

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้าย ประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊ก

Images of Thai Confucius Institutes Based on the Content of Public Relations Posters on Facebook

หลี่ เจียน^{1*} / สมบัติ สมศรีพลอย² / อัครวิทย์ เรืองรอง³

Li Jian / Sombat Somsriploy / Akhawit Ruengrong

^{1*} นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Master of Arts in Thai Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Bansomdejchaopraya Rajabhat University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาวาอากาศโท ดร., สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Assistant Professor Wg. Cdr. Dr., Thai Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Bansomdejchaopraya Rajabhat University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Assistant Professor Dr., Thai Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Bansomdejchaopraya Rajabhat University

* Corresponding author's E-mail: 1198004865@qq.com

Received: June 16, 2025

Revised: July 19, 2025

Accepted: July 24, 2025

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2025.13>

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กของสถาบันขงจื๊อ โดยรวบรวมข้อมูลแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื๊อในประเทศไทยจาก 12 สถาบันตั้งแต่เดือน มกราคม -

ธันวาคม พ.ศ. 2566 มีจำนวนทั้งหมด 338 แผ่นป้าย ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยประกอบด้วย 3 ภาพลักษณ์ ดังนี้ 1) ภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน ได้แก่ การจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการ การสอบวัดระดับภาษาจีน การประกวดทักษะภาษาจีน 2) ภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย - จีน ได้แก่ การมีส่วนร่วมกับองค์กรไทย การสนับสนุนการศึกษาและอาชีพ และ 3) ภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน ได้แก่ การจัดกิจกรรมและอบรม ศิลปวัฒนธรรมจีน การจัดกิจกรรมเทศกาลดั้งเดิมของจีน การนำเสนอภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยดังกล่าว เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจในสถาบันขงจื๊อในประเทศไทย อันส่งผลต่อการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามพันธกิจ และประสานความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นผ่านการประกอบสร้างภาพลักษณ์

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์, สถาบันขงจื๊อไทย, แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

Abstract

This research aimed to study the images of Thai Confucius Institutes based on the content of public relations posters on Facebook through a qualitative research by collecting information on public relations posters of 12 Confucius Institutes in Thailand from Facebook pages from January to December 2023, making a total of 338 public relations posters. The study results revealed that there were 3 images of Thai Confucius Institutes: 1) The image of the institute as an expert in Chinese language who organizes academic training and lectures, Chinese proficiency tests, and Chinese language skill competitions; 2) The image of the institute as a promoter of Thai-Chinese relations, which includes collaboration with Thai organizations, and support in education and career development; 3) The image of the institute as a

medium for promoting Chinese culture, which organizes Chinese arts and cultural activities and training as well as Chinese traditional events. The presentation of these images aims to create positive impressions toward Confucius Institutes in Thailand. This, in turn, contributes to the successful fulfillment of their missions and fosters stronger bilateral relations through the construction of institutional identity.

Keywords: image, Thai Confucius Institutes, public relations posters

บทนำ

ภาพลักษณ์ เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความรู้สึกประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ (Kotler, 2000) สถาบันขงจื๊อเป็นองค์กรหนึ่งที่มีการประกอบสร้างภาพลักษณ์ในการดำเนินงาน โดยสถาบันขงจื๊อเป็นองค์กรการศึกษาที่มีรัฐบาลจีนเป็นฝ่ายจัดตั้งในทั่วโลก เป็นสถาบันการศึกษาที่ไม่ได้แสวงหาผลกำไร หากแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการเผยแพร่วรรณคดีภาษาจีน ทำให้ชาวต่างชาติเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมจีนอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น โดยมีพันธกิจ กล่าวคือ ส่งเสริมการเผยแพร่วรรณคดีและวัฒนธรรมจีนในระดับนานาชาติ และกระชับความร่วมมือด้านการศึกษาและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างจีนกับนานาประเทศ และมีบทบาทหน้าที่ ได้แก่ 1) การสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) การพัฒนาการสอนภาษาจีน 3) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมระหว่างจีนกับต่างประเทศ 4) การทดสอบวัดระดับภาษาจีน 5) การดำเนินการวิจัยและการให้บริการที่ปรึกษาในด้านจีนศึกษา 6) การดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสถาบันขงจื๊อ (The Headquarters of Confucius Institutes in China, 2024)

ไทย - จีน ได้ร่วมมือกัน และประสบความสำเร็จในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม มีความเด่นชัดที่สุด คือ การจัดตั้งสถาบันขงจื๊อในประเทศไทย สถาบันขงจื๊อไทย

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Wibhakchanat & Sirichantra, 2016) การประชาสัมพันธ์ออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่กิจการสถาบันขงจื๊อไทยให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับรู้ ขณะที่สร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยขึ้น

นักวิชาการ เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ ข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัว แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล การบริหารจัดการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร โดยอาศัยหลายด้าน ได้แก่ 1) ผู้บริหารและพนักงานต้องมีความสามารถและความรับผิดชอบในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีวิสัยทัศน์กว้างไกลน่าองค์กรไปสู่ความก้าวหน้า 2) การให้บริการหรือการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ และเป็นสินค้าที่ไม่สร้างความเสียหายให้กับสังคมหรือผู้บริโภค 3) การดำเนินงานและการจัดกิจกรรมจะทอนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และ 4) การดำเนินงานและค่านิยมควรสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร (Sari, 2003) รัชนี วงศ์สุมิตร นำเสนอภาพลักษณ์องค์กรว่า องค์กรจะบรรลุวัตถุประสงค์จากการกำหนดภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งช่วยสร้างความร่วมมือและการสนับสนุนจากผู้บริโภค การสร้างกลยุทธ์องค์กรสามารถทำได้จากคำว่า Image (ภาพลักษณ์) กล่าวคือ Institution (การสร้างภาพลักษณ์ด้วยตัวสถาบัน) Management (การจัดการโดยผู้บริหารในการกำหนดภาพลักษณ์ให้เป็นที่พอใจของประชาชน) Action (ผลประกอบการ) Goodness (การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการทำความดี) และ Employee (การสร้างภาพลักษณ์ด้วยบุคลากร) (Rachani, 2004) ดังนั้น การศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยควรศึกษาความรู้สึกประทับใจ ความเชื่อ และความคิดที่ผู้รับสารเกิดในใจโดยโยงกับการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื๊อ

สถาบันขงจื๊อไทยใช้แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ เนื่องจากสะดวกและเหมาะสมกับบริบทของยุคสมัย ทั้งยังมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร เพื่อเป็นการประกอบสร้างภาพลักษณ์ และทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกประทับใจและรู้สึกเชื่อถือ

ในสถาบันขงจื๊อไทย แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยทั้งวจนภาษาที่เป็นถ้อยคำ และวจนภาษาที่เป็นรูปภาพและสัญลักษณ์ เพื่อเป็นการประกอบสร้างภาพลักษณ์ที่หลากหลายจากเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์องค์กรกลายเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กร ภาพลักษณ์องค์กรนั้นเป็นผลจากกระบวนการ ประเมินผลซึ่งเกิดจากความคิด ความรู้สึก และประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (as cited in Teerapat, 2021) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความหลากหลายของภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยผ่านแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของเพจเฟซบุ๊กสถาบันขงจื๊อ

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้มีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์องค์กร สถาบันขงจื๊อ การประชาสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ไทย-จีน

2. รวบรวมข้อมูลแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื๊อตั้งแต่เดือน มกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2566 มีจำนวน 338 แผ่นป้าย โดยคัดเลือกข้อมูลจากภาพประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมและการดำเนินงานในเพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื๊อไทย 12 แห่ง ได้แก่ 1) สถาบันขงจื๊อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CICU 2) สถาบันขงจื๊อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 3) สถาบันขงจื๊อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院 4) สถาบันขงจื๊อและศูนย์จีนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา 5) Cip Psu (สถาบันขงจื๊อภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์) 6) สถาบันขงจื๊อ มรภ.บ้านสมเด็จเจ้าพระยา 7) สถาบันขงจื๊อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 8) สถาบันขงจื๊อการแพทย์แผนจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกียรติ 华侨崇圣大学 9) 海上丝路孔子学院

สถาบันขงจื๊อเส้นทางสายไหมทางทะเล 10) สถาบันขงจื๊อ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
 11) สถาบันขงจื๊อมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สุพรรณบุรี และ 12) สถาบันขงจื๊อ
 ม.อัสสัมชัญ Confucius Institute of Assumption University

3. วิเคราะห์เนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นเนื้อหาข้อความ และสัญลักษณ์
 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพจ
 เฟซบุ๊กของสถาบันขงจื๊อตามกรอบแนวคิดภาพลักษณ์ของฟิลิป คอตเลอร์ และ
 ภาพลักษณ์องค์กรของเสรี วงษ์มณฑา และรัชนี วงศ์สุมิตร

4. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย และนำเสนอในรูปแบบบทความวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษาภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์
 เพจเฟซบุ๊กของสถาบันขงจื๊อ สามารถวิเคราะห์ได้ 3 ภาพลักษณ์ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน

สถาบันขงจื๊อไทยเป็นหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีน และมีองค์
 ความรู้เกี่ยวกับภาษาจีนอย่างดีเยี่ยม ซึ่งตรงกับภารกิจการดำเนินงานของสถาบันขงจื๊อ
 สำนักงานใหญ่ คือ การสอนภาษาจีนและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการสอนและ
 วิจัยในสาขาหรือวิชาอื่น ๆ มีจำนวนแผ่นป้าย 179 แผ่นป้าย สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้
 1) การจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการ 2) การสอบวัดระดับภาษาจีน และ 3) การ
 ประกวดทักษะภาษาจีน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการ

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื๊อไทยมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการจัดอบรม
 และบรรยายทางวิชาการ มีจำนวนแผ่นป้าย 77 แผ่นป้าย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพ 1

การอบรมและการบรรยายทางวิชาการด้านภาษาจีน



ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น” และ “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” (วันที่ 18 สิงหาคม 2024)

การเป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนในประเทศไทยที่สื่อให้เห็นในตัวอย่างด้านซ้าย คือ “การเปิดรับสมัครเรียนภาษาจีนหลักสูตรสำหรับบุคลากร มข.” โดยมีสถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นฝ่ายจัดเปิดรับสมัคร และมีกลุ่มเป้าหมายคือ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นเท่านั้น สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่นให้บริการการอบรมเรียนรู้ภาษาจีน และแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ได้นำเสนอให้เห็นถึงความสามารถและความเชี่ยวชาญในการรับสมัครอบรมภาษาจีนของสถาบันขงจื่อ เป็นโอกาสที่น่าสนใจสำหรับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย

ตัวอย่างด้านขวาแสดงให้เห็นว่า สถาบันขงจื๊อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จัดการบรรยายทางวิชาการภาษาจีนในหัวข้อ "หน้าที่ทางไวยากรณ์ของคำว่า '把' ใน ภาษาจีนโบราณจนถึงปัจจุบัน" ในมุมมองทางภาษาศาสตร์ ไวยากรณ์ภาษาเป็นส่วน หนึ่งของภาษาศาสตร์โครงสร้างนิยม หัวข้อการบรรยายนี้แสดงให้เห็นถึงผู้บรรยายมี ความเชี่ยวชาญด้านการศึกษากฎภาษาจีน ส่วนคำเชิญกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ เข้าร่วมฟังการบรรยายใช้คำว่า "เวทิตวาทกรรมจีนศึกษา" ผู้จัดข้อมูลประชาสัมพันธ์ งานการบรรยายวิชาการศึกษาเปรียบเสมือนเป็นเวทิตวาทกรรมจีนศึกษาโดยใช้คำว่า เวทิตมาแทนงานการบรรยาย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร ผู้สนได้ภาษาจีนให้เกิด

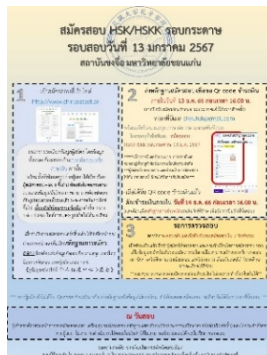
รู้ถึงการบรรยายมีความน่าเชื่อถือและมีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน และการเข้าร่วมฟังการบรรยายจะได้เป็น โอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาษาจีนในวงวิชาการ

1.2 การสอบวัดระดับภาษาจีน

แผนป้ายประชาสัมพันธ์สถาบันขงจื่อไทยมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการสอบวัดระดับภาษาจีนในรูปแบบการสอบวัดระดับภาษาจีน (HSK) การสอบวัดระดับการพูดภาษาจีน (HSKK) และการสอบวัดระดับภาษาจีนสำหรับเยาวชน (YCT) (The Headquarters of Confucius Institutes in China, 2024) มีจำนวนแผนป้าย 57 แผนป้ายดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพ 2

การรับสมัครสอบวัดระดับภาษาจีน



ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น” (วันที่ 18 สิงหาคม 2024)

การให้บริการการสมัครสอบวัดระดับภาษาจีนและการสอบวัดระดับการพูดภาษาจีน โดยมีหัวข้อ “สมัครสอบ HSK/HSKK รอบกระดาช.....สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น” ซึ่งได้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการสอบ รวมถึงระดับการสอบ รูปแบบการสอบแบบออฟไลน์ รอบสอบ และหน่วยงานผู้จัดสอบ เพื่อประกาศให้ทราบถึงการจัดสอบวัดระดับภาษาจีน เป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรทางการศึกษาด้านการให้บริการภาษาจีนผ่านข้อมูลการประชาสัมพันธ์

การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สมัครสอบ เป็นภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยใน

ฐานะผู้จัดสอบที่มีความเชี่ยวชาญและความรับผิดชอบ การประชาสัมพันธ์ได้ประกาศรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการสมัครสอบโดยอธิบายจากขั้นตอนที่ 1 “เข้าสมัครสอบที่เว็บไซต์” ถึงขั้นตอนที่ 3 “รอการตรวจสอบ” การนำเสนอเนื้อหาในแผ่นป้ายตัวอย่างนี้จึงใช้วิธีการเตือนผู้อ่านอย่างน่าสนใจ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์สามารถบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจมีความหลากหลาย เช่น การใช้ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Apichat and Kullatip, 2013) ในตัวอย่างได้แก่ การพิมพ์ภาษาด้วยตัวอักษรตัวหนา ดังที่ “หลักฐานการสมัครสอบ” การใช้สีตัวอักษรที่โดดเด่นและสะดุดตา ดังที่ “ภายในวันที่ 13..... 16.00 น.” ใช้สีตัวอักษรเป็นสีแดง ทำให้ผู้รับสารสามารถจับข้อมูลสำคัญได้ง่าย และทำให้เกิดความรู้สึกถึงความสำคัญของการสมัครสอบภาษาจีน ตลอดจนเกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจ สถาบันขงจื๊อเป็นองค์กรที่มีศักยภาพจัดสอบภาษาจีนและมีความรับผิดชอบ นอกจากนี้ ยังมีภาพหน้าจอที่บอกขั้นตอนการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง ทำให้เนื้อหาภาพเข้าใจได้ง่ายและชัดเจนกว่าข้อความ

1.3 การประกวดทักษะภาษาจีน

การจัดการประกวดทักษะภาษาจีนในรูปแบบหลากหลายเป็นการสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน สถาบันขงจื๊อในฐานะผู้จัดการแข่งขันมีศักยภาพและทรัพยากรในการตัดสินใจการแข่งขัน มีจำนวนแผ่นป้าย 45 แผ่นป้าย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพ 3

การจัดการแข่งขันแปลไทย-จีน



ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “Cip Psu” (วันที่ 18 สิงหาคม 2024)

“การแข่งขันการแปลและการล่าม ไทย-จีน” จัดขึ้นโดยความร่วมมือของสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น และสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ร่วมกับ FLASH EXPRESS และวิทยาลัยนานาชาติมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มุ่งเน้นไปที่นักศึกษาไทยในมหาวิทยาลัยเป็น “แนวทางพัฒนาศูนย์นักแปลและล่ามภาษาจีน” แสดงให้เห็นถึงเป้าหมายการแข่งขัน คือ “พัฒนาผู้เข้าแข่งขันให้เป็นนักแปลภาษาจีนมืออาชีพ” ผู้เข้าร่วมการแข่งขันจำเป็นต้องเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมจีนเพื่อให้มีองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของสถาบันขงจื่อ คือ ส่งเสริมการเผยแพร่วรรณคดีภาษาจีนสู่ในระดับนานาชาติ และเพิ่มพูนความเข้าใจของประชาคมโลกต่อภาษาและวัฒนธรรมจีน นอกจากนี้ ผู้ที่ผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศยังได้รับการอบรมฟรีอีก การแข่งขันจึงเปิดโอกาสให้ผู้มีศักยภาพเป็นนักแปลไทย-จีน แผ่นป้ายช่งกล่าวถึงอาจารย์ที่มีวุฒิการศึกษาสูงและตำแหน่งทางวิชาการระดับสูงจากภาควิชาภาษาตะวันออก คือ “รศ. ดร. กนกพร นุ่มทอง” เป็นสัญลักษณ์สำคัญ โดยนำเสนอผลงานแปลไทย-จีนประเภทหลากหลาย เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของการแข่งขันให้มีความเชี่ยวชาญและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

Kanokporn and Siriwan (2019) กล่าวว่า “การแปลเป็นทักษะพื้นฐานที่ผู้เรียนภาษาต่างประเทศทุกคนต้องมี ไม่ว่าจะเป็นการแปลจากภาษาแม่เป็นภาษาต่างประเทศหรือแปลจากภาษาต่างประเทศกลับเป็นภาษาแม่ก็ตาม” ดังนั้น การจัดการแข่งขันการแปลภาษาไทย-จีน-ไทย จึงมีเป้าประสงค์ในการประเมินความเข้าใจของผู้เรียนภาษาจีน เป็นการเพิ่มพูนทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมจีน

2. ภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีนแสดงให้เห็นจากสถาบันขงจื่อไทยใช้ภาษาและวัฒนธรรมจีนเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงาน มีจำนวนแผ่นป้าย 103 แผ่นป้าย สามารถวิเคราะห์ได้ 2 ด้าน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมกับองค์กรไทย 2) การสนับสนุนการศึกษาและอาชีพ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 การมีส่วนร่วมกับองค์กรไทย

สถาบันขงจื่อไทยส่วนใหญ่สังกัดอยู่ในสถานบันอุดมศึกษาไทย จึงได้มีส่วนร่วมหน่วยงานต่าง ๆ ของประเทศไทย มีแผ่นป้ายจำนวน 59 แผ่นป้าย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพ 4

โครงการฝึกอบรมภาษาจีนให้แก่สถานีตำรวจเชียงใหม่



ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 清迈大学孔子学院”

(วันที่ 18 สิงหาคม 2024)

ภาพถ่ายหมู่ในพิธีปิดโครงการฝึกอบรมภาษาจีนขั้นพื้นฐานสำหรับเจ้าหน้าที่ตำรวจจังหวัดเชียงใหม่ จัดขึ้นโดยสถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการ คือ เพื่อให้ตำรวจเชียงใหม่สามารถใช้ภาษาจีนในการสื่อสารพื้นฐานได้ และโครงการฝึกอบรมนี้ก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ความร่วมมือฝึกอบรมภาษาจีนสำหรับสถานีตำรวจเชียงใหม่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากประชาชนชาวจีนนิยมมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ การร่วมมืออบรมภาษาจีนให้ตำรวจของสถาบันขงจื่อทำให้ตำรวจสื่อสารภาษาจีนได้ สอดคล้องกับบริบทโครงการท่องเที่ยว จึงสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อที่เป็นองค์กรกระชับความสัมพันธ์ในสายตาของคนไทยและคนจีน ผู้รับสารที่ทำงานในหน่วยที่จำเป็นต้องสื่อสารภาษาจีนกับคนจีนก็จะประทับใจการดำเนินงานของสถาบันขงจื่อไทย เพราะเป็นโอกาสที่สามารถเพิ่มทักษะในการทำงาน เนื่องด้วยจากโครงการอบรมภาษาจีนให้แก่หน่วยงานไทย ทำให้ชาวจีนที่มีแผนจะเดินทางไปประเทศมีความมั่นใจมากขึ้นต่อการท่องเที่ยวไทย

2.2 การสนับสนุนการศึกษาและอาชีพ

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื่อไทยในการสนับสนุนการศึกษาและอาชีพให้แก่สังคมไทย มีแผ่นป้ายจำนวน 44 แผ่นป้าย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพ 5

โครงการทุนศึกษาสำหรับครูสอนภาษาจีน



ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “海上丝路孔子学院 สถาบันขงจื่อเส้นทางสายไหมทางทะเล”
(วันที่ 8 กันยายน 2024)

โครงการทุนการศึกษาสำหรับครูและนักศึกษาที่ประสงค์ศึกษาต่อการสอนภาษาจีนเป็นการสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชนคนไทย ข้อมูลประชาสัมพันธ์ข้างต้นกล่าวถึง "2023 年天津师范大学国际中文教师奖学金宣讲" หรือ "กิจกรรมแนะนำทุนครูสอนภาษาจีนนานาชาติ มหาวิทยาลัยครุศาสตร์ เทียนจิน ประจำปี 2566" มีบทบาทในการพัฒนาและสนับสนุนทรัพยากรมนุษย์ด้านการสอนภาษาจีนในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีน

ทุนการศึกษาเป็นโอกาสสำหรับบุคคลที่สนใจศึกษาต่อในประเทศจีน เป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมความร่วมมือทางการศึกษาและวัฒนธรรมระหว่างประเทศ การที่สถาบันขงจื่อไทยเผยแพร่โอกาสทางการศึกษาเป็นการมุ่งพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาและวัฒนธรรมจีน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถทำหน้าที่เป็น "สื่อกลาง" ในการเชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างสังคมไทยและจีน

โครงการแนะนำทุนการศึกษาของสถาบันขงจื่อยังเป็นกลไกสำคัญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการรับสมัคร เงื่อนไขของทุน และประโยชน์ที่ผู้ได้รับทุนจะได้รับ ซึ่งเอื้อให้ประชาชนคนไทยสามารถเข้าถึงโอกาสทางการศึกษาระดับนานาชาติ โครงการดังกล่าวมีส่วนช่วยในการเพิ่มจำนวนครูผู้สอนภาษาจีนที่มีคุณภาพในประเทศไทย รวมทั้งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยในไทยและจีน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และทรัพยากรทางการศึกษาระหว่างสองประเทศอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

การวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับทุนการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าสถาบันขงจื่อเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างโอกาสทางการศึกษาและพัฒนาความร่วมมือทางวิชาการระหว่างไทย-จีน การดำเนินโครงการสนับสนุนทุนการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้คนไทยสามารถเข้าถึงการศึกษาระดับสากลโดยลดค่าใช้จ่ายในการศึกษา อีกทั้งยังเป็นกลไกที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ถือเป็นรากฐานสำคัญของความร่วมมือระหว่างสองประเทศในระยะยาว

ภาพ 6

การประชาสัมพันธ์อาชีพของผู้เรียนสาขาภาษาจีน



ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มรภ.บ้านสมเด็จเจ้าพระยา” (วันที่ 15 สิงหาคม 2024)

การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในหัวข้อ “ใครว่าเรียนภาษาจีนแล้วต้องเป็นเหล่าซือเท่านั้น?” เป็นการนำเสนอเส้นทางอาชีพที่หลากหลายผ่านแนวคิด “8 ไลฟ์ 8 อาชีพ ประสบการณ์จากตัวจริง” สถาบันขงจื่อให้ความสำคัญกับการประทับประครองผู้เรียนในการเปิดโลกทัศน์เกี่ยวกับอาชีพตามความต้องการของตลาดแรงงาน และมีส่วนช่วยให้นักศึกษาไทยเห็นภาพรวมของตลาดแรงงานที่เกี่ยวข้องกับจีนอย่างเป็นระบบด้วยประโยคคำถามเพื่อสื่อความหมายว่า ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องทำอาชีพเป็นครูเท่านั้น แต่สามารถทำงานในสายอาชีพอื่นๆ ได้ด้วย การส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจเส้นทางอาชีพที่เป็นไปได้นี้ ไม่เพียงช่วยวางแผนอนาคตอย่างมีเป้าหมาย แต่ยังเพิ่มขีดความสามารถในตลาดแรงงานภายใต้บริบทของเศรษฐกิจไทย-จีน

สถาบันขงจื่อไทยสนับสนุนการศึกษาและอาชีพอย่างมีคุณค่าในไทย จึงสามารถสร้างความรู้สึกรัก ความประทับใจให้แก่ผู้รับสาร ได้อย่างลึกซึ้ง และผู้อ่านคนไทยจึงรู้สึกเชื่อมั่นต่อสถาบันขงจื่อไทย เป็นโอกาสสำหรับผู้สนใจคนไทยที่มีแผนเรียนภาษาและวัฒนธรรมจีน เรียนวิชาอื่นที่จีนและใจชอบประเทศจีนโดยสนับสนุนทุนการศึกษา รวมทั้งเรียนจบแล้ว สถาบันขงจื่อไทยประชาสัมพันธ์ข้อมูลสมัครงานให้เห็นอาชีพต่าง ๆ ที่เลือกได้ ผู้รับสารคนไทยจะได้รับประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ของสถาบันขงจื่อไทย จึงเกิดการรับรู้ว่าสถาบันขงจื่อทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงกิจการระหว่างไทย-จีน และส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื่อ กลายเป็น

องค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการกระชับความสัมพันธ์ไทย-จีน

3. ภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

ภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนไปสู่ประเทศไทย จากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ มีแผ่นป้ายจำนวน 56 แผ่นป้าย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การเผยแพร่กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมจีน 2) การเผยแพร่เทศกาลดั้งเดิมจีน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การเผยแพร่กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมจีน

ศิลปวัฒนธรรมจีนเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยชนชาติจีน เป็นสัญลักษณ์สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะอันโดดเด่นของชนชาติจีน เป็นเอกลักษณ์ของประเทศที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญงอกงาม ที่ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ และประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ นำไปสู่สันติสุขสันติธรรม ภาพลักษณ์ที่สถาบันขงจื้อเป็นสื่อกลางที่เผยแพร่วัฒนธรรมจีนปรากฏจากเนื้อหาแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ที่จัดกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมจีน มีแผ่นป้ายจำนวน 28 แผ่นป้าย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพ 7

กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมที่เก่า



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

(วันที่ 18 สิงหาคม 2024)

พาดหัวข่าวว่า “ความงามกับชุดกิ๊พ้า” แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมนี้เน้นไปที่กิ๊พ้า¹ คำว่า “ความงาม” สามารถตีความได้สองระดับ คือ ความหมายโดยตรง คำว่า “ความงาม” เป็นคำคุณศัพท์ที่ขยายคำนาม “กิ๊พ้า” หมายความว่า ลักษณะชุดกิ๊พ้าที่สวยงามและโดดเด่น การใช้คำและการให้ความหมายของคำในพาดหัวข่าวออนไลน์โดยมากผู้สื่อสารเลือกใช้คำที่สื่อความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่านในลักษณะความหมายแบบแฝงหรือความหมายโดยนัย (Theewara, 2020) ความหมายระดับที่สอง คือ ความหมายโดยนัย กิ๊พ้าเป็นเครื่องแต่งกายสตรีที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานของจีน เป็นส่วนหนึ่งของศิลปวัฒนธรรมจีน การใช้คำว่า “ความงามกับชุดกิ๊พ้า” สื่อถึงความงามของศิลปวัฒนธรรมจีน

แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ได้นำเสนอกิ๊พ้าในสองแง่มุม ได้แก่ กลุ่มคนที่สวมใส่กิ๊พ้า และ ฐานะของกิ๊พ้าในวัฒนธรรมจีน กลุ่มผู้สวมใส่กิ๊พ้าส่วนใหญ่เป็น สตรีจีนและสตรีผู้ที่มีเชื้อสายจีนทั่วโลก ก็ถือเป็นความงดงามของการแต่งกายของสตรีชาวจีน การให้ความสำคัญให้แก่ผู้หญิงในสังคมจีน การเน้นย้ำถึงกลุ่มเป้าหมายนี้ช่วยแสดงให้เห็นถึงแนวคิด ความเป็นจีน โดยเชื่อมโยงความงามของกิ๊พ้าเข้ากับความงามของวัฒนธรรมจีน การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมกิ๊พ้าสะท้อนถึงเสน่ห์ของแฟชั่นจีนโบราณ

การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกิ๊พ้าให้เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน ช่วยสร้างกรอบแนวคิดที่ว่า “เมื่อเห็นกิ๊พ้าควรนึกถึงศิลปะการแต่งกายของสตรีจีน” เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อในฐานะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนและศิลปะการแต่งกายของสตรีจีน ซึ่งสามารถดึงดูดให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและใคร่เข้าร่วมเพื่อสัมผัสความงามของวัฒนธรรมจีน นอกจากนี้ การใช้เครื่องแต่งกายสตรีจีนเป็นเนื้อหาในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน สื่อให้เห็นถึงจีนให้ความสำคัญกับผู้หญิง สอดคล้องกับบริบทของพัฒนาการทางสังคมที่สถานะของ

¹ “ชุดกิ๊พ้า” เป็นเครื่องแต่งกายของจีน มีต้นกำเนิดมาตั้งแต่สมัยราชวงศ์ซิง และมีประวัติยาวนานกว่า 300 ปี ลักษณะของชุดคือ ปกตั้งคอปิด ไชวปักไปทางขวา ตัวเสื้อยาวคลุมเข่า ทรงหลวม ตัดเย็บเป็นเส้นตรงทั้งชุด และไม่มีรอยผ่าที่กึ่งกลางด้านหน้าและด้านหลัง โดยกลุ่มผู้สวมใส่หลักคือสตรีชาวแมนจูและมองโกลในเขตแมนจูเรีย (Guo Fei, 2001)

ผู้หญิงกระดืบขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งผลให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วมได้

3.2 การเผยแพร่เทศกาลดั้งเดิม

การประชาสัมพันธ์เทศกาลดั้งเดิมจีนเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมจีนแบบดั้งเดิม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์การเป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรม มีแผนป้ายจำนวน 28 แผ่นป้าย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพ 8

เทศกาลไหว้พระจันทร์



ที่มา: เพจเฟซบุ๊ก “สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” (วันที่ 18 สิงหาคม 2024)

เทศกาลไหว้พระจันทร์² มีต้นกำเนิดมาตั้งแต่สมัยราชวงศ์ซ่งของจีน (Kittinan et al, 2023) เป็นหนึ่งในเทศกาลดั้งเดิมที่สำคัญของจีน กิจกรรม “เทศกาลไหว้พระจันทร์” เผยแพร่วัฒนธรรมจีนที่ร่วมวัฒนธรรมชุมชนภูมิภาคอื่น ได้แก่ เกาหลี ญี่ปุ่น สถาบันขงจื่อเป็นสื่อกลางสำคัญที่ส่งเสริมการเรียนรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ ประเพณีและค่านิยมจีน กิจกรรม “การแสดงผลงานด้านเทศกาลไหว้พระจันทร์” ที่จัดขึ้นโดยนิสิตจากหลากหลายสาขาวิชา เช่น จีน เกาหลี และญี่ปุ่น แสดงให้เห็นว่า ประเพณีจีนสามารถสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและได้รับความสนใจจากเยาวชนไทยและผู้

² เทศกาลไหว้พระจันทร์ (Mid-Autumn Festival) เป็นเทศกาลสำคัญของจีน จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 ตามปฏิทินจันทรคติจีน ซึ่งเชื่อว่าเป็นคืนที่พระจันทร์เต็มดวงและสว่างที่สุด เป็นสัญลักษณ์ของความสามัคคีในครอบครัว ความรัก ความคิดถึง และความอุดมสมบูรณ์ กิจกรรมที่นิยมในเทศกาลนี้ได้แก่ การไหว้พระจันทร์ ชมจันทร์ และการรับประทานขนมไหว้พระจันทร์ (mooncake) (China Intangible Cultural Heritage, 2025)

ที่เรียนภาษาต่างประเทศ สถาบันขงจื๊อสร้างพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กิจกรรม “การแสดงศิลปวัฒนธรรมของจีน เกาหลี และญี่ปุ่น” ช่วยให้คนไทยเปรียบเทียบ เรียนรู้ และเข้าใจความเหมือนและความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมจีนกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื๊อในฐานะศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ

กิจกรรม “ตอบปัญหาเกี่ยวกับเทศกาลไหว้พระจันทร์” และ “บุชกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมจีน เกาหลี ญี่ปุ่น” ทำให้ผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนผ่านวิธีการที่สนุกสนานและสร้างสรรค์ นอกจากนี้ เนื้อหากระต่ายหยก เมฆมงคล และขนมไหว้พระจันทร์ เพื่อให้เห็นถึงตำนานที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลไหว้พระจันทร์และอาหารประจำเทศกาล โดยนำเสนอผ่านภาพที่เข้าใจง่ายทำให้ดึงดูดความสนใจของเทศกาลไหว้พระจันทร์ชัดเจนยิ่งขึ้น

สถาบันขงจื๊อไทยมีบทบาทในการส่งออกวัฒนธรรมจีน ถ่ายทอดค่านิยมยุคใหม่ของจีน และดำเนินนโยบายทางการทูตของจีน (Supisara, 2023) การประชาสัมพันธ์ที่ผสมผสานเทศกาลดั้งเดิมจีนเข้ากับวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญของสถาบันขงจื๊อในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และการสร้างภาพลักษณ์องค์กรในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนที่กว้างขวาง สอดคล้องกับพันธกิจของสถาบันขงจื๊อสำนักงานใหญ่ การหลอมรวมระหว่างเทศกาลดั้งเดิมของจีนกับวัฒนธรรมที่หลากหลายแสดงให้เห็นถึงความครอบคลุมและความเปิดกว้างของวัฒนธรรมจีนอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเอื้อต่อการสร้างความรู้สึกร่วมถึงวัฒนธรรมจีนได้ง่าย ส่งผลให้ผู้คนเกิดความเชื่อมั่น และประทับใจต่อกิจกรรมมากยิ่งขึ้น

วัฒนธรรมจีนที่ประกอบอยู่ในแผนป้ายประชาสัมพันธ์ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ความหมายเชิงอรรถเท่านั้น แต่ต้องพิจารณาเชิงลึกตามแก่นแท้ของวัฒนธรรมจีน เช่น วัฒนธรรมด้านภาษา เรื่องเล่า และ อุดมการณ์ของชาติจีน สถาบันขงจื๊อไทยใช้ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมจีนเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดแก่นแท้ของวัฒนธรรมจีน ทำให้สามารถปฏิบัติตามพันธกิจในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนในต่างประเทศ อีกทั้งยัง

ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื๊อไทยให้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนไปสู่ประเทศไทย ส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจต่อวัฒนธรรมจีน

อภิปรายผล

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อจากเนื้อหาในแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ภาพลักษณ์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยจากแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ทั้งหมด 338 แผ่นป้าย

ภาพลักษณ์	จำนวนแผ่นป้าย
1. ภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน	179
1.1 การจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการ	77
1.1.1 การฝึกอบรมผู้สอนภาษาจีน	31
1.1.2 การรับสมัครและจัดอบรมภาษาจีน	29
1.1.3 การบรรยายทางวิชาการด้านภาษาจีน	17
1.2 การสอบวัดระดับภาษาจีน	57
1.3 การประกวดทักษะภาษาจีน	45
2. ภาพลักษณ์องค์กรที่กระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีน	103
2.1 การมีส่วนร่วมกับองค์กรไทย	59
2.2 การสนับสนุนการศึกษาและอาชีพ	44
2.2.1 การฝึกอบรมภาษาจีนแก่นักศึกษาและบุคลากร	
2.2.2 การสนับสนุนการศึกษา	23
2.2.3 การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ	21

ตาราง 1 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	จำนวนแผ่นป้าย
3. ภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นสื่อกลางการเผยแพร่วัฒนธรรม	56
3.1 การจัดกิจกรรมและอบรมศิลปวัฒนธรรมจีน	28
3.2 การจัดกิจกรรมเทศกาลดั้งเดิมของจีน	28

การที่สถาบันขงจื๊อให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนมากที่สุดและเน้นการจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการเนื่องจากภาษาเป็นพื้นฐานของการได้ความรู้สำหรับบุคคลทั่วไปที่ได้รับการปลูกฝังความรู้ตั้งแต่สมัยเรียน ทำให้วางรากฐานความคิดและความเชื่อเกี่ยวกับประเทศจีนทั้งภาษาและวัฒนธรรมได้หยั่งรากลึกในสังคมไทย และเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่จำเป็นที่สุดในการดำเนินงานระหว่างชนชาติกัน สถาบันขงจื๊อจึงให้ความสำคัญกับการจัดอบรมและการบรรยายทางวิชาการ ถึงจะสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน ทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกว่า สถาบันขงจื๊อเป็นสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือในการจัดอบรมภาษาจีน กระทั่งก่อให้เกิดความประทับใจ อีกทั้ง ภาษายังเป็นเครื่องมือการทดสอบให้คนรู้ระดับทักษะภาษาจีน เช่น มีทักษะการใช้ภาษาอยู่ระดับใด นอกจากนั้น สิ่งที่สร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อให้ดี คือ ความสัมพันธ์ไทย-จีนโดยมีการสนับสนุนการศึกษาที่โยงกับภาษาและวัฒนธรรมจีน ซึ่งมีความสำคัญยิ่งเพราะภาษาและวัฒนธรรมเป็นสื่อกลางเชื่อมกับความสัมพันธ์

ภาพลักษณ์สถาบันขงจื๊อไทยจึงเป็นการประกอบสร้างให้เห็นถึงตัวตนและอัตลักษณ์ของสถาบันขงจื๊อไทย ผู้รับสารข้อมูลการประชาสัมพันธ์เห็นถึงความเชื่อมั่นความประทับใจในการบริการ เป็นภาพลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นจากสถาบันขงจื๊อไทย และเกิดมุมมองต่อภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื๊อผ่านเนื้อหาที่ได้รับ ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้รับสาร เช่น ความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนของสถาบัน

ขงจื้อ รวมถึงการให้บริการด้านการเรียนภาษาจีนอย่างครบถ้วน จะสร้างความเชื่อมั่นและความนิยมจากผู้บริโภคด้วยความเชี่ยวชาญและความสะดวกในการเลือกใช้บริการ สถาบันขงจื้อสนับสนุนด้านการศึกษาในประเทศไทยและร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ของไทย จะเสริมสร้างการรับรู้ว่าสถาบันขงจื้อเป็นองค์กรที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีน ทำให้ผู้คนรู้สึกว่สถาบันขงจื้อคือสถาบันการศึกษาจีนที่กลมกลืนอยู่ในสังคมไทย และก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อสถาบันขงจื้อในที่สุด

การศึกษาภาพลักษณ์ของสถาบันขงจื้อไทยจำเป็นต้องพิจารณาจากความหมายที่ถ่ายทอดผ่านเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ทั้งในแง่ของความหมายโดยตรงที่แสดงออกมาอย่างชัดเจน และความหมายแฝงที่ต้องวิเคราะห์ตามบริบททางสังคม ภาษาและวัฒนธรรม พบว่า ผลการทำงานสถาบันขงจื้อไทยที่เชื่อมโยงโดยตรงหรือทางอ้อมกับพันธกิจ บทบาทหน้าที่และขอบเขตที่ได้รับจากสถาบันขงจื้อสำนักงานใหญ่ประเทศจีน มีความสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อเชิงบวก โดยเฉพาะเน้นการบริการในสังคมไทย มีศักยภาพการให้บริการด้านจีนศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นแก่สังคมไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ควรศึกษากลวิธีการประกอบสร้างภาพลักษณ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ โดยใช้องค์ความรู้ในด้านการประกอบสร้างภาพลักษณ์ การสื่อสารและภาษา อาจเป็นประโยชน์ของสถาบันการศึกษาจีนอื่นๆ ที่อยู่ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ควรศึกษาการเปรียบเทียบภาพลักษณ์สถาบันขงจื้อไทยจากการประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อให้ผู้รับสารคนไทยทั่วไปรับรู้เอกลักษณ์ของสถาบันขงจื้อในทุกภูมิภาคในประเทศไทย

References

- Apichat, B., & Kullatip, S. (2013). Public relations under the influence of social media trends. *Journal of Public Relations and Advertising*, 6(2), 24-38. [in Thai]
- China Intangible Cultural Heritage. (2025). *Information about the Mid-Autumn Festival*. https://www.ihchina.cn/project_details/14931.html
- Guo F. (2001). The trend of Chinese traditional clothing from the transformation of cheongsam. *Journal of Beijing Union University*, 15(4), 45-46.
- Kanokporn, N., & Siriwan, L. (2019). Principles and precautions in translating Chinese to Thai language and Thai to Chinese language. *Chinese Studies Journal*, 12(2), 105-151. [in Thai]
- Kittinan, K., Punya, T., & Kasetchai, L. (2023). Attitude factors predicting Moon Festival practice among Chinese Thai youth in Hat Yai. *Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University*, 15(2), 1-18. [in Thai]
- Kotler, P. (2000). *Marketing management (10th ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Rachani, W. (2004). *The principles of public relations*. Burapha University. [in Thai]
- Sari, W. (2003). *Principles of advertising*. Diamond in Business World. [in Thai]
- Supisara, P. (2023). China's soft power the role of Confucius Institutes (CI) in Thailand from 2017 to 2023. *Journal of East Asian and ASEAN Studies*, 23(1), 20-38. [in Thai]
- Teerapat, E. (2021). *Image, Brand Trust and Product Quality Affecting Repurchase Intention of Glico Consumer in Bangkok*. An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Management, College of Management, Mahidol University. [in Thai]
- Theewara, S. (2020). Language for online news headlines in mass media. *Journal of Digital Communications*, 4(4), 376-393. [in Thai]

The Headquarters of Confucius Institutes in China. (2024). *Information about the Confucius Institute*. <https://ci.cn/gywm/>

Wibhakchanat, N., & Sirichantra, P. (2016). Public relations strategy on social media. *Eau Heritage Journal Social Science and Humanities*, 6(1), 21-31. [in Thai]

Authors

Li Jian

Master of Arts in Thai Program,

Faculty of Humanities and Social Sciences,

Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Bangkok, 10600, Thailand

Tel. 062-931-4577 E-mail: 1198004865@qq.com

Sombat Somsriploy

Thai Language Department, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Bansomdejchaopraya Rajabhat University

Tel. 087-159-9755 E-mail: sombatsomsriploy@gmail.com

Akhawit Ruengrong

Thai Language Department, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Bansomdejchaopraya Rajabhat University

Tel. 081-347-1031 E-mail: akhawit.ru@bsru.ac.th