปิดงาน



ภาพที่ 5.16 การอ้างอิงชื่อองค์กรหรือชื่อสถาบันอื่น

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกี้ยวรติ 华侨崇圣大学中医孔子学院”, 2566: 3
- ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2
- ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 11
- ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 8
- ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 10

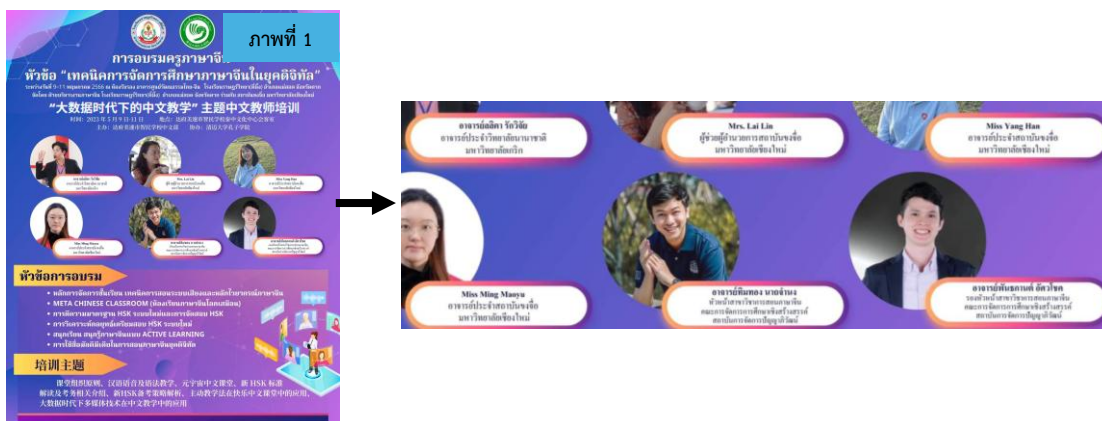
ตัวอย่างข้างต้น เป็นการอ้างอิงชื่อขององค์กรอื่น ๆ ในการประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทย ภาพที่ 1 กล่าวถึงการร่วมมือในโครงการการอบรมครูสอนภาษาจีนระหว่างสถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีน ม.หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติกับวิทยาลัยจีนศึกษา ม.หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ภาพที่ 2 กล่าวถึงการร่วมมือระหว่างสำนักภาษาต่างประเทศและสำนักพัฒนาทรัพยากรบุคคลในการจัดโครงการพัฒนาทักษะด้านภาษาจีน ภาพที่ 3 และ 4 เป็นความร่วมมือในการจัดการแข่งขันภาษาจีนกับวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี และโครงการภาษาจีนกับโรงเรียนรองด้า ภาพที่ 5 เป็นการอบรม

ภาษาจีนให้กับบุคลากร*ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่* วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553: 90, อ้างถึงในภัทรภรณ์ โสวภาค, 2565: 83) กล่าวว่า การอ้างอิงชื่อองค์กรไทยอื่น ถือเป็นหลักฐานที่เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ แสดงแนวคิดการสร้างร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื่อไทยกับองค์กรไทย พร้อมทั้งแสดงถึงการสนับสนุนด้านการศึกษาภาษาจีน ดังนั้น การอ้างอิงชื่อองค์กรหรือสถาบันอื่นเป็นกลวิธีที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทยจีน และการอ้างอิงชื่อองค์กรหรือสถาบันอื่นที่อยู่ภายใต้หัวข้อการศึกษาภาษาจีน แสดงให้เห็นว่าการเรียนการสอนภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทยได้รับความยอมรับจากสังคมไทย เป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนด้วย

5.1.3.2 การอ้างอิงข้อมูลบุคคล

การอ้างอิงข้อมูลบุคคล หมายถึง การประชาสัมพันธ์มีการกล่าวถึงบุคคลและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น เช่น ตำแหน่ง อาชีพหรือหน่วยงานที่สังกัด โดยเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 4





ภาพที่ 5.17 การอ้างถึงข้อมูลบุคคลในการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 4

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 7

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการอ้างถึงข้อมูลบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ประชาสัมพันธ์ ภาพที่ 1 และ 2 เป็นการประชาสัมพันธ์การอบรมครูภาษาจีน โดยกล่าวถึงผู้บรรยาย เช่น *Mrs. Lai Lin ผู้ช่วยผู้อำนวยการสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่* และ *อาจารย์ทิมทอง นางจันทน์ หัวหน้า.....สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และรองศาสตราจารย์ดร. จตุวิทย์ แก้วสุวรรณ รองคณบดี.....มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์* เป็นต้น การอ้างถึงตำแหน่งหรืออาชีพและหน่วยงานที่สังกัดของวิทยากรสอดคล้องกับหัวข้อการอบรมครูภาษาจีน ทำให้การอบรมมีน้ำหนักและความน่าเชื่อถือมากขึ้น ภาพที่ 3 เป็นการประชาสัมพันธ์การแข่งขันการแปลภาษาจีนไทย โดยอ้างถึง *รศ. ดร. กนกพร นุ่มทอง* ผู้ที่ได้รับขนานนามว่า “*นักแปลดีเด่น ‘รางวัลสุรินทราชา’*” และเป็น *อาจารย์ประจำ.....มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์* (สาขาภาษาจีนดูได้ที่ <https://etlg.human.ku.ac.th/instructor/3>) ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการแข่งขันที่ว่า “*พัฒนาต้นสนักแปลและล่ามภาษาจีน*” ภาพที่ 4 เป็นการประชาสัมพันธ์การบรรยายทางวิชาการด้านภาษาจีน โดยอ้างถึงผู้บรรยายที่เป็น *นพเก้า สิริรัตนานนท์ อาจารย์ประจำ.....มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์* การอ้างถึงข้อมูลบุคคลในหัวข้อที่เกี่ยวกับภาษาจีนเสริมเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับกิจกรรมของสถาบันขงจื้อไทย แสดงให้เห็นศักยภาพด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื้อไทย เป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

การอ้างถึงข้อมูลบุคคลเกี่ยวกับภาษาจีนเป็นกลวิธีทางภาษาเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษา ตัวอย่างต่อไปเป็นการอ้างถึงข้อมูลบุคคลเกี่ยวกับ

วัฒนธรรมเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 5



ภาพที่ 5.18 การอ้างอิงข้อมูลบุคคลในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกี้ยวติ 华侨崇圣大学中医孔子学院”, 2566: 8

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการอ้างอิงข้อมูลบุคคลของวิทยากรในการประชาสัมพันธ์การบรรยายด้านวัฒนธรรมของสถาบันขงจื้อไทย ภาพที่ 1 เป็นการประชาสัมพันธ์การบรรยายทางการแพทย์แผนจีน โดยมีวิทยากรศ. ดร. คั่นเซียงหลิง เป็นคณบดีการแพทย์แผนจีนเทียนจิน.....สหพันธ์การแพทย์

จีนโลก ซึ่งการอ้างอิงตำแหน่งดังกล่าวนี้ให้เห็นว่า วิทยากรได้รับการยอมรับในวงการแพทย์แผนจีน จึงทำให้การบรรยาย”เจาะลึกหลักการ.....ซางหารลุ่น” มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ภาพที่ 2 เป็นการบรรยายเกี่ยวกับการเผยแพร่ปรัชญาความกตัญญูของขงจื้อ วิทยากรเป็น**ที่ปรึกษาจีนศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์** เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้บรรยายมีความรู้ด้านวัฒนธรรมจีน ภาพที่ 3 เป็นการบรรยายในหัวข้อ “เรื่องราวประเทศจีน.....ระดับสากล” โดยอ้างอิงตำแหน่ง**ผู้อำนวยการศูนย์จีนศึกษา..... และผู้อำนวยการความร่วมมือ APEC และเอเชียตะวันออก** การกล่าวถึงตำแหน่งของวิทยากรทำให้นื่องการบรรยายมีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งถ่ายทอดวิสัยทัศน์ที่บุคลากรด้านวัฒนธรรมจีนทำหน้าที่เผยแพร่วัฒนธรรมจีนสู่สังคมไทย สถาบันขงจื้อไทยประชาสัมพันธ์กิจกรรมโดยอ้างอิงข้อมูลบุคคลที่สอดคล้องกับประเด็นการบรรยาย เป็นกลวิธีที่นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน**

การอ้างอิงที่ปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การอ้างอิงชื่อ คือ 1) การกล่าวถึงชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีนโดยกล่าวอ้างอิงชื่อ HSK HSKK และ YCT ซึ่งการอ้างอิงชื่อเหล่านี้สื่อให้เห็นศักยภาพด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื้อไทย 2) การอ้างอิงศัพท์วัฒนธรรมจีน อ้างอิงใช้ชื่อของวัฒนธรรมที่มี การบันทึกในรายชื่อของมรดกภูมิปัญญาจีน ([คั้นขวาได้ที่ https://www.ihchina.cn/project.html#target1](https://www.ihchina.cn/project.html#target1)) เป็นกลวิธีทำให้ผู้รับสารรับรู้วัฒนธรรมโดยตรง และ3) การอ้างอิงชื่อองค์กรอื่น เป็นการนำชื่อขององค์กรที่ไม่ใช่สถาบันขงจื้อไทยมาประกอบเป็นข้อความประชาสัมพันธ์ แสดงว่า สถาบันขงจื้อไทยพยายามร่วมกับสังคมไทยผ่านการร่วมมือกับองค์กรไทย

การอ้างอิงข้อมูลบุคคล ส่วนใหญ่ปรากฏในการจัดกิจกรรมการบรรยายโดยกล่าวถึงอาชีพ ตำแหน่ง และหน่วยงานที่สังกัดของวิทยากร เพื่อเป็นหลักฐานที่สอดคล้องและเกี่ยวข้องกับประเด็นการบรรยายและทำให้การบรรยายมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ประเด็นดังกล่าวนี้ไปสู่การนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทยที่เป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน และองค์กรที่เป็นสื่อกลางเผยแพร่วัฒนธรรมอย่างชัดเจน สรุปดังตาราง

ตารางที่ 5.4 กลวิธีอ้างอิงนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย

การอ้างอิง	ภาพลักษณ์องค์กร	มี บุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน	ความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน
การอ้างอิงชื่อ		☑	☑	☑
ชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน		√		

ศัพท์วัฒนธรรมจีน			✓
ชื่อองค์กรหรือสถาบัน	✓	✓	
การอ้างอิงข้อมูลบุคคล	☑		☑

การอ้างอิงชื่อได้ถูกจัดหมวดหมู่ตามประเภทของชื่อที่ปรากฏ เช่น ชื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การสอบวัดระดับภาษาจีน ได้แก่ HSK, HSKK และ YCT รวมถึงคำศัพท์วัฒนธรรมจีน ซึ่งการอ้างอิงชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีนและศัพท์วัฒนธรรมจีนล้วนสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องของแต่ละประเภท สำหรับการอ้างอิงชื่อองค์กรนั้น แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื่อไทยกับองค์กรหรือสถาบันไทยอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับจีน ความร่วมมือดังกล่าวส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน ซึ่งสื่อการยอมรับขององค์กรไทยต่อความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทย และช่วยสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยในฐานะองค์กรผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาจีน ส่วนการอ้างอิงข้อมูลส่วนบุคคลมักปรากฏในกิจกรรมหรือโครงการฝึกอบรม การบรรยาย หรือการเสวนา โดยมีจุดประสงค์เพื่อเสริมความน่าเชื่อถือของการเผยแพร่ข้อมูลทางความรู้และวัฒนธรรม จึงไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับภาพลักษณ์ด้านความสัมพันธ์ไทย-จีน

5.1.4 การใช้วัจนกรรม

การใช้วัจนกรรม หมายถึง การใช้ถ้อยคำเพื่อสื่อเจตนาบางอย่างของผู้ส่งสารสู่ผู้รับสาร โดยอาศัยหลักการของวัจนกรรมนี้มาใช้ในการวิเคราะห์เจตนาของผู้ส่งสาร (จันทิม่า อังคพนชกิจ, 2561: 204-205) ดังเชิร์ลสรุปว่า วัจนกรรมจะประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนเนื้อหา (propositional act) และส่วนเจตนา (illocutionary act) และการแบ่งกลุ่มวัจนกรรมตามความหมายหลักเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) กลุ่มบอกเล่า 2) กลุ่มชี้แนะ 3) กลุ่มผูกมัด 4) กลุ่มแสดงความรู้สึก และ 5) กลุ่มประกาศ/แถลงการณ์ (Searle, 1969, อ้างถึงในธรรมวัฒน์ พัฒนาสุทธินันท์ และวิภาดา รัตนดิถก, 2564: 94) แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อไทยประยุกต์ใช้วัจนกรรมนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อ การใช้วัจนกรรมประกอบด้วย วัจนกรรมการชี้แนะ วัจนกรรมการอวยพร และวัจนกรรมการประกาศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.4.1 วัจนกรรมการชี้แนะ

วัจนกรรมแสดงชี้แนะ เป็นวัจนกรรมที่แสดงถึงความต้องการของผู้ส่งสารที่ต้องให้ผู้รับสารกระทำตาม (จันทิม่า อังคพนชกิจ, 2561: 205) สถาบันขงจื่อไทยใช้วัจนกรรมกลุ่มชี้แนะเพื่อให้ผู้รับสารชาวไทยกระทำตามการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

5.1.4.1.1 การเชิญชวน

การเชิญชวน เป็นกลวิธีหนึ่งของผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกับผู้ส่ง

สาร (บรรทัดฐานภาษาไทย เล่ม 3, 2552, อ้างถึงในศิริขวัญ นครสวรรค์, 2560: 95) แผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์มีการปรากฏถ้อยคำเชิญชวนผู้รับสารร่วมกิจกรรมที่สถาบันขงจื้อจัดขึ้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.19 การเชิญชวนในกิจกรรมทางวัฒนธรรมจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 3

ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 7

ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10

ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 1

ภาพที่ 5 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้วัจนกรรมเชิญชวนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อนำเสนอ ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศไทยและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ภาพที่ 1 ขอเชิญผู้สนใจเข้าร่วม รับฟังการบรรยายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจีน เป็นการเชิญชวนผู้รับสารเพื่อเรียนรู้ความสัมพันธ์

ความสัมพันธ์ไทย-จีนและการพัฒนาของประเทศจีน ภาพที่ 2 เชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ.....ตามวิถีแพทย์แผนจีน เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้ผลประโยชน์ของแพทย์แผนที่มีต่อสุขภาพ ภาพที่ 3 เรียนเชิญชวน นักเรียน นิสิต นักศึกษา เข้าร่วม โครงการ.....ร้องเพลงจีน เป็นการทำให้เข้าถึงศิลปวัฒนธรรมจีนผ่านการประกวดร้องเพลงจีน ภาพที่ 4 ขอต้อนรับทุกท่านทุกท่านร่วมเทศกาลตรุษจีนปี 2023 เป็นการเชิญชวนให้ร่วมเทศกาลวัฒนธรรมจีน และภาพที่ 5 ขอเชิญคุณจารย์บุคลากร นิสิต/นักศึกษาและบุคคลทั่วไปการบรรยายวิชาจีนศึกษา มีประเด็นเทียนมิ่ง (天命)ในสังคมจีนโบราณ 5 ภาพดังกล่าว เป็นการใช้วัจนกรรมเชิญชวน สถาบันขงจื๊อไทยปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารโดยประชาสัมพันธ์กิจกรรมวัฒนธรรมเพื่อให้ผู้รับสารเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมจีน แสดงวิสัยทัศน์การเผยแพร่วัฒนธรรมจีนของสถาบันขงจื๊อไทย การที่สถาบันขงจื๊อไทยเชิญชวนให้ผู้รับสารร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมจีนช่วยเสริมสร้างความรู้สึกมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน เป็นกลวิธีการใช้วัจนกรรมการชี้แนะที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

นอกจากดังกล่าวนี้ กลวิธีการใช้วัจนกรรมกลุ่มชี้แนะที่ชี้ให้ผู้รับสารกระทำ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยยังแสดงจากวัจนกรรมการแนะนำ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.4.1.2 การแนะนำหรือการสั่ง

คำว่า “แนะนำ” หมายถึง ชี้แนวทางหรือปฏิบัติ หรือบอกให้รู้จักกันตามธรรมเนียม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556: 645) การแนะนำเป็นกลวิธีที่ผู้รับสารปฏิบัติทำตามสิ่งที่ผู้ส่งสารแนะนำ โดยผู้ส่งสารเชื่อว่าการปฏิบัตินั้น ๆ จะเกิดผลดีหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสาร (ทัศนวลัย เนียมบุบผา, 2544: 94) แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กใช้วัจนกรรมการแนะนำเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ขงจื๊อไทย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2

The image shows two versions of a Facebook post. The left version is the full post with a yellow background and a blue header. The right version is a zoomed-in view of the post's content, showing registration details and QR code instructions. An arrow points from the left screenshot to the right one.

Left Screenshot (Full Post):

- Header:** ภาพที่ 1 สมัครสอบ YCT รอบกระดาษ YCT รอบสอบวันที่ 11 พฤศจิกายน 2566 สถาบันขงจื๊อมหาวิทยาลัยขอนแก่น
- Section 1:** เข้าสมัครสอบที่เว็บไซต์ <http://www.chinesetest.cn>
- Section 2:** ส่งหลักฐานสมัครสอบเพื่อขอ Qr code ชำระเงิน ภายในวันที่ 10 ต.ค. 66 ก่อนเวลา 16.00 น.
- Section 3:** รอการตรวจสอบ

Right Screenshot (Zoomed-in Content):

- 1** เข้าสมัครสอบที่เว็บไซต์ <http://www.chinesetest.cn>
การกรอกชื่อและข้อมูลผู้สมัคร โดยข้อมูลทั้งหมด ต้องกรอกเป็น **ภาษาอังกฤษ หรือ ภาษาจีน** เท่านั้น พร้อมกรอกชื่อในรูปถ่าย ผู้สอบให้เรียบร้อย
ผู้สมัครสอบ HSK 3 ขึ้นไป ต้องใช้ใบศกภาพถ่าย
ตรวจสอบข้อมูลก่อนยื่นใบสมัครถ่าย ภาพต้องชัดเจน เป็นรูปนามบัตรหรือรูป (สี) ขนาดไม่เกิน **พื้นที่สี่เหลี่ยมแนวราบรูป** เท่านั้น ขนาด 154x-100px ให้ใส่ทาบ JPG (180 pixels * 240 pixels) รูปถ่ายไม่เกิน 3 เดือน
- 2** ส่งหลักฐานสมัครสอบเพื่อขอ Qr code ชำระเงิน ภายในวันที่ **10 ต.ค. 66 ก่อนเวลา 16.00 น.** (หากอัปเดตสมัครก่อนกำหนด จะประกาศแจ้งให้ทราบอีกครั้ง)
ส่งมาที่อีเมล cikuhsk@gmail.com
พร้อมแนบชื่อ-นามสกุล ภาษาอังกฤษ และระดับที่สอบ โดยระบุวันที่สอบ : **สมัครสอบ YCT รอบกระดาษ 11 พ.ย.2566**
*****เมื่อจากอีเมลจำนวนมาก การตอบอีเมล จะคล่องตัวขึ้น ผู้สมัครอีเมลหรือโทรมาด้วย *****
ผู้สมัครต้องตรวจสอบและชำระเงินค่าสมัครสอบ ให้ทัน ระยะสอบนี้ ถึงจะได้รับการยืนยันสิทธิ์***
เมื่อได้รับ QR code ชำระเงินแล้ว ต้องชำระเงินภายใน วันที่ **11 ต.ค. 66 เวลา 16.00 น.** และต้องแจ้ง **หลักฐานการชำระเงิน** ภายในวันที่ชำระ (เพื่อรับการยืนยันสิทธิ์สอบ) *ข้อปฏิบัติที่ใช้อื่นชำระเงิน จะต้องเป็นชื่อผู้สอบ!!!!
- 3** รอการตรวจสอบ
สถาบันฯ จะตอบกลับและแจ้งวันการสมัครสอบใน 7 วันทำการ
เมื่อชำระเงินแล้ว ถือว่าผู้สมัครได้ตรวจสอบและยอมรับเงื่อนไขการสมัครสอบ หากไม่ใช้ข้อมูลสมัครไม่กรอกครบถ้วน รวมถึงกรณีไม่สามารถชำระสอบ หรือ ชำระสอบ สถาบันฯ จะไม่คืนค่าธรรมเนียมสอบ และไม่สามารถเปลี่ยนวันสอบได้ โปรดศึกษารายละเอียดให้ถี่ถ้วน **และกรุณาตรวจสอบค่าสมัครสอบก่อนชำระเงิน ไม่สามารถทำเรื่องคืนเงินได้**

ภาพที่ 2
เปิดรับสมัครสอบ HSK1-6 และ HSKK (Paper-based test)
รอบสอบ 13 มกราคม 2024
จัดสอบที่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร

เปิดระบบรับสมัครและชำระเงิน
 09/11/2023 (10.00 น.) - 12/12/2023 (17.00 น.)
 (รับจำนวนจำกัดระดับใดก็ตามก่อนก็จะปิดรับสมัครทันที)

1. สามารถเข้าไปสมัครได้ที่ <https://bit.ly/40jyvtL> หรือ Scan QR Code ในภาพ (ไม่มีค่าธรรมเนียม walk-in)
 โดยการกดปุ่ม ลงทะเบียนสมัครในเว็บไซต์ โดยผู้สมัครทุกท่านต้องยืนยันตัวตนด้วยวิธีระบบเป็นทางการด้วยตนเอง และยืนยันตัวตนอีกครั้งที่สอบในวันสอบ (โปรดตรวจสอบเว็บไซต์ก่อนสมัคร)



2. หลังจากสมัครเสร็จแล้ว ให้ Add Line กลุ่ม ที่แจ้งไว้ในหน้าสุดท้าย เมื่อเข้ากลุ่มแล้วให้อ่านข้อกำหนดต่าง ๆ ที่แจ้งไว้ในมีนิก (Notes)

กลุ่มการสอบ	ภาษาจีน - 考试科目	HSK	HSKK	จำนวนที่นั่ง	จำนวนที่นั่งที่เหลือในมหาวิทยาลัย
HSK 1	HSK 1 (15.70 - 14.0)	HSK 1	HSK 1	500	+40 ที่นั่ง
HSK 2	HSK 2 (9.62 - 9.52)	HSK 2	HSK 2	700	
HSK 3 + HSK 3 听力	HSK 3 + HSK 3 听力 (7.00 - 7.00)	HSK 3	HSK 3	1,400	
HSK 4 + HSK 4 听力	HSK 4 + HSK 4 听力 (5.00 - 5.00)	HSK 4	HSK 4	1,400	
HSK 5 + HSK 5 听力	HSK 5 + HSK 5 听力 (3.00 - 3.00)	HSK 5	HSK 5	2,800	
HSK 6 + HSK 6 听力	HSK 6 + HSK 6 听力 (1.00 - 1.00)	HSK 6	HSK 6	2,800	
HSKK 听力	-	HSKK 听力	HSKK 听力	300	
HSKK 口语	-	HSKK 口语	HSKK 口语	700	
HSKK 听力	-	HSKK 听力	HSKK 听力	300	
HSKK 口语	-	HSKK 口语	HSKK 口语	300	

BUU **ขั้นตอนและวิธีกร** **ภาพที่ 3**
สมัครเรียน
สมัครเรียนผ่านช่องทาง GOOGLE FORM
[HTTPS://FORMS.GLE/PGSVKXVFOXZJGLQP6](https://forms.gle/PGSVKXVFOXZJGLQP6)
ติดตามการประกาศรายชื่อผู้สมัครและประกาศชำระค่าสมัครเรียน (หลังจากปิดรับสมัคร)
 ได้ที่ WWW.CONFUCIUS.BUU.AC.TH และ WWW.FACEBOOK.COM/BUUCONFUCIUS
ชำระค่าสมัครเรียน
 ชำระเงินระหว่างวันที่ 30 ตุลาคม - 3 พฤศจิกายน 2566
 โดยโอนเข้าบัญชีธนาคาร (ติดตามประกาศช่องทางชำระเงิน) และ เช็กลบเงินโอน
ติดตามการประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เรียน
 ได้ที่ WWW.CONFUCIUS.BUU.AC.TH และ WWW.FACEBOOK.COM/BUUCONFUCIUS
 ส่งเอกสารสมัครเรียนได้ที่ สถาบันวิจัยและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา (ชลบุรี) : 08-1966-9667 (ในวันทำการ) จันทบุรี : 08-1966-9667 (ในวันทำการ) : 08-1966-9667 (ในวันทำการ) : 08-1966-9667 (ในวันทำการ)
 E-mail : confucius@buu.ac.th Facebook : www.facebook.com/buuconfucius

เปิดรับสมัครสอบ HSK/ HSKK **ภาพที่ 4**

HSK ระดับ 1-6 และ HSKK ระดับต้น-สูง
รอบวันเสาร์ที่ 13 มกราคม 2567

จัดสอบแบบกระดาษ ณ สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สมัครสอบและโอนชำระค่าสมัครสอบ ได้ตั้งแต่วันที่ - 10 ธันวาคม 2566

เมื่อที่นั่งสอบเต็มแล้ว ทางสถาบันขงจื้อ มช. จะปิดรับสมัครสอบในระบบทันที

**** เดือนมกราคม พ.ศ.2566 เป็นต้นไป เริ่มรวมการสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน HSK และ HSKK เข้าด้วยกัน โดยตั้งแต่ HSK ระดับ 3 ขึ้นไป จำเป็นต้องสมัครสอบ HSKK ตามระดับที่กำหนดวันด้วย**

1. สมัครผ่าน <http://www.chinesetest.cn> เท่านั้น
2. ลงทะเบียนสมัครสอบเรียบร้อยแล้ว ชำระเงินภายในวันสมัครสอบ
3. ส่งหลักฐาน บัญชีอีเมล CICMU.THAlagmail.com

กรุณาอ่านทำความเข้าใจเงื่อนไขก่อนสมัคร

ภาพที่ 5.20 การแนะนำหรือการสั่งในการสมัครสอบหรือเรียนภาษาจีน

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 10
- ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 11
- ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10
- ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 11

ตัวอย่างข้างต้น เป็นวัจนกรรมกรการแนะนำขั้นตอนสมัครเข้าสอบวัดระดับภาษาจีน โดยมี คำกริยาปรากฏในแต่ละขั้นตอนที่แสดงการแนะนำให้ผู้รับสารปฏิบัติตาม ได้แก่ ภาพที่ 1 **กรอก** **ละเอียดข้อมูลผู้สมัคร ต้องอัปเดต ตรวจสอบ ส่งหลักฐานสมัครสอบ ต้องชำระเงิน และรอการ** **ตรวจสอบ** ภาพที่ 2 **สามารถเข้าไปสมัคร ให้ Add Line กลุ่ม และให้อ่านข้อนำหนดต่าง ๆ** ภาพที่ 3 **สมัครเรียนผ่านช่องทาง GOOGLE FORM ติดตามประกาศรายชื่อผู้สมัคร ชำระค่าสมัครเรียน** และภาพที่ 4 **สมัครผ่าน ลงทะเบียนสมัครสอบ ชำระเงิน และส่งหลักฐานมาทางอีเมล** การใช้

ว้จกนกรรกดงก่ล่วว เป็นสถบถนงจ้อไทยน่นน่วให้ผู้รับสรผู้สนจใจเข้าสอบวัดระดับภษษจีนกรกระทำ สังกตได้จกกรใช้ค้กรยที่แสดงเจตนาให้ปฏิบัติตมหรือออกค้สั่งในการประชสพถนงขึ้นตอน กรสอบ เพื่อแสดงควมม่นใจในการบริหารจัดการด้นกรสอบภษษจีนและควมรับผดชอบของ สถบถนงจ้อไทย กรน่นน่วหรือกรสั่งทำให้ผู้รับสรรู้สีกว่ กรสม้ครสอบภษษจีนที่สถบถนงจ้อ ไทยมีซัดเจนและควมม่นาเชื่อถ้อ แต่เสริมสร้ควมม่นคงและควมมีอ่นาจเชิงสถบถนงของสถบถนง จ้อในด้นภษษจีน เป็นกลวิธีกรใช้ว้จกนกรที่น่วไปสู่กรสร้ภษษลักษณะก้ครที่มีบุคคลกร และเชี่ยวชาญภษษจีนอย่งเป็นระบบ

5.1.4.2 ว้จกนกรกรอวยพร

ว้จกนกรกรอวยพร เป็นการใช้ว้จกนกรที่แสดงถึงควมคาคดหวังของผู้ส่งสรต่อผู้รับสร ซึ่งรวมไปถึงกรแสดงควมคดเห็นของผู้ส่งสรต่อเรื่องใดเรื่องน้ (จันทิมถ อังคพถนงจจ, 2561: 207) สถบถนงจ้อไทยถ่ยทอควมคาคดหวังของสถบถนงจ้อถ่นถ่นป่ยประชสพถนงเทศกล เพื่อสื่อให้เห็นถึงน่วคดและว้ศทศนกรด้นงานของสถบถนงไทย

ค่วว อวย และ พร ซึ่งอวย หมายพลถึง ให้ (รชษบถนงถยสถน, 2556: 1381) และ พร หมายถถึง ค่วแสดงควมปรารถนาให้ประชสพถนงที่เป่นสırımจค (รชษบถนงถยสถน, 2556: 806) ดงถ่น กรอวยพรในถ่นป่ยประชสพถนงของสถบถนงจ้อไทย ค้อ ถ้อยค่วที่มีควมหมายส่งมอบควม ปรารถนาดีให้กับผู้รับสร เพื่อให้ผู้รับสรพบเจอส่ก่ที่เป่นสırımจค ดงถ่วอย่ง

ถ่วอย่ง 3





ภาพที่ 5.21 การอวยพรในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี”, 2566: 1
 ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2
 ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 9
 ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา”, 2566: 6

ตัวอย่างข้างต้น เป็นวัจนกรรมการอวยพรในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ โดยมีถ้อยคำอวยพรส่วนใหญ่ปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เทศกาล ภาพที่ 1 และภาพที่ 2 เป็นการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน โดยกล่าวคำอวยพร ขอให้ทุกท่านสงบสุขและปลอดภัย และขอให้สมหวังปรารถนาในปีใหม่ มีแต่ความสุขมั่งคั่ง โชคดีร่ำรวยตลอดปี ภาพที่ 3 ประชาสัมพันธ์เทศกาลไหว้พระจันทร์ อวยพรว่า ขอให้ท่านมีความสุขในเทศกาลไหว้พระจันทร์ การงานราบรื่น ครอบครัวสุขสันต์ สุขภาพแข็งแรง และสมความปรารถนาทุกประการ และภาพที่ 4 เป็นการประชาสัมพันธ์เทศกาลตวนอู่ (ไหว้บ๊ะจ่าง) กล่าวว่า ขอส่งปรารถนาดีมายังทุกท่าน ขอให้ทุกท่านสุขภาพ สบายใจ สุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงตลอดไป การใช้วัจนกรรมการอวยพรดังกล่าวนี้มีบทบาทสื่อความปรารถนาดีในเทศกาลจีน เป็นกลวิธีสื่อถึงสาระสำคัญและความครอบคลุมของวัฒนธรรมจีน ซึ่งมอบคุณค่าทางอารมณ์เชิงบวกแก่ผู้รับสารชาวไทย อันนำไปสู่การยอมรับในวัฒนธรรมเทศกาลของจีน สถาบันขงจื้อในประเทศไทยต่อยุ่บทบาทของตนในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างไทยจีน และส่งเสริมการรับรู้ของคนไทยที่มีต่อวัฒนธรรมเทศกาลจีนมากขึ้น กลวิธีการใช้วัจนกรรมการอวยพรทำให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

5.1.4.3 วัจนกรรมการประกาศ

การใช้วัจนกรรมประกาศ เป็นวัจนกรรมที่เมื่อกล่าวถ้อยคำเสร็จสิ้นก็ทำให้เกิดการกระทำหรือเหตุการณ์ขึ้นพร้อม ๆ กันด้วย ต้องกล่าวโดยผู้ที่มีอำนาจในการทำวัจนกรรม (จันทิมา อังคพนิชกิจ, 2561: 207) โดยการนิยาม การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพลง

ซบู่ก เป็นการใช้วัจนกรรมประกาศหรือแถลงการณ์ในการสื่อการดำเนินงาน ความเชื่อและความคิดให้สาธารณชนทราบ เนื่องจากสถาบันขงจื่อไทยเป็นองค์กรการศึกษาที่รัฐบาลจีนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย กลวิธีการใช้วัจนกรรมประกาศหรือแถลงการณ์จะทำให้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์มีความหนักหนา และความเป็นทางการ ดังนั้น การวิเคราะห์ประเด็นนี้ ผู้วิจัยจำเป็นต้องโยงกับเนื้อหาประชาสัมพันธ์ของบทที่ 4

สถาบันขงจื่อไทยใช้วัจนกรรมการประกาศการให้บริการทางด้านภาษาจีนในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ดังผลการวิเคราะห์จากข้อความประกาศใน **ประเด็น 4.1** ได้แก่ การจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการ การสอบวัดระดับภาษาจีน และการประกวดทักษะภาษาจีน พร้อมข้อมูลละเอียด เช่น กลุ่มเป้าหมาย วันเวลาการจัดกิจกรรม เป็นต้น เป็นการกล่าวถ้อยคำที่มีลักษณะความเป็นทางการเพื่อให้ผู้รับสารรับรู้การกระทำและเหตุการณ์เกี่ยวกับภาษาจีน แสดงเจตนาของสถาบันขงจื่อในฐานะผู้ส่งสารที่ยกระดับสถานะของภาษาจีนในบริบทสากล ขยายขอบเขตของผู้เรียนในท้องถิ่น ทำให้ภาษาจีนกลายเป็นสื่อกลางสำคัญในการแลกเปลี่ยนระหว่างไทย-จีน การใช้วัจนกรรมการประกาศกิจกรรมด้านภาษาจีนมีจำนวนแผ่นป้าย 179 แผ่นป้ายนี้ จึงเป็นกลวิธีสำคัญที่นำไปสู่ **ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน**

การใช้วัจนกรรมการประกาศมีส่วนร่วมกับองค์กรไทยใน **ประเด็น 4.2** ได้แก่ ประกาศความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทยในการดำเนินการระดับภาษาจีน ประกาศความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐบาลในการพัฒนาศักยภาพบุคคลด้านภาษาจีน และประกาศการจัดกิจกรรมอื่นร่วมกับองค์กรพาณิชย์ แสดงเจตนา ซึ่งสถาบันขงจื่ออาศัยความน่าเชื่อถือทางสังคมขององค์กรไทยเพื่อเพิ่มความชอบธรรมในการเผยแพร่ภาษาจีน และเสริมสร้างพลังการแทรกซึมของการเผยแพร่ภาษาจีน และการได้ยอมรับจากองค์กรท้องถิ่นช่วยให้การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจีนไทยสามารถหยั่งรากและปรับใช้ได้จริงในสังคมไทย นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษาและข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ ก็เป็น การใช้วัจนกรรมการประกาศภารกิจการสนับสนุนการศึกษาและอาชีพ โดยมีการกระทำทางวัจนกรรมประเภท “ประกาศ” เป็นหลัก สถาบันขงจื่อไทยไม่ได้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับทุนการศึกษาและอาชีพ เพียงเพื่อแจ้งให้ทราบเท่านั้น แต่ใช้รูปแบบ “คำพูดคือการกระทำ” เพื่อสร้างโอกาสทางการเรียนรู้และการพัฒนาสำหรับชาวไทยอย่างเป็นทางการ การประกาศดังกล่าวไม่เพียงก่อให้เกิดประโยชน์เชิงรูปธรรมด้านการศึกษาและอาชีพเท่านั้น หากแต่สื่อถึงความปรารถนาดีของจีนที่สนับสนุนประเทศไทย และผลักดันความร่วมมือระหว่างกัน อันเป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่นำไปสู่ **ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน**

การใช้วัจนกรรมการประกาศในการจัดกิจกรรมและอบรมศิลปวัฒนธรรม และการจัดกิจกรรมเทศกาลดั้งเดิมของจีนใน **ประเด็น 4.3** โดยมีการกระทำทางวัจนกรรมการประกาศ สถาบันขงจื่อได้จัดกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมจีนและกิจกรรมเทศกาลดั้งเดิมของจีน ไม่เพียงแต่สื่อสารข้อมูลทาง

วัฒนธรรมไปยังประชาชนไทยเท่านั้น แต่กระทำกิจกรรม เพื่อสร้างการมีอยู่และโอกาสในการเข้าร่วม วัฒนธรรมจีนในสังคมท้องถิ่นอย่างเป็นทางการ กิจกรรมดังกล่าวช่วยให้ผู้รับสารได้สัมผัสวัฒนธรรม จีนโดยตรง เสริมสร้างความรู้สึกรู้สึกผูกพันทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งในเชิงสัญลักษณ์ก็ทำให้เกิดความรู้สึก ความเป็นมิตร ความเปิดกว้าง และความมั่งคั่งทางวัฒนธรรมของจีน เป็นการส่งเสริมการแลกเปลี่ยน ทางวัฒนธรรมและความไว้วางใจระหว่างไทย-จีน ตลอดจนจัดตั้งเวทีทางสังคมที่มีทั้งความเป็นระบบ และเชิงปฏิบัติสำหรับการศึกษาและการเผยแพร่วัฒนธรรม นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะ ตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน**

การใช้วัจนกรรมในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นกลวิธีสำคัญที่สื่อให้เห็นถึงการกระทำและ ความคิดของสถาบันขงจื้อในการดำเนินงาน การวิจัยพบกลวิธีทางภาษาว่า ผู้ส่งสารได้ใช้ 1) วัจนกรรม การชี้แนะโดยระบุให้ผู้รับสารกระทำตามการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเชิญชวนผู้รับสารเข้าร่วม กิจกรรมทางวัฒนธรรม และการแนะนำหรือการสั่งให้ปฏิบัติสมัครสอบภาษาจีน 2) วัจนกรรมการอวย พรในเทศกาลดั้งเดิมของจีน และ 3) วัจนกรรมประกาศ การประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสถาบัน ขงจื้อไทย แสดงความคิดและวิสัยทัศน์ของสถาบันขงจื้อไทย ซึ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาภาษาจีน เสริมสร้างการรับรู้เชิงบวกต่อวัฒนธรรมจีนในสังคมไทย และขับเคลื่อนความร่วมมือกับองค์กรไทย เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีน สรุปดังตาราง

ตารางที่ 5.5 กลวิธีการใช้วัจนกรรมนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย

วัจนกร	ภาพลักษณ์ องค์กร	มี บุคลิก และ เชี่ยวชาญภาษาจีน	ความร่วมมือและ กระชับความสัมพันธ์ ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะ ตัวแทน ประเทศจีน และ เผยแพร่วัฒนธรรมจีน
วัจนกรรมการชี้แนะ		☑		☑
การเชิญชวน				√
การแนะนำหรือการสั่ง		√		
วัจนกรรมการอวยพร				☑
วัจนกรรมประกาศ		☑	☑	☑

วัจนกรรมการชี้แนะมักปรากฏผ่านการใช้คำกริยา เพื่อสื่อสารให้ผู้รับสารปฏิบัติตามการชี้แนะ นั้นๆ โดยส่วนใหญ่ปรากฏการเชิญชวนเชิญ การแนะนำหรือการสั่ง การเชิญชวนเป็นวัจนกรรมที่มุ่งให้ ผู้รับสารเข้าร่วมและมีประสบการณ์กับกิจกรรมที่สถาบันขงจื้อจัดขึ้น ดังนั้น การเชิญชวนจึงมักปรากฏ ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางวัฒนธรรมของสถาบันขงจื้อ แต่มีปรากฏจำนวนน้อยในกิจกรรม หรือโครงการด้านภาษาจีน จึงไม่สามารถพิสูจน์ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลิกและเชี่ยวชาญภาษาจีน

ได้อย่างชัดเจน สำหรับกลุ่มเป้าหมายการเชิญชวน เป็นประชาชนทั่วไปหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับความสัมพันธ์ไทย-จีน การแนะนำและการสั่งปรากฏในการใช้ชีวิตการสมัครสอบวัดระดับภาษาจีน ส่วนวีจันกรรมการอวยพร เฉพาะปรากฏในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน เพื่อสื่อความหมายของคำอวยพรและความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร ซึ่งเป็นการใช้ภาษาที่มีลักษณะเชิงอัตวิสัยสูง ในทางตรงกันข้าม ไม่มีวีจันกรรมการอวยพรในการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับภาษาจีนหรือความสัมพันธ์ไทย-จีน เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ 2 ประเภทนี้มีลักษณะเป็นทางการ วีจันกรรมการประกาศสามารถนำไปสู่ภาพลักษณ์แต่ละด้านของสถาบันขงจื่อได้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบหนึ่งที่กำลังทอดและเปิดเผยข้อมูล

5.1.5 การใช้คำขวัญ

คำขวัญ เป็นประเภทการสื่อสารด้านภาษาที่ประกอบด้วยถ้อยคำที่มีเรียงร้อยเข้าด้วยกัน เป็นข้อความเพื่อสื่อความคิดและชักจูงให้ปฏิบัติ (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2561: 217) การใช้คำขวัญในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ไทยส่วนใหญ่ปรากฏในการประชาสัมพันธ์เทศกาลดั้งเดิมจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.22 คำขวัญในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 1

ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 1

ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566:1

ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 9

ภาพที่ 5 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 1

ตัวอย่างข้างต้น เป็นคำขวัญที่ใช้ในประชาสัมพันธ์เทศกาลวัฒนธรรมจีน ภาพที่ 1-3 มีใช้ภาพพจน์ในคำขวัญ โดยในภาพที่ 1 โบทันแทนความร่ำรวยมั่งคั่งและความงดงาม **“โบทันแบ่งบานงดงามปีเถาะ”** แสดงถึงความปรารถนาให้มีความมั่งคั่งและความเจริญรุ่งเรืองในเทศกาลตรุษจีน ภาพที่ 2 **“โคมไฟลุขสันต์ ต้อนรับปีเถาะ”** เนื่องจากเทศกาลหยวนเซียว (โคม) เป็นวันสุดท้ายของตรุษจีน การใช้แสงโคมไฟส่องสว่างนำพาปีใหม่ สื่อถึงความโชคดีและความเจริญรุ่งเรืองในปีใหม่ ภาพที่ 3 **“จันทร์สว่างกลางฟ้า อิมอรุวันไหว้พระจันทร์”** ใช้ปรากฏการณ์ดวงจันทร์เต็มดวงในวันเทศกาลไหว้พระจันทร์ ซึ่งวันที่ 15 ค่ำ เดือนอ้ายตามปฏิทินจันทรคติจีน เพื่อสื่อถึงปรากฏการณ์ของเทศกาลและลักษณะการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไหว้พระจันทร์กับดาราศาสตร์ในชีวิตจริง และตัวอย่างที่ 4 **“บ๊ะจ่างเชื่อมใจ ผจญภัยเทศกาลตวนอู๋”** เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมจีนกับความสนุกสนานและอารมณ์อบอุ่น เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้คนไทยเข้าร่วมกิจกรรมของสถาบันขงจื้อไทย ทั้งยังสื่อสารถึงการเชื่อมสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างไทย-จีน และภาพที่ 5 **“อำลาปีขาล ต้อนรับปีเถาะ”** เป็นคำขวัญที่เข้าใจง่ายเน้นการเปลี่ยนผ่านเวลาและวัฒนธรรมจีน สร้างบรรยากาศรื่นเริง อบอุ่น และเชิญชวนให้เข้าร่วมเทศกาลฉลองตรุษจีน คำขวัญประชาสัมพันธ์เทศกาลดั้งเดิมจีนของสถาบันขงจื้อไทย เป็นกลวิธีทางภาษาที่ผสมผสานสัญลักษณ์วัฒนธรรม การสร้างอารมณ์ และการเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารรู้สึกใกล้ชิดกับวัฒนธรรมจีน การใช้คำขวัญเป็นกลวิธีสำคัญที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรเป็นสื่อกลางเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

คำขวัญปรากฏในการประชาสัมพันธ์เทศกาลวัฒนธรรมจีน เสริมเอกลักษณ์ของเทศกาลวัฒนธรรมจีน และทำให้เทศกาลจีนมีสีสัน จนดึงดูดผู้รับสารเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การเผยแพร่วัฒนธรรม เนื่องจากคำขวัญเป็นกลวิธีทางวาทศิลป์ คำขวัญจึงไม่เหมาะกับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีนและความสัมพันธ์ไทย-จีนอย่างเป็นทางการ

5.1.6 การใช้เรื่องเล่า

การใช้เรื่องเล่าเป็นกลวิธีทางภาษาที่นำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นการบอกเล่าแบบเรียงตามลำดับเวลา เพื่อแสดงรายละเอียดของเหตุการณ์ และสร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือ (จันทิมา อังคพนพิชกิจ, 2561: 211-212) แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

เพลงเพชบุ๋กของสถาบันขงจื่อไทยใช้กลวิธีเรื่องเล่า

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทยมีลักษณะที่มีพื้นจัดวางข้อมูลน้อย และเน้นข้อมูลหลักโดยใช้ข้อความสั้นเพื่อสะดุดตาผู้รับสาร ดังนี้ การวิเคราะห์จึงใช้แนวทางการวิเคราะห์องค์ประกอบพื้นฐานของเรื่องเล่าตามที่ Seymour Chatman (2521: 19) นำเสนอไว้ คือ เรื่องเล่าต้องมีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ ซึ่งหมายรวมการกระทำหรือสิ่งที่เกิดขึ้นตัวละครและฉาก และกลวิธี (อ้างถึงในน้ำผึ้ง ปัทมะกลางคุล, 2560: 206-207) การวิเคราะห์กลวิธีการใช้เรื่องเล่าในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงภารกิจและการกระทำของสถาบันขงจื่อไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.6.1 กิจกรรมด้านภาษาจีน

กิจกรรมด้านภาษาจีนผ่านกลวิธีการใช้เรื่องเล่าในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพลงเพชบุ๋กของสถาบันขงจื่อ เป็นประชาสัมพันธ์การเล่าเรื่องกิจกรรมที่สถาบันขงจื่อจัดขึ้นหรือสถาบันขงจื่อเป็นส่วนสำคัญในกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อประกอบสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.23 เรื่องเล่าการพัฒนาทักษะด้านภาษาจีนสำหรับสมาชิกวุฒิสภา

ที่มา: เพลงเพชบุ๋ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้นใช้กลวิธีเรื่องเล่า โดยเริ่มจากการระบุวัน เวลา และสถานที่อย่างชัดเจน แสดงฉากของเรื่องเล่าที่มีลำดับเวลาและความเป็นทางการ ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูล

เหตุการณ์ที่เล่า คือ **โครงการพัฒนาทักษะด้านภาษาจีนสำหรับสมาชิกวุฒิสภา** โดยกล่าวบุคคลสำคัญระดับสูง เช่น **รองประธานวุฒิสภา** และ**ที่ปรึกษาด้านการเมือง** ฯลฯ เข้าร่วมในพิธีการกล่าวถึงบุคคลเหล่านี้เป็นการใช้กลวิธีเรื่องเล่าที่เน้น “ตัวละครผู้มีตำแหน่งสูง” เพื่อยกระดับความสำคัญของกิจกรรมและแสดงให้เห็นการยอมรับในระดับชาติ การกล่าวถึง “**รองศาสตราจารย์ กวาง ฮู่หนิน ผู้อำนวยการฝ่ายจีนสถาบันขงจื่อ**” และ**คณาจารย์จากสถาบันขงจื่อ** ดำรงตำแหน่งวิทยากร เป็นตัวละครดำเนินโครงการ และการเน้นบทบาทของผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางภาษาจีน แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ความเชี่ยวชาญด้านวิชาการภาษาจีนขององค์กร

การกระตุ้นเรื่องโดยอธิบายสภาพและสถานการณ์ของวิทยากร เช่น “**ให้เกียรติเป็นประธานพิธี**” หรือ “**บรรยายให้ความรู้**” เป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่สร้างบรรยากาศทางราชการและความเป็นทางการในเรื่องเล่า ส่งผลให้ผู้รับสารรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและบทบาทของสถาบันขงจื่อในฐานะผู้ส่งเสริมความเข้าใจระหว่างไทย-จีน เรื่องเล่านี้ตอกย้ำภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อให้ปรากฏเป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญทางวิชาการ มีความน่าเชื่อถือ และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านภาษาในระดับประเทศของสังคมไทย กลวิธีการใช้เรื่องเล่าดังกล่าวจึงนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

นอกจากนี้ การเล่าเรื่องที่สถาบันขงจื่อร่วมมือกับ**สำนักภาษาต่างประเทศเพื่อพัฒนาทักษะภาษาจีนสำหรับสมาชิกวุฒิสภา** มีนัยให้เห็นถึงความตั้งใจของสถาบันขงจื่อไทยที่อาศัยจุดแข็งด้านภาษาจีนและทรัพยากรการศึกษาของหน่วยงานทางกรจีน เข้ามามีส่วนร่วมในงานพัฒนาองค์กรไทยและได้รับการยอมรับจากภาครัฐ การกระทำดังกล่าวสื่อแนวคิดของสถาบันขงจื่อที่ให้ความสำคัญกับความร่วมมือกับองค์กรในประเทศไทย เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลของไทยร่วมกัน การใช้เรื่องเล่าของกิจกรรมการพัฒนาทักษะภาษาจีนเป็นกลวิธีทำให้เห็นภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ตัวอย่างต่อไป เป็นเรื่องเล่าในการเล่าเรื่องการจัดงานเสวนาดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 5.24 เรื่องเล่างานเสวนาไทย-จีน

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 3

ตัวอย่างข้างต้น เป็นเรื่องเล่าของการจัดงานเสวนาไทย-จีน “ปริทัศน์งานแปลและการส่งเสริมงานแปลไทย-จีน” ครั้งที่ 2 โดยมีตัวละครหลัก คือ สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และอีก 2 หน่วยงานของจีนในฐานะผู้จัดงาน การระบุนายละเอียดของฉากที่เหตุการณ์เกิดขึ้น “วัน-เวลาที่จัดงาน และสถานที่จัดงาน” เป็นการแสดงความเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นจริงและมีความเป็นทางการ ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องที่ทำให้ความรู้สึกเชื่อถือได้ การระบุหัวข้อการเสวนาหลายหัวข้อที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาการแปลภาษาไทย-จีน เป็นการกระตุ้นเรื่องภายใต้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมการกล่าวถึงรายชื่อผู้บรรยาย เช่น รองศาสตราจารย์ ดร. แพรว จิตติพลังศรี และศาสตราจารย์ ดร. จวิตรีศรี แสดงให้เห็นกลวิธีการใช้ “ตัวละครผู้เชี่ยวชาญ” เพื่อเน้นความเป็นแหล่งองค์ความรู้และความร่วมมือทางวิชาการระดับนานาชาติ มีบทบาทสำคัญในวงวิชาการด้านการแปลระหว่างไทยและจีน นอกจากนี้ การระบุหัวข้อการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และการแนะนำผลผลิตงานแปลของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ยังเป็นการเล่าเรื่องที่มุ่งสื่อถึง “การลงมือปฏิบัติและผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการ” ซึ่งช่วยเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อให้เป็นองค์กรที่มีบทบาทเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาเครือข่ายวิชาชีพด้านการแปลไทย-จีน การใช้ภาษาทางการในเรื่องเล่านี้ เช่น “แลกเปลี่ยนเรียนรู้” และ “เข้าร่วมงานฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย” สื่อถึงความเชื่อมั่นการเป็นศูนย์กลางด้านภารกิจภาษาจีนอันเปิดกว้างและความมุ่งมั่นในการเผยแพร่องค์ความรู้ภาษาจีนสู่สาธารณชนในสังคมไทย เรื่องเล่านี้เป็นกลวิธีที่ประกอบสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนอย่างเป็นระบบและมีคุณภาพ

ตัวอย่างต่อไปเป็นการใช้เรื่องเล่าในการประชาสัมพันธ์โครงการแข่งขันร้องเพลงจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3



ภาพที่ 5.25 เรื่องเล่าโครงการแข่งขันร้องเพลงจีน

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 11

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้เรื่องเล่าประชาสัมพันธ์โครงการแข่งขันร้องเพลงจีนรอบคัดเลือก โดยสถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา เรื่องเล่าดังกล่าว เป็นการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว เริ่มต้นด้วยการระบุนามของเหตุการณ์ มีบทบาททำให้ผู้รับสารรับวัน เวลา และสถานที่ที่จัดงาน ทำให้การประชาสัมพันธ์แบบรายงานข่าวมีความน่าเชื่อถือ การกล่าวถึงสำคัญบุคคล เช่น ศึกษาธิการจังหวัดชลบุรีและรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการมหาวิทยาลัยบูรพา มีนัยสำคัญในการเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อในฐานะองค์กรที่ได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากภาครัฐและสถาบันการศึกษาในพื้นที่ EEC ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ การเล่าถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรม คือ การส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนผ่านกิจกรรมสันตนาการ และการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและชุมชน เป็นการกระตุ้นเรื่องให้โครงการแข่งขันร้องเพลงจีนมีน้ำหนักมากขึ้น แสดงให้เห็นการกระทำมีคุณค่าต่อการศึกษาไทยและสังคมไทย ซึ่งต่อยักบทบาทของสถาบันขงจื้อในฐานะองค์กรที่มุ่งพัฒนาทักษะภาษาจีนควบคู่กับการพัฒนาบุคลิกภาพชุมชนและสังคม การระบุนามผู้เข้าร่วมแข่งขันในแต่ละระดับการศึกษา รวมถึงการประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัล เป็นการแสดงผลสืบเนื่องจากเหตุการณ์ กล่าวคือ การแข่งขันร้องเพลงจีนได้เสร็จสิ้นอย่างสมบูรณ์ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของสถาบันขงจื้อไทยในการจัดกิจกรรมด้าน

ภาษาจีน เรื่องเล่าโครงการแข่งขันร้องเพลงจีนดังกล่าวเป็นกลวิธีทางภาษาที่นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน**

5.1.6.2 การส่งเสริมการศึกษาและวิชาชีพ

เรื่องเล่าส่งเสริมการศึกษาและวิชาชีพในประเทศไทยผ่านกลวิธีการใช้เรื่องเล่าในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อ เป็นประชาสัมพันธ์เล่าเรื่องที่สถาบันขงจื่อมุ่งเน้นพัฒนาและสนับสนุนทรัพยากรไทย เพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 4



ภาพที่ 5.26 เรื่องเล่าความร่วมมือกับโรงเรียนสนามบินขอนแก่น
ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 9

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้เรื่องเล่าประชาสัมพันธ์ความร่วมมือด้านการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมภาษาจีน การใช้เรื่องเล่านี้บอกเล่าลำดับเหตุการณ์อย่างกระชับ เพื่อสื่อถึงเหตุการณ์สำคัญ ที่แสดงบทบาทของสถาบันขงจื่อไทยในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการศึกษาไทย-จีน โดยเริ่มจากการระบุเหตุการณ์หลัก คือ **พิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ** ซึ่งมีลักษณะเป็นการกระทำเชิงสัญลักษณ์แสดงถึงการเริ่มต้นความร่วมมือ ต่อมาเป็นการระบุนายละเอียดของเหตุการณ์ **“ความร่วมมือด้านการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมภาษาจีน”** ซึ่งกระตุ้นให้พิธีลงนามให้มีความชัดเจน ส่วนตัวละครหลักในการทำความร่วมมือ คือ **สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ โรงเรียนสนามบินขอนแก่น** โดยมีการบ่งบอกวันที่เกิดความร่วมมือ คือ **วันพุธที่ 6 กันยายน 2566** การใช้เรื่องเล่าแบบกระชับสั้น ๆ ดังกล่าว สื่อให้เห็นถึงการขยายบทบาทของสถาบันขงจื่อจากมหาวิทยาลัยไทยสู่ระดับโรงเรียนในท้องถิ่น มีลักษณะการใช้ถ้อยคำสั้น กระชับรัดกุม และเป็นทางการ ความร่วมมือเกิดขึ้นแสดงพันธกิจของสถาบันขงจื่อไทยในฐานะองค์กรทางการศึกษา

ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาจีนอย่างต่อเนื่องและมั่นคงในระดับโรงเรียน การศึกษาไทย การใช้เรื่องความร่วมมือนี้จึงเป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและ กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ตัวอย่างต่อไป เป็นเรื่องเล่าเพื่อประชาสัมพันธ์การสนับสนุน และแนวทางการศึกษา ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 5



ภาพที่ 5.27 เรื่องเล่ากิจกรรมแนะแนวทุนครูสอนภาษาจีนนานาชาติ

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้เรื่องเล่าประชาสัมพันธ์กิจกรรมแนะแนวทุนครูสอนภาษาจีนนานาชาติ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ด้านบุคลากรการสอนภาษาจีนระหว่างไทย-จีน เนื้อหากำหนดลำดับเหตุการณ์ตั้งแต่การระบุดอก ซึ่งวันเวลา สถานที่ และช่องทางการเข้าร่วมกิจกรรม เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น คือ **กิจกรรมแนะแนวทุนครูสอนภาษาจีนนานาชาติ มหาวิทยาลัยครุศาสตร์เทียนจิน** ไปจนถึงกำหนดการแต่ละช่วงของกิจกรรม แสดงลักษณะของ “เรื่องเล่าที่เป็นจริง” โดยมีตัวละครหลัก คือ **สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล** เป็นผู้จัดกิจกรรม และ **“มหาวิทยาลัยครุศาสตร์เทียนจิน”** คู่ความร่วมมือ **มหาวิทยาลัยครุศาสตร์เทียนจิน** โดยใช้คำที่เน้นการสนับสนุนการศึกษาสำหรับคนไทยที่ตั้งใจขอทุนเพื่อศึกษาที่จีน ได้แก่ **“แนะแนวทุนครูสอนภาษาจีน”** **“แนะนำทุน”** **“แชร์ประสบการณ์จากรุ่นพี่”** และ **“สมัครขอหนังสือรับรอง”** ซึ่งแสดงให้เห็นสถาบันขงจื่อไทยเป็นองค์กรมีบทบาทเชิงรุกในการสนับสนุนการพัฒนาครูสอนภาษาจีนคนไทยรุ่นใหม่ และเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างไทยกับจีน การใช้

เรื่องเล่าแนะแนวทุนครูสอนภาษาจีนเป็นการสนับสนุนการศึกษาไทย ซึ่งเป็นแลวิธีที่นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน** ตัวอย่างต่อไป เป็นเรื่องเล่าประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาฝึกงาน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 6



ภาพที่ 5.28 เรื่องเล่ารับสมัครนักศึกษาฝึกปฏิบัติงาน

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 5

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้เรื่องเล่าประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาฝึกปฏิบัติงานในมิติการสนับสนุนข้อมูลอาชีพและการพัฒนาศักยภาพนักศึกษา เพื่อสร้าง**ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน** เรื่องเล่าถูกนำเสนอในรูปแบบเหตุการณ์ปัจจุบัน คือ การเปิด**รับสมัครนักศึกษาฝึกปฏิบัติงาน** ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีส่วนร่วมระหว่างสถาบันขงจื้อกับนักศึกษาไทย ตัวละครหลัก คือ **สถาบันขงจื้อแห่งมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง** ในบทบาทผู้สนับสนุนการเรียนรู้ และนักศึกษาผู้สมัครฝึกงานที่มีทักษะภาษาจีนในฐานะผู้แสวงหาประสบการณ์จริง ฉากของเรื่องเล่า คือ พื้นที่การทำงานภายในสถาบันขงจื้อ ซึ่งแสดงถึงบรรยากาศในสถาบันขงจื้อไทยเต็มไปด้วยภาษาและวัฒนธรรมจีน จนส่งเสริมทักษะภาษาจีนนักศึกษาได้ ดังที่เกิดผลสืบเนื่องจากการฝึกปฏิบัติงาน คือ **เพิ่มพูนทักษะภาษาจีน** และ **เรียนรู้ทักษะการทำงานจริง** ซึ่งเป็นถ้อยคำที่ให้ความรู้สึกส่งเสริม สนับสนุน และเป็นมิตร ทำให้ผู้รับสารเกิดภาพของสถาบันขงจื้อไทยว่า เป็นแหล่งพัฒนาทรัพยากรบุคคลไทย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาไทยได้เรียนรู้ภาษาจีนเชิงวิชาชีพ พร้อมทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมไทย-จีนผ่านความร่วมมือด้านภาษา และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

5.1.6.3 การเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

การเล่าเรื่องเผยแพร่วัฒนธรรมจีนผ่านกลวิธีการใช้เรื่องเล่าในแผนป้ายประชาสัมพันธ์

เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อ เป็นการประชาสัมพันธ์เล่าเรื่องที่สถาบันขงจื่อจัดกิจกรรมเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีนเพื่อให้ผู้รับสารคนไทยรับรู้ นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 7



ภาพที่ 5.29 เรื่องเล่ากิจกรรมการแพทย์แผนจีน

ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 12

ตัวอย่างข้างต้น เป็นกลวิธีการใช้เรื่องเล่าในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการแพทย์แผนจีน สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นตัวละครหลัก ได้บ่งบอกการกระทำที่จัดโครงการบรรยายด้านการแพทย์แผนจีน และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวัฒนธรรม เป็นกิจกรรมการบรรยายที่สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษาจัดขึ้นมุ่งเน้นเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านการแพทย์ของจีนและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจีนระหว่างผู้ร่วมกิจกรรม แสดงว่าสถาบันขงจื่อแห่งนี้เป็นตัวแทนที่มืองค์ความรู้ด้านการแพทย์แผนจีนมากเพียงพอจนทำให้เกิดเหตุการณ์ ซึ่งโครงการบรรยายฉากในเรื่องเล่าได้บ่งบอกสถานที่และวันเวลาเกิดเหตุการณ์ คือ **ออนไลน์ VOOV MEETING ในวันที่ 22 ธันวาคม 2566** และมีการกระตุ้นเรื่อง คือ การแนะนำขั้นตอน และตัวละครร่วมที่เป็นผู้กล่าวเปิดการบรรยายและวิทยากร เพื่อทำให้โครงการการบรรยายมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับการบ่งชี้รายละเอียดจะทำให้สภาพของเหตุการณ์เข้มข้นและชัดเจนยิ่งขึ้น (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2561: 259) **เรียนรู้ศาสตร์แพทย์แผนจีน “อาหารและสุขภาพ”** เนื้อหาดังกล่าวแฝงกลุ่มผู้มีส่วนร่วมกิจกรรม ได้แก่ **อาจารย์ นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจ** และเป็นผลสืบเนื่องจากการร่วมฟังการบรรยาย กล่าวคือเรียนรู้ความรู้ทางวัฒนธรรมการแพทย์แผนจีน รวมทั้งดึงดูดความสนใจผู้รับสารผ่านการนำเสนอแนว

ทางการประยุกต์ใช้ความรู้แพทย์แผนจีนในชีวิตประจำวันเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพ

เรื่องเล่าในการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ประกอบสร้างอัตลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทยในฐานะองค์กรที่มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมจีน แสดงมาจากแนวคิดและแนวทางปฏิบัติของสถาบันขงจื้อในการเผยแพร่วัฒนธรรมการแพทย์แผนจีนสู่สังคมไทยอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น การใช้เรื่องเล่าดังกล่าวนี้จึงมีเป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่สร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ตัวอย่างต่อไป เป็นเรื่องเล่าการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทเก๊ก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 8



ภาพที่ 5.30 เรื่องเล่ากิจกรรมไทเก๊ก

ที่มา: เพลงเฟซซึก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 8

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรม “การเรียนรำไทเก๊ก” ของสถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แสดงให้เห็นกลวิธีการใช้เรื่องเล่าเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะสื่อกลางเผยแพร่วัฒนธรรมจีนอย่างชัดเจน โดยเรื่องเล่าประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก เหตุการณ์หลักคือการจัดกิจกรรมการสอนรำไทเก๊ก ซึ่งมีการเล่าลำดับขั้นตอนอย่างเป็นระบบตั้งแต่การอธิบายเนื้อหาการเรียน การบอกประโยชน์ของไทเก๊ก ไปจนถึงการเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม และตัวละครที่ปรากฏ ได้แก่ ผู้กระทำให้ คือ สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นผู้จัดกิจกรรม และอาจารย์ผู้สอนและผู้สนใจเป็นตัวละครที่ได้รับผลจากเหตุการณ์ ส่วนฉากที่บ่งบอกเวลาและสถานที่ของกิจกรรม คือ ทุกวันพุธของเดือน สิงหาคมจนถึงเดือน กันยายนเวลา 13:30 - 16:30 และ ศูนย์วัฒนธรรมจีนสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การเล่าเรื่องในลักษณะเรียงลำดับเวลา และใช้ถ้อยคำเชิงพรรณนาไทเก๊กเพื่อกระตุ้นเรื่อง เช่น “นุ่มนวลสลบความตุน” “ระบำในอากาศ” และ “การทำ

สมาธิระหว่างออกกำลังกาย” ทำให้เนื้อหามีความน่าสนใจและสร้างภาพเชิงบวกต่อกิจกรรม จนกระทั่งนำไปสู่ผลของเหตุการณ์การรำไทเก๊ก คือ **ส่งผลดีต่อสุขภาพจิตใจ ลดน้ำหนักกระชับสัดส่วนช่วยให้สุขภาพแข็งแรงชะลอความเสื่อมของร่างกาย** และมีการใช้ถ้อยคำเชิญชวน เช่น “**ขอเชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมเรียน โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น**” ยังแสดงให้เห็นวิสัยทัศน์ของสถาบันในฐานะองค์กรที่เปิดกว้างและมีจิตสาธารณะ การจัดวางข้อมูลที่กระชับแต่ครอบคลุมประกอบของเรื่องเล่า ทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและรู้สึกใกล้ชิดกับสถาบันมากขึ้น โดยรวมแล้ว เรื่องเล่านี้ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อที่เป็นศูนย์กลางเผยแพร่วัฒนธรรมจีนที่เน้นคุณค่าทางสุขภาพและจิตใจ เป็นองค์กรที่ส่งเสริมมิตรภาพไทย-จีน และมีบทบาทในการสานสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างต่อไป เป็นเรื่องเล่าที่ใช้ในชุดแผ่นป้ายเกี่ยวกับเทศกาลตรุษจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 9



ภาพที่ 5.31 เรื่องเล่ากิจกรรมเทศกาลตรุษจีน

ที่มา: เพลงเพชบุรี “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลักษณ์สงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 1

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้เรื่องเล่าในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม “**โบตั๋นแบ่งบาน งดงามปีเถาะ**” แสดงให้เห็นการใช้กลวิธีเรื่องเล่าเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีน และเผยแพร่วัฒนธรรมจีน สาขาวิชาภาษาจีน และ**สถาบันขงจื้อแห่งมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์** ในฐานะผู้จัดงาน เป็นตัวละครหลัก ทำให้เกิดเหตุการณ์ที่เป็น**งานฉลองตรุษจีน** มีลำดับการเล่าตั้งแต่

การเชิญชวนเข้าร่วมงาน การบอกกิจกรรมต่าง ๆ ไปจนถึงการระบุฉากวันเวลาและสถานที่การจัดงาน คือ **อาคารบริหารคณะศิลปศาสตร์**ที่ถูกแปลงให้เป็นพื้นที่แห่งการเฉลิมฉลอง ตัวละครรองที่สัมพันธ์กับเหตุการณ์ คือ นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรม ในส่วนการกระตุ้นเรื่อง มีการใช้ถ้อย “**ร่วมสนุก**” “**รสนเลิศ**” “**สุดพิเศษ**” เพื่อสร้างบรรยากาศแห่งความสุข ความคึกคัก ความดีงาม และความเป็นมิตรในเทศกาลตรุษจีน นอกจากนี้ การแบ่งกิจกรรมออกเป็น **ชมอาหาร วัฒนธรรม เกม และการแสดง** ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจต่อวัฒนธรรมเทศกาลดั้งเดิมของจีน และยังเป็นกลวิธีการพรรณนาเชิงรูปธรรมที่สื่อการผสมผสานระหว่างศิลปะและชีวิตประจำวัน เรื่องเล่านี้ทำให้สถาบันขงจื่อไทยถูกมองเป็นองค์กรที่มีสีสัน มีบทบาทในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในสังคมไทย และเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์อันดีระหว่างสองวัฒนธรรม

การใช้เรื่องเล่าในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นกลวิธีสำคัญที่สื่อให้เห็นถึงการกระทำ ความเชื่อและเป้าหมายของสถาบันขงจื่อไทยในการดำเนินงาน จึงเป็นกลวิธีที่นำเสนอเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน ทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้รายละเอียดของโครงการและกิจกรรมที่สถาบันขงจื่อประชาสัมพันธ์ และเกิดความน่าเชื่อถือต่อสถาบันขงจื่อไทย

ผลการศึกษาพบว่า เรื่องเล่าที่ประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งตามเวลาของการเกิดเหตุการณ์เป็น 2 ประเภท คือ เรื่องเล่าที่มีเหตุการณ์กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต และเรื่องเล่าที่มีเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้ว เพื่อนำไปสู่ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยดังการนำเสนอใน**บทที่ 4** โดยปรากฏ 3 ประเด็น คือ 1) การนำเสนอกิจกรรมภาษาจีน ได้แก่ เรื่องเล่าการอบรมพัฒนาภาษาจีน เรื่องเล่าการแข่งขันภาษาจีน และเรื่องเล่าการจัดการบรรยายหรืองานเสวนา 2) การเล่าเรื่องส่งเสริมการศึกษาและวิชาชีพในประเทศไทย ได้แก่ เรื่องเล่าความร่วมมือระหว่างองค์กร เรื่องเล่าการสนับสนุนทุนการศึกษา และเรื่องเล่าการสนับสนุนโอกาสทางอาชีพ และ 3) การเล่าเรื่องเผยแพร่วัฒนธรรม ได้แก่ กิจกรรมทางวัฒนธรรม และเทศกาลดั้งเดิมจีน เนื่องจากเรื่องเล่าเป็นการเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงมีความเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด สรุปดังตาราง

ตารางที่ 5.6 กลวิธีการใช้เรื่องเล่านำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย

เรื่องเล่า	ภาพลักษณ์องค์กร	มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน	ความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะตัวแทนประเทศไทยและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน
กิจกรรมภาษาจีน		☑	☑	
การส่งเสริมการศึกษาและวิชาชีพ			☑	
การเผยแพร่วัฒนธรรมจีน				☑

เนื่องจากกิจกรรมภาษาจีนของสถาบันขงจื่อส่วนใหญ่จัดขึ้นร่วมกับองค์กรอื่น ๆ ดังนั้นเรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนจึงไม่เพียงแสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทยเท่านั้น แต่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นของไทยในการส่งเสริมให้กิจกรรมภาษาจีนดำเนินไปอย่างราบรื่นในประเทศไทย การส่งเสริมการศึกษาและอาชีพสำหรับการพัฒนา กลุ่มเป้าหมายในสังคมไทย ส่วนเรื่องเล่าเกี่ยวกับวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้รับสารคนไทยได้มีโอกาสสัมผัส และเข้าใจวัฒนธรรมจีนมากยิ่งขึ้น อันเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่และแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมระหว่างสองประเทศ

จากการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่น ป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กพบว่า กลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์องค์กรมีหลายกลวิธี บางกลวิธีการใช้วัจนภาษาสามารถนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 3 ภาพลักษณ์ได้ และบางกลวิธีไม่สามารถนำไปสู่ภาพลักษณ์ทั้งหมดได้ สรุปดังตาราง

ตารางที่ 5.7 กลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย

กลวิธีการใช้วัจนภาษา	ภาพลักษณ์องค์กร		
	มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน	ความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน
การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ	☑	☑	☑
การใช้คำกริยา	☑	☑	☑
การอ้างถึง	☑	☑	☑
การใช้วัจนกรรม	☑	☑	☑
การใช้คำขวัญ			☑
การใช้เรื่องเล่า	☑	☑	☑

จากตารางกลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่น ป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กพบ กลวิธีการใช้วัจนภาษา 6 กลวิธี โดยมี 5 กลวิธีนำไปสู่ภาพลักษณ์ สถาบันขงจื่อครบทั้ง 3 ภาพลักษณ์ ได้แก่ 1) การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ เป็นกลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์ชัดเจนที่สุด เนื่องจากชื่อกิจกรรมและโครงการมักปรากฏเป็นพาดหัวในแผ่นป้าย

ประชาสัมพันธ์เกือบในทุกแผ่นป้าย 2) **การใช้คำกริยา** เป็นการพิจารณาความหมายของคำ ซึ่งสื่อให้เห็นถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อไทย จากนั้นประยุกต์ใช้ในการตีความแฝง ซึ่งรวมไปถึงความคิด ความเชื่อ และวิสัยทัศน์ โดยมีคำกริยา 6 คำ ได้แก่ เปิดรับสมัครหรือสมัคร อบรม ประกวดหรือแข่งขัน พัฒนา ร่วมมือหรือร่วม และเฉลิมฉลอง 3) **การอ้างอิง** ปรากฏการอ้างอิงชื่อ ได้แก่ ชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน ศัพท์วัฒนธรรมจีน และชื่อองค์กรและสถาบันอื่น และมีการอ้างอิงข้อมูลบุคคล เช่น ตำแหน่ง อาชีพ หน่วยงานที่สังกัด เป็นต้น 4) **การใช้วัจนกรรม** เป็นกลวิธีการใช้วัจนภาษาที่บ่งบอกเจตนาของสถาบันขงจื่อไทยผ่านการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร วัจนกรรม มี 3 กลุ่ม คือ วัจนกรรมการชี้แนะ เช่น การเชิญชวนและการแนะนำและการสั่ง วัจนกรรมการอวยพร และวัจนกรรมการประกาศ และ 5) **การใช้เรื่องเล่า** เป็นกลวิธีที่เล่าถึงเหตุการณ์ตัวละคร และฉากของการประชาสัมพันธ์ การแบ่งเรื่องเล่าตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นเรื่องเล่าเกี่ยวกับกิจกรรมภาษาจีน เรื่องเล่าการส่งเสริมการศึกษาภาษาจีนและวิชาชีพ และเรื่องเล่าการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน การแบ่งเรื่องเล่าตามความสัมพันธ์ระหว่างเวลาการประชาสัมพันธ์กับลำดับเหตุการณ์ เป็นการเล่าเรื่องก่อนการเกิดเหตุการณ์และการเล่าเรื่องหลังการเกิดเหตุการณ์

ส่วนกลวิธี**การใช้คำขวัญ** ปรากฏทั้งหมดในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน เนื่องจากเป็นกลวิธีที่ใช้วาทศิลป์ จึงไม่สามารถประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจการภาษาจีน และเนื้อหาที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน แสดงให้เห็นว่า ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีนและความสัมพันธ์ไทยจีนที่ชัดเจนและเน้นการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อไทยเป็นหลัก

กลวิธีการใช้วัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย

อวัจนภาษา หมายถึง ตัวบทที่ไม่มีรูปถ้อยคำ (จันทิมา อังคพณิชกิจ, 2561: 181) กลวิธีทางอวัจนภาษามักวิเคราะห์กลวิธีทางสัญลักษณ์ ดังจันทิมา อังคพณิชกิจ (2561: 218) กล่าวไว้ การวิเคราะห์ข้อความใช้แนวคิดเชิงสัญลักษณ์ เป็นการศึกษิตัวบทที่มีรูปแบบหลากหลาย เช่น การศึกษาข้อความมีภาพ แสงสี เสียง การใช้พื้นที่ การจัดวางตำแหน่ง ฯลฯ ซึ่งมีการส่งผลต่อการเข้าใจและการอธิบายความหมายที่สื่อภายในข้อความเหล่านั้น ขณะเดียวกัน นักวิชาการฝรั่งเศสโรล็องด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) นำเสนอการประกอบสัญลักษณ์ว่า สัญลักษณ์ประกอบด้วย รูปสัญลักษณ์ (signifier) กับความหมายสัญลักษณ์ (signified) การศึกษาสัญลักษณ์ในรูปแบบการสื่อความหมายมีสองลักษณะ คือ ความหมายโดยตรง (denotation) และ ความหมายแฝง (connotation) (อ้างอิงในอนุชิต โรจนชีวินสุกร และคณะ, 2567: 160)

อวัจนภาษาหรือภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำ เป็นภาษาที่ไม่ออกเสียงเป็นถ้อยคำ แต่มีลักษณะเป็นภาษาที่แฝงอยู่ในถ้อยคำ (อ้างอิงใน Jiang Nannan, และ Patcharin Buranakorn, 2567: 58) แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อไทย มีการใช้อวัจนภาษาต่าง ๆ ในการนำเสนอ

เนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่สนับสนุนและเสริมวัฒนธรรมภาษาให้มีความสับสนและเข้าใจง่าย เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน และภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน จึงสามารถวิเคราะห์และตีความตัวบทในระดับไร้ถ้อยคำ จากการวิเคราะห์พบกลวิธีทางอวจนภาษาหลากหลายกลวิธี ได้แก่ การใช้สี การใช้สัญลักษณ์ และการใช้ภาพถ่าย ดังนี้

5.2.1 การใช้สี

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ปรากฏกลวิธีทางอวจนภาษาที่เด่นชัด คือ การใช้สีแดงและสีทอง ซึ่งมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สำคัญ ทั้งสองสีเป็นสีที่พบได้บ่อยในวัฒนธรรมจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.32 การใช้สีแดงและสีทอง

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 2
 ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 10
 ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU

Hatyai”, 2566: 1

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 9

ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้สีแดงและสีทองในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ภาพที่ 1, 2, 4 และ 5 ใช้สีแดงเป็นสีพื้นหลัง ส่วนภาพที่ 3 ใช้สีแดงในตัวอักษรและสัญลักษณ์พื้นหลัง การใช้สีแดงดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลสำคัญของจีน (ภาพ 1 2 3 และ 4) และการบรรยายที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีน (ภาพ 5) สถาบันขงจื้อได้ใช้สีแดงจำนวนมากในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์องค์กรที่มีความเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน เนื่องจากสีแดงเป็นสัญลักษณ์สีของประเทศจีนตั้งแต่สมัยก่อน ดังอารีย์ พรหมรอด (2553: 100) กล่าวว่า สีแดงเป็นสีที่คนจีนชื่นชอบ ตั้งแต่สมัยโบราณถึงปัจจุบัน คนจีนชอบใช้สีแดงมาสื่อความเป็นสิริมงคล ความปิติยินดี ความเจริญรุ่งเรือง ความก้าวหน้า ความก้าวหน้า และความมีชื่อเสียงในสังคม ส่วนสีทองมีความหมายเชิงปรารถนา ดังเช่นหลี่ เจี้ยน และสมบัติ สมศรีพลอย (2566: 305) กล่าวไว้ สีทองสื่อความมั่งคั่ง สง่างาม และความสูงส่งและความศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้นการใช้สีแดงและสีทองในงานประชาสัมพันธ์เทศกาลสำคัญของจีน จึงสื่อถึงความรุ่งเรืองและความเฉลิมฉลองของวัฒนธรรมจีน เพื่อสนับสนุนสื่อแก่นแท้ของการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนอย่างชัดเจน รวมทั้งแสดงถึงแนวคิดของสถาบันขงจื้อไทยที่ให้การยกย่องวัฒนธรรมจีนอย่างเชิงบวกในสังคมไทย

นอกจากนี้ ตัวอย่างข้างต้นยังมีการใช้สีทองในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดสีของตัวอักษรเป็นสีทอง (ภาพ 1, 4 และ 5) เมฆมงคลสีทอง (ภาพ 1, 2 และ 3) โคมไฟ (ภาพ 3) และขนมไหว้พระจันทร์สีทอง (ภาพ 4) ทะเลทรายสีทอง (ภาพ 5) ซึ่งสีทองเป็นสีของทองคำ สื่อถึงความมั่งคั่ง ความเจริญรุ่งเรือง และความสำเร็จตามทั้งค่านิยมจีนและไทย สีทองไม่เพียงแต่ดึงดูดสายตา แต่สื่อสารเชิงสัญลักษณ์ถึงความร่ำรวยมั่งคั่ง การใช้สีทองช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมจีน เช่น งานมงคล เทศกาล หรือกิจกรรมที่จัดขึ้น ทำให้ผู้ชมรับรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของการดำเนินงาน การใช้สีทองโดยโยงกับวัฒนธรรมภาษาของประชาสัมพันธ์ แสดงให้เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมจีน เป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสื่อกลางเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 5.33 การใช้สี่เสี้ยว

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 9
- ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 9
- ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 9
- ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา”, 2566: 6

ตัวอย่างข้างต้น เป็นกลวิธีการใช้สี่เสี้ยว สี่เสี้ยวเป็นสี่จากธรรมชาติ สื่อถึงความสงบ สดชื่น ความหวัง ความปลอดภัย และอุดมการณ์ (Qian, J., 2561: 17) ภาพทั้ง 4 ภาพมีตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อสี่เสี้ยว แสดงให้เห็นว่าสถาบันขงจื้อมีความรักสันติ สอดคล้องกับหลักการการจัดตั้งสถาบันขงจื้อระหว่างประเทศแบบเคารพซึ่งกันและกัน เป็นมิตร และสงบ (สถาบันขงจื้อสำนักงานใหญ่, 2568: ออนไลน์) ภาพที่ 1 เป็นป้ายประชาสัมพันธ์ไทเก๊ก ใช้สี่เสี้ยวเป็นสีหลักบนสนามฝึกไทเก๊ก แสดงถึงลักษณะวัฒนธรรมไทเก๊กที่เน้นการกลับสู่ธรรมชาติและความสะดวกในการบำรุงตนเอง

ภาพที่ 2 เป็นพื้นหลัง*การรมยาฉบับแพทย์แผนจีนโบราณ* โดยใช้สีเขียวเป็นสีหลัก แสดงถึงคุณค่าด้านสุขภาพและความปลอดภัยของวัฒนธรรมการรมยา ภาพที่ 3 เป็นการประชาสัมพันธ์*เทศกาลไหว้พระจันทร์* และภาพที่ 4 เป็นสื่อประชาสัมพันธ์*เทศกาลตวนอู๋* ทั้งสองภาพใช้สีเขียว สื่อถึงธรรมชาติและชีวิต ถ่ายทอดบรรยากาศเทศกาลที่สดชื่น ความหวังและสงบ เสริมสร้างการรับรู้วัฒนธรรมดั้งเดิมจีนและการยอมรับทางวัฒนธรรมจีน การใช้สีเขียวในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมจีนเป็นกลยุทธ์ที่นำเสนอความหมายเชิงวัฒนธรรมจีนที่ยกย่องจิตใจมั่นคง และมีความหวังต่อชีวิตในอนาคต จนนำไปสู่*ภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสื่อกลางแผนแพรววัฒนธรรมจีน*

จากการวิเคราะห์ข้างต้น การใช้สีแดงและสีทองไม่เพียงเป็นองค์ประกอบทางของข้อความที่เป็นไร้อภัยคำ แต่ก็กลายเป็นสีที่เป็นตัวแทนของความเป็นวัฒนธรรมจีน โดยมีความหมายแฝงอันสื่อถึงความงาม ความดีเด่น ความยิ่งใหญ่และความเป็นสิริมงคล สถาบันขงจื้อไทยประยุกต์ใช้สีแดงจำนวนมากในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมจีน ส่วนสีเขียว จึงสื่อความด้วยสีเขียวธรรมชาติที่ประยุกต์ใช้ประกอบแผ่นป้ายเกี่ยวกับเทศกาลตวนอู๋ เทศกาลไหว้พระจันทร์ วัฒนธรรมไทเก๊ก และวัฒนธรรมการแพทย์แผนจีน เพื่อให้สื่อความสงบ และสุขภาพแข็งแรง จึงเป็นกลยุทธ์การใช้วจนภาษาที่เสริมสร้าง*ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน* ให้ชัดเจน

5.2.2 การใช้สัญลักษณ์

การนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยโดยการใช้วจนภาษา นอกจากการนำเสนอโดยการใช้สีแดงสีทอง และสีเขียว สัญลักษณ์เป็นอีกกลยุทธ์สำคัญในการนำเสนอภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งสัญลักษณ์เป็นวจนภาษาที่สร้างขึ้นมา และกำหนดให้มีความหมาย การใช้สัญลักษณ์นำเสนอภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ การใช้สัญลักษณ์เสริมกิจกรรมภาษาจีน การใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการใช้ตราสัญลักษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.2.1 อุปกรณ์การเรียนการสอน

การใช้สัญลักษณ์เสริมกิจกรรมภาษาจีน หมายถึง สัญลักษณ์ที่เป็นองค์ประกอบของวจนภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อไทยสามารถเสริมวจนภาษาตามเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมภาษาจีนในแผ่นป้าย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.34 สัญลักษณ์อุปกรณ์การเรียนการสอน

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 11
- ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10
- ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 4
- ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 5
- ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้องค์ประกอบเสริมกิจกรรมภาษาจีน สัญลักษณ์จากภาพที่ 1 ปรากฏสัญลักษณ์*โต๊ะเรียนที่มีนักเรียนถือหนังสือและยกมือพร้อมที่จะตอบคำถาม* อยู่ฝั่งขวามุมล่าง โต๊ะเรียนเป็นองค์ประกอบสำคัญในห้องเรียน และเป็นสิ่งที่ผู้เรียนจำเป็นต้องใช้เมื่อรับฟังการบรรยาย การใช้โต๊ะเรียนที่นี้เพื่อประชาสัมพันธ์*คอร์สเรียนภาษาจีนในชีวิตประจำวัน* ภาพที่ 2, 3 และ 4 ประกอบด้วยสัญลักษณ์ “หนังสือ” มีนัยว่า หนังสือเป็นสิ่งที่บรรจุไว้ด้วยความรู้ จึงใช้หนังสือมาสื่อการมีปัญหาเพื่อแสดงศักยภาพทางด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทย ส่วนภาพที่ 5 ใช้สัญลักษณ์*แท่นบรรยายและกระดานเขียนหนังสือ* ซึ่งเป็นวัตถุที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน ดังนั้น การใช้

สัญลักษณ์ดังกล่าว เป็นกลวิธีแสดงให้เห็นพันธกิจของสถาบันขงจื้อไทย ซึ่งมีหน้าที่จัดการเรียนการสอนภาษาจีน และทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาประชาสัมพันธ์ได้ง่าย การใช้สัญลักษณ์อุปกรณ์การเรียนการสอนจึงเป็นกลวิธีการใช้วจนภาษาที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

5.2.2.2 ตราสัญลักษณ์สถาบัน

การใช้ตราสัญลักษณ์ เป็นการจัดวางตราสัญลักษณ์องค์กรที่เป็นองค์ประกอบของวจนภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื้อไทย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 5.35 ตราสัญลักษณ์สถาบัน

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10
- ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 8
- ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 8

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 7

ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 8

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ตราสัญลักษณ์องค์กรจัดวางอยู่ด้านบนของแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ นอกจากตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทยแล้ว ก็ปรากฏตราสัญลักษณ์ขององค์กรไทยอื่น ๆ เช่น *ตราสัญลักษณ์วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี* (ภาพ 1) *ตราสัญลักษณ์วิทยาลัยนานาชาติไทย-จีนเพื่อการจัดการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย* (ภาพ 2) *ตราสัญลักษณ์สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา* (ภาพ 3) *ตราสัญลักษณ์บริษัท Flash Group* (ภาพ 4) และ*ตราสัญลักษณ์โรงเรียนรุ่งคำ* (ภาพ 5) เป็นต้น การนำตราสัญลักษณ์ขององค์กรไทยมาวางร่วมกับตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทย แสดงให้เห็นถึงแนวคิดความร่วมมือพหุภาคีระหว่างสถาบันขงจื้อกับองค์กรท้องถิ่นของไทย เพื่อสนับสนุนการศึกษาและอาชีพของสังคมไทย ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดความน่าเชื่อถือต่อสถาบันขงจื้อไทย สอดคล้องกับเนื้อหาประชาสัมพันธ์ การใช้ตราสัญลักษณ์สถาบันเป็นกลวิธีการใช้วาทจนาภาษาที่ประกอบสร้างภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

5.2.2.3 สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม

การใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นการใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนที่เป็นองค์ประกอบวาทจนาภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนเนื้อหาของข้อมูลประชาสัมพันธ์ และใช้ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทย ดังนี้

5.2.2.3.1 สัญลักษณ์เทศกาลจีน

สัญลักษณ์ในเทศกาลจีน เป็นองค์ประกอบสำคัญในการประชาสัมพันธ์เทศกาลของจีนผ่านสัญลักษณ์ทางสายตา เพื่อสื่อความหมายทางวัฒนธรรม และแสดงเจตนารมณ์ในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ได้แก่ โคมไฟ เมฆมงคล กระดาษ และพัดจีน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3



ภาพที่ 5.36 สัญลักษณ์โคมไฟ

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 2
- ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา”, 2566: 11
- ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 2
- ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 2
- ภาพที่ 5 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 1

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการประชาสัมพันธ์เทศกาลของสถาบันขงจื้อ โดยใช้สัญลักษณ์ *โคมไฟ* เป็นสัญลักษณ์อวัจนภาษาที่มีความหมายทางวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง โคมไฟประกอบด้วยโทนสีแดงและรูปปลั๊กเป็นกลม เป็นสัญลักษณ์แห่งความเป็นสิริมงคล ความพร้อมหน้าพร้อมตา และความรื่นเริง ซึ่งสามารถสร้างบรรยากาศของเทศกาลจีนได้อย่างชัดเจน และโคมไฟในฐานะสัญลักษณ์ทางสายตาสามารถถ่ายทอดสารทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทข้ามภาษา ช่วยให้ผู้รับสารชาวไทยเข้าใจความหมายทางวัฒนธรรมของเทศกาลจีนผ่านประสาทสัมผัสได้โดยตรง การใช้โคมไฟแสดงให้เห็นถึงความเคารพและการสืบทอดวัฒนธรรมจีนของสถาบันขงจื้อผ่านอวัจนภาษา และ

เสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันในฐานะองค์กรเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ดังนั้น โคมไฟจึงไม่ใช่เพียงแค่เครื่องประดับตกแต่งเทศกาล แต่เป็นเครื่องหมายทางวัฒนธรรมจีนที่สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมและส่งเสริมการรับรู้ร่วมทางวัฒนธรรมจีน

ตัวอย่างที่ 4



ภาพที่ 5.37 สัญลักษณ์เมฆมงคล

ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อม. อัสสัมชัญ Confucius Institute of Assumption University”, 2566: 1

ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 1

ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 9

ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์ Confucius PSU Hatyai”, 2566: 9

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการประชาสัมพันธ์เทศกาลของสถาบันขงจื้อ โดยใช้สัญลักษณ์ **เมฆ มงคล** ที่มีรูปร่างที่ประกอบขึ้นจากเส้นโค้งรูปครึ่งวงกลม ทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคล ความกลมเกลียว และความสุข ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสุนทรียะของวัฒนธรรมจีนดั้งเดิม การใช้ลวดลายเมฆมงคลช่วยสร้างบรรยากาศที่สงบและร่มเย็น ทำให้ความรู้สึกแห่งความรื่นเริงในช่วงเทศกาล เป็นการแผ่ความหวังที่ดีงามของชาวจีน ถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมในเชิงบวกในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน และเป็นกลวิธีทางอวัจนภาษาที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

ตัวอย่างที่ 5



ภาพที่ 5.38 สัญลักษณ์กระต่าย

ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี”, 2566: 2

ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 1

ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อม. อัสสัมชัญ Confucius Institute of Assumption University”, 2566: 9

ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จเจ้าพระยา”, 2566: 11

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้สัญลักษณ์ *กระต่าย* ในการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน (ภาพ 1 และ 2) และเทศกาลไหว้พระจันทร์ (ภาพ 3 และ 4) การประชาสัมพันธ์ตรุษจีนปีเถาะ กระต่ายเป็นสัญลักษณ์แห่งความเชื่อนักซ์ตรปีเถาะใน 12 นักซ์ตรของวัฒนธรรมจีน สื่อความหมายที่ ความเป็นสิริมงคล ความอ่อนโยน และความสุข การใช้สัญลักษณ์นี้ไม่เพียงหมายถึงต้อนรับปีใหม่ ซึ่งปีเถาะเท่านั้น แต่ยังแสดงแนวคิดของสถาบันขงจื้อในการส่งความปรารถนาดีของวัฒนธรรมจีนแก่ผู้รับสารชาวไทยด้วยวัฒนธรรมตรุษจีน พร้อมทั้งเสริมความเข้าใจและความชื่นชอบของชาวต่างชาติที่มีต่อวัฒนธรรมนักซ์ตรของจีนอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น ส่วนการใช้สัญลักษณ์กระต่ายในการประชาสัมพันธ์เทศกาลไหว้พระจันทร์ แฝงเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมจีน คือ ฉางเอ๋อลอยไปดวงจันทร์ สื่อถึงความคิดถึงคนที่อยู่ไกล และแฝงความหมายแห่งความปรารถนาในความผูกพันและความกลมเกลียวของครอบครัว จึงทำให้ผู้รับสารสัมผัสเรื่องเล่าโบราณของจีน และทำความเข้าใจวัฒนธรรมมากขึ้น สัญลักษณ์กระต่ายเป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

ตัวอย่างที่ 6



ภาพที่ 5.39 สัญลักษณ์พัตจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 1

ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 1

ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 1

ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้สัญลักษณ์ **พัตจิ้น** ในการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน รูปทรงของพัตจิ้น คือ รูปทรงกลม พัตสามารถพับเก็บได้ ด้านนอกของพัตจิ้นมักมีรอยพับเป็นแนวตั้ง ภาพ 1-4 ข้างต้นปรากฏสัญลักษณ์พัตจิ้นทั้งหมด จากรูปลักษณะภายนอก พัตจิ้นมีรูปทรงสง่างาม เส้นสายสมมาตร และสีส่วนใหญ่เป็นสีแดงและสีทองที่เป็นสิริมงคลสื่อถึงความเป็นสิริมงคล ความกลมเกลียว และมีอวยพรที่ดีงาม ในข้อมูลประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนของสถาบันขงจื้อ ลักษณะทางสายตาของพัตไม่ได้เพียงสร้างบรรยากาศแห่งความรื่นเริงของเทศกาล แต่ทำหน้าที่เชิงวัฒนธรรมปฏิบัติผ่านความหมายเชิงสัญลักษณ์ โดยชักนำให้ผู้รับสารรับรู้ถึงการผสมผสานระหว่างเทศกาลตรุษจีนกับความงดงามทางศิลปะดั้งเดิมของจีน อันมีคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สำคัญ และเสริมสร้างความตระหนักรู้ร่วมทางวัฒนธรรมของเทศกาล เป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีน และเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

5.2.2.3.2 สัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมจีน

สัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมจีน เป็นการอธิบายเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ด้านศิลปวัฒนธรรมผ่านสัญลักษณ์ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 7





ภาพที่ 5.40 สัญลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมจีน

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 12

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 7

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 3

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 9

ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 2

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการใช้สัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมจีน ภาพที่ 1 ใช้ **หมากรุ๊กจิ้นสี่ เหลืองอ่อนสองลูก** ในการประสัมพันธ์หมากรุ๊กจิ้น ภาพที่ 2 ใช้ **สัญลักษณ์กำแพงเมืองจีน** ที่อยู่ด้านขวาตอนล่าง มี **สัญลักษณ์ผู้หญิงใส่หมวกที่กำลังดูแลพื้นที่** อยู่ข้างกระเป๋าดูแลทาง สื่อให้เห็นแหล่งท่องเที่ยวของจีน ภาพที่ 3 มี **สัญลักษณ์รูปผู้หญิงกำลังรำอย่างสวยงามที่อยู่มุมล่างขวา** สนับสนุนให้เห็นการเต้นรำไต้หวันมีลักษณะความสวยงาม ภาพที่ 4 ปรากฏ **ผู้ชายสามคนกำลังรำมวยไทเก๊ก** แสดงให้เห็นความหลากหลายของท่าไทเก๊ก และภาพที่ 5 ปรากฏ มี **ผู้หญิงสวมชุดยาวกำลังดีดเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย** ซึ่งเป็นการบรรเลงกู่เจิง การใช้สัญลักษณ์ดังกล่าว เป็นส่วนช่วยให้ผู้รับสารคนไทยรับรู้วัฒนธรรมจีนโดยตรง และสร้างความน่าสนใจแก่ผู้รับสารเบื้องต้น จึงเป็นกลวิธีง่ายสุดที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมจีน ดังนั้น สัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมเป็นกลวิธีการใช้วจนภาษาที่ประกอบสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

จากกลวิธีการใช้สัญลักษณ์พบว่า เป็นการใช้อวจนภาษาตามความหมายสัญลักษณ์สามารถแบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่ปรากฏในการประชาสัมพันธ์ภาษาจีน ได้แก่ หนังสือ แผ่นบรรยาย โต้ะเรียน ปากกา และนักเรียน ซึ่งสื่อถึงกิจกรรมอบรมภาษาจีนและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสั่งสอนความรู้ภาษาจีน ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรที่มี

บุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน การใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร เป็นการใช้สัญลักษณ์ที่นำตราสถาบันของจื่อไทยและตราองค์กรอื่นวางเรียงตามลำดับบนแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือระหว่างสถาบันของจื่อกับสถาบันท้องถิ่นไทย และเป็นการแสดงความเคารพต่อองค์กรคู่ความร่วมมือ เป็นกลวิธีนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน รวมทั้งการใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมประกอบด้วย สัญลักษณ์ทางเทศกาล เช่น โคมไฟจีน พัดจีน เมฆมงคล หรือสัญลักษณ์ และสัญลักษณ์ ซึ่งขยายความหมายกลมกลืน ความปรารถนาดี และปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมจีนให้ลึกซึ้ง และสัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมจีน เช่น หมากรูกจีน สัญลักษณ์การรำไทเก๊ก สัญลักษณ์การเต้นระบำจีน เป็นต้น ทำให้ผู้รับสารทราบรูปลักษณ์ของวัฒนธรรมจีน จึงเป็นกลวิธีนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

ตารางที่ 5.8 กลวิธีการใช้สัญลักษณ์นำเสนอภาพลักษณ์สถาบันของจื่อไทย

สัญลักษณ์	ภาพลักษณ์องค์กร	มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน	ความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน
อุปกรณ์การเรียนการสอน		☑		
ตราสัญลักษณ์องค์กรและสถาบัน			☑	
สัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมจีน				☑
สัญลักษณ์เทศกาลจีน				√
สัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมจีน				√

เนื่องจากการใช้สัญลักษณ์ต้องอาศัยเนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปแบบถ้อยคำ การจำแนกสัญลักษณ์จึงทำตามเนื้อหาประชาสัมพันธ์ และจำนวนสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันมีจำกัด โดยสัญลักษณ์แต่ละอันสามารถนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันได้เพียงภาพลักษณ์เดียว อุปกรณ์การเรียนการสอน เป็นสัญลักษณ์สื่อความการอบรม ตราองค์กรและสถาบันเป็นการสื่อความร่วมมือกัน และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม จึงเป็นการสื่อความจากบริบทวัฒนธรรมเป็นเฉพาะ

5.2.3 การใช้ภาพถ่าย

การใช้ภาพถ่ายนำเสนอเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร การใช้ภาพถ่ายนั้นเป็นการถ่ายทอดความเป็นจริงของสิ่งต่าง ๆ ที่บันทึกไว้ (เกษม เพ็ญภินันท์, 2551: 117) ดังนั้น ภาพถ่ายจึงเป็นกลวิธีสื่อความหมายสำคัญจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.3.1 ภาพถ่ายบุคคล

ภาพถ่าย หมายถึง การถ่ายทอดความเป็นจริงของสิ่งต่าง ๆ ที่บันทึกไว้ (เกษม เพ็ญภินันท์, 2551: 117) ส่วนภาพถ่ายบุคคล คือ การถ่ายทองความเป็นจริงที่มีคนอยู่ในฉาก เป็นองค์ประกอบของภาพในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพ่งเพชฌึกของสถาบันขงจื้อ เป็นกลวิธีทางอวัจนภาษาสำคัญที่ส่งเสริมวัจนภาษาในแผ่นป้าย เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อให้ชัดเจน ดังนี้

5.2.3.1.1 ภาพถ่ายบุคคลเดี่ยว

ภาพถ่ายบุคคลเดี่ยว คือ ภาพถ่ายที่ปรากฏคนเพียงคนเดียวเป็นองค์ประกอบหลักในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ โดยเน้นให้เห็นบทบาท ตัวตน หรือคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลนั้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1



ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น”, 2566: 7

ภาพที่ 2 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อ มรภ. บ้านสมเด็จเจ้าพระยา”, 2566: 11

ภาพที่ 3 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกียรติ 华侨崇圣大学中医孔子学院”, 2566: 3

ภาพที่ 4 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”, 2566: 8

ภาพที่ 5 เพลงเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น เป็นกลวิธีการใช้ภาพบุคคลเดียวในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ภาพที่ 1 เป็นการแข่งขันการแปลและการล่าม จีนไทย-ไทยจีน ใช้ภาพถ่ายอาจารย์ผู้หญิงผมยาว สวมเสื้อสีน้ำเงิน ผู้ทำงานด้านการแปลจีน-ไทยและได้รับเกียรติเป็นนักแปลดีเด่น ในกิจกรรมสำหรับครูสอนภาษาจีน ดังภาพที่ 2 และ 3 ใช้ภาพบุคคลเดี่ยวที่อยู่ในกรอบวงกลม จากข้อความ “MEET OUR SPEAKER” และ “讲座者 (ผู้บรรยาย)” แสดงให้เห็นว่า บุคคลในภาพถ่ายเป็น วิทยากรที่ถ่ายทอดความรู้ในกิจกรรมครูภาษาจีน ภาพที่ 4 ปรากฏ 5 คนในภาพบุคคลเดี่ยว เป็นผู้บรรยายในโครงการเสวนาสุดยอดนักวิชาการจีนศึกษาแห่งประเทศไทย โดยภาพถ่ายวางอยู่เหนือข้อความแนะนำข้อมูลส่วนบุคคล ภาพที่ 5 เป็นผู้ชายสวมชุดทางการ ยืนหน้าจอขนาดใหญ่และกล่าวคำปราศรัยต่อไมโครโฟน กำลังกล่าวถึง อว. หนุนการพัฒนาความรู้ภาษาจีนสำหรับการศึกษาภาษาจีนระดับนานาชาติ

ภาพบุคคลเดี่ยวทั้ง 5 ภาพข้างต้นมีลักษณะเด่น คือ การแสดงใบหน้าบุคคลอย่างชัดเจน และสวมเครื่องแต่งกายเป็นทางการ สื่อให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญและความเคร่งครัดของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน ซึ่งภาพถ่ายบุคคลเดี่ยวเหล่านี้ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้รับสารที่มีต่อสถาบันขงจื้อไทยในฐานะองค์กรผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาจีน ขณะที่การอ้างถึงข้อมูลส่วนบุคคลในแผ่นป้าย ภาพถ่ายจึงมีบทบาทยืนยันความสมจริงของถ้อยคำ ทำให้กิจกรรมภาษาจีนของสถาบันขงจื้อมีความน่าเชื่อถือ และชักนำความสนใจของผู้รับสารได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น การใช้ภาพถ่ายบุคคลเดี่ยวเป็นกลวิธีที่ให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

5.2.3.1.2 ภาพถ่ายบุคคลหมู่

ภาพถ่ายบุคคลหมู่ หมายถึง ภาพถ่ายที่มีบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปอยู่ในภาพเดียวกันในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อบันทึกเหตุการณ์ ความทรงจำ หรือแสดงถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล ในกิจกรรมที่สถาบันขงจื้อจัดขึ้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 3 โครงการอบรมภาษาจีนสำหรับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประจำปี 2023 2023 年來拉薩功大學在校生中文學習項目



สถาบันจีนศึกษาและสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยบูรพา ร่วมกับ วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี จัดโครงการอบรมภาษาจีนสำหรับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประจำปี 2023 2023 年來拉薩功大學在校生中文學習項目

1. การสมัคร

- 1.1 ผู้สมัครต้องเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 1.2 หมดวันสมัครวันที่ 2 - 11 มิถุนายน 2566 11PM (สง. 30/30/5) หรือ Scan QR Code ที่หน้า "สมัครเลย" จากสถาบันจีนศึกษาและสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยบูรพา
- 1.3 หมดวันสมัครวันที่มีผลยืนยันเรียน วันที่วันที่ 12 - 14 มิถุนายน 2566
- 1.4 หมดเวลาการขอต่อเติมใบสมัคร วันที่ 19 มิถุนายน - 28 กรกฎาคม 2566

2. สถานที่อบรม : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี วิทยาลัยบูรพา



ภาพที่ 5.42 ภาพถ่ายบุคคลหมู่

- ที่มา: ภาพที่ 1 เพลงเฟสบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 11
- ภาพที่ 2 เพลงเฟสบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 10
- ภาพที่ 3 เพลงเฟสบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 6
- ภาพที่ 4 เพลงเฟสบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 3

ตัวอย่างข้างต้น เป็นการถ่ายภาพในการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการอบรมด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื้อไทย ภาพที่ 1 เป็นภาพหมู่ที่ถ่ายหลังจากการแข่งขันร้องเพลงภาษาจีน **ผู้เข้าร่วมถือใบประกาศนียบัตร** แสดงให้เห็นว่าสถาบันขงจื้อได้มอบเกียรติบัตรแก่ผู้เข้าร่วม และกิจกรรมประสบความสำเร็จอย่างดียิ่ง ภาพที่ 2 เป็นภาพถ่ายในโครงการอบรมครูสอนภาษาจีน **ผู้เข้าอบรมยืนเรียงหน้าอาคารสถาบันขงจื้อ พร้อมชูนิ้วโป้ง** แสดงถึงความพึงพอใจต่อการอบรม ภาพที่ 3 มาจากโครงการอบรมภาษาจีนสำหรับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บรรยากาศในห้องเรียน

คือ นักศึกษาสวมเสื้อขาวตั้งใจฟังการบรรยาย แสดงถึงการเรียนรู้จริง ภาพที่ 4 เป็นภาพของโครงการอบรมภาษาจีนสำหรับตำรวจเชียงใหม่ ผู้เข้าอบรมสวมเครื่องแบบตำรวจและถือใบประกาศนียบัตร สื่อให้เห็นความสำเร็จของการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ภาครัฐ การใช้ภาพถ่ายทั้งหมดดังกล่าว เป็นฉากจริงของการดำเนินงานด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทย และประสบความสำเร็จช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือการประชาสัมพันธ์กิจการด้านภาษาจีน และเป็นกลวิธีที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

5.2.3.2 ภาพถ่ายวัตถุ

ภาพถ่ายวัตถุ หมายถึง ภาพถ่ายที่มีวัตถุหรือสิ่งของที่ไม่มีชีวิต เป็นองค์ประกอบหลักของภาพ ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ โดยนำเสนอรูปสัญลักษณ์ ลักษณะเฉพาะ หรือคุณสมบัติของวัตถุ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 3



ภาพที่ 5.43 ภาพถ่ายวัตถุ

ที่มา: ภาพที่ 1 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 11

ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”, 2566: 6

ภาพที่ 3 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา”, 2566: 12

ภาพที่ 4 เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล”, 2566: 11

ภาพที่ 5 เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื้อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU”, 2566: 10

ตัวอย่างข้างต้น เป็นกลวิธีการใช้ภาพถ่ายวัตถุในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ภาพที่ 1 และ 2 เป็นภาพถ่ายวัตถุเพื่อประชาสัมพันธ์ศิลปวัฒนธรรมจีน ภาพที่ 1 เป็นภาพ*กู่ฉินสีแดงที่มีสายพินใช้บรรเลงโดยการดีดสายพินด้วยนิ้วมือ* ภาพที่ 2 เป็นภาพ*ชุดชา รินน้ำชาจากกาน้ำชาสีดำไปยังถ้วยชา* ภาพที่ 3 เป็นกิจกรรมการแพทย์แผนจีน ประกอบด้วยภาพถ่าย*เมลิ็ดเกสรบัวและไหลบัวสีขาว* แสดงแนวความคิดการปรับสมดุลร่างกายด้วยวัตถุดิบจากธรรมชาติ ภาพที่ 4 ใช้ภาพสถาปัตยกรรมจริงในการ*ประกวดผลงานสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม* โดยมีภาพด้านบนเป็น*พระราชวังต้องห้ามจีน* และด้านล่างเป็น*ปราสาทพระเทพบิดรไทย* แสดงถึงการผสมผสานวัฒนธรรมจีนและไทยในการประกวด ภาพที่ 5 มุมล่างซ้ายเป็นภาพ*รถไฟความเร็วสูงจีน* สอดคล้องกับหัวข้อบรรยายเรื่อง “*ความทันสมัยแบบจีนและความสำคัญระดับสากล*”

สถาบันขงจื้อได้นำภาพถ่ายวัตถุมาใช้เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นรูปธรรม เพื่อถ่ายทอดความเป็นจริง และความดั้งเดิมของวัฒนธรรมจีน โดยทำให้วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมกลายเป็นสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ อันเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมที่มีความใกล้ชิดและเข้าถึงได้ในบริบทสังคมไทย กลวิธีดังกล่าวไม่เพียงเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อที่เผยแพร่วัฒนธรรมจีนอย่างมีอำนาจและน่าเชื่อถือ แต่ทำให้เห็นพลังละมุนทางวัฒนธรรมจีนอย่างชัดเจน สำหรับผู้รับสารชาวไทย ภาพถ่ายวัตถุสามารถกระตุ้นจินตภาพและความรู้สึกมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม และเกิดความน่าเชื่อถือและความจดจำของวัฒนธรรมจีน การใช้ภาพถ่ายวัตถุจึงเป็นกลวิธีการใช้อัจฉริยะที่นำไปสู่*ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน*

จากกลวิธีการใช้ภาพถ่ายพบว่า การใช้ภาพถ่ายในแผ่นป้ายเป็นกลวิธีเพื่อมุ่งเน้นสนับสนุนและเสริมวจนภาษา การวิเคราะห์ตามประเภทภาพถ่าย สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ภาพถ่ายบุคคล ซึ่งภาพถ่ายที่มีบุคคลเป็นองค์ประกอบและสื่อความหมายตามวจนภาษาในแผ่นป้าย โดยปรากฏภาพถ่ายบุคคลเดี่ยวและภาพถ่ายบุคคลหมู่ เป็นเน้นความจริงของการร่วมกิจกรรมด้านภาษาจีนที่จัดขึ้น 2) ภาพถ่ายวัตถุ เป็นภาพถ่ายที่มีวัตถุหรือสิ่งของที่ไม่มีชีวิตเป็นองค์ประกอบในแผ่นป้ายและสื่อความหมายตามวจนภาษาในได้ การใช้ภาพถ่ายเป็นกลวิธีการใช้อัจฉริยะที่สามารถนำไปสู่*ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยได้ 2 ภาพลักษณ์ ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและ*

เชี่ยวชาญภาษาจีน และ 2) ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน
สรุปดังตาราง

ตารางที่ 5.9 กลวิธีการใช้ภาพถ่ายนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย

ภาพถ่าย	ภาพลักษณ์ องค์กร	มีบุคลากรและ เชี่ยวชาญ ภาษาจีน	ความร่วมมือและ กระชับความสัมพันธ์ ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะตัวแทน ประเทศจีนและ เผยแพร่วัฒนธรรมจีน
ภาพถ่ายบุคคล		☑		
ภาพถ่ายบุคคลเดี่ยว		✓		
ภาพถ่ายบุคคลหมู่		✓		
ภาพถ่ายวัตถุ				☑

จากการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่น
ป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กพบว่า กลวิธีการใช้อวัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์องค์กรจำเป็นต้องใช้
ข้อความที่เป็นวัจนภาษา ดังเช่น บัณฑิตา จารุมา และสมคิด นันต๊ะ (2563: 156-157) กล่าวไว้ว่า
อวัจนภาษาใช้ส่งเสริมวัจนภาษาให้มีน้ำหนักมากขึ้น สรุปดังตาราง

ตารางที่ 5.10 กลวิธีการใช้อวัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทย

กลวิธีการใช้อวัจนภาษา	ภาพลักษณ์องค์กร		
	มีบุคลากรและ เชี่ยวชาญภาษาจีน	ความร่วมมือและ กระชับความสัมพันธ์ ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะตัวแทน ประเทศจีนและ เผยแพร่วัฒนธรรมจีน
การใช้สี			☑
การใช้สัญลักษณ์	☑	☑	☑
การใช้ภาพถ่าย	☑		☑

จากตารางกลวิธีการใช้อวัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่น
ป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กพบ กลวิธีการใช้อวัจนภาษาปรากฏ 3 กลวิธี คือ การใช้สัญลักษณ์ เป็น
กลวิธีการใช้อวัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 3 ภาพลักษณ์ โดยแบ่งตามประเภทสัญลักษณ์
เป็น 1) อุปกรณ์การเรียนการสอน เป็นสัญลักษณ์ที่ปรากฏในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภาษาจีน

ได้แก่ หนังสือ ปากกา โต๊ะเรียน แทนบรรยาย เป็นต้น 2) ตราสัญลักษณ์สถาบันอื่น เป็นกลวิธีที่เน้นการจัดวางตราสัญลักษณ์สถาบันอื่นอยู่กับตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทย และ 3) สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน เป็นสัญลักษณ์ที่ตีความในระดับวัฒนธรรมจีน เช่น สัญลักษณ์ปรากฏในเทศกาลจีน และสัญลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมจีน การใช้ภาพถ่าย เป็นกลวิธีที่ใช้อวัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์องค์กร 2 ภาพลักษณ์ โดยแบ่งตามลักษณะของภาพถ่าย เช่น 1) ภาพถ่ายบุคคล โดยแบ่งย่อยเป็นภาพถ่ายบุคคลเดี่ยวและภาพถ่ายบุคคลหมู่ และ 2) ภาพถ่ายวัตถุ และการใช้สี เป็นวิธีการใช้อวัจนภาษานำเสนอภาพลักษณ์องค์กรเดี่ยว ได้แก่ การใช้สีแดงและสีทอง และการใช้สีเขียว เนื่องจากสีที่สื่อความต้องอาศัยมโนทัศน์ทางวัฒนธรรมและบริบทของแต่ละสังคม จึงเป็นเหตุผลที่เสนอถึงภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม ผลการวิเคราะห์การใช้อวัจนภาษาพบว่า มีกลวิธีซ้อนกลวิธีใช้อวัจนภาษาในแผ่นป้าย เช่น พัดจีนและคมไฟจีน เป็นกลวิธีที่ใช้สัญลักษณ์ที่มีสีแดงซ้อนอยู่ในนั้น

กลวิธีใช้ภาษาปรากฏในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์มีทั้งหมด 9 กลวิธี โดยมีกลวิธีใช้อวัจนภาษา 6 กลวิธี ได้แก่ 1) การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ 2) การใช้คำกริยา 3) การอ้างถึง 4) การใช้อวัจนกรรม 5) การใช้คำขวัญ และ 6) การใช้เรื่องเล่า กลวิธีใช้อวัจนภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ประกอบสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยอย่างชัดเจน 5 กลวิธีในทั้ง 6 กลวิธีดังกล่าวนำไปสู่ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อทั้ง 3 ภาพลักษณ์ การใช้อวัจนภาษามีบทบาทประชาสัมพันธ์ให้เห็นพันธกิจ ศักยภาพ ความคิด ความเชื่อ และวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานของสถาบันขงจื้อในฐานะผู้ส่งสาร และกลวิธีใช้อวัจนภาษาเป็นเครื่องมือสนับสนุนส่งเสริมเกียรตินามอวัจนภาษาเป็นอย่างดี ได้แก่ 1) การใช้สี ส่งเสริมการทำความเข้าใจเหตุผลที่ใช้สีแดงและสีทองในเทศกาลตรุษจีน และใช้สีเขียวในเทศกาลตวนอวูและเทศกาลไหว้พระจันทร์ 2) การใช้สัญลักษณ์ สนับสนุนให้เห็นถึงเจตนารมณ์เชิงวัฒนธรรม ความพยายามสร้างความเป็นมิตรระหว่างไทย-จีน และการเรียนการสอนภาษาจีน และ 3) การใช้ภาพถ่าย ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของเนื้อหาประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ถูกสร้างขึ้นผ่านกลวิธีใช้ภาษา ทั้ง 9 กลวิธี แสดงให้เห็นว่าสถาบันขงจื้อไทยให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อบทบาทของวัฒนธรรมจีนในการพัฒนาองค์กร โดยมีการใช้อวัจนภาษา การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการใช้คำศัพท์หรือปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมจีนโดยตรงในพาดหัวแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เป็นหลัก เพื่อเน้นเอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมจีน ทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ถึงความเป็นจีนตั้งแต่แรกที่อ่านแผ่นป้าย ขณะเดียวกัน การใช้คำกริยา ได้แก่คำว่า “เปิดรับสมัคร” “อบรม” หรือ “เฉลิมฉลอง” ทำหน้าที่แสดงการกระทำและจุดยืนของสถาบันขงจื้อในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมจีน ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ส่วนการอ้างถึง เป็นการอ้างถึงชื่อหรือศัพท์วัฒนธรรมจีนโดยตรง เพื่อให้ผู้รับสารชาวไทยเกิดความคุ้นเคยและมีส่วนร่วมในการเรียนรู้วัฒนธรรมจีน เสริมให้

เห็นหน้าที่ของสถาบันขงจื่อในฐานะผู้เผยแพร่วัฒนธรรมจีนอย่างเป็นทางการ พร้อมทั้งเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลประชาสัมพันธ์ การใช้วงจรรวมช่วยปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถาบันขงจื่อกับประชาชนชาวไทยผ่านถ้อยคำเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรม คำอวยพรในเทศกาล หรือข้อความประกาศกิจกรรม การใช้คำขวัญในกิจกรรมเทศกาลจีนมีบทบาทโน้มน้าวใจผู้รับสารชาวไทย และสร้างความประทับใจเชิงวัฒนธรรม ส่วนการใช้เรื่องเล่า เป็นอธิบายรายละเอียดของกิจกรรมวัฒนธรรม ได้แก่ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ฉาก ตัวละคร เป็นต้น ทำให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือ

ส่วนของการใช้อวัจนภาษา มุ่งเน้นการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านองค์ประกอบทางสายตาที่มีนัยความเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมจีน ซึ่งมักมีบทบาทในการเสริมความหมายแฝงของวัจนภาษา ตัวอย่างเช่น การใช้สีแดงและเหลืองที่สื่อถึงความมงคล ความเจริญรุ่งเรือง และความสุขในวัฒนธรรมจีน ส่วนสีเขียวแสดงแนวคิดเรื่องสุขภาพแข็งแรง ความสมดุล และความสงบในชีวิต การใช้สัญลักษณ์ เช่น โคมไฟจีน พัดจีน เมฆมงคล หรือสัญลักษณ์ทางวัตถุวัฒนธรรมของจีน ล้วนช่วยขยายความหมายของวัฒนธรรมจีนให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ขณะที่การใช้ภาพถ่ายวัตถุ มีบทบาทในการเน้นความแท้จริงของวัฒนธรรมจีน

ทั้งนี้ กลวิธีการใช้วัจนภาษาและอวัจนร่วมกัน ประกอบสร้างสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยให้เป็นที่สื่อกลางในการเผยแพร่ภาษาจีนอย่างมีมิติและน่าเชื่อถือ ทำให้ผู้รับสารชาวไทยสามารถเข้าใจวัฒนธรรมจีนและหน้าที่ของสถาบันขงจื่อได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน ถูกสร้างขึ้นผ่านกลวิธีการใช้ภาษา 7 กลวิธี แสดงให้เห็นถึงความพยายามของสถาบันในการผลักดันประชาชนไทยให้มีทักษะภาษาจีน และสามารถใช้ภาษาจีนเป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างไทย-จีนในหลากหลายด้าน โดยมีกลวิธีการใช้วัจนภาษา การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการภาษาจีน มีลักษณะความสั้น ความกระชับ และความหมายตรง เช่น “การสอบวัดระดับความสามารถภาษาจีน” “คอร์สเรียนภาษาจีนออนไลน์สำหรับบุคคลทั่วไป” หรือ “การแข่งขันการแปลและการล่ามจีนไทย-ไทยจีน” ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่ายและรับรู้วัตถุประสงค์ประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจน การใช้คำกริยาในการประชาสัมพันธ์ เช่น “เปิดรับสมัคร” “อบรม” “ประกวดหรือแข่งขัน” และ “พัฒนา” เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อในด้านการเรียนการสอน การประเมินทักษะ และการส่งเสริมภาษาจีนในประเทศไทย นอกจากนี้ การใช้การอ้างถึง เป็นการต่อยอดความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือในภาษาจีนของสถาบันขงจื่อผ่านการอ้างถึงความจริงในสังคมไทย เช่น การอ้างถึงชื่อการสอบมาตรฐานภาษาจีนระดับสากลที่ได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการจากรัฐบาลจีน เช่น HSK, HSKK และ YCT การอ้างถึงชื่อองค์กรที่มีชื่อเสียงของไทย เพื่อแสดงให้เห็นว่า ภาษาจีนของสถาบันขงจื่อได้รับการยอมรับจากหน่วยงานไทย และการอ้างถึงข้อมูลบุคคลปรากฏในกิจกรรมการบรรยายภาษาจีน โดยระบุตำแหน่งทางวิชาการและที่สังกัดของผู้บรรยาย เช่น ผู้สอนภาษาจีนที่เป็นรศ. ดร. หรืออาจารย์เจ้าของภาษา

จากมหาวิทยาลัยจีน การใช้วีจันกรรม กล่าวคือ การชี้แจงขั้นตอนการสมัครสอบภาษาจีนอย่างละเอียด สื่อให้เห็นว่าสถาบันขงจื่อมีระบบบริการด้านภาษาจีนที่ครบถ้วนและมีความเชี่ยวชาญในการจัดสอบภาษาจีน การใช้เรื่องเล่า จึงเป็นการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานด้านภาษาจีนและรายละเอียดของกิจกรรมภาษาจีน

กลวิธีการใช้อัจฉริยะภาษาแนะนำเสนอภาพลักษณ์ความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื่อ นั้นค่อนข้างมีลักษณะจำกัด เนื่องจากความเชี่ยวชาญภาษาจีนจำเป็นต้องแสดงจากศักยภาพและความสามารถที่เป็นรูปธรรม ดังนั้น กลวิธีการใช้อัจฉริยะภาษาแนะนำภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญภาษาจีนมีแต่การใช้สัญลักษณ์ของอุปกรณ์การเรียนการสอน ได้แก่ หนังสือ แท่นบรรยาย โต๊ะเรียน ปากกา และนักเรียน ซึ่งสื่อถึงกิจกรรมอบรมภาษาจีนและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสั่งสอนความรู้ภาษาจีน และการอบรมและบรรยายภาษาจีนยังมักใช้ภาพถ่ายบุคคล ภาพถ่ายเดี่ยวที่อยู่ภายใต้การอ้างถึง เพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและความสมจริงให้กับเนื้อหาประชาสัมพันธ์ภาษาจีน และภาพถ่ายบุคคลหมู่ เป็นเน้นความจริงของการร่วมกิจกรรมด้านภาษาจีนที่จัดขึ้น

จากกลวิธีการใช้ภาษาแนะนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน พบว่า ความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการสอนทักษะภาษาเท่านั้น แต่ยังเห็นได้จากการให้บริการด้านภาษาจีนอย่างครบถ้วน และวิสัยทัศน์การพัฒนาภาษาจีนในบริบทของสังคมไทยอย่างรอบด้าน

ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ถูกสร้างขึ้นผ่านกลวิธีการใช้ภาษา ทั้ง 6 กลวิธี แสดงให้เห็นว่า บทบาทสำคัญในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างไทยจีน โดยมีกลวิธีการใช้อัจฉริยะภาษาได้แก่ การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ สถาบันขงจื่อไทย สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีนผ่านการตั้งชื่อโดยใช้ทั้งการสื่อความโดยตรงและการสื่อความทางอ้อม การสื่อความโดยตรง เป็นการกล่าวถึงความสัมพันธ์ไทยจีนโดยตรงในชื่อกิจกรรมและโครงการ เช่น “จีน-ไทยใช้เงินไกล ครอบครัวยุคเดียวกัน” หรือ “ความสัมพันธ์ไทย-จีน” ส่วนการสื่อทางอ้อมจำเป็นต้องอาศัยการตีความเชิงลึก โดยมีการตั้งชื่อเพื่อให้เห็นการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อ และค้นหาความหมายที่ซ่อนอยู่ภายในนั้น การใช้คำกริยาเป็นกลวิธีที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมของสถาบันขงจื่อกับองค์กรไทย และการสนับสนุนการศึกษาและอาชีพในสังคมไทย เช่น ในข้อความ “เปิดรับสมัครทุนการศึกษา” หรือ “อบรมครูสอนภาษาจีน” สถาบันขงจื่อทำหน้าที่เป็นผู้กระทำที่มอบโอกาสการศึกษาแก่สังคมไทย นอกจากนี้ คำกริยาอย่างคำว่า “พัฒนา” และ “ความร่วมมือ” แสดงให้เห็นแนวคิดการอยู่ร่วมกันแบบเกื้อกูลในความสัมพันธ์ไทย-จีน การใช้การอ้างอิงสถาบันขงจื่ออ้างอิงชื่อขององค์กรหรือสถาบันไทยในความร่วมมือและการบรรลุข้อตกลงร่วมกัน เป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับสาร การใช้วีจันกรรมปรากฏเด่นชัดในรูปแบบวีจันกรรมการประกาศ ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างองค์กรกับประชาชน ความสัมพันธ์ไทย-จีนในลักษณะนี้มัก

สื่อผ่านเป้าหมายของ การประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ การเผยแพร่ความร่วมมือของสถาบันขงจื่อ หรือ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ส่งเสริมการศึกษาและอาชีพ ส่วนการใช้เรื่องเล่า ต้องเชื่อมโยงกับ ประเด็นและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เช่น ในแผนป้ายประชาสัมพันธ์ทุนการศึกษา ภาษาจีน เล่าถึงความเป็นมาของทุน เจื่อนไขการสมัคร และประสบการณ์การเรียนต่อที่ประเทศจีน ทำให้ให้ผู้รับสารชาวไทยเข้าใจข้อมูลทุนการศึกษาได้อย่างลึกซึ้ง

กลวิธีการใช้ວິจนาภาษา ปรากฏการใช้สัญลักษณ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญนำเสนอการ กระชับความสัมพันธ์ไทยจีน กล่าวคือ การจัดวางตราสัญลักษณ์ของสถาบันขงจื่อร่วมกับตรา สัญลักษณ์ขององค์กรภายนอก การใช้ตราสัญลักษณ์นี้เสริมข้อความที่เป็นວິจนาภาษาในแผนป้าย โดย แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื่อกับสถาบันท้องถิ่นไทย และเป็นการแสดงความ เคารพต่อองค์กรคู่ความร่วมมือ การใช้ภาพถ่ายบุคคลหมู่หลังเสร็จสิ้นกิจกรรมความร่วมมือสามารถถือ เป็นการกระชับความสัมพันธ์ไทย-จีนได้เช่นกัน แต่เนื่องจากมีเพียงสถาบันขงจื่อน้อยที่ใช้กลวิธีนี้ จึง ยังไม่สามารถนับเป็นภาพลักษณ์โดยรวมของสถาบันขงจื่อในประเทศไทยได้

กลวิธีการใช้ภาษาทั้ง 9 กลวิธีกับภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย พบว่า กลวิธีที่ปรากฏในการ นำเสนอภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนเป็นจำนวนมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า สถาบันขงจื่อไทยให้ความสำคัญกับการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในสังคมไทย รวมทั้ง เหตุผลที่สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับการประกอบสร้างองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนใน ประเทศไทย ก็เพราะภาษาจีนถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมจีน และนำไปใช้เป็นเครื่องมือเผยแพร่ วัฒนธรรม เพื่อให้ผู้รับสารชาวไทยรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมจีนผ่านการเรียนรู้ภาษาจีนนั่นเอง สอดคล้องกับศุภิสรา พรหมยงเกิด (2566: 33) นำเสนอว่า การดำเนินงานผ่านการส่งออกสถาบัน ขงจื่อมายังประเทศไทยให้ภาษาได้ทำงานเป็นสะพานเชื่อมในการถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นจีน วัฒนธรรม และค่านิยมแบบจีน สำหรับภาพลักษณ์ที่กระชับความสัมพันธ์ไทย-จีนนั้น ทำให้เห็นถึง ภาพของสถาบันขงจื่อในฐานะเป็น “ผู้ให้” ที่มีศักยภาพสูงและสามารถบูรณาการเข้ากับสังคมไทย และมอบการสนับสนุนด้านต่าง ๆ ให้กับสังคมไทย ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้ความสัมพันธ์ไทย-จีนพัฒนา อย่างราบรื่น และวางรากฐานให้กับการดำเนินการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในอนาคต

บทที่ 6

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก” โดยเก็บข้อมูลจากเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื่อในประเทศไทยจาก 12 เพจ ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 1 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2566 ถึง 31 ธันวาคม 2566 โดยมีกลุ่มข้อมูลจากการเก็บทั้งสิ้น รวม 338 แผ่นป้าย กำหนดวัตถุประสงค์ 2 ประการ ได้แก่ 1) วิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก และ 2) กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก สามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา “ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก” ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 2 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1.1 ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ทั้งหมด 338 แผ่นป้าย พบว่า สถาบันขงจื่อไทยเป็นผู้ประกอบสร้างภาพลักษณ์องค์กรเชิงบวกผ่านเนื้อหาประชาสัมพันธ์ โดยนำเสนอการดำเนินงานและบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื่อ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดภาพในใจเกี่ยวกับสิ่งที่สถาบันขงจื่อไทยต้องการต่อยึดด้วยความประทับใจ ความน่าเชื่อถือและความคิดต่อสถาบันขงจื่อไทย สามารถวิเคราะห์ได้ 3 ภาพลักษณ์ ดังนี้

ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน กล่าวคือ สถาบันขงจื่อไทยมีบุคลากรเชี่ยวชาญภาษาจีน และมีวิสัยทัศน์พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการดำเนินงานด้านภาษาจีน รวมทั้งนำคุณลักษณะเด่นด้านภาษาจีนมาประกอบเป็นเนื้อหาการดำเนินงาน โดยประกอบด้วย 3 ภาพลักษณ์ย่อย ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์การทดสอบภาษาจีน ซึ่งสื่อจากเนื้อหาการสอบวัดระดับภาษาจีน เป็นการทดสอบภาษาจีนผ่านการสอบโดยตรง เช่น การสอบ HSK HSKK YCY เป็นต้น ขณะที่นำเสนอการดำเนินการสอบภาษาจีนของสถาบัน เช่น การรับสมัครเข้าสอบและการประกาศผลสอบ และการประกวดทักษะภาษาจีน เป็นการทดสอบผ่านกิจกรรมประกวดองค์ความรู้และความเข้าใจภาษาจีนโดยมีสถาบันขงจื่อไทยเป็นผู้จัดขึ้นหรือเป็นผู้ตัดสิน การแปล-การล่ามภาษาไทยจีน

การร้องเพลงจีนและการกล่าวสุนทรพจน์จีน การแข่งการสอนภาษาจีน 2) ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน ซึ่งมีเนื้อหาที่ต่อยอดการเผยแพร่ภาษาจีน ได้แก่ การพัฒนาผู้สอนภาษาจีน โดยมีโครงการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้สอนภาษาจีนให้เข้ากับความต้องการ และการสอนและการอบรมผู้เรียนภาษาจีน เป็นการจัดหลักสูตรหรือโครงการอบรมผู้มีความต้องการเรียนรู้ภาษาจีน 3) ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ เป็นเปิดให้เห็นข้อมูลของวิทยากรโดยยื่นยานวิทยากรที่ประชาสัมพันธ์มีประสบการณ์และองค์ความรู้ด้านภาษาจีนมากเพียงพอ

ภาพลักษณ์องค์กรมีบุคลากรและเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนในประเทศไทยแสดงบทบาทการจัดการและให้บริการด้านภาษาจีนของสถาบันขงจื่อ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื่อที่รัฐบาลจีนกำหนดไว้ ซึ่งการสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน การพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนกับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ การทดสอบวัดระดับและรับรองที่เกี่ยวข้องกับภาษาและวัฒนธรรมจีน

ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน เป็นภาพลักษณ์ที่นำเสนอการกระทำที่กระตุ้นให้เห็นถึงความเป็นส่วนในสังคมไทย และการสนับสนุนพัฒนาสังคมไทย โดยนำเสนอภาพลักษณ์ย่อย 4 ภาพลักษณ์ 1) ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย 2) ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานของรัฐบาลไทย โดยภาพลักษณ์ย่อย 1) และ 2) สถาบันขงจื่อใช้ความได้เปรียบด้านภาษาจีนเป็นเครื่องมือมาสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กร เป็นการสร้างภาพลักษณ์สถาบันที่ดีให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและความเชื่อมั่นต่อสถาบันขงจื่อ ก่อให้เกิดความคิดว่า สถาบันขงจื่อไทยเป็นองค์กรที่มีความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน 3) ภาพลักษณ์การสนับสนุนทุนการศึกษา เป็นการให้เงินกับผู้ต้องการคนไทยโดยตรงเพื่อศึกษาต่อประเทศจีน และ 4) ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการงาน เป็นการเผยแพร่ข้อมูลการรับสมัครงานและแนะแนวทางการหางานเพื่อแก้ปัญหาของการประกอบอาชีพในสังคมไทย 4 ภาพลักษณ์ย่อยดังกล่าวนี้ทำให้ผู้รับสารเกิดความน่าเชื่อถือและความประทับใจต่อการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อไทย นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน เป็นภาพลักษณ์ที่นำเสนอให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของสถาบันขงจื่อในการเผยแพร่วัฒนธรรมในรูปแบบแตกต่างกัน ที่ได้แสดงให้เห็นจาก 2 ภาพลักษณ์ย่อย คือ 1) ภาพลักษณ์การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีน โดยสถาบันขงจื่อไทยได้เผยแพร่ศิลปะจีนหลากหลายอย่าง เช่น การเขียนพู่กันจีน ไทเก๊กจีน กีฬา กูอินหรือกูเจิง การเต้นรำ การแพทย์แผนจีน หมากกรุกจีน เป็นต้น ซึ่งไม่เพียงแต่ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังช่วยกระตุ้นการพัฒนาทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องด้วย การ

เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีนมีส่วนช่วยให้สังคมไทยสัมผัสเสน่ห์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมจีนและปัญญาของจีนโดยตรง ความเข้าใจในมิติที่ลึกซึ้งนี้ไม่เพียงแสดงผ่านภาษา ศิลปะ หรือประเพณีเท่านั้น แต่ก็ช่วยสร้างสายสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างประชาชนทั้งสองชาติในภาพรวม การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีนบทบาทสำคัญในการยกระดับซอฟต์แวร์ของประเทศไทย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจีน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและการผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและจีนอย่างยั่งยืน และ

2) ภาพลักษณ์การเผยแพร่เทศกาลดั้งเดิมจีน การเผยแพร่เทศกาลจีนโดยสถาบันขงจื้อไทยเปิดเผยวิสัยทัศน์อันงดงามและความปรารถนาที่ดีของชาติจีน เช่น เทศกาลตรุษจีน เทศกาลไหว้พระจันทร์ และเทศกาลไหว้บ๊ะจ่าง ซึ่งเทศกาลเหล่านี้ส่งเสริมความเข้าใจประเพณีจีนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อจีนและสถาบันขงจื้อ

ภาพลักษณ์ทั้ง 3 ภาพลักษณ์เป็นการประกอบสร้างขึ้นผ่านเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อความให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจ ความเชื่อ ความคิด และความมั่นใจในสถาบันขงจื้อไทย รวมถึงนำเสนอค่านิยม การดำเนินงาน และพันธกิจหน้าที่ในการบริหารจัดการองค์กร และเป็นเหตุผลที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารคนไทยผ่านแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4.1 ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน	จำนวนแผ่นป้าย
ภาพลักษณ์การทดสอบภาษาจีน	102
การสอบวัดระดับภาษาจีน	57
การประกวดทักษะภาษาจีน	45
การบรรยายทางวิชาการด้านภาษาจีน	60
ภาพลักษณ์ด้านการเรียนการสอนภาษาจีน	31
การพัฒนาครูผู้สอนภาษาจีน	29
การสอนและการอบรมผู้เรียนภาษาจีน	17
ภาพลักษณ์วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ	179
รวม	
ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	
ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาไทย	36
ภาพลักษณ์ความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานของรัฐบาลไทย	23
ภาพลักษณ์การสนับสนุนทุนการศึกษา	23
ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์โอกาสการงาน	21
รวม	103

ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

ภาพลักษณ์การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมจีน	28
ภาพลักษณ์การเผยแพร่เทศกาลของจีน	28
รวม	56

การที่สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนมากที่สุดและเน้นไปที่การจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการเนื่องจากภาษาเป็นพื้นฐานของการได้ความรู้สำหรับบุคคลทั่วไปที่ได้รับการปลูกฝังความรู้ตั้งแต่สมัยเรียน ทำให้วางรากฐานความคิดและความเชื่อเกี่ยวกับประเทศจีนทั้งภาษาและวัฒนธรรมได้อย่างรากลึกในสังคมไทย สถาบันขงจื่อจึงให้ความสำคัญกับการจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการให้แก่ทั้งผู้สอนภาษาจีนและผู้เรียนภาษาจีนถึงจะสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน ทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกที่สถาบันขงจื่อเป็นสถาบันที่มีความมั่นใจในการอบรมภาษาจีน จนกระทั่งก่อให้เกิดความประทับใจ นอกจากนี้ ภาษายังเป็นเครื่องมือการทดสอบให้คนรู้ระดับของตัวเอง เช่น มีทักษะการใช้ภาษาอยู่ระดับไหน และส่งผลต่อการศึกษาวิชาต่าง ๆ ได้เท่าไร สิ่งที่สร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อให้ดี คือ ความสัมพันธ์ไทย-จีนโดยมีการสนับสนุนการศึกษาที่โยงกับภาษาและวัฒนธรรมจีน ซึ่งมีความสำคัญยิ่งเพราะภาษาและวัฒนธรรมเป็นสื่อกลางในตัวเชื่อม ดังนั้น สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับภาษาและวัฒนธรรมจีนมากที่สุดในการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์จึงเป็นการประกอบสร้างให้เห็นถึงตัวตนและอัตลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทย ผู้รับสารข้อมูลการประชาสัมพันธ์เห็นถึงความเชื่อมั่น ความประทับใจในการบริการ เป็นภาพลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นจากสถาบันขงจื่อไทย ภาพลักษณ์ที่แสดงออกมามีลักษณะเป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก โดยเฉพาะการเน้นการบริการที่สถาบันขงจื่อไทยสามารถให้แก่สังคมไทย นอกจากนี้ยังได้แสดงผลการทำงานสถาบันขงจื่อไทย ซึ่งมีความเชื่อมโยงโดยตรงหรือทางอ้อมกับพันธกิจ บทบาทหน้าที่และขอบเขตที่ได้รับจากสถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่ที่ประเทศจีน ซึ่งการสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน การพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนกับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ และการทดสอบวัดระดับและรับรองที่เกี่ยวข้องกับภาษาและวัฒนธรรมจีน

6.1.2 ผลการวิเคราะห์ทฤษฎีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก

ภาพลักษณ์ที่สื่อให้เห็นจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ประกอบสร้างขึ้นจากการใช้

ภาษา ที่ผ่านกระบวนการตีความข้อความในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารให้เกิดภาพในใจ การใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อไทยจากการวิเคราะห์ เป็นกลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์ โดยแบ่งตามประเภทลักษณะภาษาเป็น 2 ประเภท คือ วจนภาษาและอวจนภาษา ซึ่งวจนภาษาในแผ่นป้ายเป็นข้อความที่ประกอบด้วยการใช้ถ้อยคำ ตัวอักษรในการสื่อความ และอวจนภาษาในแผ่นป้ายเป็นข้อความที่ประกอบด้วยสิ่งที่ไม่ใช่ถ้อยคำ การนำเสนอภาพลักษณ์เกิดจากกระบวนการสร้างโดยใช้วจนภาษาเป็นหลัก และอวจนภาษาถือเป็นส่วนเสริมวจนภาษา ผลการศึกษา พบว่า

2.1 กลวิธีการใช้วจนภาษา

1) การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เป็นกลวิธีสำคัญ มีลักษณะที่สั้น กระชับ และให้ภาพรวมของเนื้อหาได้อย่างชัดเจน โดยมุ่งสื่อสารสาระสำคัญและวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในเวลาอันสั้น เสริมให้ภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 3 ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อดูเป็นทางการและน่าเชื่อถือ และเน้นประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

2) การใช้คำกริยา เป็นองค์ประกอบสำคัญของประโยค สื่อให้เห็นถึงเหตุการณ์หรือการกระทำ และความคิดของสถาบันขงจื่อไทย คำว่า **เปิดรับสมัคร** และ**อบรม** เน้นไปที่การเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมจีน และการสนับสนุนการศึกษา ดังนี้ สามารถนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 3 ภาพลักษณ์ได้

ส่วนคำว่า **ประกวดหรือแข่งขัน** เป็นคำกริยาเน้นความสามารถหรือทักษะ นำสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนอย่างเดียว การแข่งขันภาษาจีนสามารถจัดได้ในหลายรูปแบบ เช่น การร้องเพลงภาษาจีน การกล่าวสุนทรพจน์ภาษาจีน หรือการแปลภาษาไทย-ภาษาจีน เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นแนวทางในการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนภาษาจีน ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

คำกริยา **พัฒนา** แสดงเป้าหมายของสถาบันขงจื่อที่ขับเคลื่อนส่งเสริมการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม แสดงวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการภาษาจีนให้มีความก้าวหน้าและทำให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมไทย จึงนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน และกระชับความ**ความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน**

คำกริยา **ร่วมมือหรือร่วม** แสดงในการมีส่วนร่วมร่วมกับสังคมไทย เป็นคำที่แสดงความเป็นมิตรหรือความใกล้ชิดกัน และการสร้างข้อตกลงอย่างชัดเจน นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กร**ความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน**

ส่วนคำกริยา **เฉลิมฉลองหรือฉลอง** เป็นคำที่สื่อความยินดี หรือสื่ออารมณ์ดี ส่วนใหญ่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน เน้นการยกย่องวัฒนธรรมจีน ดังนั้น จึงนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรใน**ฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนได้**

3) **การอ้างถึง** เป็นการกล่าวอ้างสิ่งที่มีอยู่ในโลกความเป็นจริง เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มน้ำหนักของข้อมูลประชาสัมพันธ์ ได้ถูกจัดหมวดหมู่ตามประเภทของชื่อที่ปรากฏ เช่น ชื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การสอบวัดระดับภาษาจีน ได้แก่ HSK, HSKK และ YCT รวมถึงศัพท์วัฒนธรรมจีน ซึ่งการอ้างถึงชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีนเป็นการประกอบสร้างความเป็นองค์กรที่ได้รับสิทธิจากรัฐบาลจีนในการจัดสอบวัดระดับภาษาจีนระดับสากล นำสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน และศัพท์วัฒนธรรมจีนล้วนสัมพันธ์กับการทำให้ผู้รับสารทราบวัฒนธรรมแต่ละประการ จึงเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน สำหรับชื่อองค์กรนั้น แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื่อไทยกับองค์กรหรือสถาบันไทยอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทย-จีน ความร่วมมือดังกล่าวส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน ซึ่งสื่อภาษาจีนของสถาบันขงจื่อไทยได้รับการยอมรับขององค์กรไทย เป็นส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน

การอ้างถึงข้อมูลส่วนบุคคลมักปรากฏในกิจกรรมหรือโครงการฝึกอบรม การบรรยาย หรือการเสวนา โดยระบุตำแหน่งทางวิชาการและที่สังกัดของผู้บรรยาย เช่น ผู้สอนภาษาจีนที่เป็นรศ. ดร. หรืออาจารย์เจ้าของภาษาจากมหาวิทยาลัยจีน จึงไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับภาพลักษณ์ด้านความสัมพันธ์ไทย-จีน แต่เป็นกลวิธีที่นำเสนอภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

4) **การใช้วจนกรรม** เพื่อสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร โดยวจนกรรมการขี้นำนั้นปรากฏเป็นข้อความการเชิญชวน การแนะนำและการสั่ง การเชิญชวนเป็นวจนกรรมที่มุ่งให้ผู้รับสารเข้าร่วมและมีประสบการณ์กับกิจกรรมทางวัฒนธรรมจีนที่สถาบันขงจื่อจัดขึ้น ซึ่งปรากฏในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางวัฒนธรรมของสถาบันขงจื่อ แต่มีปรากฏจำนวนน้อยในกิจกรรมหรือโครงการด้านภาษาจีน จึงไม่สามารถพิสูจน์ภาพลักษณ์องค์กรด้านภาษาจีนได้อย่างชัดเจน สำหรับกลุ่มเป้าหมายการเชิญชวน เป็นประชาชนทั่วไปหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับความสัมพันธ์ไทย-จีน แต่นำไปสู่เฉพาะภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน การแนะนำและการสั่งปรากฏในการชี้วิธีการสมัครสอบวัดระดับภาษาจีน ชี้แจงขั้นตอนการสมัครสอบภาษาจีนอย่างละเอียด สื่อให้เห็นว่าสถาบันขงจื่อมีระบบบริการด้านภาษาจีนที่ครบถ้วนและมีความเชี่ยวชาญในการจัดสอบภาษาจีน เป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน

ส่วนวจนกรรมการอวยพร ปรากฏในการประชาสัมพันธ์เทศกาลจีนเป็นเฉพาะ เพื่อสื่อความหมายของคำอวยพรและความปรารถนาดีที่แฝงอยู่ในเทศกาลวัฒนธรรมจีนต่อผู้รับสาร ซึ่งเป็นการใช้ภาษาที่มีลักษณะเชิงอัตวิสัยสูง และเป็นกลวิธีที่ส่งมอบความปรารถนาดีให้แก่ผู้รับสารในวันสำคัญที่เฉพาะเจาะจง ดังนั้น วจนกรรมการอวยพรปรากฏในการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับภาษาจีนหรือความสัมพันธ์ไทย-จีนจำนวนน้อย เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ 2 ประเภทนี้มีลักษณะเป็น

ทางการ เป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน วจนกรรม การประกาศสามารถนำไปสู่ทั้ง 3 ภาพลักษณ์ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบหนึ่งที่ถ่ายทอดและประกาศข้อมูลไม่ว่าจะเป็นบริการด้านภาษาจีน ความร่วมมือไทยจีน หรือวัฒนธรรมจีน

5) **การใช้คำขวัญ** ปรากฏในการประชาสัมพันธ์เทศกาลวัฒนธรรมจีน เสริมเอกลักษณ์ของเทศกาลวัฒนธรรมจีน และทำให้เทศกาลจีนมีสีสัน จนดึงดูดผู้รับสารเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การเผยแพร่วัฒนธรรม เช่น “**จันทร์สว่างกลางฟ้า อิมอรุวันไหว้พระจันทร์**” เป็นการใช้คำขวัญเพื่อพูดถึงความงามของเทศกาลไหว้พระจันทร์ เป็นกลวิธีที่ทำให้เห็นถึงวันเวลาของเทศกาลไหว้พระจันทร์ นั่นคือ วันที่ดวงจันทร์วันเพ็ญ เนื่องจากคำขวัญเป็นกลวิธีทางวาทศิลป์ จึงไม่เหมาะกับสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่เป็นทางการ การใช้คำขวัญนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสื่อกลางเผยแพร่วัฒนธรรมเท่านั้น

6) **การใช้เรื่องเล่า** มีการแบ่งตามประเด็นของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็น 3 ประเภท เป็นกลวิธีที่เปิดให้เห็นถึงรายละเอียดของการดำเนินงาน โดยมีเรื่องเล่ากิจกรรมภาษาจีน และเนื้อหาของโครงเรื่องชี้ให้เห็นกิจกรรมภาษาจีนที่จัดขึ้นมีส่วนร่วมกับองค์กรอื่น ๆ ดังนั้น เรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนจึงไม่เพียงแสดงถึงภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนเท่านั้น แต่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นของไทยในการส่งเสริมให้กิจกรรมภาษาจีนดำเนินไปอย่างราบรื่นในประเทศไทย การส่งเสริมการศึกษาและอาชีพสำหรับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในสังคมไทย จึงกระตุ้นให้กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน เป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

เรื่องเล่าการส่งเสริมการศึกษาและอาชีพ เป็นเรื่องเล่าที่บ่งบอกกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการศึกษาและอาชีพ และกิจกรรมการสร้างร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื่อไทยกับองค์กรไทย เช่น โครงการอบรมและพัฒนาผู้สอนภาษาจีนคนไทย เป็นการส่งเสริมการศึกษาและบุคลากรคนไทย เรื่องเล่ากิจกรรมการให้ทุนการศึกษา เป็นการสนับสนุนทุนการศึกษา และประชาสัมพันธ์โอกาสอาชีพ เป็นการเปิดโอกาสให้นักศึกษาไทยสัมผัสอาชีพต่าง ๆ เรื่องเล่าการเสริมการศึกษาและอาชีพจึงนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

เรื่องเล่าเกี่ยวกับวัฒนธรรม เป็นการนำเสนอกิจกรรมวัฒนธรรมและปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้รับสารคนไทยได้มีโอกาสสัมผัสและเข้าใจวัฒนธรรมจีน อันเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศ นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

2.2 กลวิธีการใช้อัจฉริยะภาษา

1) **การใช้สี** ในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่โดดเด่น คือ การใช้สีแดงและสีทอง และการใช้สีเขียว โดยการสีแดงและสีทองปรากฏในแผ่นป้ายที่ประชาสัมพันธ์เทศกาลจีน มักสื่อความเฉลิมฉลองและความปรารถนาดี เนื่องจากสีแดงและสีทองใช้เป็นองค์ประกอบแผ่นป้ายตรุษจีน และวันชาติจีน จึงสื่อความอบอุ่น ความเจริญ ความเป็นสิริมงคล และความร่ำรวยกับทั้งประชาชนและประเทศชาติ ส่วนสีเขียว จึงสื่อความด้วยสีเขียวธรรมชาติที่ประยุกต์ใช้ประกอบแผ่นป้ายเกี่ยวกับเทศกาลต๋วนอู่ เทศกาลไหว้พระจันทร์ วัฒนธรรมไทเก๊ก และวัฒนธรรมการแพทย์แผนจีน เพื่อให้สื่อความสงบ และสุขภาพแข็งแรง ทั้งนี้ การใช้สีจึงแฝงความหวังที่ดีในแง่วัฒนธรรมจีน เป็นกลวิธีที่นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน**

2) **การใช้สัญลักษณ์** เป็นการใช้อัจฉริยะภาษาตามความหมายสัญลักษณ์ สามารถแบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่ปรากฏในการประชาสัมพันธ์ภาษาจีน ได้แก่ หนังสือ แทนบรรยาย โต๊ะเรียน ปากกา และนักเรียน ซึ่งสื่อถึงกิจกรรมอบรมภาษาจีนและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสั่งสอนความรู้ภาษาจีน ส่งเสริมให้เกิด**ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน** การใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร เป็นการใช้นิยามสัญลักษณ์ที่นำตราสถาบันขงจื่อไทยและตราองค์กรอื่นวางเรียงตามลำดับบนแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื่อกับสถาบันท้องถิ่นไทย และเป็นการแสดงความเคารพต่อองค์กรคู่ความร่วมมือ เป็นกลวิธีนำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน** รวมทั้งการใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมประกอบด้วย สัญลักษณ์ทางเทศกาล เช่น โคมไฟจีน พัดจีน เมฆมงคล หรือสัญลักษณ์และสัญลักษณ์ ซึ่งขยายความหมายกลมกลืน ความปรารถนาดี และปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมจีนให้ลึกซึ้ง และสัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมจีน เช่น หมากกรุกจีน สัญลักษณ์การรำไทเก๊ก สัญลักษณ์การเดินระบำจีน เป็นต้น ล้วนช่วย และทำให้ผู้รับสารทราบรูปลักษณ์ของวัฒนธรรมจีน เป็นกลวิธีนำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน**

3) **การใช้ภาพถ่าย** เป็นกลวิธีที่มุ่งเน้นสนับสนุนและเสริมวิชาภาษา การวิเคราะห์ตามประเภทภาพถ่าย สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ ภาพถ่ายบุคคล ซึ่งภาพถ่ายที่มีบุคคลเป็นองค์ประกอบและสื่อความหมายตามวิชาภาษาในแผ่นป้าย โดยปรากฏภาพถ่ายเดี่ยวที่อยู่ภายใต้การอ้างถึง เพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและความสมจริงให้กับเนื้อหาประชาสัมพันธ์ภาษาจีนและภาพถ่ายหมู่ เป็นเน้นความจริงของการร่วมกิจกรรมด้านภาษาจีนที่จัดขึ้น ทำให้เกิด**ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน** ส่วนภาพถ่ายวัตถุ เป็นภาพถ่ายที่สอดคล้องกับการนำเสนอในวิชาภาษา เช่น กุฉิน หมากกรุก รถไฟความเร็วสูง เป็นต้น เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้รูปลักษณ์ของสิ่งที่นำเสนอในแผ่นป้ายได้ชัดเจน เป็นกลวิธีที่นำไปสู่**ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน**

การวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กตามกรอบแนวคิดกลวิธีทางภาษา โดยมีการใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา ผลการวิจัยพบว่า ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษามีบทบาทสำคัญในการขับเน้นให้เห็นถึงภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยดังผลการวิเคราะห์ใน**บทที่ 4** ซึ่งภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน และภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ดังตาราง

ตารางที่ 6.2 สรุปกลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย

กลวิธีการใช้ภาษา	ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย		
	มีบุคลากรและเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน	ความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	ในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน
กลวิธีการใช้วัจนภาษา			
การตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ	☑	☑	☑
การใช้คำกริยา	☑	☑	☑
การอ้างถึง	☑	☑	☑
การใช้วัจนกรรม	☑	☑	☑
การใช้คำขวัญ			☑
การใช้เรื่องเล่า	☑	☑	☑
กลวิธีการใช้อวัจนภาษา			
การใช้สี			☑
การใช้สัญลักษณ์	☑	☑	☑
การใช้ภาพถ่าย	☑		☑

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นถึงกลวิธีการใช้ภาษาทั้ง 9 กลวิธีที่ถูกนำมาใช้นำเสนอภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน แสดงให้เห็นว่าสถาบันขงจื่อไทยให้ความสำคัญกับการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนเป็นอย่างมาก ส่วนกลวิธีการใช้คำขวัญและการใช้สีไม่ได้ปรากฏในภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนและภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน เนื่องจากคำขวัญถือเป็นศิลปะทางภาษาหรือวาทศิลป์ มักใช้ในเนื้อหาที่มีลักษณะทางศิลปะเพื่อสื่อสารอารมณ์และความคิดเฉพาะ รวมถึงมีบทบาทในการสร้าง

แรงจูงใจของสาร ในขณะที่เนื้อหา การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาษาจีนและความสัมพันธ์ไทย-จีนมีลักษณะเป็นทางการและชัดเจน จึงไม่ค่อยนิยมใช้คำขวัญ ส่วนการใช้สื่อนั้นมักสัมพันธ์กับความเชื่อทางวัฒนธรรมของแต่ละเชื้อชาติ โดยในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ปรากฏการใช้สีในเทศกาลดั้งเดิมของจีน และความเชื่อเรื่องสีของชาวจีน ดังนั้น ภาษาจีนและความสัมพันธ์ไทย-จีนจึงไม่สามารถสะท้อนผ่านการใช้สีได้ สำหรับการถ่ายภาพก็ไม่สามารถนำไปสู่ภาพลักษณ์ขององค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ไทย-จีน เนื่องจากภาพถ่ายหมู่จากกิจกรรมความร่วมมือที่ปรากฏอยู่เพียง 2 สถาบันเท่านั้น จึงไม่สามารถนำเสนอภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทยโดยรวมได้

กลวิธีการใช้ภาษาทั้ง 9 กลวิธีกับภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย พบว่า กลวิธีที่ปรากฏในการนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนเป็นจำนวนมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า สถาบันขงจื่อไทยให้ความสำคัญกับการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในสังคมไทย รวมทั้งเหตุผลที่สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับการประกอบสร้างองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนในประเทศไทย ก็เพราะภาษาจีนถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมจีน และนำไปเป็นเครื่องมือเผยแพร่วัฒนธรรม เพื่อทำให้ผู้รับสารชาวไทยรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมจีนผ่านการเรียนรู้ภาษาจีนนั่นเอง ทำให้เห็นถึงภาพของสถาบันขงจื่อในฐานะเป็น “ผู้ให้” ที่มีศักยภาพสูงและสามารถบูรณาการเข้ากับสังคมไทย และมอบการสนับสนุนด้านต่าง ๆ ให้กับสังคมไทย ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้ความสัมพันธ์ไทย-จีนพัฒนาอย่างราบรื่น และวางรากฐานให้กับการดำเนินการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก” ซึ่งให้เห็นสถาบันขงจื่อในประเทศไทยเน้นภาพลักษณ์องค์กรที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาภาษาและวัฒนธรรมจีน โดยมีสถาบันขงจื่อไทยเป็นผู้ให้ทรัพยากรการศึกษาในสังคมไทย เพื่อประกอบสร้างให้ผู้รับสารคนไทยเกิดทัศนคติที่ดีกับการใช้ภาษาจีน และการเข้าถึงและเข้าใจวัฒนธรรมจีนในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นควรอภิปราย ดังต่อไปนี้

6.2.1 ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ได้พบ 3 ภาพลักษณ์ คือ 1) ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีน 2) ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน และ 3) ภาพลักษณ์องค์กรความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน ผู้วิจัยจึงขอนำ 3 ภาพลักษณ์นี้มาอภิปรายผลเกี่ยวกับภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อในประเทศไทย ดังนี้

ความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์องค์กร รัชณี วงศ์สุมิตร (อ้างถึงใน อีรพัฒน์ เอี่ยมละออ, 2564: 9) กล่าวว่า องค์กรจะบรรลุ วัตถุประสงค์ส่วนหนึ่งมาจากการกำหนดภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ

และสอดคล้องกับการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งช่วยสร้างความร่วมมือและการสนับสนุนจากผู้บริหาร องค์กรสร้างกลยุทธ์องค์กร โดยสถาบันขงจื่อไทยจึงได้กำหนดภาพลักษณ์ที่ 1) และภาพลักษณ์ที่ 2) ซึ่งแสดงให้เห็นโดยตรงว่า สถาบันขงจื่อใช้ “การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมจีน” เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรในประเทศไทย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสถาบันขงจื่อ คือการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับสารผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ที่จัดขึ้น เพื่อเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีน รวมทั้งขยายอิทธิพลของประเทศจีนในสังคมไทย

ภาพลักษณ์ที่ 3) แม้จะมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างความสัมพันธ์ไทย-จีน แต่ในเชิงลึกแล้วยังคงใช้ “การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมจีน” เป็นกลไกหลักในการส่งเสริมความสัมพันธ์ดังกล่าว ภายใต้ความร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื่อกับสังคมไทย โดยมีภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนถูกนำมาใช้เป็นเหตุผลสำคัญของการร่วมมือ เช่น การพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนในโรงเรียนไทย หรือการมอบทุนการศึกษาเพื่อศึกษาต่อในประเทศจีนให้กับนักศึกษาไทย สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความประทับใจให้กับผู้รับสาร ทำให้เกิดความสนใจ และการถึงกิจกรรมของสถาบันขงจื่อ ขณะเดียวกัน สถาบันขงจื่อก็จะบรรลุเป้าหมายในการขยายอิทธิพลและเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีนในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อในด้านการศึกษาภาษาและวัฒนธรรมจีนนั้น สอดคล้องกับแนวคิดภาพลักษณ์องค์กรด้านบริการ (Service) ดังเสรี วงษ์มณฑา (2546) กล่าวไว้ จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตามที่มีการ กล่าวอ้าง และเป็นสินค้าที่ไม่สร้างความเสียหายให้กับสังคมหรือมอมเมาผู้บริโภค สถาบันขงจื่อในฐานะองค์กรเจ้าของภาษาและวัฒนธรรมจีน จึงมีบทบาทในการให้บริการด้านภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนแก่ประชาชนชาวไทย จนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ 3) ที่เป็นภาพลักษณ์มีประโยชน์ต่อสังคมไทย ดังเสรี วงษ์มณฑา (2546) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม (Social Activities) เป็นกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจ เพื่อช่วยพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น (อ้างถึงใน ธีรพัฒน์ เอี่ยมละออ, 2564: 9) กล่าวคือ กิจกรรมและบริการของสถาบันขงจื่อมีส่วนเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาภาษาจีนและความรู้ด้านวัฒนธรรมจีนให้แก่คนไทย ได้แก่ การมอบทุนการศึกษา การจัดการเรียนการสอนภาษาจีน การพัฒนาผู้สอนภาษาจีน เป็นต้น ที่ทำให้คนไทยสามารถนำไปใช้ในการทำงานในบริษัทจีนหรือในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนได้โดยตรง ส่งผลให้ประชาชนไทยมีโอกาในการทำงานมากขึ้น และช่วยแก้ปัญหาด้านทรัพยากรบุคคลของสังคมไทยได้อีกด้วย

การเชื่อมโยงกับสมมติฐานของการวิจัย จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อพบว่า ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อ มีความเกี่ยวข้องกับหน้าที่ของสถาบันขงจื่อไทยและนโยบายของรัฐบาลจีน โดยมีภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนประกอบด้วยเนื้อหาที่ฝึกอบรม

และการบรรยายทางวิชาการสอดคล้องกับหน้าที่ของสถาบันขงจื่อที่กำหนด คือ การสอนภาษาจีน และการวิจัยที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีนและการพัฒนาทรัพยากรการสอนภาษาจีน และการสอบวัดระดับภาษาจีนสอดคล้องกับหน้าที่ของสถาบันขงจื่อที่เป็นการทดสอบวัดระดับและรับรองที่เกี่ยวข้องกับภาษาและวัฒนธรรม ส่วนภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนจึงอยู่ภายใต้การกำหนดหน้าที่ที่จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมจีนกับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ

ภาพลักษณ์ที่สืบทอดจากแนวคิดขงจื่อไม่เด่นชัด แต่เป็นแนวคิดพื้นฐานในการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญกับการศึกษา มีความเกี่ยวข้องกับการให้ความสำคัญการศึกษาในแนวคิดขงจื่อที่ประยุกต์ใช้ความรู้ในทุกมิติ พัฒนาการศึกษาด้าน และบทบาทแบบอย่างของผู้ให้การศึกษา (Wang Yanqiu, 2024: 194) ส่วนภาพลักษณ์องค์กร 3 ภาพลักษณ์ที่นำเสนอในบทที่ 4 ล้วนเป็นภาพลักษณ์สร้างสรรค์ใหม่ตามหลักการนโยบายการจัดตั้งสถาบันขงจื่อของประเทศจีน ซึ่งสืบทอดเนื่องจากบริบทประชาคมโลกและนโยบายของรัฐบาลจีนที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการเผยแพร่ภาษาจีนในระดับนานาชาติ เพิ่มพูนความเข้าใจของประชาชนทั่วโลกต่อภาษาและวัฒนธรรมจีน และเสริมสร้างการแลกเปลี่ยนด้านการศึกษาและมนุษยศาสตร์ระหว่างจีนกับต่างประเทศ (สถาบันขงจื่อสำนักงานใหญ่แห่งประเทศไทย, 2567: ออนไลน์)

6.2.2 กลวิธีการใช้ภาษาในสื่อสังคมออนไลน์

การเปรียบเทียบการวิจัยและการต่อยอดกลวิธีทางภาษาในสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในสังคมออนไลน์อาจมีข้อจำกัดที่เวลาและพื้นที่การเผยแพร่ ดังนั้นการโน้มน้าวผู้รับสารผ่านกลวิธีการใช้ภาษามีความสำคัญอย่างยิ่ง เช่น ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนจึงประยุกต์ใช้กลวิธีทางภาษา 7 กลวิธี โดยการอ้างอิงข้อมูลวิทยากรในการบรรยาย การใช้ภาพถ่ายที่มีส่วนร่วมขององค์กรไทยในความร่วมมือด้านภาษาจีน การใช้เรื่องเล่าในการอบรมผู้สอนภาษาจีนคนไทย เป็นต้น เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ ความเชื่อมั่นและความประทับใจต่อบริการหรือสินค้าของสถาบันขงจื่อได้ผ่านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ดังนั้นจึงสรุปว่า กลวิธีการใช้ภาษาก็ถือเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารหรือผู้บริโภคในสังคมออนไลน์เข้าถึงบริการของผู้ส่งสาร สอดคล้องกับผลการศึกษา กลวิธีทางภาษาในเว็บบล็อกเกี่ยวกับที่พักและที่กินในเว็บไซต์ท่องเที่ยวของไทยของศิริขวัญ นครสุวรรณ (2557: 157-158) กล่าวไว้ นอกจากการนำสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักและร้านอาหารต่าง ๆ ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ช่วยทำให้การสื่อสารหรือการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับที่พักและที่กินให้มีความน่าสนใจก็คือการเลือกใช้ภาษา

กลวิธีการใช้ภาษามีการนำเสนอการดำเนินงานผ่านการตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ การใช้คำกริยาและการใช้เรื่องเล่าเพื่อสื่อให้เห็นถึงการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อไทย ขณะที่แฝงวิสัยทัศน์

ที่เผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมโดยใช้กลวิธีต่าง ๆ จนเกิดประโยชน์ที่ได้นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 3 ภาพลักษณ์ดังสรุปผลข้างต้น เพื่อปฏิสัมพันธ์ผู้รับสารผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ชาวไทยให้เกิดความประทับใจ และความเชื่อต่อองค์กร และกระตุ้นให้ผู้รับสารร่วมกิจกรรมและโครงการของสถาบันขงจื่อไทยสอดคล้องกับกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์ของวิกิพีเดีย วิกิท่องเที่ยว และครีรียันตรา พลกนิษฐ (2559: 21) กล่าวไว้ กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยประเด็นเนื้อหาส่วนใหญ่ ได้แก่ ความเคลื่อนไหวขององค์กร วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร คุณค่าของสินค้าและบริการ รวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความผูกพันระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันนำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการสนับสนุนองค์กร สนับสนุนสินค้าและบริการ ผลการศึกษาการใช้ภาษาแนะนำเสนอภาพลักษณ์องค์กรในการวิจัยนี้ จึงสามารถต่อยอดเป็นกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ขององค์กรในสื่อสังคมออนไลน์ในบริบททางภาษา

การเชื่อมโยงกับสมมุติฐานของการวิจัย จากการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยพบว่า กลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายปรากฏวิชาภาษาและอวัจนภาษาที่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ วิชาภาษาจึงมีความสำคัญในการนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยเป็นอย่างยิ่ง โดยได้ใช้กลวิธีทางวิชาภาษา 6 กลวิธีดังสรุปผลข้างต้น ส่วนอวัจนเป็นภาษาที่ใช้สายตา มอง มีบทบาทเสริมวิชาภาษา

กลวิธีการใช้ภาษาก็มีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อโดยตรงหรือทางอ้อมอย่างที่กล่าวไว้ในสมมุติฐานการวิจัย ตัวอย่างเช่น การใช้ภาษาโดยตรงต่อการสร้างภาพลักษณ์ กลวิธีการใช้วิชาวรรณกรรมการเชิญชวน ดังหัวข้อ 5.1.4.1.1 เป็นการเชิญชวนเข้าถึงกิจกรรมวัฒนธรรมจีน ซึ่งเป็นกลวิธีที่สร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีนโดยตรง กลวิธีที่ตั้งชื่อกิจกรรมและโครงการ ดังตัวอย่างที่ 2 ในหัวข้อ 5.1.1 เป็นการตั้งชื่อโครงการประกวดออกแบบผลงานสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม โดยกล่าวอ้างคำขวัญ “จีน-ไทย ใช้อินไกลครอบครัวเดียวกัน” เป็นการตั้งชื่อโครงการที่สร้างภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์โดยตรง การใช้ภาษาทางอ้อมต่อการสร้างภาพลักษณ์ กลวิธีการอ้างถึงชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน ดังตัวอย่างที่ 1 ในหัวข้อ 5.1.3.1.1 เป็นการอ้างถึงชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีน HSK HSKK และ YCT ซึ่งมีนัยแฝงในชื่อ กล่าวคือ ชื่อการสอบวัดระดับภาษาจีนเป็นรัฐบาลจีนตั้งขึ้น สถาบันขงจื่อไทยที่สามารถประชาสัมพันธ์การจัดสอบเพราะได้รับอนุมัติจากรัฐบาลจีนอย่างเป็นทางการ แสดงให้เห็นเป็นสถาบันจัดสอบภาษาจีนที่มีศักยภาพและความน่าเชื่อถือ จนเป็นกลวิธีที่นำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาทางอ้อม

6.2.3 การดำเนินงานของ “ผู้ให้” กับซอฟต์แวร์

ผลการศึกษาของภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยที่สร้างขึ้นและกลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์องค์กร พบว่า สถาบันขงจื่อในประเทศไทยได้แสดงภาพของ “ผู้ให้” ในการดำเนินงาน

โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเน้นให้เห็นสถาบันขงจื้อในฐานะสถาบันตัวแทนความเป็นจีนที่เข้มแข็งในประเทศไทย ควรปฏิบัติหน้าที่ของผู้มอบหรือผู้ให้ในด้านโอกาส องค์ความรู้และทุนการศึกษา เพื่อแสดงให้สังคมไทยเห็นซอฟต์แวร์ทางวัฒนธรรมจีน

สถาบันขงจื้อไทยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สังคมไทยเกิดความเข้าใจและยอมรับวัฒนธรรมจีนผ่านการสัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมจีน อันนำไปสู่การเผยแพร่ซอฟต์แวร์ทางวัฒนธรรมจีนที่ดีเด่น ดังโจเซฟ เอส ไนย์ (Joseph S. Nye) นำเสนอซอฟต์แวร์ (Soft Power) ว่า อำนาจความสามารถของมนุษย์หรือรัฐในการเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของผู้อื่นให้ปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติตามที่ตนปรารถนา โดยมีหนึ่งในแหล่งที่มาของซอฟต์แวร์ก็คือ วัฒนธรรม (อ้างถึงในศุภิสรา พรหมยังเกิด, 2566: 24) ภาพลักษณ์องค์กรที่มีบุคลากรและเชี่ยวชาญภาษาจีนพยายามขับเคลื่อนให้ชาวไทยได้เข้าถึงทรัพยากรภาษาจีนที่มีคุณภาพ และสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะตัวแทนประเทศจีนและเผยแพร่วัฒนธรรมจีน มีบทบาทในการสร้างเงื่อนไขและโอกาสสำหรับการแลกเปลี่ยนระหว่างจีนและไทยในหลากหลายสาขาสำหรับประชาชนชาวไทย

เหตุผลที่สถาบันขงจื้อในประเทศไทยสามารถดำเนินการเผยแพร่ซอฟต์แวร์ทางวัฒนธรรมจีนในด้านภาษาและวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากความต้องการเรียนรู้ภาษาจีนและวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้ว ดังยุทธพงศ์ จันทรวินทร์ และคณะ (2567: 208) กล่าวว่า การจัดตั้งสถาบันขงจื้อเป็นผลมาจากความต้องการอย่างเร่งด่วนในการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตครูสอนภาษาจีนที่ในขณะนั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการ ความต้องการนี้จึงกลายเป็นเงื่อนไขที่เอื้อต่อการร่วมมือระหว่างสถาบันขงจื้อกับองค์กรไทยผ่านความร่วมมือและการสนับสนุนจากทรัพยากรทางการศึกษาและอาชีพของไทย

อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ซอฟต์แวร์ทางวัฒนธรรม สามารถถือเป็นการดำเนินการทูตสาธารณะของสถาบันขงจื้อไทยในฐานะองค์กรที่จัดขึ้นโดยรัฐบาลจีน เนื่องจากการทูตสาธารณะเป็นการปฏิสัมพันธ์ที่มีได้พุ่งเป้าหมายหลักไปยังปัจเจกบุคคลและองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้สาธารณชนของนานาประเทศให้การยอมรับในประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม บทบาทด้านการต่างประเทศ และความสำเร็จในการพัฒนาประเทศนั้น (Yunke Zhai, และคณะ, 2567: 47) จึงเป็นเหตุผลที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีนได้ในระดับสาธารณชน

การศึกษาภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อและกลวิธีการใช้ภาษานำเสนอภาพลักษณ์ดังกล่าว เห็นได้ว่า สถาบันขงจื้อในประเทศไทยเป็นตัวแทนของความเป็นจีนที่มีองค์ความรู้และความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับภาษา วิชาการ วัฒนธรรม และศิลปะของจีน โดยใช้ระบบการศึกษาเป็นแนวทางหลักในการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้ภาษาและวัฒนธรรมจีนกลายเป็นสะพานเชื่อมความร่วมมือทางการศึกษาระหว่างไทยกับจีน รวมทั้งใช้ทั้งวจนภาษาและอวจนภาษาประกอบเป็นการเผยแพร่

ประชาสัมพันธ์ในสังคมออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสารชาวไทย จนกระทั่งกลายเป็นกลยุทธ์การเผยแพร่วัฒนธรรมเชิงรุกของจีน

การศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากเนื้อหาและกลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก” พบว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นผ่านภาษา กล่าวคือ ในกระบวนการเผยแพร่ภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย “ภาษา” คือกลไกสำคัญที่ทำให้ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้น ภาษาในกระบวนการสื่อสารมีหน้าที่ในการสร้างความหมาย กล่าวคือ เป็นการสร้างเนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรมผ่านการเลือกสรรคำ การจัดโครงสร้าง หรือการเลือกใช้สัญลักษณ์ที่ไม่ใช่ถ้อยคำ ทำให้การประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทยสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ วิสัยทัศน์ และคุณค่าของตนได้อย่างแม่นยำผ่านความหมายของเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ดังนั้น “ภาพลักษณ์” จึงไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่โดยธรรมชาติ แต่เกิดจากเนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นผ่านกลวิธีการใช้ภาษา

ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรศึกษาการเปรียบเทียบภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยจากการประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อให้ผู้รับสารคนไทยทั่วไปรับรู้เอกลักษณ์ของสถาบันขงจื่อในทุกภูมิภาคในประเทศไทย

6.3.2 ข้อเสนอแนะในการเสริมสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทย

เนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เน้นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ขาดการเผยแพร่ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ข้อเสนอแนะในระยะหลัง คือ สถาบันขงจื่อไทยควรประชาสัมพันธ์เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนอย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น วิธีการใช้คำศัพท์ต่าง ๆ ในภาษาจีน ตำนานเกี่ยวกับเทศกาลจีนและปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม การเปรียบเทียบภาษาไทยกับภาษาจีน รวมถึงความแตกต่างของเรื่องเดียวกันในบริบทวัฒนธรรมจีนและบริบทวัฒนธรรมไทย เป็นต้น ข้อเสนอแนะนี้จะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจและเรียนรู้ความรู้ที่เป็นรูปธรรม และเพิ่มความประทับใจให้ลึกซึ้งขึ้น

6.3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษากลวิธีการประกอบสร้างภาพลักษณ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ โดยใช้องค์ความรู้ในด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารและภาษา อาจจะเป็นประโยชน์ของสถาบันการศึกษาจีนอื่น ๆ ที่อยู่ในประเทศไทย

บรรณานุกรม

- กนกพร นุ่มทอง และศิริวรรณ ลิขิตเจริญธรรม. (2562). หลักและข้อควรระวังในการแปลจีน-ไทย ไทย-จีน. *วารสารจีนศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. 12(2), 105-151.
- _____. (2560). ภาพลักษณ์ของโจโฉในวัฒนธรรมจีน. *วารสารจีนศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. 10(1), 83-108.
- กระทรวงการต่างประเทศแห่งราชอาณาจักรไทย. (2568). **งานเลี้ยงรับรองเพื่อฉลอง “ปีทองแห่งมิตรภาพไทย - จีน” ในโอกาสครบรอบ 50 ปีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างราชอาณาจักรไทยกับสาธารณรัฐประชาชนจีน**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.mfa.go.th/th/content/golden-jubilee-of-thailand-china-friendship-th?cate=5d5bcb4e15e39c306000683b>. [สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2568].
- กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน. (2006). **มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมคติชนของจีน**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.ihchina.cn/project.html>. [สืบค้นวันที่ 18 กันยายน 2568].
- กิตตินันท์ เครือแพทย์ และคณะ. (2566). ปัจจัยด้านทัศนคติที่พยากรณ์การปฏิบัติเทศกาลไหว้พระจันทร์ท่ามกลางเยาวชนไทยเชื้อสายจีนในหาดใหญ่. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. 15(2), 1-18.
- กุหลาบ มัลลิกะมาส. (2542). **ความรู้ทั่วไปของวรรณคดีไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เกษม เพ็ญภินันท์. (2551). ภาพถ่าย งานศิลป์ และมุมมองอันตามใจตนที่ปลายเฟิงผา. *ตำรงวิชาการ*. (7)2, 115-140.
- จตุธรรม แซ่ลี และปัทมา ทีฆประเสริฐกุล. (2563). ภาพลักษณ์ของชาวจีนและชาวตะวันตกในพระราชนิพนธ์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว. *วารสารพิษเนศวร์สาร*. 16(2), 41-58.
- จักรกฤษ เดชพร. (2563). **การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในมุมมองผู้บริโภค กรณีศึกษา บริษัท อ่าพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จันทิมา อังคพณิกิจ. (2561). **การวิเคราะห์ข้อความ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตลดา คณีกุล. (2561). **กลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรในยุคประเทศไทย 4.0 กรณีศึกษากรมวิทยาศาสตร์บริการ**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เซ่า ลีหมิ่น. (2565). การปริทัศน์และสะท้อนสภาพการณ์ปัจจุบันของการฝึกอบรมครูภาษาจีนชาวไทย. *วารสารจีนศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. 15(1), 168-184.
- ทัศน์วัลย์ เนียมบุบผา. (2544). การใช้ประโยคเงื่อนไขแสดงเจตนาต่างๆ ในภาษาไทย. *วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- ทินวัฒน์ สร้อยกุดเรือ. (2562). กลวิธีทางภาษาในการอวยพรงานเลี้ยงฉลองมงคลสมรส. *วารสารวรรณวิทัศน์*. 19(1), 107-135.
- ธรรมวัฒน์ พัฒนาสุทธินนท์ และวิภาดา รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. (2564). วัจนกรรมในการแถลงข่าวของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.). *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*. 41(3), 91-104.
- ธีรพัฒน์ เอี่ยมละออ. (2564). ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และคุณภาพสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้ากัญชากัญชงในเขตกรุงเทพมหานคร. *สารนิพนธ์ของการศึกษิตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล*.
- ธีร์วรา แสงอินทร์. (2563). ภาษาเพื่อการพาดหัวข่าวออนไลน์ในสื่อมวลชน. *วารสารกิจการสื่อสารดิจิทัล*. 4(4), 376-393.
- น้ำผึ้ง ปัทมาลงคูล. (2560). ความฝันและจินตนาการในรำพันพิลาป: สุนทรภู่กับการประกอบสร้าง “เรื่องเล่า” ในวรรณคดีนิราศ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*. 37(3), 203-288.
- ปาราวี พูลศิริ. (2549). กลยุทธ์ และการสื่อสารการตลาดของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) กับการรับรู้กิจกรรมการสื่อสารการตลาดของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ทั่วไป. *วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- ภัททิรา วิภาวิญญู. (2558). กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในบทเพลงของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ. *วารสารศิลปะศาสตร์*. 15(2), 145-161.
- ภัทรภรณ์ โสวภาค. (2565). เนื้อหาและกลวิธีทางภาษาในบทความเกี่ยวกับสุขภาพในเว็บไซต์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างสุขภาพ (สสส.). *วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ภัทรมนัส ศิริตระกูล. (2566). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูสอนภาษาจีนระดับมัธยมศึกษาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC). *วารสาร HRD JOURNAL*. 14(1), 8-22.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- มาลินี คัมภีร์ญาณนนท์. (2552). ขงจื้อกับผลงานศิลปะที่หลากหลายมุมมอง. *วารสารดำรงวิชาการ*. 8(1), 35 – 50.
- ยุทธพงศ์ จันทรวรินทร์ และคณะ. (2567). การศึกษาอำนาจละมุนของจีนผ่านสถาบันขงจื้อต่อการบริหารจัดการหลักสูตรภาษาจีนของสถาบันอุดมศึกษาไทยในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*. 20(2), 206-243.
- รสริน ดิษฐบรรจง. (2564). การวิเคราะห์เนื้อหาสาระและกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสื่อออนไลน์. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*. 4(3), 36-53.
- รัชณี วงศ์สุมิตร. (2547). *หลักการประชาสัมพันธ์*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัทศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน).
- วาสนา จันทรสว่าง. (2541). *ภาพลักษณ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สามเจริญพาณิชย์.
- วาสิตา บุญสาธ. (2561). *การสื่อสารเชิงกลยุทธ์*. สำนักพิมพ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิภาคฉณัฐ นิमितพันธ์ และศิริจันทร์ พลกนิษฐ. (2559). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. 6(1), 21-31.
- เว่ย ฟาน และคณะ. (2564). นโยบายของจีนในการส่งเสริมการพัฒนาสถาบันขงจื้อสู่ประเทศไทย. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*. 6(1), 1-30.
- ศิริขวัญ นครสวรรค์. (2560). *เว็บบล็อกเกี่ยวกับที่พักและที่กินในเว็บไซต์ท่องเที่ยวของไทย: การวิเคราะห์โครงสร้างและกลวิธีทางภาษา*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภิสรา พรหมบังเกิด. (2566). อำนาจละมุนของจีนบทบาทของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย ระหว่างปี ค.ศ. 2017-2023. *วารสารเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา*. 23(1), 20-38.
- สถาบันขงจื้อสำนักงานใหญ่แห่งประเทศจีน. (2567). *ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันขงจื้อ*. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://ci.cn/gywm/>. [สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2567].
- สำนักพิมพ์การศึกษาประชาชน. (2567). *คำแนะนำสำนักพิมพ์การศึกษาประชาชนโดยสังเขป*. [ออนไลน์]. ได้จาก: https://m.e.com.cn/gyrj/rjji/202011/t20201116_1960478.shtml, [สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2567].

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์. (2559). กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในพระราชดำรัสในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2417-2453): การศึกษาจากมุมมองวิจันปฏิบัติศาสตร์. **วรรณวิทัศน์**, 16, 101-134.
- สิริวรรณ นันทจันทุล. (2558). กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่ออุดมการณ์ความเป็นผู้หญิงในโฆษณาสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนม. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย**. 35(3), 149-174.
- สุดาพร อิมเจริญ และจุฑาทิพ คล้ายทับทิม. (2566). การทูตเชิงวัฒนธรรมของจีนต่อประเทศไทยผ่านสถาบันขงจื้อ. **CONNEXION Journal of Humanities and Social Science**. 12(2), 135-151.
- เสฐียรโกเศศ. (2533). **การศึกษาวรรณคดีแห่งวรรณศิลป์**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2546). **หลักการโฆษณา**. Diamond in Business World.
- หยุนเคอ จื้อ และคณะ. (2566). “การทูตอีสปอร์ต” อำนาจละมุนใหม่ในยุคดิจิทัลของจีน. **วารสารเอเชียตะวันออกเฉียงและอาเซียนศึกษา**. 23(2), 43-68.
- หลี่ เจี้ยน และสมบัติ สมศรีพลอย. (2566). เทศกาลตรุษจีน: กลวิธีการใช้ภาษาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของสถาบันขงจื้อในประเทศไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา**. 18(1), 289-321.
- อธิพัชร์ สุวรรณวัฒน์. (2565). การบรรเลงกู่เจิงเพลงไทยแบบแผน: บริบททางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม. **วารสารวิพิธพัฒนศิลป์ บัณฑิตศึกษา**. 2(1), 1-14.
- อนุชิต โรจนชีวินสุภร และคณะ. (2567). ความหมายเชิงสัญลักษณ์จากภาพวิถีชีวิตชาวบ้านในจิตรกรรมฝาผนัง จังหวัดมหาสารคาม. **สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 30(2), 157-173.
- อภิสราร ธานีพงษ์ภักขิต และคณะ. (2566). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนด้วยเพลง เพื่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ระดับอุดมศึกษา. **วารสารปารีชาติ**. 36(3), 82-95.
- อัญชลี วงศ์วัฒนา. (2565). **ไวยากรณ์ไทยเชิงสื่อสาร: การวิเคราะห์แนวภาษาศาสตร์หน้าที่นิยมเชิงแบบลักษณ์**. พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อารีย์ พรหมรอด. (2553). การศึกษาเกี่ยวกับคำบอกสีแดง “紅” ในภาษาจีนปัจจุบัน. **วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**. 32(1), 91-120.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เอษณ ยามาลี. (2566). ประเด็นที่น่าขบคิดบางประการ กรณีผู้สอนภาษาอังกฤษระหว่างผู้สอน ที่เป็นเจ้าของภาษาและผู้สอนที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา ในบริบทการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา*. 12(2), 107-124.
- Fatimafaty Sou. (2566). *The Strategies for Using Language and Social Reflections in Youth Literature Genre Fiction of Chamaiporn Saengkrachang*. A Thesis for Master of Arts Thai Program Mahasarakham University.
- Chinese Test Service Website. (2024). *The Information of HSK 5 Examination*. [Online]. Available from: <https://www.chinesetest.cn/HSK/5> [Retrieved January 22 2025]
- Jiang, N., & Patcharin, B. (2024). Verbal and Nonverbal Communication for Cross-Cultural Communication: a Case Study of International Affairs between Huachiew Chalermprakiet University in Thailand and Higer Educational Institute in People's Republic of China. *Academic and Research Journal of Liberal Arts*. 19(1), 38-59.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management. 10th ed.*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Shui Runting. (2013). Peony Culture and Auspicious Patterns. *Journal of China Fruit & Vegetable*. 2013(11), 60-61.
- Wang Jianguo. (2020). The Role of Visual Communication: A Case Study of Communication Strategies on the Confuius Institute's Facebook Page. *Journal of International Communication*. 12(3), 102-115.
- Wang Yanqiu. (2024). An Analysis of the Inheritance and Development of Confucian Thought. *Journal of Beijing Cultural Review*. 2024(7), 193-195.
- Wan Xingyu. (2020). *A Study of the Roles and Functions of Confucius Intitutes in Promoting the National Image*. A Thesis for Master of Arts Discipline of Journalism and Communication Program Hei Longjiang University.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ใบตอบรับการตีพิมพ์บทความ

ที่ อว ๐๖๒๔.๔/๕๗๔



งานมนุษยสังคมสาร (มสส.)
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถนนจิระ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความ

เรียน Mr. Li Jian

ตามที่ท่านได้ส่งบทความ เรื่อง ภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้าย
ประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก เพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ในมนุษยสังคมสาร (มสส.) คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์นั้น

บัดนี้ กองบรรณาธิการมีความยินดีที่จะเรียนให้ท่านทราบว่า บทความของท่านได้ผ่าน
การพิจารณาจากกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) แล้ว และได้รับการตีพิมพ์ในมนุษยสังคม-
สาร (มสส.) ปีที่ ๒๓ ฉบับ ๒ เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๘

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ท่านจะสนใจส่งบทความเพื่อรับ
การพิจารณาตีพิมพ์ในมนุษยสังคมสาร (มสส.) ในโอกาสต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

26/7/2024

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล ชีระวงศ์ภิญโญ)
บรรณาธิการ “มนุษยสังคมสาร (มสส.)”
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

งานมนุษยสังคมสาร (มสส.)

โทรศัพท์ ๐ ๔๔๖๑ ๑๒๒๑ ต่อ ๔๐๐๒

โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘

ภาคผนวก ข

สำเนาประกาศนียบัตรผลสอบ CEFR



GRADUATE SCHOOL

BANSOMDEJCHAOPRAYA RAJABHAT UNIVERSITY

THIS IS TO CERTIFY THAT

MR. JIAN LI

has successfully passed "CEFR Test for Graduate Student" on **May 21, 2023**
and has proved to be competent in English language at CEFR level: **C2**.

Asst. Prof. Dr. Kanakorn Sawangcharoen
Dean of Graduate School, BSRU

ภาคผนวก ค

ตัวอย่างแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อในประเทศไทย

สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คอร์สเรียน
日常汉语
ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน
30 ชั่วโมง /ต่อคอร์ส
ราคาเพียง **3,990 บาท**

- ✓ เรียนทุกวันอังคาร พุธ พฤหัสบดี
- ✓ เรียนกับครูเจ้าของภาษามากประสบการณ์
- ✓ ไม่มีพื้นฐานก็เรียนได้

CONTACT US
053-943751
www.li.cmu.ac.th

QR Code ลงทะเบียน

สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
清迈大学孔子学院

วัฒนธรรม + 文化
ความงาม กับ **ชุดกี่เพ้า**

กี่เพ้า เป็นเครื่องแต่งกายดั้งเดิมของสตรีจีนและสตรีผู้มีเชื้อสายจีนทั่วโลก ได้รับการขนานนามว่า "สิ่งล้ำค่าแห่งวัฒนธรรมจีน" และ "ชุดประจำชาติของสตรีจีน" เป็นหนึ่งในประเภทของศิลปะการแต่งกายอันงดงามของจีน

วันพุธ 27 ธันวาคม
เวลา 13:30 น. เป็นต้นไป

地点: 清迈大学人文学院
中国文化展示中心
(HB6 ศูนย์จีนศึกษา)

QR Code

泰国2023第四届
“中领杯” 中国语言文化大赛

การแข่งขันภาษาและวัฒนธรรมจีนแห่งประเทศไทยขงจื่อวิทยาลัย
“สถานกงสุลใหญ่แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนประจำเชียงใหม่” ครั้งที่ 4 และ
วันสถาบันขงจื่อทั่วโลก ประจำปี 2566
初赛上传比赛视频时间为11月20日—11月24日

การแข่งขันรอบคัดเลือก ส่งผลงานวันที่ 20 ถึง 24 พฤศจิกายน 2566
新闻播报 中文歌曲演唱 硬笔书法

การแข่งขันรายงานข่าว การแข่งขันร้องเพลงจีน การแข่งขันคัดลายมือจีน
扫描二维码，进入“2023中领杯”LINE群

ขอให้ครูผู้ฝึกสอนสแกน QR Code เข้ากลุ่มไลน์ “2023中领杯”
扫描二维码，阅读大赛详情

ขอให้ครูผู้ฝึกสอนสแกน QR Code เพื่ออ่านรายละเอียดการแข่งขัน

QR Code

Job Fair “บุคลากรขึ้นสูงภาษาจีนไทย+” ครั้งที่ 1
บริษัทจีนชั้นนำ 30 แห่ง!
กว่า 300 ตำแหน่งรอคุณอยู่

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ CMU Lifelong Education
(ชั้น 1 ใกล้กับศูนย์อาหารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่)
24 กันยายน 2566 10:00 - 16:00น.

STEP 1 ลงทะเบียนฟรี
STEP 2 ลงสมัครงาน

QR Code สำหรับคนไทย สำหรับคนจีน Job Fair group Line

แล้วเจอกัน!

ช่องทางโซเชียลมีเดีย
Bilibili | 小红书 | Facebook




สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยบูรพา

ขอเชิญ อาจารย์ บัณฑิต และผู้สนใจ
ร่วมฟังการบรรยายออนไลน์

**泰国东方大学 “孔院讲堂”
中医专题讲座**

讲座题目 หัวข้อบรรยาย
走近中医，学习中医——饮食与健康
เรียนรู้ศาสตร์แพทย์แผนจีน “อาหารและสุขภาพ”
บรรยายเป็นภาษาอังกฤษ

讲座时间 กำหนดการ
วันที่ 20 ธันวาคม 2566 เวลา 17.00-19.00 น.
2023年12月20日
曼谷时间17.00-19.00
北京时间18.00-20.00

会议平台 ช่องทางบรรยาย
腾讯会议 (VOOV MEETING)
ทางสถานีขง จะส่งลิ้งค์การเข้าร่วมฟังการบรรยาย
ให้ท่านหลังจากที่บิออร์นสมัคร ทางอีเมลที่ท่านได้แจ้งไว้

主办单位 จัดโดย
泰国东方大学孔子学院与中国研究中心
สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา

กรุณาสแกน QR CODE
ลงทะเบียนร่วมฟังการบรรยาย
08-1295-7887 <http://facebook.com/buuconfucius>
รับสมัครจำนวนจำกัด

**สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา จัดโครงการ
โครงการอบรมครูสอนภาษาจีน
ระดับประถมศึกษา-ระดับมัธยมศึกษา
東方大学2023年中小学本土中文教师教学培训**

สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา จัดโครงการอบรมครูสอนภาษาจีนระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษา 1-10 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คุณครูผู้สอนภาษาจีนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา สามารถออกแบบแผนการสอนภาษาจีนให้สอดคล้องกับผู้เรียนได้ ตลอดจนเพื่อให้คุณครูได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การอบรมและสร้างเครือข่ายในการทำงาน

การคัดเลือกครูผู้สอนจะพิจารณาจาก รวบรวมเอกสารจริง ดร. สุนทวิภา อภิรักษ์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นประธานกล่าวเปิดโครงการฯ

สำหรับวิทยากรผู้รับเกียรติจาก Assoc. Prof. TU PAH อาจารย์จากสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น บรรยายในหัวข้อ “เทคนิคการสอนภาษาจีน”

Assoc. Prof. KAN WENHEM, Ph.D. อาจารย์ประจำสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยบูรพา บรรยายในหัวข้อ “เทคนิคการสอนภาษาจีน”

รองศาสตราจารย์ ดร. สุวิทย์ ทั่วสุวรรณ รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บรรยายในหัวข้อ “เทคนิคการนำเสนองานภาษาจีนกับครู”

โดยมีผู้เข้าอบรมครูผู้สอนภาษาจีนในวงกว้าง จำนวนทั้งสิ้น 80 คน เข้าร่วมโครงการฯ ในครั้งนี้

รายละเอียด: www.buu.ac.th / facebook.com/buuconfucius
ผู้ประสานงาน: confucius@buu.ac.th
โทร: 08-1295-7887

**การสอบวัดระดับความสามารถภาษาจีน
HSK, HSKK (แบบข้อเขียน)**

วันอาทิตย์ที่ 3 ธันวาคม 2566
เปิดรับสมัครตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2566

- สมัครในระบบ WWW.CHINESETEST.CN
- ค่าธรรมเนียมผ่านบัญชีธนาคารกรุงไทย มหาวิทยาลัยบูรพา
 - HSK 1 ค่าสมัครสอบ 500 บาท
 - HSK 2 ค่าสมัครสอบ 700 บาท
 - HSK 3+HSKKระดับต้น ค่าสมัครสอบ 1,400 บาท
 - HSK 4+HSKKระดับกลาง ค่าสมัครสอบ 1,900 บาท
 - HSK 5+HSKKระดับสูง ค่าสมัครสอบ 2,400 บาท
 - HSK 6+HSKKระดับสูง ค่าสมัครสอบ 2,800 บาท
- กรอกข้อมูลพร้อมแบบหลักฐานการโอนเงิน (PAY IN)
- โทรยืนยันการสมัคร ที่สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยบูรพา

หากสถาบันขงจื้อ.บูรพา ไม่สามารถตรวจสอบหลักฐานการชำระค่าสมัคร
ถือว่าผู้สมัครสอบละสิทธิ์ในการสอบ โปรดศึกษารายละเอียดการสมัครสอบ
ให้ครบถ้วน ก่อนชำระค่าสมัครสอบ

TEL: 08 1295 7887
WWW.CONFUCIUS.BUU.AC.TH
CONFUCIUSBUU@HOTMAIL.COM
FACEBOOK.COM/CONFUCIUSBUU

Chinese Class

เรียน ณ สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยบูรพา

คอร์สเรียนภาษาจีน สำหรับบุคคลทั่วไป

เปิดรับสมัครคอร์สเรียน ระดับพื้นฐาน ระดับต้น ระดับกลาง และคอร์สเตรียมความพร้อมการสอบ HSK 4 - HSK 5

- สอนโดยอาจารย์ชาวจีน
- รับสมัครผู้เรียน อายุ 10 ปีขึ้นไป
- เรียนเรียน : วันเสาร์ที่ 26 สิงหาคม 2566 (เปิดเรียนเมื่อมีผู้สมัคร 7 คนขึ้นไป)
- สถานที่เรียน : อาคารศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี

สมัครเรียนผ่านช่องทาง GOOGLE FORM
HTTPS://FORMS.GLE/MOCPBMOA2BTSGYRK7

เปิดรับสมัครตั้งแต่วันที่ 18 สิงหาคม 2566 (หรือเมื่อมีผู้สมัครครบจำนวน) Scan QR เพื่อสมัครเรียน

ผู้เรียนจะได้รับใบประกาศนียบัตร
ซึ่งออกโดยสถาบันขงจื้อ
มหาวิทยาลัยบูรพา
เมื่อระยะเวลาเข้าเรียน
เป็นไปตามที่กำหนด
(7 ครั้ง)

ติดตามการประกาศรายชื่อผู้สมัครและ
ประกาศการชำระเงินค่าสมัครเรียน (หลังจากปิดรับสมัคร)
ได้ที่ www.confucius.buu.ac.th และ www.facebook.com/buuconfucius

สอบถามรายละเอียดได้ที่ สถาบันขงจื้อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา
08-1295-7887 (วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.30-16.30น.)
<http://facebook.com/buuconfucius> confuciusbuu@hotmail.com



ประกาศรายชื่อผู้ผ่านเข้ารอบการแข่งขันขับร้องเพลงจีน
รอบตัดสินโครงการแข่งขันขับร้องเพลงจีน
ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา
วันที่ 24 พฤศจิกายน 2566
ณ หอประชุมลีลาวดี วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี จังหวัดชลบุรี
2023年泰东地区中文歌曲大赛



ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าร่วม
โครงการอบรมครูสอนภาษาจีนระดับประถมศึกษา-
มัธยมศึกษา
วันที่ 9-10 พฤศจิกายน 2566 เวลา 08.15-16.30
ณ อาคารอเนกประสงค์ ศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี

โครงการเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีน 2023
ในวันศุกร์ที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2566 เวลา 16.30-18.30 น.ณ อาคาร
ลานกิจกรรมด้านหน้าศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี



BUU   สถาบันวิจัยและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา
 泰东地区孔子学院 Confucius Institute at Burapha University  <http://facebook.com/buuconfucius>  0-3810-2602  0-3810-2605  confuciusbuu@hotmail.com

สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2566 เวลา 16:00 น. ณ ห้องประชุม 302 ชั้น 3 อาคารรัฐสภา (ฝั่ง สว.)
 สำนักภาษาต่างประเทศร่วมกับสำนักพัฒนาทรัพยากรบุคคลจัดโครงการพัฒนาทักษะด้านภาษาจีน สำหรับสมาชิกวุฒิสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ - 22 มีนาคม 2566 (จำนวน 15 ครั้ง)

ในพิธีเปิดโครงการอบรม นายพงศ์ทีศอรรถกิตติกุล ที่ปรึกษาด้านการเมือง การปกครอง และการบริหารจัดการ ได้กล่าวรายงานความเป็นมาของโครงการ จากนั้นนายศุภชัย สมเจริญ รองประธานวุฒิสภา คนที่สอง ให้เกียรติเป็นประธานพิธีกล่าวเปิดโครงการอย่างเป็นทางการ

การอบรมครั้งนี้ มีรองศาสตราจารย์ กาว ซู่หมิ่น ผู้อำนวยการฝ่ายจีน สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้ด้านทักษะการพูด อ่าน เขียน ภาษาจีน และมีปฏิบัติ โดยมีคณาจารย์จากสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พร้อมด้วยข้าราชการกลุ่มงานภาษาจีนและภาษาจีนอุ้มให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เข้าอบรม

หลักสูตรอบรมออนไลน์
ศูนย์การเรียนรู้ตลอดชีวิต
"วัฒนธรรมจีนกับการท่องเที่ยว"

หัวข้อที่ 1 "การางห้องพักและโรงแรม"
 ดร.ดุสิตพงษ์ ประพันธ์มิตร และอาจารย์ชาวจีน
 เปิดลงทะเบียนวันที่ 12 กันยายน 2566

หัวข้อที่ 2 "แนะนำ 5 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของประเทศไทย"
 อาจารย์จังกฤกษณ์ เกษกาญจนาบุษ
 เปิดลงทะเบียนวันที่ 18 กันยายน 2566

หัวข้อที่ 3 "วัฒนธรรมอาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทย"
 นส.ดร.เกวลี เพชรากิพย์
 เปิดลงทะเบียนวันที่ 25 กันยายน 2566

หัวข้อที่ 4 "การเตรียมตัวเดินทางไปประเทศจีนด้วยตัวเอง"
 อาจารย์อัสลิตา วิษณุเวทย์ และอาจารย์ชาวจีน
 เปิดลงทะเบียนวันที่ 2 ตุลาคม 2566

หัวข้อที่ 5 "การคมนาคมและการขนส่งของจีน"
 อาจารย์อารยาภรณ์ หรรษาพันธุ์
 เปิดลงทะเบียนวันที่ 9 ตุลาคม 2566

สมัครเลย เรียนฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
 E-mail : ac.human.ku@gmail.com
 โทร. 02-579-5566-8 ต่อ 1108
 ศูนย์บริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 098-780-0550
 กรุงเทพมหานคร โทรภายใน 084-771-4749
 กรุงเทพมหานคร โทร 091-582-8123

คอร์สเรียนภาษาจีน
รุ่นที่ 49 ON-SITE

รับสมัครตั้งแต่วันที่ **17** ธันวาคม 2566

ราคาเพียง **1,888.-**

- เปิดสอนภาษาจีนระดับต้น 1-4
- สอนโดยอาจารย์ชาวจีน สถาบันขงจื้อ มก.
- เริ่มเรียนวันที่ 6 มกราคม 2567
- จำนวน 5 ครั้ง (15 ชั่วโมง)

สถานที่เรียน : อาคารมนุษยศาสตร์ 2
 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พิเศษสำหรับนักเรียนต่างชาติ มก./นิสิต/บุคลากร/ศิษย์เก่าสถาบันฯ จะได้รับส่วนลด 88 บาท หรือมอบบัตรประจำตัวจริงใบประกาศนียบัตร

สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 02-5795566 ต่อ 2202
 www.facebook.com/ciku.th
 www.confucius.human.ku.ac.th
 Email : ciku_th@yahoo.com

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 เลขที่บัญชี : 043-7-02592-0
 สาขาบัญชี : ศาลาแดงเมืองเก่าบางเขน สาขาเงินกู้

พบกับกิจกรรม

เทศกาลไหว้พระจันทร์

วันที่ 27 กันยายน 2566
 เวลา 13.00-15.30 น.

ณ ห้องแสดงดนตรี และริเวอไซด์โซน 2
 อาคารอุทิศพันทิพย์ศิลป
 คณะมนุษยศาสตร์

- การแสดงเล่าตำนานตำนานเทศกาลไหว้พระจันทร์ของนิสิตสาขาวิชาจีน เกาหลี ญี่ปุ่น
- การแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน เกาหลี ญี่ปุ่น
- กิจกรรมร่วมสนุกตอบปัญหาเกี่ยวกับเทศกาลไหว้พระจันทร์
- บูธกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมจีน เกาหลี ญี่ปุ่น

พบกับ "ไหว้พระจันทร์" รุ่นรับของรางวัลในกิจกรรมตอบปัญหา

Faculty of HUMANITIES Kasetsart University

สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2023 泰国大学生 中泰翻译大赛

การแข่งขันการแปลและการล่าม จีนไทย-ไทยจีน

อบรมฟรี สำหรับผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าสู่รอบชิงชนะเลิศ

แนวทางพัฒนาตน

สู่นักแปลและล่ามภาษาจีน

รศ.ดร.กนกพร นุ่มทอง
อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาตะวันออก
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นักแปลดีเด่น
"รางวัลสุรินทราชา"
ประจำปี พ.ศ.2564

AUGUST **23** ONLINE

จัดโดย

FLASH FORUMS BUCI

บริษัท แฟลช เอ็ดดูเทนส์ จำกัด สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยศิลปากร สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมัครสอบ HSK/HSKK รอบกระดาษ

รอบสอบวันที่ 13 มกราคม 2567

สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. เข้าสมัครสอบที่เว็บไซต์ <http://www.chinesetest.cn>
2. ส่งหลักฐานสมัครสอบเพื่อขอ QR code ชำระเงิน
3. รอการตรวจสอบ

เมื่อได้รับ QR code ชำระเงินแล้ว

ชำระค่าเรียนภายใน วันที่ 14 ธ.ค. 66 ก่อนเวลา 16.00 น.

***หากผู้สมัครไม่ได้รับ QR code ชำระเงิน หรือ ส่งหลักฐานหลักฐานไม่ครบถ้วน ทำให้ไม่ส่งหลักฐานสอบ จะถือว่าไม่ได้การลงทะเบียน ***

๗ วันสอบ

ผู้ชำระค่าเรียนก่อนสอบจะได้รับบัตรสอบ หรือ สถานศึกษาขอคืนค่าเรียนก่อนสอบได้

HCEC

การอบรมโครงการพัฒนาสมรรถนะครูผู้สอนภาษาจีนในการจัดการเรียนรู้

และการผลิตสื่อนวัตกรรม สำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21

โดยความร่วมมือระหว่าง ศูนย์ HCEC โรงเรียนแก่นนครวิทยาลัย

และสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วันเสาร์ที่ 19 มีนาคม 2566

ณ สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เปิดรับสมัครหลักสูตรศิลปวัฒนธรรมจีน

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 中华才艺体验课

กู่เจิง ระบำจีน

หรือสอบถามโทร 043-204142 ในวันและเวลาราชการ

สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล

สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล
ขอเชิญชวนทุกท่านเข้าร่วมแข่งขันการประกวดคลิปวิดีโอสั้นในหัวข้อ
"ที่สุดของสถาบันขงจื้อ" ครั้งที่ 3

สถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเล ขอเชิญชวนทุกท่านร่วมแข่งขันประกวดคลิปวิดีโอสั้นในหัวข้อ และความรู้เกี่ยวกับสถาบันขงจื้อ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างวัฒนธรรมไทย

รายละเอียด

- ผู้ส่งผลงานเป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในด้านภาษาจีน ไม่จำกัดอายุ ประเภทบุคคล หรือประเภทอื่น (ไม่จำกัดจำนวน)
- ความยาวของคลิปวิดีโอต้องเป็น 1-10 นาที โดยต้องจัดทำขึ้นมาใหม่และห้ามละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานของผู้อื่นโดยเด็ดขาด
- ผู้ประกวดส่งผลงานคลิปวิดีโอในรูปแบบของภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษได้ โดยภาษาจีนต้องเป็น ธรรมดา ภาษาจีนประกอบด้วย
- รางวัลชนะเลิศค่าตอบแทน 12,800 THB และเงินที่ฝากเป็น MP4 หรือ MOV ส่งโดยทางไปรษณีย์
- คลิปวิดีโอต้องนำเสนอหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับสถาบันขงจื้อ มีเรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์ มีเนื้อหาที่เป็นจริง และเชิงบวก

เนื้อหาในการจัดทำคลิปวิดีโอต้องเป็นไปตามหัวข้อที่กำหนดไว้ หัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง ดังนี้

หัวข้อที่ 1
用故事，讲述孔院时光
นำเสนอผลงานจากสถาบันขงจื้อ โดยบันทึกเรื่องราวของสถาบันขงจื้อและประสบการณ์ที่ได้รับรู้จากสถาบันขงจื้อ ทำสารคดีจากผลงานได้หลากหลายชิ้น เช่น ด้านการสร้างและพัฒนาศาสนาขงจื้อ บรรยากาศในการเรียนการสอน สภาพแวดล้อมของสถาบัน การบริการอำนวยความสะดวกสำเร็จด้านการจัดการเรียนการสอน ช่วงเวลาที่น่าจดจำกับสถาบันขงจื้อและภาษาจีน เป็นต้น

หัวข้อที่ 2
用镜头，传递文化力量
นำเสนอเรื่องราวและเสน่ห์ของวัฒนธรรมจีน แบ่งเป็นประสบการณ์ในการทำความเข้าใจ หรือการเรียนรู้วัฒนธรรมจีน แสดงความเป็นมิตรระหว่างวัฒนธรรมไทย โจ๊กความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการสักยันต์ วัฒนธรรมเขียนประเพณี อาหารการกิน ศาสนาพุทธธรรมชาต ขงสถาบันขงจื้อหรือสร้าง ผลงานที่ขึ้นชื่อ กีฬา แฟชั่น สื่อโซเชียลมีเดีย ภาพยนตร์และโทรทัศน์ นวัตกรรมวัฒนธรรม และอื่นๆ

หัวข้อที่ 3
用脚步，踏遍美丽世界
ส่งโลกกว้างใหญ่กับสถาบันขงจื้อ เชิญชวนทุกท่านออกเดินทางเรียนภาษา สืบเสาะวิถีภาษาที่เป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของสถานที่ต่างๆ ใช้ภาพหรือคลิปวิดีโอเพื่อเล่าสิ่งที่ท่านประทับใจในสายตาของตนเอง และใช้ภาษาในการอธิบายลักษณะสัญลักษณ์ของวัฒนธรรม

ใบสมัครและข้อตกลงในการส่งผลงานเข้าประกวด


สามารถสมัครใบสมัครได้ เพื่อศึกษารายละเอียดได้ โดยหมดเขตรับสมัครวันที่ 30 มิถุนายน 2566 โดยกรรมการตัดสินและประกาศรางวัลประมาณช่วงเดือนกรกฎาคม

รางวัล

ผู้ได้รับรางวัลเข้าประกวด ทางสถาบันขงจื้อเส้นทางสายไหมทางทะเลได้ติดต่อขอรางวัลไว้ด้วยกันแล้ว 10 รางวัล ดังนี้

- ผู้สมัครที่เข้าร่วมการประกวด และได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการ จะได้รับเงินรางวัล 1,500 บาท พร้อมเกียรติบัตร จำนวน 10 รางวัล
- ผู้สมัครที่เข้าร่วมการประกวดทุกท่านจะได้รับเกียรติบัตร

ติดต่อสอบถาม | อ.ปวีณ์ทศิวิทย์
เบอร์โทร | 0909901340
อีเมล | hsslkzxy4@gmail.com



“皓月当空 情满中秋”
2023年孔院日暨中秋庆祝活动

“จันทร์สว่างกลางฟ้า อิมอรูววันไหว้พระจันทร์”
กิจกรรมเฉลิมฉลองเนื่องในวันสถาปนาศงจื้อ และเทศกาลไหว้พระจันทร์ ประจำปี 2566

活动内容(กิจกรรม):

- 歌舞、朗诵表演
การแสดงเต้นรำจีน และท่องกลอนจีน
- 冰皮月饼DIY
กิจกรรมทำขนมไหว้พระจันทร์
- “猜灯谜·套圈”趣味游戏
เกม “โยนห่วงทายปริศนาโคมไฟ”
- 茶艺体验
กิจกรรมสัมผัสวัฒนธรรมศิลปะการชงชา

活动时间：2023年9月28日 13:30-16:00
วันและเวลา：วันพฤหัสบดีที่ 28 กันยายน 2566 เวลา 13.30 - 16.00 น.

活动地点：博仁大学4号楼1楼
สถานที่：ห้องประชุมสนม สุทธิพิทักษ์ อาคาร 4 ชั้น 1 มหาวิทยาลัยสุรนารีจันทบุรี

活动详情可通过以下方式了解
邮箱：haishangsilu4@gmail.com
或致电：0623741110 (侯老师)

活动最终解释权归海丝孔院所有



“趣玩新潮年 元宵喜乐会”
2023年元宵节游园会
"โคมไฟลุยลันต์ ต้อนรับปีเถาะ"
กิจกรรมเฉลิมฉลองเทศกาลหยวนเซียวประจำปี 2566
ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติชั้นหนึ่ง มหาวิทยาลัยสุรนารีจันทบุรี



2023年天津师范大学国际中文教师奖学金宣讲
กิจกรรมแนะแนวทุนครูสอนภาษาจีนนานาชาติ มหาวิทยาลัยครุศาสตร์เทียบจีน ประจำปี 2566

2023年2月28日 17:00 - 18:30 (泰国时间)
วันอังคารที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566
เวลา 17:00 - 18:30 น. (เวลาประเทศไทย)

Zoom



สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

“中泰一家亲” 文创大赛作品征收补充通知
 ประกาศการรวบรวมผลงานเพิ่มเติม
 โครงการประกวดออกแบบผลงานสร้างสรรค์เชิง
 วัฒนธรรม หัวข้อ “จีน-ไทย ใช้ชิ้นใดครอบครัวเดียวกัน”

- 1 作品原件*1 (.jpg / .png格式)
 ผลงานต้นฉบับ*1 รูปภาพ (.jpeg or .png)
 ยากตัวอย่างเช่น 
- 2 作品的实际运用*5张 (.jpg格式)
 การประยุกต์ใช้งานจริง *5 รูปภาพ (.jpeg)
 ยากตัวอย่างเช่น 
- 3 作品的设计思路*1 (.word / .pdf格式)
 แนวคิดในการออกแบบ*1 (.word or .pdf)

- 4 作品设计展板*1 (.jpg格式) (90*120cm)
 บอร์ดนิทรรศการผลงานการออกแบบ*1 (.jpeg) (90*120cm)
 ยากตัวอย่างเช่น 

SCAN HERE 

4th 泰国本土中文教师
 专业提升与职业发展论坛

โครงการประชุมสัมมนา
 การพัฒนาศักยภาพทางวิชาชีพผู้สอนภาษาจีนในประเทศไทย
 ครั้งที่ 4

24 DEC
 SUNDAY
 09 - 05
 AM PM

MEET OUR SPEAKERS



EMAIL: kzyymed@bsru.ac.th

PHONE: +66 02 473 7000 ต่อ 1741

ADDRESS: THE RAJABHAT UNIVERSITY (TRU), 325
 MAHAJAMSAET ROAD, THUNG THAI
 MUANG LUANG SUBJ. LEKSA, THAILAND

JOIN NOW 

端午安康

เนื่องในโอกาสเทศกาลตงอู่ (ไหว้เจ้าจ่าง) ประจำปี 2566
 สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 ขอส่งความปรารถนาดีมาซึ่งทุกท่าน
 ขอให้ทุกท่านสุขภาพ สบายใจ
 สุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงตลอดไป

โค้งสุดท้าย
 สมัครขอรับทุนศึกษาต่อ
 ประเทศจีน

ติดต่อ
 สถาบันขงจื้อ BSRU
 โทร 02 473 7000
 ต่อ 1741

หากคุณมี
 คุณสมบัติ
 พร้อม
 สามารถติดต่อ
 และสมัคร
ด่วน!

สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์


 2023 泰南 “中文之光” 大赛
 สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จัดกิจกรรมการแข่งขันทักษะภาษาจีน
 “ภาษาจีนจุดประกายแสงสว่างแห่งภาคใต้” ประจำปี 2566

比赛时间 วันที่จัดการแข่งขัน 2023-12-02 2 ธันวาคม 2566
比赛形式 รูปแบบการแข่งขัน 线下 แบบออนไลน์
比赛项目 รายการแข่งขัน

[大学组] 中华才艺、演讲
[ระดับอุดมศึกษา] การแสดงความสามารถด้านภาษาจีนและ
 ศิลปวัฒนธรรมจีน, กล่าวสุนทรพจน์
[中学组] 听力、演讲、画画、中华才艺
[ระดับมัธยมศึกษา] เขียนตามคำบอก, กล่าวสุนทรพจน์, วาดรูป,
 การแสดงความสามารถด้านภาษาจีนและศิลปวัฒนธรรมจีน
[小学组] 画画、讲故事
[ระดับประถมศึกษา] วาดรูป, เล่านิทาน

报名时间 วันที่รับสมัคร
 ระยะเวลาการรับสมัคร 6 ตุลาคม 2566 - 15 พฤศจิกายน 2566
 想了解更多详情, 请扫码加入line群
 รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถ สแกนเข้ากลุ่ม Line


 074-286686 074-286687
 psukongyuan@hotmail.com

钱兔似锦 · 花开富贵
 โชติเงินโชติทอง งดงามปีเถาะ
 ขอเชิญ มาร่วมสนุก
 กับงานฉลองตรุษจีน

ลิ้มลองอาหารจีนรสเลิศ
 เพลิดเพลินกับกิจกรรม
 ชมวัฒนธรรมจีนน่าสนใจ

FREE ENTRY
 27 เวลา 8:30-14:00 น.
 ณ อาคารบริหารชั้น 1 คณะศิลปศาสตร์
 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2023

จัดโดยหลักสูตรภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์ ม.อ. ร่วมกับสถาบันขงจื้อแห่งมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เปิดรับสมัครสอบ
 วัดระดับความรู้ภาษาจีน
ONSITE
 ตั้งแต่บัดนี้ - 23 พ.ย. 66
 Application is now open until 23rd November 2023

HSK ครั้งที่ 10
HSKK
 INTERNET - BASED

3 Dec 2023

รายละเอียดเพิ่มเติม
 For more information, please visit
HSK HSKK ศูนย์ภาษาและบริการวิชาการ คณะศิลปศาสตร์ ม.อ.
 Tel. 0 7428 6708, 0 7428 6655 LAOCPUSU LAOC E-mail: laoc.psu@gmail.com

การส่งเสริมติวเตอร์ และถ้วยรางวัลทางไปรษณีย์
 กิจกรรมการแข่งขันทักษะภาษาจีน
 “จุดประกายแสงสว่างแห่งภาคใต้”
 ประจำปี 2565

โปรดระบุที่อยู่ของท่าน
** เป็นภาษาไทย **

ผ่าน QR CODE ที่ปรากฏ



ผู้ที่ได้รับ


รางวัลชนะเลิศ
รองชนะเลิศอันดับ 1
ครูผู้สอนยอดเยี่ยม

โปรดระบุเบอร์ตู้จ่าย QR CODE ที่ปรากฏ



080-078-8665 psu-kongyuan@hotmail.com สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
 Confucius PSU Hatyai

สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ



ระยะเวลาส่งผลงาน	ตั้งแต่วันนี้จนถึงวันที่ 4 ธันวาคม ค.ศ.2023 เวลา 17.00 น.
ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์เข้าแข่งขันในรอบตัดสิน	วันที่ 12 ธันวาคม ค.ศ.2023
การแข่งขันรอบตัดสิน	วันที่ 12 มกราคม ค.ศ.2024

*การแข่งขันรอบคัดเลือก ผู้เข้าร่วมการแข่งขันจะต้องส่งผลงานผ่านทางอีเมล สำหรับผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าสู่การแข่งขันรอบการตัดสินจำเป็นต้องมาเข้าร่วมการแข่งขัน ณ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาเขตสุวรรณภูมิ และจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดเอง

*ชิงเงินรางวัลมูลค่ารวมกว่า 27,000 บาท




CHINESE NEW YEAR CELEBRATION

19 JAN 2023
11AM - 12PM

4TH FLOOR, AU LIBRARY, CL BUILDING, SUVARNABHUMI CAMPUS

ACTIVITIES BE HELD :

- GUESSING RIDDLES
- WRITING BLESSING WORD"FU(福)"
- MAKING"BINGTANGHULU"(CANDIED HAWTHORN)
- TRYING ON CHINESE TRADITIONAL CLOTHES

Gifts are waiting for you
First come, First serve

สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

เปิดรับสมัครการสอบวัดระดับภาษาจีน HSK ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (HSK internet based test at Center)



วันเสาร์ที่ 13 มกราคม พ.ศ.2567
Saturday, January 13, 2024

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาเขตสุวรรณภูมิ (AU SUVARNABHUMI CAMPUS)
ณ อาคารศรีศกดิ์จามรบาน สภานเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITS Building)

ระดับ 3-6 จำเป็นต้องสมัคร HSK และ HSKK คู่กัน For HSK3-6, HSKK must be registered at the same time

HSK 3 + HSKK 初级 1,400 baht	ปิดรับสมัคร วันที่ 2 มกราคม 2567 เวลา 17.00 น. หรือมีผู้สมัครสอบครบตามจำนวน *Registration closes at 5 pm. January 2, 2024 or earlier depends on the availability
HSK 4 + HSKK 中级 1,900 baht	
HSK 5 + HSKK 高级 2,400 baht	
HSK 6 + HSKK 高级 2,800 baht	

วิธีการชำระเงิน
ชื่อบัญชี YINGLEI ZHANG เลขบัญชี 4181561186

หากต้องการจัดส่งคะแนนทางไปรษณีย์
กรุณาชำระค่าบริการจัดส่งเพิ่ม 50 บาท
if you want to get your script via delivery, you need to pay 50 baht for the delivery fee.

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

本土中文教师培训 易三仓大学

主题
专家讲座：人工智能赋能语言教学的实践与研究
教学研讨：泰国中小学中文课堂教学案例与分析
文化活动

主讲嘉宾
郑春萍 教授
北京邮电大学

主讲嘉宾
MS. PHINGTHICHAT METHATARNKUL
SENIOR PROFESSIONAL LEVEL (K3)

2023年11月15日
09:00 - 16:30

泰国易三仓大学
素万那普校区

欢迎报名



สถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีนมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

学经典做临床
伤寒论经方详解与临床用药规律
 เจาะลึกหลักการประยุกต์ใช้จึงฟางจากคัมภีร์ขงจื่อหลุน

第五届中医本科生再教育
 โครงการอบรมพัฒนาคุณภาพบัณฑิต ครั้งที่ 5 ปี 2566

时间：10月9---11日 วันก่อนบม 9-11 ตุลาคม 2566
 方式：线上授课 MS TEAMS อบรมออนไลน์ ด้วยโปรแกรม MS Teams

周湘琴教授
 医学博士
 天津中医药大学中医学院院长
 中华中医药学会改革与发展研究分会委员
 世界中医药学会联合会翻译委员会副会长
 中.农.办.会.委.员.会.副.会.长 (Kan XiangLing)
 แพทย์ศาสตรดุษฎีบัณฑิต
 คุณสมบัตินักการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยการแพทย์แผนจีนเทียนจิน
 อบรมกรรมการปฏิรูปการวิจัยและพัฒนาขนาดการแพทย์แผนจีนแห่งจีน
 รองประธานคณะกรรมการแปล สหพันธ์การแพทย์จีนโลก

รับสมัครวันนี้ - 30 กันยายน 2566
 ค่าลงทะเบียน 1,500 บาท

เก็บคะแนนใบประกอบได้

2023年汉语师资培训
โครงการอบรมครูสอนภาษาจีน ครั้งที่ 7 ปี 2566
 "เทคนิคการสอนศิลปวัฒนธรรมจีนเชิงปฏิบัติการคัดกระดาดและกั๊กเชือกจีน"
中国传统文化教学与活动组织技巧

วันศุกร์ที่ 28 เมษายน 2566 เวลา 8.30 - 16.00 น.
 2023年4月28日 (周五) 8:30 - 16:00
 ณ ห้อง 511 ชั้น 5 อาคารบรรณสาร มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บางพลี
 华侨崇圣大学挽披校区图书馆楼5层511会议室

合作单位
ร่วมจัดโดย

- 华侨崇圣大学中医孔子学院
สถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีน ม.หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 华侨崇圣大学中国学院
วิทยาลัยจีนศึกษา ม.หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

講座者
 ศศ.ดร.นริศ คุ้มานนท์ (何福祥助理教授, 博士)
 ผอ.สถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีน
 ม.หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (ฝ่ายไทย)

อ.จ้าวชายช่าย (赵凯凯老师, 硕士)
 อ.กิตติกา กรชาลกุล (王燕琛老师, 硕士)

ผู้เข้าร่วมจะได้รับใบปริญญาด้าน
 คัดกระดาดและกั๊กเชือกจีน
 และเกียรติบัตรจากการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้

ค่าลงทะเบียน 799 บาท
 รวมอาหารกลางวันและอาหารว่าง

รับสมัครเพียง
 40 คนเท่านั้น

声乐华韵·中泰歌声

活动内容

ระยะเวลาการรับสมัครประกวดรอบคัดเลือก :
 วันที่ 30 ต.ค. - 30 พ.ย. 2566

รอบชิงชนะเลิศ :
 วันจันทร์ที่ 12 ธันวาคม 2566
 เวลา 9.00 - 12.00 น.
 สถานที่ : ห้องสื่อประสม อาคารบรรณสาร ชั้น 2
 ม.หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ วิทยาเขตบางพลี

คุณสมบัติผู้เข้าประกวด : นักศึกษาสัญชาติไทย
 เท่านั้น สามารถเข้าร่วมประกวดแบบเดี่ยว
 หรือเป็นกลุ่มไม่เกิน 3 คน/กลุ่ม

รอบคัดเลือก : ส่งคลิปวิดีโอการขับร้องไม่เกิน
 3 นาที มาที่อีเมล jinweili254@gmail.com
ประกาศรายชื่อผู้เข้ารอบชิงชนะเลิศ
ภายในวันที่ 10 ธ.ค. 2566

ติดต่อสอบถาม : 02-713-8100 ต่อ 1812

欢迎加入我们
 ▶▶▶▶▶

ประกาศการสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน แบบคอมพิวเตอร์

ตามที่กำหนดและข้อตกลงของ Hanko International มอบหมายให้ศูนย์การสอบ HSK&HSKK ของสถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติดำเนินการจัดสอบ HSK&HSKK แบบคอมพิวเตอร์ (ใช้คอมพิวเตอร์ HSK และ HSJK) ในวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2567 โดยเปิดสอบระดับ HSK4 - HSK5 และ HSJK ระดับกลาง - ระดับสูง

รับสมัคร (พร้อมทั้งส่งหลักฐานการชำระเงินเข้าบัญชี) chihou.hsktest@gmail.com ตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม 2566 - วันที่ 3 มกราคม 2567 ก่อนเวลา 15.00 น.

I การสมัครสอบ และชำระเงิน

- สมัครสอบด้วยตนเอง ที่เว็บไซต์ www.chinesetest.cn
- การกรอกสมัครให้เลือก "Computer-based Exam" พร้อมทั้งอัปโหลดรูปถ่ายเป็นทางการ
- ข้อมูลการสมัครสอบที่กรอกจะต้องเหมือนกับข้อมูลในเอกสารที่อ้างอิง (รวมถึงการใช้อักษรตัวพิมพ์ใหญ่ของชื่อ เลขที่เอกสาร ฯลฯ) เช่น หากใช้บัตรประชาชน ข้อมูลในการสมัครจะต้องเหมือนกันกับข้อมูลในบัตรประชาชน
- รูปถ่ายที่ใช้ลงทะเบียนจะต้องเป็นรูปถ่ายที่เป็นทางการ ขนาดไม่เกิน 17-25 KB (ไม่ใช่รูปถ่ายท่องเที่ยว รูปถ่ายที่ใส่แว่น หรือรูปถ่ายศิลปะ) อนุญาตให้ใช้รูปถ่ายขาวดำหรือรูปถ่ายสีก็ได้ โดยมีพื้นหลังสีขาวหรือฟ้า ไม่อนุญาตให้สวมหมวก ჭ้างตบผม แว่นกันแดด และกำคลุมศีรษะ (ยกเว้นเป็นข้อกำหนดของทางสาขา)
- โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารทหารไทยธนชาตจำกัด (มหาชน) ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (เงินหมุนเวียนสถาบันขงจื่อการแพทย์แผนจีน) เลขที่บัญชี 299-2-08468-9
- หลังจากโอนเงินแล้ว กรุณาส่งหลักฐานการชำระเงิน (photo, receipt, scan) มาที่อีเมล chihou.hsktest@gmail.com พร้อมทั้งแจ้งชื่อคุณลักษณะภาษาอังกฤษ และภาษาจีน (ถ้ามี) ระดับที่สอบเดือนที่ต้องการสอบ

หากผู้ใดไม่ได้ส่งหลักฐานการชำระเงินเข้าบัญชีภายในวันที่รับสมัคร จะถือว่าไม่ได้ชำระค่าสมัครสอบ และไม่มีสิทธิ์สอบ

5. ส่งหลักฐานการโอนเงินแล้ว กรุณากรอกข้อมูลการสมัครสอบภายใน 2-3 วัน หากไม่ได้รีบสมัครสอบแล้ว ให้ติดต่อเบอร์ 06-4978-3469 (ในวันและเวลาราชการ)

** ผู้สมัครสอบ กรุณาสมัครสอบและชำระเงินก่อนวันหมดเขตรับสมัครอย่างน้อย 2 วัน เนื่องจากกรอกสมัครและชำระเงินในวันสุดท้าย หลังเวลา 16.00 น. เจ้าหน้าที่จะไม่ตรวจสอบการเช็คอีเมลหรือข้อมูลการสมัครและชำระเงิน ทั้งนี้หากสมัครสอบหรือชำระเงินภายหลังวันเวลาที่กำหนด ผู้สมัครต้องรับผิดชอบผลการสมัครด้วยตนเอง

สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



การประกวดร้องเพลงจีน

ประจำปี 2023



เงินรางวัล

การแข่งขันระดับประถมศึกษา
มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา

- รางวัลชนะเลิศ
3,000 บาท จำนวน 1 รางวัล
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 1
2,000 บาท จำนวน 2 รางวัล
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 2
1,000 บาท จำนวน 3 รางวัล
- รางวัลชมเชย
500 บาท จำนวน 3 รางวัล

รายละเอียดการแข่งขัน

วันนี้ - 29 ตุลาคม 66
• ส่งวีโอดีการร้องเพลง
วันที่ 30 ตุลาคม 66
• คัดเลือกผู้ผ่านเข้ารอบ
วันที่ 8 พฤศจิกายน 66
• แข่งขันรอบชิงชนะเลิศ

วิธีการสมัคร

แกลน QR Code เพื่อทำการสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน และเข้า line กลุ่ม เพื่อรับข่าวสารต่างๆ
ส่งผลงานที่ E-mail: ci@mfu.ac.th




line ไลน์



สถาบันขงจื้อแห่งมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

รับสมัคร

นักศึกษาฝึกปฏิบัติงาน

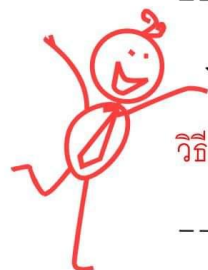
ทางสถาบันขงจื้อฯ เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่มีทักษะภาษาจีน HSK ระดับ 4 ขึ้นไป มาร่วมฝึกประสบการณ์การทำงาน เพื่อเพิ่มพูนทักษะภาษาจีน และเรียนรู้ทักษะการทำงานจริง ผู้ที่สนใจสามารถส่ง Resume ได้ตามนี้

ติดต่อเรา :


: ci@mfu.ac.th


: 053917089





如何获得推荐信

วิธีการขอหนังสือแนะนำจากสถาบันขงจื้อ



皇太后大学的学生

สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. HSK、HSKK 成绩报告 (两年有效) 2. 个人护照复印件 3. 奖学金申请表 (填写完整并扫描PDF) 4. 中文或英文成绩单 5. 学院教授或副教授英文推荐信一封 6. 辅助材料 (获奖证书或经历证明) (若有) | <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลคะแนนสอบ HSK และ HSKK (ยังไม่ทันสอบฯ) 2. สำเนาพาสปอร์ต 3. แบบฟอร์มการยื่นขอทุน (กรอกรายละเอียดเสร็จแล้วสแกนไฟล์ PDF) 4. ผลการศึกษามัธยมศึกษา หรือภาษาอังกฤษ 5. หนังสือแนะนำ (Letter of recommendation) <p style="font-size: x-small;">เขียนโดยระดับรองศาสตราจารย์ขึ้นไป จำนวน 1 ฉบับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. เอกสารอื่นๆ (เกียรติบัตรหรือรางวัลต่างๆ ถ้ามี) |
|--|---|

สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี



กติกาการแข่งขันทักษะการสอนภาษาจีน สำหรับครูสอนภาษาจีนชาวไทย

๑. กิจกรรมหลัก
โครงการแข่งขันทักษะการสอนภาษาจีน สำหรับครูสอนภาษาจีนชาวไทย (วันที่ ๒๑-๒๔ ธันวาคม ๒๕๖๖)
๒. ระยะเวลาในการแข่งขัน
 ๑. กำหนดส่งวีดิโอการสอนภายในวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๖
 ๒. ประกาศผลการแข่งขันในวันที่ ๒๑-๒๔ ธันวาคม ๒๕๖๖
๓. สถานที่การจัดแข่งขัน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี
๔. จัดโดย สถาบันขงจื้อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี
๕. ผู้เข้าแข่งขัน ครูสอนภาษาจีนชาวไทย
 ๖. เนื้อหาและเกณฑ์การแข่งขัน
 - ๖.๑ เกณฑ์การแข่งขัน วีดิโอการสอนที่ส่งมาเป็นหลักในการให้คะแนนและตัดสินรางวัลตามลำดับ
 - ๖.๒ เนื้อหาการแข่งขัน ความยาวของคลิปวีดิโอการสอนไม่เกิน ๒๐ นาที โดยการสอนสามารถเป็นกรจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนหรือการให้ผู้เรียนฝึกปฏิบัติหรือทำกิจกรรมในการเรียนการสอน เช่น การแนะนำ การอธิบาย การฝึกปฏิบัติ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถเป็นรูปแบบทบทวนหาเชิงสถานการณ์



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	Li Jian
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542
สถานที่เกิด	7/1 เลข 75 ถนนซินถู่ เขตจีหนิง เมืองอูหลานฉานบู มณฑลมองโกเลียใน ประเทศจีน 012000
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี พ.ศ. 2560 – 2564 ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัยการทะเลเขตร้อนไหหลำ ปริญญาโท พ.ศ. 2565 – 2568 กำลังศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต เอกสาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ทุนการศึกษา	พ.ศ. 2562 – 2563 โครงการทุนการศึกษา “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” มณฑลไหหลำ สำหรับนักศึกษาแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ที่ต่างประเทศ กรมศึกษาธิการไหหลำ พ.ศ. 2565 – 2567: โครงการการศึกษาประเด็นปัญหาระหว่าง ประเทศและการพัฒนาบุคลากรระดับสูงด้านภาษาต่างประเทศ สำนักงานกองทุนการศึกษาต่อต่างประเทศ กระทรวงศึกษาธิการแห่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน (CSC)
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2562 - 2563: ผู้ช่วยธุรการ (ฝึกปฏิบัติงาน) สถานีตำรวจท่องเที่ยว 1 ขอนแก่น พ.ศ. 2565: ที่ปรึกษาจำหน่ายคอร์สการบัญชี GOLDEN EDUCATION CO., LTD